



# ACTIS&NCOBA-2021-1

## Bangkok Suvarnabhumi University



### Conference Proceedings

การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์  
และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17 และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ

ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ  
วันศุกร์ที่ 5 มีนาคม 2564

# ศิลาต้นจากอธิการบดี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

ดร.วิศิษฐ์ แสงหิรัญ



ในนามอธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ข้าพเจ้าขอต้อนรับทุกท่านที่มาร่วมงานนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศประยุกต์ (The National Conference and International Conference on Applied Computer Technology and Information System) และการประชุมระดับชาติด้านการบริหารธุรกิจ (National Conference on Business Administration) ครั้งที่ 17 ในรูปแบบแนวใหม่เพื่อทันต่อสถานการณ์ ณ ขณะนี้

กระผมรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้รับโอกาสในการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมการประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศประยุกต์ (The National Conference and International Conference on Applied Computer Technology and Information System) และการประชุมระดับชาติด้านการบริหารธุรกิจ (National Conference on Business Administration) ครั้งที่ 17 ซึ่งเป็นเวทีที่ให้ผู้นำเสนอผลงานวิจัยได้นำเสนอผลงานการวิจัยที่มีคุณภาพสู่สาธารณชน และ เป็นการเปิดโอกาสให้มีการเสวนา แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับผลการวิจัย ระหว่าง คณาจารย์ นักศึกษาและนักวิชาการ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการลงนามความร่วมมือของผู้บริหารรวม 12 มหาวิทยาลัย ได้แก่ (1) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (5) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (6) มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (7) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ (8) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (9) มหาวิทยาลัยทักษิณ (10) มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (11) มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ และ (12) วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กระผมหวังว่าทุกท่านที่เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยในวันนี้จะได้รับความรู้ การแลกเปลี่ยนทางด้านงานวิจัย เพื่อนำไปพัฒนาหรือต่อยอดสู่องค์กรของท่านและประเทศชาติต่อไป

# ผู้อำนวยการอธิการบดีฝ่ายบริหาร

มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธारा



ในนามรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ข้าพเจ้ารู้สึกมีความยินดีที่ได้รับโอกาสในการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศประยุกต์ (The National Conference and International Conference on Applied Computer Technology and Information System) และการประชุมระดับชาติด้านการบริหารธุรกิจ (National Conference on Business Administration) ครั้งที่ 17 ซึ่งเป็นเวทีที่ให้ผู้นำเสนอผลงานวิจัย ได้นำเสนอผลงานการวิจัยที่มีคุณภาพสู่สาธารณชน และ เป็นการเปิดโอกาสให้มีการเสวนา แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับผลการวิจัย ระหว่าง คณาจารย์ นักศึกษาและนักวิชาการ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการลงนามความร่วมมือของผู้บริหารรวม 12 มหาวิทยาลัย ได้แก่ (1) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (5) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (6)มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (7) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ (8) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (9)มหาวิทยาลัยทักษิณ (10) มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (11) มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ และ (12) วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ดิฉันหวังว่าการจัดประชุมวิชาการในครั้งนี้จะเป็นการเปิดโอกาสให้กับนักวิจัยของมหาวิทยาลัยต่างๆ ได้แลกเปลี่ยนความรู้ สร้างเครือข่ายงานวิจัย และสามารถนำความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร และ ประเทศชาติต่อไป

**รายชื่อคณะกรรมการพิจารณาบทความ  
(Peer Review)**

- |                              |                                    |
|------------------------------|------------------------------------|
| 1. ดร.อัศวิน เสนีชัย         | มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ       |
| 2. ผศ.ดร.ภาคภูมิ มุกดาสนิท   | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม         |
| 3. ผศ.ดร.ลวิณกร มุกดาสนิท    | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม         |
| 4. ผศ.ดร.สุริยะ พุ่มเฉลิม    | วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก           |
| 5. รศ.ดร.นภาพร นิลารณกุล     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 6. รศ.วสันต์ กันอ่ำ          | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 7. อาจารย์ณัฐพงศ์ เหลืองนฤดม | มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต            |
| 8. อาจารย์บุญชม สุกจิตต์     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 9. อาจารย์สุรพร อ่อนพุทธา    | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |

\*\*\*\*\*



## กำหนดการ

(ONLINE ผ่านระบบ ZOOM)

### เรื่อง “วิถีใหม่แห่งการเรียนรู้การสอน”

The New Normal In Education

การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information

Systems:ACTIS) และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

The 2021 National Conference on Business Administration

ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

วันศุกร์ที่ 5 มีนาคม 2564

- 08.30-08.50 น. ผู้เข้าร่วมการประชุมเข้าร่วมพิธีเปิด
- 08.50-09.00 น. ชมวิดีโอทัศน์ แนะนำ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
- 09.00-09.15 น. พิธีเปิด การประชุมวิชาการ โดย ดร.วิศิษฐ์ แสงหิรัญ  
อธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
- 09.30-10.30 น. **ปาฐกถาพิเศษ เรื่อง วิถีใหม่แห่งการเรียนรู้การสอน The New Normal In Education**  
โดย ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข
- 10.45-12.00 น. **การนำเสนอผลงานวิจัยภาคบรรยาย (ช่วงที่ 1)**  
- ระดับชาติ (National)  
    กลุ่มที่ 1 ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศ  
    กลุ่มที่ 2 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
- ระดับนานาชาติ (International)
- 12.00- 13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-17.00 น. **การนำเสนอผลงานวิจัยภาคบรรยาย (ช่วงที่ 2)**  
- ระดับชาติ (National)  
    กลุ่มที่ 1 ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศ  
    กลุ่มที่ 2 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
- ระดับนานาชาติ (International)

การเข้าร่วมพิธีเปิดและฟังปาฐกถาพิเศษ ผ่านระบบออนไลน์ (โปรแกรม ZOOM)

Meeting ID : 2304283042

Password : 116182

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 5357315302 , PASSWORD : zSc0RH				
NCOBA-1 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผศ.ดร. อรณิชา ทศดา				
อ. ผกากรอง ชูติกุลวรรณันท์				
ลำดับ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ชื่อผู้วิจัย	เวลานำเสนอ
1	NCOBA-35	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในเขตลดากระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	จตุพร ศรีผึ้ง ผศ. ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา ดร.ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์	10.45-11.00
2	NCOBA-36	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรงยา จังหวัด สมุทรปราการ	วรัญญา กวระประเสริฐ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา ผศ.ดร.ศศิธร วัฒนพันธ์	11.05-11.20
3	NCOBA-37	ความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร	วชิรญาณ์ อ่อนฉวี ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา ดร.วิภา วงศ์พูลสิน	11.25-11.40
4	NCOBA- 38	การศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของเกษตรกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร	อินทิรา ภาตสุวรรณ ดร.เฉลิมชัยผู้พัฒน์	11.45-12.00
5	NCOBA-39	แรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	พูนชาติ จารุภูมิ ผศ.วัลลภ นิมมานนท์	13.00-13.15
6	NCOBA-40	แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียน สาขาวิชาศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	ณัฐวุฒิ จิตแหลม ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	13.20-13.35
7	NCOBA-41	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี่ บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร	จิระปะภา รักสงบ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	13.40-14.55

8	NCOBA-43	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอ สังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี	นภัสนันท์ กิตติญาจิราวัชร ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	15.00-15.15
9	NCOBA-44	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศจังหวัดกรุงเทพมหานคร	ชนากานต์ ชงศรี ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	15.20-15.35
10	NCOBA-45	ศึกษาการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิกมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา	พรทิพย์ อุดมศักดิ์ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	15.40-15.55

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 78798500108 , PASSWORD : zSc0Ry				
NCOBA-2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดร. อภากร เปรี้ยวนัม				
อ.ปณิตานันท์ ปานพลอย				
ลำดับ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ชื่อผู้วิจัย	เวลานำเสนอ
1	NCOBA-56	ความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงาน ตรวจสินค้าอันตราย ของสายการบิน ในอำเภอ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	จิตรกรรณ์ อึ้งปกรณ์แก้ว ดร.เฉลิมชัย ผู้พัฒน์	10.45-11.00
2	NCOBA-57	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	เอมอร เทพเมื่อนาม ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา	11.05-11.20
3	NCOBA-58	ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของ บริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขต พัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร	แพรวพรรณ อึ้งปกรณ์แก้ว ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา	11.25-11.40
4	NCOBA-59	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร	สุธิดา เกตุคล้าย ผศ.วัลลภ นิมมานนท์	11.45-12.00
5	NCOBA-60	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคใน การใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร	ณัฐกานต์ สุรานาวงค์ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา	13.00-13.15
6	NCOBA-61	แรงจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาล เอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต	พิไลลักษณ์ ชูศิริไพศาล ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา	13.20-13.35
7	NCOBA-62	แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัดระยอง	ธนา ภาวะมัต ดร.ศศิธร จ้วนพันธ์	13.40-14.55
8	NCOBA-63	ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจใน ปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่าย ผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี	ดวงสุรีย์ เดชพินนา ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา	15.00-15.15



9	NCOBA-64	สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงาน ศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร	สินีย์ จินตะเวช ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	15.20-15.35
10	NCOBA-82	ศึกษาความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภคอาหารจานด่วน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	อุบลวรรณ ยานู ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	15.40-15.55

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 2701476723 , PASSWORD : V31VD0 ห้อง 201-1				
NCOBA-3 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผศ.ดร. มณีรัตน์ ภารนันท์				
ดร.ชนิตา เอี่ยมสะอาด				
ลำดับ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ชื่อผู้วิจัย	เวลานำเสนอ
1	NCOBA-3	ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบล ลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	เฉลิมพล นุชอุดม สุวัจ รัชตวัฒน์กุล	10.45-11.00
2	NCOBA-4	การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	เฉลิมพล นุชอุดม สุวัจ รัชตวัฒน์กุล	11.05-11.20
3	NCOBA-5	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของประชากร ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร	ปณิยา อินททาศ สุนทรีย์ ศรีพิพาทย์	11.25-11.40
4	NCOBA-6	การจัดการ การจัดเก็บสำหรับการเบิกจ่ายกรณีศึกษา บริษัทผลิตอาหารสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง ในเขตละแวกเชิงเตตรา	นราวดี สมชาติ ณปภัช เพชรบูรณิน ดร.ฉันทลักษณ์ ฮีสวัสดิ์ ดร.ชุมพล สายเชื้อ	11.45-12.00
5	NCOBA-8	การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้ากรณีศึกษา บริษัท เอกชน จำกัด	นราวดี สมชาติ ดร.ฉันทลักษณ์ ฮีสวัสดิ์ พิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย ดร.วรางคณา ต้นสกุล	13.00-13.15
6	NCOBA-9	การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายชานบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี)	จรรยาวิทย์ โตสังจะวงษ์	13.20-13.35
7	NCOBA-10	การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งใน เขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ	นราวดี สมชาติ ณปภัช เพชรบูรณิน พิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย	13.40-14.55
8	NCOBA-11	ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในเขตลาดกระบัง	เฉลิมพล นุชอุดม ปณิชา วีรศิลป์ สุวัจ รัชตวัฒน์กุล	15.00-15.15

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 5639109071 , PASSWORD : x1wudL ห้อง 202-1				
NCOBA-5 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผศ.ดร. ณัฏพรจักษ์ จตุรัส				
ดร. วรุดดา พิพัฒนานุกุล				
ลำดับ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ชื่อผู้วิจัย	เวลานำเสนอ
1	NCOBA-21	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร	นราวดี สมชาติ กนกวรรณ บุรณะกิติ ดร.ฉันทลักษณ์ ฮีสวัสดิ์	10.45-11.00
2	NCOBA-22	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีขอนแก่น	นราวดี สมชาติ พิรุณภูมิ รุ่งเรือง พิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย	11.05-11.20
3	NCOBA-23	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร สไตล์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร	ปณิยา อินทกาศ	11.25-11.40
4	NCOBA-24	ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ระหว่างชุมชนหัวตะเข้ และชุมชนหนองจอก	สุบัต ทองอินทร์ สนใจ รัชตวัฒน์กุล	11.45-12.00
5	NCOBA-27	โครงสร้างทางการเงินของบริษัทกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	วรุดดา พิพัฒนานุกุล คารารัตน์ สุริวงค์ ประทุม วงษ์วีระกุล จันรรจ์ หลงกระจ่าง	13.00-13.15
6	NCOBA-28	คุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับอัตราการจัดเงินปันผลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	กัญญาวิรี วงศ์เสื่อ ดร.วรุดดา พิพัฒนานุกุล มาลี เต็มไป	13.20-13.35
7	NCOBA-29	การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนิกรณัฏ ค่องแคล่ว ธีรยุทธ แสงชื่อ	13.40-14.55
8	NCOBA-30	แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีขอนแก่น	รัชนิกรณัฏ ค่องแคล่ว สมศักดิ์ สุริยอันโณทัย	15.00-15.15

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 2074303785 , PASSWORD : e0v6VS ห้อง 203				
NCOBA-6 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผศ.ดร. รุ่งทิวา เสาร์สิงห์				
ดร.อศวิณ เสนิชัย				
ลำดับ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ชื่อผู้วิจัย	เวลานำเสนอ
1	NCOBA-31	แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนิกรณ์ คล่องแคล่ว วสุ ธรรมจินดา	10.45-11.00
2	NCOBA-32	องค์ประกอบของนักบัญชียุคไทยแลนด์ 4.0	พัทธธีรา จิระอุดมสาโรจน์ สโรชา ศรีบุญ นิรัชชา ลีเฉลิมวงศ์ วันเพ็ญ วศินารมณ	11.05-11.20
3	NCOBA-33	แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อ พัฒนาชุมชนริมคลองมอญ เขตลาดกระบังให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	กมลสิทธิ์ อ้นยะ ณัฐมล หวังเป็น	11.25-11.40
4	NCOBA-34	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวง แพ่ง เขตลาดกระบัง	กมลสิทธิ์ อ้นยะ	11.45-12.00
5	NCOBA-69	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจ เลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการผู้ดาวน์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	รณกร สุริยมงคล กิ่งแก้ว เอี่ยมแจ่ม รุ่งทิวา เสาร์สิงห์ หทัยกร พันธุ์งาม พิลาพรรณ โพธิ์นรินทร์	13.00-13.15
6	NCOBA-70	ปัจจัยแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิง ยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	เกตุวดี อุเทน กิ่งแก้ว เอี่ยมแจ่ม รุ่งทิวา เสาร์สิงห์ หทัยกร พันธุ์งาม พิลาพรรณ โพธิ์นรินทร์	13.20-13.35
7	NCOBA-72	คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการ ต้องการ	ปิยาภา พรหมทอง สุภาวณิ อินทรมา	13.40-14.55

8	NCOBA-73	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของนักศึกษา ตรีศึกษา : มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง	ปณิคนันท์ ปานพลอย ศรัญญา บวรรัตนวงศ์ ภกภัสตร์ แสงหิรัญ	15.00-15.15
9	NCOBA-82	คุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที	วิทวัส ศรีพงษ์ยิ่ง สุจิตรา ลัชชานันท์ อภิญา บุญสิทธิ์ ดร.อัศวิน เสนิษฐ์	15.20-15.35
10	NCOBA-83	การจัดการคลังสินค้าของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตสมุทรปราการ	หฤดี เจียมวงษ์ พิมพ์ภัทร์ สิทธิสาร อุทุมพร ชูจันทร์ ดร.อัศวิน เสนิษฐ์	15.40-15.55
11	NCOBA-84	การเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	นริศรา สุริยะ ณัฐวดี ยิ้มละมัย ชัชชนันท์ บัวลอย ดร.อัศวิน เสนิษฐ์	16.00-16.15

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 6142453605 , PASSWORD : 123456 ห้อง 204				
ACTIS-1 เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศ ผศ.ดร. สุริยะ พุ่มเฉลิม				
อ.ชุตินา เกตุษา				
ลำดับ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ชื่อผู้วิจัย	เวลานำเสนอ
1	ACTIS-1	โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง	ภาสกร ปาละกุล	10.45-11.00
2	ACTIS-2	ระบบ IoT เพื่อตรวจสอบการเข้าเรียนและการเข้าสอบโดยใช้GPS และการจดจำใบหน้า	พีรพัฒน์ สีดา ชนาธร หมัดมอญ วิภา ชนนันท์	11.05-11.20
3	ACTIS-7	การพัฒนาแบบจำลองระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนภายในรถยนต์	ชุตินา เกตุษา ไพรัช นาคนาวา	11.25-11.40
4	ACTIS-12	ผลของการใช้อีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมืองกับนักศึกษา ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3	เฉลิมพล นุชอุดม ผกากรอง ชุตินุวรรณันท์	11.45-12.00
5	ACTIS-25	ระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ	อนันต์พล ชื่นชม เทพพิทักษ์ อิ่มอาเทศ ชุตินา เกตุษา	13.00-13.15
6	ACTIS-26	การพัฒนาระบบอัตโนมัติเพื่อการกระจายสินค้า	พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร นิตินัย โมทนา พิชิตชัย วงหัทส	13.20-13.35
7	ACTIS-42	การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	สุขสวัสดิ์ แซ่ลิ้ม ศิริชัย พรหมหอม เอกพันธ์ เหล่าลิ้ม	13.40-14.55
8	ACTIS-28	ระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี	ณรงค์ ลำดี	15.00-15.15

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 8406192546 , PASSWORD : 123456 ห้อง 205				
ACTIS-2 เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศ ผศ.ดร. ภาคภูมิ มุกดาสนิท				
อ.พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร				
ลำดับ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ชื่อผู้วิจัย	เวลานำเสนอ
1	ACTIS-50	ระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	ซอพิยะห์ แสสาเหตุ รวดา สาและ สุวิมล จุงจิตร	10.45-11.00
2	ACTIS-51	ต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม : กรณีศึกษาดำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง	ชาคริต ทองนวล จิราพร วิเชียรทอง เดือนเพ็ญ กษกรจารุงพงศ์	11.05-11.20
3	ACTIS-52	การพัฒนาเว็บไซต์แอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง	วิสิทธิ์ บุญชม มูฮัมหมัดไฟซอล ดอกอ อารีรัตน์ กาละกาญญา	11.25-11.40
4	ACTIS-65	ระบบสารสนเทศคลินิกการแพทย์แผนไทย คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ	นุรีดา บาหะมะ มัสรา ลอเมะ อาจารย์ นาโค	11.45-12.00
5	ACTIS-71	การประมวลระดับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์	สมชาย ปราการเจริญ สุชาดา รัตนคงเนตร วิเชียร ศรีพระจันทร์ ธวัชชัย งามสันติวงศ์	13.00-13.15
6	ACTIS-76	การพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย	พระวุฒิไกร พิมพพันธ์ ภัสสร ปัทวงค์ นันทรัตน์ กลิ่นหอม สุธิรัช วัชรสกุลณี ณรงค์ ชวนชิต	13.20-13.35
7	ACTIS-77	เว็บไซต์เช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์ดนตรีโดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์	สุดาสวรรค์ งามมงคลวงศ์ สุชาติ รมณีอารักษ์ นฤทธิ์ตา สุดสงวน สุมินตรา แก่นท่าตาล	13.40-14.55

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงาน

การจัดการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 17

(The 17<sup>th</sup> International and National conferences in Applied Computer Technology and Information System: ACTIS)

และการประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ (NCOBA-2021-1)

วันที่ 5 มีนาคม 2564 ผ่านระบบ Zoom

MEETING ID : 9857370351 , PASSWORD : 12345 ห้อง 202-2				
International ACTIS-1 Room Dr.Phanita Phakdi				
Panida Phokasem				
No.	Article ID	Title	Name	Presentation time
1	Inter-46	The Association between Online Buying Behavior and Online Buying Risk Before the COVID-19 situation	Wasun Khan-Am Kritiya Rangsom	10.45-11.00
2	Inter-47	Adoption of PromptPay Money Transfer Service Innovation and Effectiveness of Financial Transactions through PromptPay System	Pariyawit Choochoed Chatthong Nokcherdchoo	11.05-11.20
3	Inter-49	Development of IoT-enabled Realtime Pill Dispenser	Chalita Ruengchuai Natcha Khanthong Naphat Keawpibal	11.25-11.40
4	Inter-53	The Development of Business Intelligence Web for Forecasting Rental Income of Suan Kwang Tung Apartment and Visualize Water and Electricity Consuming Behavior of the Tenants	Maneerat Paranan Watcharapol Prakongjai Jeerapa Petchwattananone Jintana Sangdee Sakawkam Piyawitwanich	11.45-12.00
5	Inter-54	Thai Rice Cultivation Animation	Phairoj Samutrak Chalit Kangvaravoot Pongsapat Totan	13.00-13.15
6	Inter-55	A Case Study on an Application of ICT and IoT to Promote Cultural Tourism of Bang Nam Phueng Floating Market Community	Maneerat Paranan Jeerapa Petchwattananone	13.20-13.35
7	Inter-68	The Conversion of Dependency and Association in UML Design Class	Natthaphong Luangnaruedom Thavatchai Ngamsantivong	13.40-14.55



8	Inter-74	The relationship of Community Characteristics of Social Commerce and Purchasing Intention of OTOP: Textile and Clothing	Sureerut Inmor Sukontip Wongpun	15.00-15.15
9	Inter-75	The Service Quality Factors affecting Repurchasing Decision in Food Product via Service Provider “Grab Food”	Vipaspon Thammarakkitanon Sureerut Inmor	15.20-15.35
10	Inter-78	Business Strategy Factors Affecting Customers Satisfaction of Thai SME Export Companies	Suraporn Onputtha Metinee Rasadaraksa Chitralada Trisakhon Pornapa Peamchai	15.40-15.55
11	Inter-79	Factors Affecting Green Supply Chain Adoption in Small-Medium Enterprises with High Growth Rate in Thailand	Sarakul Sukortpromme Suraporn Onputtha Putthiwat Singhdong	16.00-16.15
12	Inter-80	Factors Affecting Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand	Atchira Tiwasing Orawee Sriboonlue Suraporn Onputtha	16.20-16.35
13	Inter-66	Acceptance of The Concept of Green Packaging	Roongthip Thamsena Viyadarat Nilpakawong Waridda Piphatanakul	16.40-16.55
14	Inter-67	AEC And The Replacement Thai Labour by Foreign Labour	Natthanan Phatsawan Chutima Ketsa	17.00-17.15

## สารบัญ

ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้วิจัย	หน้า
โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง	ภาสกร ปาละกุล	1
ระบบ IoT เพื่อตรวจสอบการเข้าเรียนและการเข้าสอบโดยใช้GPS และการจดจำใบหน้า	พีรพัฒน์ สีดา ธนาร หมัดมอญ วิภา ชนนานันท์	9
ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบล ลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	เฉลิมพล นุษุอุดม สุวัจ รัชตวัฒนกุล	14
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	เฉลิมพล นุษุอุดม สุวัจ รัชตวัฒนกุล	22
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของประชากร ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร	ปณิยา อินทกาศ สุนทรี ตรีพาทย์	30
การจัดการ การจัดเก็บสำหรับการเบิกจ่าย ภาษีศีกษา บริษัทผลิตอาหารสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง ในเขตฉะเชิงเทรา	นราวดี สมชาติ ณปภัช เพชรระบูรณิน ดร.ฉันทลักษณ์ อีสวัสดิ์ ดร.ชุมพล สายเชื้อ	37
การพัฒนาแบบจำลองระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนภายในรถยนต์	ชุติมา เกตุษา ไพรัช นาคนาวา	48
การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ภาษีศีกษา บริษัท เอกชน จำกัด	นราวดี สมชาติ ดร.ฉันทลักษณ์ อีสวัสดิ์ พิศุทธิ ตั้งเด่นชัย ดร.วรางคณา ต้นสกุล	54
การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี)	จรรณวิทย์ โดัสัจจะวงษ์	61
การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งใน เขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ	นราวดี สมชาติ ณปภัช เพชรระบูรณิน พิศุทธิ ตั้งเด่นชัย	71
ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในเขตลาดกระบัง	เฉลิมพล นุษุอุดม ปณิชา วีรศิลป์ สุวัจ รัชตวัฒนกุล	78
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 14	เบญญาภา แสงแพร จินตนา อาจหาญ พัทธธีรา จิรอุดมสาโรจน์	88

การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมของบุคลากรใน โรงพยาบาล	ณัฐชญา พิมพากรณ์ รัชเมธี รัชตวัฒนกุล เอกชัย แสงสว่าง	96
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงานกับความสุข ในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต	ณัฐชญา พิมพากรณ์ เพียร โตท่าโรง	102
ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกซ์ของประชาชน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	พรทิพย์ อุดมศักดิ์ ทิพมาศ รัตนพิทักษ์	109
ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของ ประชาชน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	นงลักษณ์ ทองขวัญ ปุณิกา โทพิลา	118
ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ใน โทรศัพท์ของผู้บริโภคใน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	ปุณิกา โทพิลา ทศวรรษ มหาเรือนขวัญ	125
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีน บุรี กรุงเทพมหานคร	ทิพมาศ รัตนพิทักษ์ วีรุช รักเที่ยง	131
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของ ประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร	ปุณิกา โทพิลา ธิดาวลัย สร้างธรรม	145
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขต กรุงเทพมหานคร	นราวดี สมชาติ กนกวรรณ บุรณะกิติ ดร.ฉันทลักษณ์ อีสวัสดิ์	152
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการ จัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง	นราวดี สมชาติ พีร์ภูมิ รุ่งเรือง พิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย	158
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านอาหาร สไตล์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ปณิยา อินททาศ	168
ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก	สุบัต ทองอินทร์ สนใจ รัชตวัฒนกุล	174
ระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอน รายวิชาสาขาเทคโนโลยี สารสนเทศ	อนันต์พล ชื่นชม เทพพิทักษ์ อ้อมอาเทศ ชุตินา เกตุษา	180
การพัฒนาระบบอัตโนมัติเพื่อการกระจายสินค้า	พรพงศ ศิริสุขเจริญพร นิตินัย โมทนา พิชิตชัย วงหัส	185
โครงสร้างทางการเงินของบริษัทกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	วฤตดา พิพัฒน์กุล ดารารัตน สุริวงค์ ประทุม วงษ์วีระกุล	191

คุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับอัตราการจ่ายเงินปันผลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	จันรรจ์ หลงกระจ่าง กัญญาวิรั วังศ์เสื่อ ดร.วฤตดา พิพัฒน์กุล มาลี เต็มไป	200
การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนิภรณ์ คล่องแคล่ว ธีรยุทธ แสงซื่อ	211
แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน ทัศนศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนิภรณ์ คล่องแคล่ว สมศักดิ์ สุริยันอโณทัย	220
แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร ทัศนศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	รัชนิภรณ์ คล่องแคล่ว วสุ ธรรมจินดา	229
องค์ประกอบของนักบัญชียุคไทยแลนด์ 4.0	พัทธ์ธีรา จิระอุดมสาโรจน์ ศโรชา ศรีบุญ นิรัญชา ถั่วเฉลิมวงศ์ วันเพ็ญ วศินารมณ	238
แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ภณสิทธิ์ อ้นยะ	245
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง	ณัฐมล หวังเป็น ภณสิทธิ์ อ้นยะ	254
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	จตุพร ศรีผึ้ง ผศ. ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธारा ดร.ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์	261
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ	วรัญญา กวระประเสริฐ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธारा ผศ.ดร.ศศิธร งามพันธ์	266
ความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร	วชิรญาณ อ่อนฉวี ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธारा ดร.วิภา วงศ์พูลสิน	271
การศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของ เกษตรกรร้านขายยาจังหวัดกรุงเทพมหานคร	อินทิรา บาดสุวรรณ ดร.เฉลิมชัยผู้พัฒน์	275
แรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	พูนาด จารุภูมิ ผศ.วัลลภ นิมมานนท์	280
แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียน สายอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ	ณัฐวุฒิ จิตแหลม ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธारा	284

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู๊ด เดลิเวอรี่ บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร	จิระประภา รักสงบ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณชารา สุขสวัสดิ์ แซ่ลิ้ม	289
การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อ ประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม	ศิริชัย พรหมหอม เอกพันธ์ เหล่าลิ้ม	295
ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชน ของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอ สังขละบุรี จังหวัดกาญ จนบุรี	นภัสนันท์ กิตติญาจิราวัชร ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณชารา	300
ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศจังหวัด กรุงเทพมหานคร	ชนากานต์ ชงศรี ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณชารา	305
ศึกษาการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ใน เขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา	พรทิพย์ อุดมศักดิ์ ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณชารา	310
The Association between Online Buying Behavior and Online Buying Risk Before the COVID-19 situation	Wasun Khan-Am Kritiya Rangsom	315
Adoption of PromptPay Money Transfer Service Innovation and Effectiveness of Financial Transactions through PromptPay System	Pariyawit Choochoed Chatthong Nokcherdchoo	319
ระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี	ณรงค์ ลำใต้	324
Development of IoT-enabled Realtime Pill Dispenser	Chalita Ruengchuai Natcha Khanthong Naphat Keawpibal	331
ระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	ชอพียะห์ แสสาเหตุ รวยดา สาและ สุวิมล จุงจิตรี	336
ต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม : กรณีศึกษา ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง	ชาคริต ทองนวล จิราพร วิเชียรทอง เดือนเพ็ญ กชกรจารุงพงศ์ วิสิทธิ์ บุญชม	343
การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง	มุฮัมหมัดไฟซอล ดอกกอ อารีรัตน์ กาละกาญญ	348
The Development of Business Intelligence Web for Forecasting Rental Income of Suan Kwang Tung Apartment and Visualize Water and Electricity Consuming Behavior of the Tenants	Maneerat Paranan Watcharapol Prakongjai Jeerapa Petchwattananone Jintana Sangdee Sakawkarn Piyawitwanich	353
Thai Rice Cultivation Animation	Phairoj Samutrak	358

A Case Study on an Application of ICT and IoT to Promote Cultural  
Tourism of Bang Nam Phueng Floating Market Community

ความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตราย ของ  
สายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบัง จังหวัด  
กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้า  
บริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า  
ผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวก  
ซื้อ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาล เอกชน อำเภอ  
เมือง จังหวัดภูเก็ต

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท  
ธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท  
ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขต

อุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี

สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรใน

หน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ระบบสารสนเทศคลินิกการแพทย์แผนไทย คณะวิทยาการสุขภาพและการ

กีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ

Acceptance of The Concept of Green Packaging

AEC And The Replacement Thai Labour by Foreign Labour

The Conversion of Dependency and Association in UML Design Class

363

368

373

378

383

388

393

398

404

410

416

421

429

439

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยว รูปแบบบริการผู้ดูแลตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	รณกร สุริยมงคล กิ่งแก้ว เอี่ยมแฉล้ม รุ่งทิวา เสาร์สิงห์ หทัยกร พันธุ์งาม พิลาพรรณ โพธิ์นรินทร์	443
ปัจจัยแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสาย วิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	เกตุวดี อุเทน กิ่งแก้ว เอี่ยมแฉล้ม รุ่งทิวา เสาร์สิงห์ หทัยกร พันธุ์งาม พิลาพรรณ โพธิ์นรินทร์	450
การประมาณระดับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์	สมชาย ปราการเจริญ สุชาดา รัตนคงเนตร วิเชียร ศรีพระจันทร์ ธวัชชัย งามสันติวงศ์	456
คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่ สถานประกอบการต้องการ	ปิยาภา พรหมทอง สุภาวินี อินทрма	461
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของนักศึกษา ตรีศึกษา : มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง	ปณิคนันท์ ปานพลอย ศรีัญญา บวรรัตนวงศ์ ภกภัสสรณ์ แสงหิรัญ	468
The relationship of Community Characteristics of Social Commerce and Purchasing Intention of OTOP: Textile and Clothing	Sureerut Inmor Sukontip Wongpun	472
The Service Quality Factors affecting Repurchasing Decision in Food Product via Service Provider “Grab Food”	Vipaspon Thammarakkitanon Sureerut Inmor	476
การพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย	พระวุฒิไกร พิมพพันธ์ ภัสสร ปัทวงค์ นันทรัตน์ กลิ่นหอม สุธิรัช วัชรสกุลณี ณรงค์ ชวนชิต	479
เว็บไซต์เช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์ดนตรีโดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการ อิเล็กทรอนิกส์	สุดาสวรรค์ งามมงคลวงศ์ สุชาติ รมณียารักษ์ นฤทธิ์ตา สุดสงวน สุมินตรา แก่นท่าตาล	484
Business Strategy Factors Affecting Customers Satisfaction of Thai SME Export Companies	Suraporn Onputtha Metinee Rasadaraksa Chitralada Trisakhon	492

Factors Affecting Green Supply Chain Adoption in Small-Medium Enterprises with High Growth Rate in Thailand	Pornapa Peamchai Sarakul Sukortpromme Suraporn Onputtha Putthiwat Singhdong	497
Factors Affecting Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand	Atchira Tiwasing Orawee Sriboonlue Suraporn Onputtha	502
ศึกษาความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร คุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที	อุบลวรรณ ยานู ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา วิทวัส ศรีพงษ์ยิ่ง สุจิตรา ลัชชานันท์ อภิญา บุญสิทธิ์ ดร.อัศวิน เสนีชัย	507
การจัดการคลังสินค้าของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตสมุทรปราการ	หฤดี เจียมวงษ์ พิมพ์ภัทร์ สิทธิสาร อุทุมพร ชูจันทร์ ดร.อัศวิน เสนีชัย	517
การเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาสประเภท CBL ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	นริศรา สุริยะ ณัฐวดี ยิ้มละมัย ชัชชนันท์ บัวลอย ดร.อัศวิน เสนีชัย	528
ผลของการใช้อีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมืองกับนักศึกษา ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3	เฉลิมพล นุชอุดม ผกากรอง ชุตติกุลวรรณันท์	535



# โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง

## Android Application : World landmarks with Augmented Reality Technology

ภาสกร ปาละกุล

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

9 หมู่ 1 ถ.นครินทร์ ต.บางขุน อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130 โทรศัพท์ : 02-4326101

E-mail: phpala@rpu.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์สำหรับเด็กในระดับชั้นประถม 3-6 ที่เรียนวิชาสังคมศึกษาได้รู้จักการใช้แผนที่โลกผ่านเรื่องราวของสถานที่สำคัญต่าง ๆ โดยการสร้างมาร์คเกอร์ของเทคโนโลยีเสมือนจริงด้วยรูปร่างของประเทศบนแผนที่โลกขนาดมาตรฐาน โดยจะแสดงภาพสามมิติของสถานที่สำคัญของโลกขึ้นมาด้วยโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน โดยใช้โปรแกรม Unity และ Vuforia เป็นเครื่องมือในการพัฒนา แล้วทำการทดสอบความพึงพอใจโดยหาค่าเฉลี่ยของผู้ใช้โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง ด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กนักเรียนอายุระหว่าง 8-12 ปี จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า 1.การสร้างมาร์คเกอร์ด้วยรูปร่างของประเทศบนแผนที่โลกขนาดมาตรฐานนั้นยังไม่สามารถทำงานได้เพราะขนาดของมาร์คเกอร์มีทั้งประเทศที่ขนาดเล็ก และประเทศขนาดใหญ่ 2.กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของสื่อมีค่าเฉลี่ยที่ 4.63 อยู่ในเกณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจด้านภาพและเสียงมีค่าเฉลี่ยที่ 4.71 อยู่ในเกณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด และความพึงพอใจด้านเทคนิคมี

ค่าเฉลี่ยที่ 4.78 อยู่ในเกณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด รวมความพึงพอใจทั้ง 3 ด้าน มีคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.71 ซึ่งระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมีความพึงพอใจมากที่สุด

**คำสำคัญ:** โปรแกรมแอนดรอยด์ แผนที่ สถานที่สำคัญของโลก เทคโนโลยีเสมือนจริง

### Abstract

This research entitled Android Application : World landmarks with Augmented Reality Technology aims to develop android application for children in Grade 3-6 in social studies learns using the world map through stories of important places. By creating marker AR with the shape of a country on a standard size world map. It will display a 3D images of the world's landmark with smart phone and use Unity and Vuforia as development tools. And test the appropriateness of the application with a sample of 30 children aged between 8-12 years who access the suitability of the application. The results of the study found that 1. Creating a marker with the shape of a country on a standard sized world map is not yet possible because of the size of the marker, there is a small country and large countries. 2. The appropriateness of the media content has an average score of 4.63 which the satisfaction level is very good. The

appropriateness of the picture and sound has an average score of 4.71, which the satisfaction level is very good. And the appropriateness of the technical aspect has an average score of 4.78, which the satisfaction level is very good. The satisfaction in all 3 areas has an average score of 4.71 which is very good.

**Keywords:** Android Application Map World Landmark Augmented Reality

### 1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality : AR) เป็นประเภทหนึ่งของเทคโนโลยีความจริงเสมือนที่มีการนำระบบความจริงเสมือนมาผนวกกับเทคโนโลยีภาพเพื่อสร้างความประสมการณ์แปลกใหม่ให้กับผู้ใช้งาน ปัจจุบันเทคโนโลยีเสมือนจริงถูกนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจต่าง ๆ ทั้งอุตสาหกรรม การแพทย์ การตลาด การบันเทิง โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือนมาผนวกกับเทคโนโลยีภาพผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสมาร์ตโฟน เพื่อให้สื่ออื่นสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ โดยผู้ใช้จะเห็นภาพทั้งในรูปแบบ 3 มิติ มาซ้อนทับกับฉากหลังของสื่ออื่น ๆ ผ่านจอสมาร์ตโฟน ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น

โดยทั่วไปการสร้าง AR Code หรือ มาร์คเกอร์ นั้น ผู้พัฒนาส่วนมากนิยมใช้ มาร์คเกอร์ จากรูปที่สร้างขึ้นเอง หรือนำมาปรับแต่งได้เอง เพื่อให้ระบบการวิเคราะห์ภาพ (Image Analysis) ของ AR สามารถแยกความแตกต่างได้ง่าย และสามารถสืบค้นจากฐานข้อมูล (Maker Database) ได้อย่างถูกต้อง แต่ในงานวิจัยนี้จะศึกษาแนวทางการสร้าง Maker จากรูปภาพที่มีอยู่แล้ว โดยจะนำไปใช้กับภาพของแผนที่โลก เพื่อที่จะแยกความแตกต่างของแต่ละประเทศต่าง ๆ ออกจากกัน โดยใช้ลักษณะรูปทรงของแต่ละประเทศเป็น AR มาร์คเกอร์ แทนภาพที่สร้างขึ้นเองเหล่านั้น แล้วแสดงผลเป็นโมเดลของสถานที่สำคัญของประเทศนั้นขึ้นมานบนแผนที่

สื่อการสอนนั้นมีบทบาทสำคัญยิ่ง ในการจัดการเรียนการสอนซึ่งสื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติการถ่ายทอดที่ต่างกัน

ทำให้มีการใช้สื่อมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนอย่างแพร่หลาย [1] และข้อดีหลักของการนำ AR มาใช้คือเพื่อความเข้าใจที่ดีขึ้น แรงจูงใจในการเรียน มีการโต้ตอบและทำงานร่วมกันได้ [2] โดยจะนำเทคโนโลยีเสมือนจริงมาใช้ในการเรียนเนื้อหาวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 เป็นต้น จะมีเนื้อหาเรื่องแผนที่และข้อมูลทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเด็กนักเรียนต้องเรียนรู้เกี่ยวกับแผนที่ และการอ่านข้อมูลจากแผนที่ การมีสื่อที่จะช่วยให้เด็กสามารถเรียนรู้ได้ง่าย โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่น่าสนใจ โดยนำสถานที่สำคัญของโลกและเทคโนโลยีเสมือนจริงมาเป็นตัวเชื่อมเพื่อไปสู่การเรียนรู้เกี่ยวกับแผนที่โลก

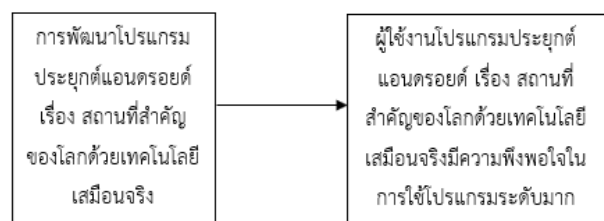
ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยใช้มาร์คเกอร์ ของประเทศต่าง ๆ บนภาพแผนที่โลกเพื่อเป็นสื่อการสอนสำหรับนักเรียนในระดับประถมศึกษาปีที่ 3-6 และเป็นนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อไป

### 2.วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในการใช้โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง

### 3. กรอบแนวคิด

ในการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดในการพัฒนาโปรแกรม

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนารุ่ง วิชาราช [1] ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องประชาคมอาเซียนด้วยเทคโนโลยีออร์สมา เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 จำนวน 31 คน โดยสร้างแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องประชาคมอาเซียน ด้วยเทคโนโลยีออร์สมา และใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

วรพงษ์ มาลัยวงศ์ และคณะ [3] ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนมัลติมีเดีย เรื่อง การนับเลข 1-20 ที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสมองเป็นฐาน โดยการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการนับเลข 1-20 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 30 คน โดยเลือกแบบเจาะจง และเครื่องมือที่ใช้คือ สื่อการเรียนการสอนมัลติมีเดีย แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และ T-test ผลการวิจัยพบว่าการจัดการเรียนการสอนโดยสื่อการเรียนมัลติมีเดียมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสมองเป็นฐาน นักเรียนที่เรียนด้วยสื่อการเรียนมัลติมีเดียมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อสื่อการเรียนการสอนมัลติมีเดีย เรื่อง การนับเลข 1-20 ในระดับดีมาก

ณัฐฐ์ ดิษเจริญ และอนุพงษ์ รัฎฐิรมย์ [4] ได้เขียนบทความเรื่องการพัฒนาหนังสือสวนสัตว์สามมิติด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกจริงบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เพื่อนำเสนอวิธีการออกแบบและพัฒนาหนังสือสวนสัตว์แบบสามมิติด้วยเทคโนโลยีเสมือนผสมผสานโลกจริง (Augmented Reality) ที่แสดงโมเดลแอนิเมชันสามมิติของสัตว์ใน 9 ส่วนการแสดงของสวนสัตว์อุบลราชธานี และศึกษาความพึงพอใจจากผู้ใช้งานจำนวน 55 คน ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับดี โดยหนังสือสวนสัตว์

สามมิตินี้ช่วยให้จดจำสัตว์ได้ง่ายขึ้น อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งานในการศึกษาเกี่ยวกับสัตว์ได้ทุกที่ทุกเวลา และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว

อนุมาศ แสงสว่าง และ ดร. เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ [5] ได้ทำวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกจริง (Augmented Reality :AR) เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนรู้เรื่องฮาร์ดแวร์คอมพิวเตอร์ โดยใช้เทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกจริง (Augmented Reality) มาประยุกต์ในการพัฒนาระบบ โดยใช้โปรแกรม Blender ในการสร้างโมเดลสามมิติ โปรแกรม Unity 3D และ โปรแกรม Vuforia และทำการประเมินความพึงพอใจต่อระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน และอาจารย์ผู้สอน 20 คน พบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อระบบของทั้งสองกลุ่มอยู่ในระดับดีมาก สรุปได้ว่าสื่อการเรียนรู้นี้ช่วยกระตุ้นความสนใจและเพิ่มความเข้าใจให้แก่ผู้เรียน และตอบสนองการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นอย่างดี

ภาสกร ปาละกุล [6] ได้ทำวิจัยเรื่อง หนังสือนิทานพื้นบ้านเสมือนจริง เรื่อง โสนน้อยเรือนงาม โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงกับหนังสือนิทานรวมเข้าด้วยกันเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับสื่อที่เป็นหนังสือนิทานมากขึ้น โดยใช้โปรแกรม Blender, Unity 3D และ Vuforia ในการสร้างเครื่องมือ และทำการทดสอบความพึงพอใจของหนังสือนิทานพื้นบ้านเสมือนจริงด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อหนังสือนิทานพื้นบ้านเสมือนจริง เรื่อง โสนน้อยเรือนงามอยู่ในระดับดีมาก ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีคุณภาพและได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำไปใช้กับนักเรียนให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินในการเรียนรู้วิชาภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

#### 5.วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่องสถานที่สำคัญของโลก เป็นการวิจัยเชิงทดลองเพื่อพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

## 1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติดังนี้ เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญทางด้านงานเทคโนโลยีเสมือนจริง

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นกลุ่มนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-6 โรงเรียนวัดบางขนุน จำนวน 30 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

2.1 โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง

2.2 แบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง จำนวน 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) จำนวน 2 ข้อ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง

ลักษณะของแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating - Scale) ความพึงพอใจ 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับที่ 1 มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ถึง ระดับที่ 5 มีความพึงพอใจมาก

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. วิธีการดำเนินการวิจัย โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง มีวิธีการดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 กระบวนการหลัก คือ

3.1 กระบวนการในการสร้างโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง

3.1.1 ศึกษาเนื้อหาของ สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง และเลือกมา 10 ประเทศ โดยการเจาะจง

3.1.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง

3.1.3 สร้างโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยขั้นตอนนี้สิ่งที่ต้องทำคือ กำหนดวัตถุสัญลักษณ์ (Marker) การสร้างโมเดล 3 มิติที่จะเชื่อมโยงกับวัตถุสัญลักษณ์ที่กำหนด และโปรแกรมที่ใช้คือ Blender, Vuforia และ Unity 3D

3.1.4 ตรวจสอบคุณภาพของ โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

3.2 กระบวนการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยศึกษาวิธีการสร้างและสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 กระบวนการดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยแนะนำโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง ให้แก่กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนอายุระหว่าง 8 -12 ปี ที่กำลังเรียนอยู่ระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-6 โรงเรียนวัดบางขนุน จ.นนทบุรี เพื่อทำการประเมินความพึงพอใจของโปรแกรม

## 6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้ดังนี้

### 1. ผลการพัฒนา

1.1 การสร้าง AR Marker และ โมเดลสถานที่สำคัญ ในการสร้าง AR Marker นั้นผู้วิจัยจะใช้ โปรแกรมพลาสดิก แพลนที่โลก รุ่น EP-056 ของบริษัท โอเอสที โอเวอร์ซีส์ จำกัด ซึ่งเป็นภาพแผนที่โลกที่มีความถูกต้องและสามารถใช้งานได้ดีเป็นต้นแบบในการสร้าง โดยทำการคัดเลือกประเทศมาทั้งหมด 10 ประเทศ โดยการเลือกแบบเจาะจง โดยต้องมีกลุ่มประเทศครบทั้ง 5 ทวีป คือ เอเชีย แอฟริกา อเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย และในแต่ละประเทศต้องมีสถานที่สำคัญที่เป็นที่รู้จักกัน โดยทั่วไป โดยมีประเทศดังนี้

ลำดับ	ประเทศ	สถานที่สำคัญ
1	ไทย	เสาชิงช้า (Giant Swing)
2	ญี่ปุ่น	โตเกียวทาวเวอร์ (Tokyo Tower)
3	อินเดีย	ทัชมาฮาล (Taj Mahal)
4	บราซิล	รูปปั้นพระเยซู (Christ the Redeemer)
5	เม็กซิโก	ชีเชนอิตซา (Chichen Itza)
6	อเมริกา	เทพีเสรีภาพ (Statue of Liberty)
7	ฝรั่งเศส	หอคอยไอเฟล (Tour Eiffel)
8	อิตาลี	หอนอนเมืองปิซา (Leaning Tower of Pisa)
9	อียิปต์	มหาสฟิงซ์ (The Great Sphinx of Giza)
10	ออสเตรเลีย	โรงอุปรากรซิดนีย์ (Sydney Opera House)

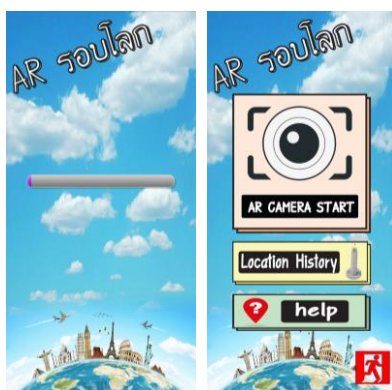
มาร์กเกอร์ AR ดังตัวอย่างภาพที่ 3 โดยจะได้ผลลัพธ์ของแต่ละประเทศ ดังตัวอย่างภาพที่ 4



ภาพที่ 3 : ตัวอย่าง Marker ของประเทศต่าง ๆ

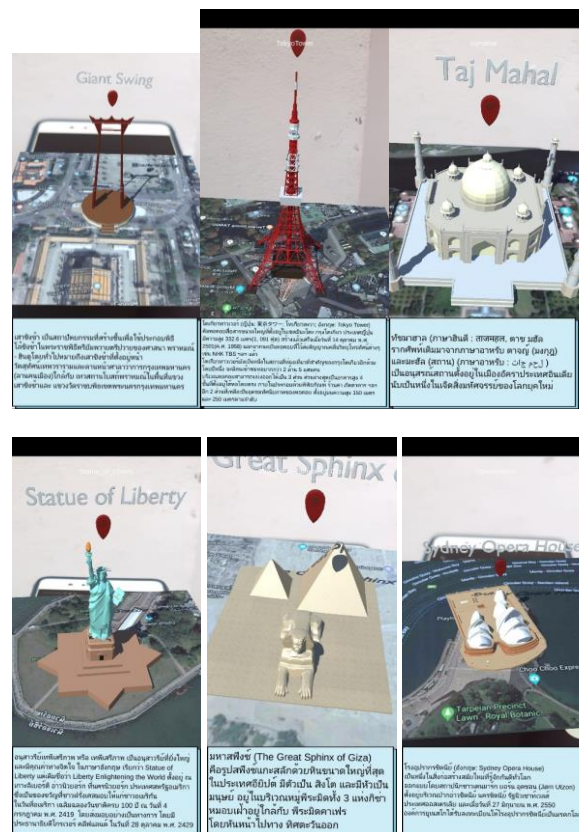
1.2 โปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง มีหน้าจการทำงานดังนี้

1.2.1 เมื่อเข้าไอคอนโปรแกรมที่ชื่อว่า AR World แล้วจะพบกับหน้าจอโหลดโปรแกรม ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 : หน้าจอหลักของ โปรแกรม

1.2.2 เมนู AR CAMERA START จะนำเข้าสู่หน้าจอของการใช้กล้องของสมาร์ตโฟนในการส่อง



ภาพที่ 4 : ภาพตัวอย่างจากการส่อง Marker

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการประเมินความพึงพอใจของโปรแกรมประยุกต์ แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยี เสมือนจริงในแต่ละด้าน แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นทำการเก็บรวบรวมคะแนนที่ได้ และนำมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเพื่อทำการจัดเรียงระดับความสำคัญจากระดับ ความสำคัญที่มากที่สุดลงมาหาระดับความสำคัญที่น้อยที่สุด แล้วทำการแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตาราง 1 : ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของสื่อ

การประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความ พึงพอใจ
1. สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.60	0.50	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของสื่อ	4.77	0.43	มากที่สุด
3. การถ่ายทอดน่าสนใจ	4.53	0.51	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.63	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้าน เนื้อหาของสื่อ พบว่ารูปแบบความเหมาะสมของสื่อมีความพึง พึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่ 4.77 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 รองลงมาคือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.60 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 และสุดท้ายการถ่ายทอด น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.53 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 และมีค่าเฉลี่ยรวมด้านเนื้อหาของสื่ออยู่ที่ 4.63 และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.48 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมากที่สุด

ตาราง 2 : ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านภาพและเสียง

การประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความ พึงพอใจ
1. การสื่อความหมาย	4.80	0.41	มากที่สุด
2. ความสวยงามของฉาก	4.73	0.45	มากที่สุด
3. ความสวยงามของโมเดล	4.77	0.43	มากที่สุด
4. เสียงประกอบชัดเจน	4.53	0.51	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.71	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านภาพ และเสียง พบว่าการสื่อความหมายความพึงพอใจมากที่สุด มี ค่าเฉลี่ยที่ 4.80 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 รองลงมาคือ ความสวยงามของตัวโมเดล มีค่าเฉลี่ยที่ 4.77 และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.43 รองลงมาคือความสวยงามของฉาก มีค่าเฉลี่ยที่ 4.73 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 และสุดท้ายเสียงประกอบ ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยที่ 4.53 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 และมี ค่าเฉลี่ยรวมด้านภาพและเสียงอยู่ที่ 4.71 และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.46 อยู่ในเกณฑ์มีความพึงพอใจมากที่สุด

ตาราง 3 : ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านเทคนิค

การประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ความ พึงพอใจ
1. ความน่าสนใจ เข้าใจง่าย	4.90	0.31	มากที่สุด
2. การนำไปใช้ได้	4.67	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.78	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้าน เทคนิค พบว่าความน่าสนใจ เข้าใจง่ายมีความพึงพอใจมาก ที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่ 4.90 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31 รองลง ไปคือความพึงพอใจในการนำไปใช้ได้ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.67 และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 และมีค่าเฉลี่ยรวมด้านเทคนิค อยู่ที่ 4.78 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 อยู่ในเกณฑ์มีความ พึงพอใจมากที่สุด

## 7. สรุปผลการวิจัย

ผลจากการทำวิจัยเรื่องโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านเนื้อหาของสื่อ พบว่าความพึงพอใจด้านเนื้อหา ของสื่อมีค่าเฉลี่ยที่ 4.63 อยู่ในเกณฑ์ที่มีความพึงพอใจมาก ที่สุด แสดงว่าผู้ตอบแบบประเมินทั้ง 30 ท่านมีความเห็นที่ สอดคล้องกัน จึงสรุปได้ว่าโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมด้าน เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีความเหมาะสม และสามารถถ่ายทอดได้น่าสนใจมากที่สุด

1.2 ด้านภาพและเสียง พบว่าความพึงพอใจด้านภาพและเสียงมีค่าเฉลี่ยที่ 4.71 อยู่ในเกณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด แสดงว่าผู้ตอบแบบประเมินทั้ง 30 ท่านมีความเห็นที่สอดคล้องกัน จึงสรุปได้ว่าโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมด้านภาพและเสียง มีการสื่อความหมายที่ดี ความสวยงามของฉากความสวยงามของโมเดล และเสียงประกอบชัดเจนมากที่สุด

1.3 ด้านเทคนิค พบว่าความพึงพอใจด้านเทคนิคมีค่าเฉลี่ยที่ 4.78 อยู่ในเกณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด แสดงว่าผู้ตอบแบบประเมินทั้ง 30 คนมีความเห็นที่สอดคล้องกัน จึงสรุปได้ว่าโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมด้านเทคนิคในเรื่องของเทคนิคมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และความเหมาะสมในการนำไปใช้งานมากที่สุด

## 8. อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์คือ มีการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลก และนำมาศึกษาความพึงพอใจต่อโปรแกรมประยุกต์โดยพบว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมประยุกต์นี้อยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเนารุ่ง วิชาราช [1] เรื่อง การพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง ประชาคมอาเซียนด้วยเทคโนโลยีออร์สม่า เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 จำนวน 31 คน และงานวิจัยของวรพงษ์ มาลัยวงศ์ และคณะ [3] เรื่อง การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนมัลติมีเดีย เรื่อง การนับเลข 1-20 ที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสมองเป็นฐาน โดยการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนมัลติมีเดีย เรื่อง การนับเลข 1-20 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 30 คน ที่มีผลความพึงพอใจของนักเรียนระดับประถมศึกษาในระดับดีมากเหมือนกัน สรุปได้ว่างานวิจัยเรื่องการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกมีความเหมาะสมในด้านเนื้อหา ด้านภาพและเสียง และด้านเทคนิค ซึ่งสามารถนำโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของ

ของโลกนี้ไปใช้ในเรียนรู้ของเด็กที่มีอายุระหว่าง 8-12 ปีที่อยู่ในระดับประถมศึกษา เพื่อความเข้าใจที่ดีขึ้น สร้างแรงจูงใจในการเรียน มีการโต้ตอบและทำงานร่วมกันได้ดี [2]

## 9. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่าการประเมินความพึงพอใจของการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์ เรื่อง สถานที่สำคัญของโลกโดยกลุ่มเด็กที่มีอายุระหว่าง 8-12 ปี จำนวน 30 คน มีผลการประเมินที่แสดงว่าโปรแกรมประยุกต์แอนดรอยด์นี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด เหมาะสมในการนำไปใช้ในการเรียนรู้ของเด็กที่มีอายุระหว่าง 8-12 ปีได้

### 2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1. ภาพประเทศบางประเทศมีขนาดใหญ่เกินไป ไม่เหมาะสมในการทำเป็นมาร์กเกอร์ จึงตัดให้แต่ละมาร์กเกอร์มีขนาดในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน

2.2. ไม่สามารถนำภาพแผนที่โลกฉบับอื่นมาใช้แทนกันได้ จำเป็นต้องใช้ภาพที่กำหนดเท่านั้น เนื่องจากลักษณะตัวอักษรก็เป็นส่วนหนึ่งของมาร์กเกอร์ด้วยซึ่งจะไม่เหมือนกัน

2.2.3 การทำวิจัยในครั้งต่อไปอาจจะต้องสร้างแผนที่ขึ้นมาเองเพื่อให้สามารถใช้เป็นมาร์กเกอร์ได้ดีขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- [1] เนารุ่ง วิชาราช, “การพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง ประชาคมอาเซียนด้วยเทคโนโลยีออร์สม่า”, รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ และนานาชาติ (Proceedings) เครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 15 วันที่ 23 กรกฎาคม 2558 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. หน้า 615-622, 2558.
- [2] Kamalika Dutta, “Augmented Reality for E-Learning” Conference: Seminar Augmented Reality, Mobile & Wearable At: RWTH Aachen, Germany Volume: Augmented Reality, Mobile & Wearable, February 2015.

- [3] วรพงษ์ มัลย์วงศ์ และคณะ, “การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนมัลติมีเดีย เรื่อง การนับเลข 1-20 ที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสมองเป็นฐาน”, รายงานสืบเนื่องโครงการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัยครั้งที่ 4” (กลุ่มการศึกษาและวัฒนธรรม) 22-24 พฤศจิกายน 2559. หน้า 87-96, 2559.
- [4] ณัฐ คิชฌเจริญ และอนุพงษ์ รัฐิรัมย์, “การพัฒนาหนังสือสวนสัตว์สามมิติด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกจริงบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์”, วารสารหน่วยวิจัยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 77-87, 2559.
- [5] อนุมาศ แสงสว่าง และ ดร. เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ, “การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกจริง (Augmented Reality :AR) เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนรู้อิงเรื่องฮาร์ดแวร์คอมพิวเตอร์”, รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติด้านนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้และสิ่งประดิษฐ์ 2560, 4 เมษายน 2560 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2560.
- [6] ภาสกร ปาละกุล, “หนังสือนิทานพื้นบ้านเสมือนจริง เรื่อง โสนน้อยเรือนงาม”, รายงานสืบเนื่องในการประชุมวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 10, 22 พฤษภาคม 2563 มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, 2563.



ระบบ IoT เพื่อตรวจสอบการเข้าเรียนและการเข้าสอบโดยใช้ GPS และ การจดจำใบหน้า  
An IoT Based Attendance System for Class Room and Examination using GPS  
and Face Recognition

พีรพัฒน์ สีดา<sup>1</sup>, ธนาธร หมัดมอญ<sup>2</sup>, วิภา ชนานันท์<sup>3</sup>

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม  
วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารอด

58 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทร. 0-2692-2360-4

E-mail: peerapat.see@cpc.ac.th<sup>1</sup>, tanatorm.mad@cpc.ac.th<sup>2</sup>, vipa@cpc.ac.th<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การตรวจสอบการเข้าเรียนหรือการเช็คชื่อมีความจำเป็นสำหรับอาจารย์ผู้สอน และนักศึกษา เพื่อให้สามารถตรวจสอบจำนวนการมาเรียน การขาดเรียนของนักศึกษา และนำไปประเมิน ให้คะแนน หรือเป็นสิ่งช่วยตัดสินใจในการตัดเกรด โดยแต่เดิมนั้น การตรวจสอบการเข้าเรียนหรือการเช็คชื่อใช้วิธีการเรียกชื่อของนักศึกษาทีละคน ซึ่งใช้เวลาในการตรวจสอบการเข้าเรียนค่อนข้างนาน และการตรวจสอบการเข้าสอบเพื่อพิสูจน์ตัวตนในการเข้าสอบ อาจารย์ผู้คุมสอบเดินตรวจบัตรนักศึกษาทีละคน ซึ่งใช้เวลาในการตรวจสอบการเข้าสอบค่อนข้างนาน ทางผู้จัดทำขอเสนอระบบ IoT ในการตรวจสอบการเข้าเรียนและการเข้าสอบ ที่ราคาถูกและประหยัดพลังงาน ระบบนี้ประกอบด้วยบอร์ด ESPIno32cam สำหรับสแกนใบหน้าเพื่อยืนยันตัวตนในการเข้าสอบ และ แอนดรอยด์แอปพลิเคชัน ที่สามารถยืนยันการเข้าเรียนของนักศึกษาโดยใช้เทคโนโลยี GPS แอปพลิเคชันสามารถดูผลของการเข้าเรียนและการเข้าสอบ และรายละเอียดเกี่ยวกับการเรียนการสอนเช่น รายชื่อผู้สอน รายวิชาที่สอน โดยข้อมูลเหล่านี้ถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูล firebase

คำสำคัญ: ระบบ IoT เรียลไทม์, ระบบตรวจสอบการเข้าเรียน, ระบบตรวจสอบการเข้าสอบ, การตรวจจับและการจดจำใบหน้า

### Abstract

Attendance system for class room and examination is necessary for teachers and students. They can automatically see the number of attendances and absences in class and examination. Teachers can use it to evaluate student's grades. Originally the attendance is performed by calling out the names or checking ID card one by one that takes a long time to verify the attendance. The authors propose an IoT based attendance system for class room and examination that low cost and energy efficient. This system consists of an ESPIno32cam board for scanning faces to verify identity in the exam and android application. The application can confirm the student's attendance using GPS technology. It can view the results of attendance in the class room and exam and details about teaching such as list of teachers, courses. These data are stored in the firebase database.

Keywords: IoT realtime system, Class attendance system, Exam attendance system, Face detection and recognition

## 1. คำนำ

ในปัจจุบันในการเรียนทุกวิชา จะมีการตรวจสอบ การเข้าเรียนของนักศึกษาเพื่อเป็นการเก็บคะแนนเข้าเรียน โดยวิธีการตรวจการเข้าเรียนแบบดั้งเดิม อาจารย์ใช้รูปแบบ ตรวจสอบการเข้าเรียนของนักศึกษาโดยการขานชื่อ แต่ละ สถาบันการศึกษามีจำนวนนักศึกษาที่ไม่เท่ากัน ซึ่งบาง สถาบันการศึกษามีนักศึกษาจำนวนมาก จึงทำให้การ ตรวจสอบการเข้าเรียนในรูปแบบเดิมจะต้องใช้เวลามาก การ และในการสอบต้องใช้บัตรเข้าห้องสอบหรือบัตรนักศึกษา เพื่อยืนยันตัวตนในการสอบ ซึ่งในกรณีที่นักศึกษาลืมบัตรเข้า ห้องสอบหรือบัตรนักศึกษา จะไม่สามารถเข้าห้องสอบได้ เนื่องจากไม่สามารถยืนยันตัวตนว่ามีสิทธิ์ในการสอบ จึงต้อง ไปดำเนินการที่ศูนย์กลางคุมสอบเพื่อออกบัตรเข้าสอบแบบ ชั่วคราวมาใช้เพื่อมายืนยันตัวตนในการเข้าสอบ ซึ่งขั้นตอน ดังกล่าวใช้เวลาในการดำเนินการค่อนข้างมาก ทำให้นักศึกษา มีเวลาในการสอบลดลง

ทางผู้จัดทำได้เห็นถึงปัญหาข้างต้นจึงมีความคิดที่จะพัฒนา ระบบตรวจสอบการเข้าเรียนและการสอบที่ราคาถูกและ ประหยัดพลังงาน ระบบนี้มีบอร์ด ESPIno32cam สำหรับ สแกนใบหน้าเพื่อยืนยันตัวตน และแอนดรอยด์แอปพลิเคชันที่ แบ่งการตรวจสอบออกเป็น 2 ส่วน 1. การตรวจสอบการเข้า เรียน สามารถทำได้ 2 วิธี วิธีแรกเป็นการหาค่าพิกัดตำแหน่ง ที่ตั้ง ละติจูด ลองจิจูด บนแอปพลิเคชันของอาจารย์และ นักศึกษา ถ้าอยู่ในระยะที่ใกล้กันตามที่กำหนดไว้ซึ่งแสดงว่า ทั้งคู่อยู่ภายในห้องเดียวกัน แสดงว่ายืนยันตัวตน สำเร็จ หลังจากนั้นแสดงข้อมูลการเข้าเรียนของนักศึกษา วิธีที่สอง เป็นเป็นวิธีสำรองไว้ใช้เมื่อวิธีแรกมีปัญหาในเรื่อง GPS วิธีนี้ เป็นการยืนยันตัวตน การเข้าเรียนด้วยการที่อาจารย์กดปุ่ม ยืนยันตัวตนของนักศึกษา โดยตรงในแอปพลิเคชัน 2. การ ตรวจสอบการเข้าห้องสอบด้วย การสแกนใบหน้าของบอร์ด ESPIno32cam เพื่อเปรียบเทียบใบหน้าของผู้ที่สแกน กับ ใบหน้าที่ถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลในบอร์ด ถ้าใบหน้าตรงกัน แสดงว่ายืนยันตัวตนสำเร็จและหลังจากนั้นแสดงข้อมูลการเข้า สอบของนักศึกษา วิธีนี้ทำให้การตรวจสอบการเข้าสอบของ

อาจารย์ทำได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้นและสามารถยืนยัน ตัวคนที่แท้จริงของผู้เข้าสอบได้

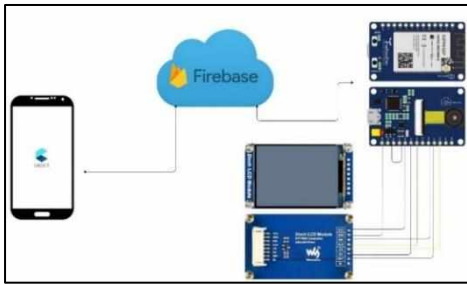
## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีการวิจัยมากมายเกี่ยวกับระบบตรวจสอบการเข้าเรียนที่ใช้ เทคโนโลยี IoT Madhu [1] เสนอระบบการจัดการการเข้าร่วม ชั้นเรียนที่ใช้ IoT Raspberry Pi 3 และ เทคโนโลยี RFID นักศึกษาและ RFID card เพื่อยืนยันการเข้าเรียนและสามารถดู ผลของการเข้าเรียนและรายละเอียดเกี่ยวกับการเรียนการสอน ได้ Sahu [2] เสนอแอนดรอยด์แอปพลิเคชันในการตรวจสอบ การเข้าเรียนหรือการเข้าทำงานโดยการสแกนใบหน้าในการ ยืนยันตัวตน และใช้ GPS ของโทรศัพท์มือถือในการบอก ตำแหน่งของผู้เข้าร่วมเพื่อเปรียบเทียบกับตำแหน่งของสถานที่ เรียนหรือสถานที่ทำงาน Pratama [3] เสนอระบบการเข้าออก งานของพนักงานโดยใช้ NODEMCU ESP8266 และยืนยัน ตัวตนโดยการสแกนนิ้วมือ และเก็บข้อมูลการเข้าออกงานใน MySQL database Jain[4] เสนอระบบตรวจสอบการเข้าเรียนที่ ใช้ IoT และการสแกนนิ้วมือ จากนั้นข้อมูลถูกจัดเก็บบน คลาวด์ Turkane [5] เสนอระบบตรวจสอบการเข้าเรียนที่ใช้ IoT Raspberry Pi และเทคนิคการตรวจจับและจดจำใบหน้า มี แอนดรอยด์แอปพลิเคชัน ช่วยให้นักเรียนสามารถดูการเข้า เรียนได้ทุกที่ทุกเวลา Varun [6] เสนอระบบตรวจสอบการเข้า เรียน โดยใช้ Raspberry Pi และยืนยันการเข้าเรียนโดยใช้ ใบหน้า และมีระบบสำรองโดยใช้นิ้วมือ หลังจากบันทึกการ เข้าร่วมชั้นเรียนแล้วระบบจะส่งข้อมูลไปยังฐานข้อมูล Firebase แบบเรียลไทม์ และสามารถดึงข้อมูลนี้ได้จาก Web Application

การยืนยันตัวตนในการเข้าร่วมชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยี RFID ไม่สามารถทำให้มั่นใจได้ว่าผู้ถือ RFID card จะเป็น เจ้าของ card จริงๆ อาจเป็นของคนอื่นซึ่งทำให้ไม่สามารถ ยืนยันตัวตนได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ ส่วนการยืนยันตัวตน โดยใช้ลายนิ้วมือ มีข้อเสียคือเมื่อนิ้วสกปรกหรือเปียกจะทำให้ เกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย และการยืนยันตัวตนต้องใช้นิ้วมือ สัมผัสกับที่สแกนนิ้วมือ ซึ่งอาจทำให้ติดเชื้อโรคได้ เช่น โควิด ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงขอเสนอระบบตรวจสอบการเข้าร่วมชั้น เรียน โดยใช้ใบหน้าในการยืนยันตัวตน ระบบที่นำเสนอส่วน

ใหญ่ดังกล่าวข้างต้นใช้ Raspberry-pi เป็นส่วนประกอบในระบบเพื่อรองรับการทำงานของการทำงานจดจำใบหน้า เนื่องจากการจดจำใบหน้า ต้องการอุปกรณ์ที่มีการประมวลผลสูง ซึ่ง Raspberry-pi เป็นไมโครโปรเซสเซอร์ที่มีความสามารถเกือบเท่าคอมพิวเตอร์ จึงมีราคาแพง และไม่ประหยัดพลังงาน เหมือนกับไมโครคอนโทรลเลอร์ ทางผู้จัดทำขอเสนอระบบการเข้าร่วมชั้นเรียนที่ราคาถูกและประหยัดพลังงาน ซึ่งประกอบด้วย ไมโครคอนโทรลเลอร์ ESPIno32CAM และ MTMN โมเดล [7] และ FRMN โมเดล [8] ในการตรวจจับและจดจำใบหน้า

### 3. ระบบตรวจสอบการเข้าเรียนและการเข้าสอบ



ภาพที่ 1 : แผนภาพวงจรการทำงานของระบบ

การทำงานของระบบแบ่งออกเป็นสองส่วน ดังภาพที่ 1 ส่วนที่ 1 แอปพลิเคชันตรวจสอบการเข้าเรียน ด้วยวิธีการหาค่าพิกัดตำแหน่งที่ตั้ง ละติจูด ลองจิจูด บนแอปพลิเคชันของส่วนที่ 2 การตรวจสอบการเข้าสอบด้วย Board ESPIno32cam ด้วย วิธีการตรวจหาพิกัดของใบหน้าและจดจำใบหน้า ความสามารถนี้จะตรวจใบหน้าของนักศึกษาที่บันทึกไว้ในฐานข้อมูล

#### 3.1 ฮาร์ดแวร์

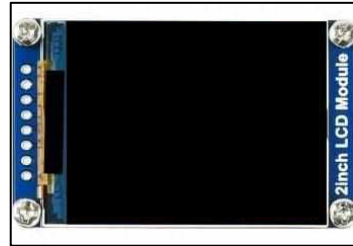
##### 3.1.1 ESPIno32CAM



ภาพที่ 2 : ESPIno32CAM

ESPIno32CAM [9] คือ บอร์ดใช้ ESP32 ร่วมกับกล้อง OV2640 ตัวบอร์ดยังมีความสามารถ จดจำใบหน้าที่ถูกเพิ่มเข้ามาได้ โดยใบหน้าจะถูกเก็บไว้ใน Flash Memory ของตัวบอร์ด

##### 3.2 จอ 240 x 320 2-inch IPS SPI Display Module



ภาพที่ 3 : จอ 240 x 320 2-inch IPS SPI Display Module

จอ IPS ขนาด 2 นิ้ว ที่ความละเอียด 240 x 320 pixels จอ 240 x 320 2-inch IPS SPI Display Module [10] สำหรับใช้งานกับบอร์ดคอนโทรลเลอร์ ทำงานที่แรงดัน 3.3V เชื่อมต่อผ่านทาง SPI interface

#### 3.2 ซอฟต์แวร์

##### 3.2.1 Arduino IDE

##### 3.2.2 Android Studio

##### 3.3.3 Firebase Database

### 4. ผลการดำเนินการ

#### 4.1 ผลการดำเนินการของแอปพลิเคชันตรวจสอบการเข้าเรียน



ภาพที่ 4 : หน้าการทำงานหลักของรายวิชา

รูปภาพที่ 4 เป็นการเริ่มเช็คชื่อเข้าเรียน เมื่อผู้ใช้งานกดปุ่ม “เริ่มเช็คชื่อเข้าเรียน” ระบบจะทำการเริ่มเช็คชื่อ โดยการระบุ

ตำแหน่ง GPS ของโทรศัพท์มือถือ และนับเวลาถอยหลัง 10 วินาที เมื่อสิ้นสุดการเช็คชื่อโดยการระบุตำแหน่งและนับเวลาถอย และนักศึกษากดปุ่ม “เช็คชื่อเข้าเรียน” หลังตรวจสอบการเข้าเรียนเรียบร้อยแล้ว มีนักศึกษามาสาย อาจารย์สามารถกดที่รายชื่อนักศึกษา เพื่อเช็คสายให้กับนักศึกษา หลัง ระบบจะแสดงปุ่ม “แสดงรายชื่อนักศึกษาเข้าเรียน”

รายชื่อนักศึกษาที่เข้าเรียนและขาดเรียน		
	พิรพัฒน์ สีดา	เข้าเรียน
	ศักรเดช ตั้งใจเรียน	มาสาย
	ณรรณ หน่อมอญ	ขาดเรียน

ภาพที่ 5 : หน้ารายชื่อนักศึกษาเข้าเรียนและขาดเรียน

ผู้จัดทำได้ทำการทดลองแอปพลิเคชันในการตรวจสอบการเข้าเรียน ตามฟังก์ชันหน้าที่การทำงานหลังจากที่นักศึกษาได้ทำการเช็คชื่อเข้าเรียนดังนี้ 1. รายชื่อนักศึกษาเข้าเรียน 2. รายชื่อนักศึกษาขาดเรียน 3. รายชื่อนักศึกษามาสาย โดยที่ได้ทำการทดลองใน 20 วิชาเรียน โดยในแต่ละวิชาเรียนมีนักศึกษา 20 คน

ตารางที่ 1 : ผลการทดลองตามฟังก์ชันหน้าที่การทำงานในการตรวจสอบการเข้าเรียน

ฟังก์ชันหน้าที่การทำงาน	อัตราของผลสำเร็จที่สามารถแสดงรายชื่อได้ถูกต้อง (%)
1. รายชื่อนักศึกษาเข้าเรียน	100
2. รายชื่อนักศึกษาขาดเรียน	100
3. รายชื่อนักศึกษามาสาย	100
ค่าเฉลี่ย	100

ผลการทดลองจากตารางที่ 1 ระบุให้เห็นว่าแอปพลิเคชันในการตรวจสอบการเข้าเรียนมีอัตราของผลสำเร็จที่สามารถแสดงรายชื่อได้ถูกต้องที่ 100 %

#### 4.2 ผลการดำเนินการของแอปพลิเคชันตรวจสอบการเข้าสอบ



ภาพที่ 7 : หน้าการทำงานหลักของรายวิชา

รูปภาพที่ 7 เป็นการเริ่มสแกนใบหน้าเข้าสอบ เมื่อผู้ใช้งานกดปุ่ม “เริ่มสแกนใบหน้าเข้าสอบ”



ภาพที่ 8 : หน้าเริ่มสแกนใบหน้าเข้าสอบ

รูปที่ 8 เป็นการเริ่มการเริ่มการสแกนใบหน้าเข้าสอบ โดยนักศึกษาสแกนใบหน้าผ่านบอร์ด ESPIno32cam จากนั้นระบบตรวจสอบใบหน้า ระบบจะแสดงผลการสแกนใบหน้า ใบหน้าของนักศึกษาตรงกับในระบบจะแสดง “PASS” กรณีนักศึกษาสแกนใบหน้าไม่ตรงกับในระบบจะแสดง “NO PASS”

ผู้จัดทำได้ทำการทดลองแอปพลิเคชันในการตรวจสอบการเข้าสอบ ตามฟังก์ชันหน้าที่การทำงานหลังจากที่นักศึกษาได้ทำการสแกนใบหน้าดังนี้ 1. รายชื่อนักศึกษาเข้าสอบ 2. รายชื่อนักศึกษาขาดสอบ โดยที่ได้ทำการทดลองใน 20 วิชาที่สอบ โดยในแต่ละวิชาที่สอบมีนักศึกษา 20 คน ผลการทดลองแสดงในตารางที่ 2.

ตารางที่ 2 : ผลการทดลองตามฟังก์ชันหน้าที่การทำงานในตรวจสอบการเข้าสอบ

ฟังก์ชันหน้าที่การทำงาน	อัตราของผลสำเร็จที่สามารถแสดงรายชื่อได้ถูกต้อง (%)
1. รายชื่อนักศึกษาเข้าสอบ	96
2. รายชื่อนักศึกษาขาดสอบ	100
ค่าเฉลี่ย	98

ผลการทดลองจากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชันในการตรวจสอบการเข้าสอบมีอัตราของผลสำเร็จที่ 98 %

### 5. สรุปผลการศึกษา

ระบบการตรวจสอบการเข้าเรียนและการเข้าสอบมีอัตราของผลสำเร็จที่สามารถแสดงรายชื่อได้ถูกต้องที่ 100 % และ 98% ตามลำดับ โดยการตรวจสอบการเข้าเรียนและการเข้าสอบ มีผู้เกี่ยวข้อง 2 ส่วน คือ 1) อาจารย์ที่สามารถสร้างรายวิชา ค้นหา รายวิชา ลบรายวิชา ตรวจสอบการเข้าเรียน เช็กรายชื่อนักศึกษาเข้าเรียน เช็กรายชื่อนักศึกษาเข้าสอบ การตรวจสอบการเข้าเรียนด้วยการสแกนหน้า การตรวจสอบการเข้าสอบด้วยการสแกนหน้า การตรวจสอบการเข้าเรียนด้วยการระบุตำแหน่ง ขอรหัสผ่านใหม่ เมื่อลืมรหัสผ่าน 2) นักศึกษา สามารถเพิ่มรายวิชา เช็กรายชื่อด้วยวิธีการหาค่าพิกัดตำแหน่งที่ตั้ง เช็กรายชื่อเข้าเรียนด้วยวิธีการตรวจหาพิกัดของใบหน้า ถอนรายวิชา ขอรหัสผ่านใหม่เมื่อลืมรหัสผ่าน และเปลี่ยนรหัสผ่าน เป็นระบบที่เพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบการเข้าเรียน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่อาจารย์ผู้ใช้งาน และเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน มีการจัดการข้อมูลที่ดี ลดความผิดพลาดในการตรวจสอบการเข้าเรียน การจัดเก็บข้อมูลการเข้าเรียน การสูญหายของเอกสารบันทึกรายชื่อการเข้าเรียน

### เอกสารอ้างอิง

[1]. Sri Madhu B.M, Kavya Kanagotagi and Devansh Devansh. IoT based Automatic Attendance Management System. International Conference on Current Trends in Computer, Electrical, Electronics and Communication

(CTCEEC). pp. 83-86 September 2017.

<https://doi.org/10.1109/CTCEEC.2017.8455099>

- [2] Amit Sahu and Pallavi Vishwakarma. Daily attendance system using Android Mobile GPS and face Recognition. International Journal for Science and Advance Research In Technology (IJSART) Volume 5, issue 9, September 2019 [3] Nesha Putri Pratama, Agung Triayudi and Deny Hidayatulloh. Design-Based Fingerprint Time Attendance System Using IOT With MCU Node ESP8266. Jurnal Mantik. Volume 3 Number 4, February 2020, pp. 222-228
- [4] Tripti Jain, Urvashi Tomar, Umang Arora, and Swati Jain. IoT Based Biometric Attendance System. International Journal of Electrical Engineering & Technology (IJEET) Volume 11, Issue 2, March-April 2020, pp. 156-161
- [5] S. M. Turkane, Jayashri A. Waghe, C.B.Kadu, P.S.Vikhe. Iot Based Attendance Management System With High Security. International Journal Of Scientific & Technology Research. volume 8, issue 12, December 2019
- [6] Panditpautra Varun, Goswami Adrija, Khavare Aishwarya, and Ambadekar, Sarita, Biometric Attendance Management System Using Raspberry Pi (April 8, 2019). 2nd International Conference on Advances in Science & Technology (ICAST) 2019
- [7] Yuan Jiong and Ye Hang Yang . 2020. Retrieved Jan 18, 2021
- [8] Yuan Jiong and Ye Hang Yang . 2020. Retrieved Jan 18, 2021
- [9] Thaieasyelec. (2564). ESPIno32CAM - ESP32 WiFi BLE with camera. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564 , จาก <https://bit.ly/30VZBCe>
- [10] Thaieasyelec. (2564). จอ 240 x 320 2-inch IPS SPI Display Module[10]. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564 , จาก <https://bit.ly/2LQLywt>

# ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบล

## ลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

### KNOWLEDG UNDERSTANDING AND FACTORS OF POLITICAL PARTICIPATION OF LAM SAI SUBDISTRICT MUNICIPALITY, LAM LUK KA DISTRICT, PATHUMTHANI PROVINCE

เฉลิมพล นุษอุดม<sup>1</sup>, สุวัจ ราชวัตตนกุล<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ E-mail: chaleampol@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจและปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในแต่ละด้านและเปรียบเทียบประชาชนที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการมีส่วนร่วมทางการเมือง วิจัยดำเนินงานวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้จำนวนประชาชน คือ 365 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบทดสอบและแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบข้อมูลใช้ T-test และ One way Anova ผลการวิจัยพบว่า

1. ความรู้ความเข้าใจต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการไปร่วมฟังการปราศรัยหรือฟังนโยบายของนักการเมือง อยู่ในระดับมาก

3. เปรียบเทียบประชาชนที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

คำสำคัญ : ความรู้ความเข้าใจ การมีส่วนร่วม

#### Abstract

The purposes of the research were to investigate knowledge and other factors affecting political participation of the people in lam sai subdistrict municipality, lam sai district, pathumthani province, and to compare the opinions of people with different characteristics toward the factors affecting participation. The sample group consisted of 365 people from lam sai subdistrict municipality. The research instruments were a test on politics and a 5-point rating scale questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way ANOVA. The results were as follows:

1. Regarding the knowledge of political participation of the people in lam sai subdistrict municipality, lam sai district, pathumthani province, in general it was found to be at a moderate level

2. Regarding the factors affecting political participation of the people in lam sai subdistrict municipality in general, it was found to be at a moderate level. When considering each aspect separately it was also found to be at a moderate level.

3. When comparing the opinions of the people with different characteristics toward the factors affecting peoples' participation there was no significant difference.

Keywords: Knowledge, participation

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยมีการจัดระเบียบราชการบริหารแผ่นดินออกเป็น 3 ประเภท อันได้แก่ การบริหารราชการส่วนกลาง (แบบรวมอำนาจ) หมายความว่ารวมถึงราชการชนิดต่าง ๆ ที่ฝ่ายปกครองจัดทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนทั่วทั้งอาณาเขตของประเทศ เช่น การรักษาความสงบภายใน การป้องกันประเทศ การเกษตร การคมนาคม การคลัง เป็นต้น องค์การที่จัดทำราชการบริหารส่วนกลาง ได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม และทบวงการเมืองที่ส่วนกลางเรียกชื่อเป็นอย่างอื่น ซึ่งตั้งอยู่ในนครหลวงและมีอำนาจหน้าที่จัดทำราชการในอำนาจหน้าที่ของตนตลอดทั้งประเทศ ราชการบริหารส่วนภูมิภาค (แบบแบ่งอำนาจ) หมายความว่ารวมถึงราชการของกระทรวง ทบวง กรม อันเป็นองค์การของราชการบริหารส่วนกลาง ที่ได้แบ่งแยกออกไปจัดทำตามเขตการปกครองต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชนในเขตการปกครองนั้น ๆ โดยมีเจ้าหน้าที่ของราชการบริหารส่วนกลาง ซึ่งสังกัดในกระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ ออกไปประจำตามเขตการปกครองนั้น ๆ เพื่อบริหารราชการภายใต้การบังคับบัญชาของราชการบริหารส่วนกลาง ราชการบริหารส่วนภูมิภาคของประเทศไทยในเวลานี้ ได้แก่ ราชการของจังหวัด

อำเภอ รวมตลอดถึงกิ่งอำเภอ ตำบลและหมู่บ้าน โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นหัวหน้าในส่วนภูมิภาค ราชการบริหารส่วนท้องถิ่น (แบบกระจายอำนาจ) หมายความว่ารวมถึงราชการบางอย่างที่รัฐมอบหมายให้องค์กรปกครองท้องถิ่นจัดทำเอง เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชนเฉพาะที่ในเขตท้องถิ่นนั้น โดยมีเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองท้องถิ่นนั้นเอง ซึ่งตามหลักมิใช่เจ้าหน้าที่ของราชการบริหารส่วนกลาง เป็นผู้บริหารกิจการส่วนท้องถิ่น ด้วยงบประมาณขององค์กรปกครองท้องถิ่นนั้น ๆ องค์กรปกครองท้องถิ่นของประ ซึ่งเป็นการบริหารราชการในส่วนกลาง การบริหารราชการแผ่นดินแบบภูมิภาค ซึ่งเป็นการบริหารราชการไทยในเวลานี้ ได้แก่ องค์การบริหาร

ส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา (วีระชัย เองษฎีกุล, 2550 : 1)

การบริหารราชการส่วนท้องถิ่นเป็นการปกครองตนเองนับเป็นสิทธิพื้นฐานของประชาชนในระบอบการเมืองการปกครองแบบประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นรูปแบบที่แสดงออกซึ่งสิทธิเสรีภาพของประชาชน ในการกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตของตนเอง และเป็นช่องทางสำคัญในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ซึ่งการจัดการปกครองตนเองของหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีความสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการปกครองตนเองของประชาชน การพัฒนาเศรษฐกิจสังคมของท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาลที่มีอยู่อย่างกว้างขวางและไม่อาจตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึงและการปกครองส่วนท้องถิ่นยังเป็นแหล่งสร้างหรือผลิตผู้นำทางการเมืองการบริหารของประเทศในอนาคต (สาลินี อ่อนวงษ์, 2551 : 1)

เทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง ได้แก่ การจัดแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง การส่งเสริมประชาธิปไตย ความเสมอภาค และสิทธิเสรีภาพของประชาชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของราษฎรในการพัฒนาท้องถิ่นซึ่งอำนาจหน้าที่ของเทศบาลต้องดำเนินการตามแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นเมื่อการบริหารจัดการท้องถิ่นเป็นหน้าที่หลักของประชาชนในท้องถิ่นนั้น การเข้ามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นย่อมมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ประชาชนในท้องถิ่นต้องมีความรู้ความเข้าใจในการปกครองท้องถิ่นและการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ด้านการสิทธิในการปกครองท้องถิ่น ความรู้ความเข้าใจในการกระจายอำนาจ และด้านการมีส่วนร่วม

ร่วมทางการปกครองและการเสีสิทธิทางการเมือง ในกรณี  
 ไม่มีส่วนร่วมทางการเมือง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจใน  
 การศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมทาง  
 เมืองของประชาชนเขตเทศบาลตำบลลำไทร และอีก  
 ประการต้องการทราบถึงปัจจัยในการมีส่วนร่วมทาง  
 เมืองของประชาชนเขตเทศบาลตำบลลำไทร ในแต่ละด้าน  
 อยู่ในระดับใด เพื่อจะได้นำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาให้  
 บรรลุเป้าหมายที่รัฐกำหนดไว้และประชาชนต้องการอย่าง  
 แท้จริง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

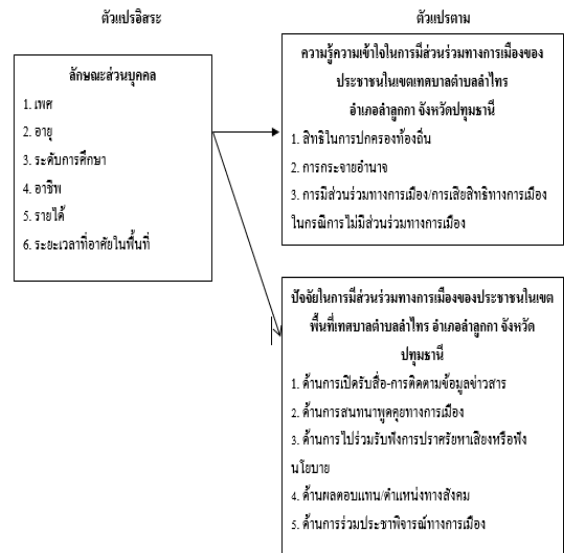
1. เพื่อศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจต่อการมีส่วนร่วม  
 ร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบล  
 ลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมือง  
 ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา  
 จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบประชาชนที่มีลักษณะส่วน  
 บุคคลต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการมีส่วนร่วม  
 ทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร  
 อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงระดับความรู้ความเข้าใจในการมี  
 ส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบล  
 ลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. ทำให้ทราบว่ามิระดับในการมีส่วนร่วมทางการเมือง  
 เมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูก  
 กา จังหวัดปทุมธานี
3. เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วน  
 ร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบล  
 ลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี และเป็นแนวทางหลัก  
 ในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมทาง  
 เมืองของประชาชน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎี  
 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดเป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มี  
 รายชื่อในบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลตำบล  
 ลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป  
 มีจำนวนทั้งหมด 3,106 คน การวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่าง  
 ทั้งสิ้น 365 คน

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยสถิติ  
 เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และเชิงอ้างอิง  
 (Inferential Statistic) ดังนี้

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าร้อยละ (Percentage)  
 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 (Standard Deviation) ใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไป  
 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ  
 รายได้ และระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่



## 2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic)

สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ ค่า t-test และ One Way Anova โดย t-test ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีตัวแปร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรเพศ ส่วนสถิติ One Way Anova ใช้ในการทดสอบ คือ ตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่

### ผลการวิจัย

#### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 เพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง อายุ 35-60 ปีบริบูรณ์ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 50.95 อายุ 18-35 ปีบริบูรณ์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 39.45 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือประกาศนียบัตร หรือเทียบเท่า จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 มีระดับการศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 21.37 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 1-5 จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.34 มีระดับการศึกษาประกาศนียบัตรชั้นสูงหรือเทียบเท่า จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.24 และมีระดับการศึกษา สูงกว่า ปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ประกอบอาชีพ เกษตรกรมากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70 ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานจ้างของรัฐ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.71 ประกอบอาชีพ เจ้าของบริษัท/ห้างร้าน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.14 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.94 และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท/เดือน สูงสุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน

จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 23.56 รายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.28 และรายได้ 20,001-30,000 บาท/เดือน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.16 ส่วนระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่สูงสุด 16 ปีขึ้นไป จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 66.02 ระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ 11-15 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ 5-10 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.13 และระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

2. ระดับความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ระดับปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วมทางการเมือง อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยด้านการไปร่วมรับฟังการปราศรัยหรือฟังนโยบายของนักการเมือง อยู่ในระดับมากรองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการรับฟังสื่อ/การติดตามข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านการร่วมประชาพิจารณ์ทางการเมือง ปัจจัยด้านการได้รับตำแหน่งและคำตอบแทน และ ปัจจัยด้านการสนทนาพูดคุยทางการเมือง ตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบประชาชนที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ พบว่าไม่แตกต่างกัน

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลากลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีเพียงร้อยละ 21.10 และ 2.20 ซึ่งเป็นไปตามที่ Milbrath และ Goel (เทวินทร์ ตติยรัตน์ 2533: 41) พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีความรู้ความเข้าใจด้านการเมืองและมีแนวโน้มที่จะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองสูงขึ้น และ Milbrath ยังพบอีกว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบต่อไปนี้คือ กิจกรรมการ

รณรงค์หาเสียง การมีส่วนร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับการสื่อข่าวสาร และประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทรที่มีความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท/เดือน ร้อยละ 40.00 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่มีอาชีพเป็นเกษตรกรที่ต้องประกอบอาชีพเพื่อหารายได้เลี้ยงครอบครัวจึงไม่สนใจแสวงหาความรู้ทางการเมืองเท่าที่ควร ซึ่งอยู่ในความต้องการระดับที่ 1 ตามทฤษฎีลำดับความต้องการของ มาสโลว์ (จุมพล นิมิพานิช 2545 : 53-57) ที่ว่าบุคคลมีความต้องการด้านกายภาพ (Physiological Needs) หมายถึง ความต้องการในสิ่งจำเป็นพื้นฐาน ได้แก่ อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัย 4 ที่เราจำเป็นต้องมี ได้แก่ อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค จึงจะแสวงหาความต้องการขั้นต่อไป และสอดคล้องกับวิจัยของ จรรย์ จงสวัสดิ์ (2533: 173 – 176) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องแบบแผนการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในการปกครองท้องถิ่นรูปแบบสุขาภิบาล : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประชาชนในเขตสุขาภิบาลที่ประธานกรรมการสุขาภิบาลมาจากการเลือกตั้งและประธานกรรมการ โดยตำแหน่งผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีรายได้สูงมีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง และเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นอันดับสองรองจากปัจจัยด้านการศึกษา

2. ปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำไทร อำเภอลากลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม ปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วมทางการเมือง อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อ

2.1 ด้านการรับฟังสื่อ/การติดตามข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมในภาพรวมปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าพื้นที่เทศบาลตำบลลำไทร ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้านทุกชุมชนมีหอกระจายข่าวที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลทุกหมู่บ้านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองและการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นต้น สอดคล้องกับณรงค์ เชื้อบัวเย็น (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์

2.2 ด้านการสนทนาพูดคุยทางการเมือง ในภาพรวมปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วมทางการเมือง อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสิทธิ์ ชันติกุล (2553) ศึกษา ทักษะทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของประชาชน 44 ชุมชนเขตคูสิต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนเขตคูสิต กรุงเทพมหานครมีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ระดับต่ำ ได้แก่ ด้านการชุมนุมทางการเมือง ด้านการติดต่อกับนักการเมือง และด้านเข้าร่วมทำกิจกรรมทางการเมืองกับพรรคการเมืองและกลุ่มการเมืองต่างๆ

2.3 ด้านการได้รับตำแหน่งและค่าตอบแทน ในภาพรวมในภาพรวมปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งวรทัศน์ วานิชองกูร (2534: 35 - 36) ได้ศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มจะเป็นตัวแปรที่สำคัญในการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง ผู้ที่เป็นสมาชิกองค์การหรือชุมชนจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

2.4 ด้านการไปร่วมรับฟังการปราศรัยหรือฟังนโยบายของนักการเมือง ในภาพรวมในภาพรวมปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วมทางการเมือง อยู่ในระดับมาก เกี่ยวกับปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในเขตเทศบาลตำบลไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี รองลงมา อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์สิน อุดมวิทย์ไพศาล (2561) ศึกษา กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน ผลการศึกษาพบว่า การสังเกตการณ์ทางการเมือง เช่น การติดตามข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การติดตามนโยบายของพรรคการเมือง ระดับชาติและระดับท้องถิ่น การติดตามผลการดำเนินการของรัฐบาลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โครงการรถไฟฟ้ามหานคร หรือ แก้วไข ปัญหาราคาสินค้าแพง ฯลฯ การติดตามข่าวสารพฤติกรรมของนักการเมือง เช่น มีการทุจริตคอร์รัปชัน การสนทนาหรือแสดงความคิดเห็นทางการเมืองกับบุคคลในครอบครัว เพื่อน หรือ บุคคลอื่น (2) การมีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเลือกตั้งทางการเมือง การไปใช้สิทธิในการเลือกตั้ง การชักชวนบุคคลอื่นไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติการเข้าร่วมฟังการปราศรัยของ ผู้สมัคร รับเลือกตั้งทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพื่อกระตุ้นให้ผู้อื่นไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติและ (3) การเข้าเป็นหุ้นส่วนทางการเมือง เช่น การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางในการพัฒนาประเทศ กับ นักการเมือง การยื่นข้อเรียกร้องความต้องการในการแก้ปัญหาต่าง ๆ กับนักการเมือง การร่วมประชุมทางการเมืองของพรรค การเมืองและกลุ่มทางการเมือง การร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือการดำเนินงานของนักการเมืองในระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติในการดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล เช่น โครงการกองทุนหมู่บ้าน ฯลฯ การชุมนุมประท้วงเพื่อเรียกร้องความต้องการบางสิ่งบางอย่างผ่านนักการเมือง

2.5 ด้านการรวมประชาพิจารณ์ทางการเมือง ในภาพรวมในภาพรวมปัจจัยที่มีผลในการมีส่วนร่วม

ทางการเมือง อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จาตุร อภิชาติบุตร(2549) ศึกษา หลักประชาธิปไตย : การมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการศึกษาพบว่า ต้องเข้าใจรูปแบบและวิธีการเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ชัดเจน เนื่องจากคำศัพท์ต่าง ๆ ที่ใช้ในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนมีหลายคำ ซึ่งคำเหล่านั้น มีความหมายบ่งบอกถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนแตกต่างกันไป เช่น การรับฟัง ความคิดเห็นของประชาชน (Public Hearing) การประชาพิจารณ์ (Public Opinion) การลงประชามติ (Referendum) เป็นต้น ซึ่งรูปแบบและวิธีการในแต่ละกระบวนการ รวมถึง ผลลัพธ์ที่ได้ก็มีความแตกต่างกัน อาทิ การลงประชามติ (Referendum) จัดเป็นกระบวนการหนึ่ง ของการมีส่วนร่วมของประชาชน การลงประชามติไม่ต้องการความเห็นของประชาชนว่ามีความเห็น เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ อย่างไร แต่การลงประชามติต้องการรู้เพียงแค่เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย หรือ รับ - ไม่รับ อันเป็นผลจากการลงประชามติ เพราะฉะนั้นจะเลือกใช้วิธีการไหนอย่างไรต้องทำความเข้าใจ ให้ชัดเจนก่อน เพื่อให้การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นไปอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการได้จากกระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชน

3. การเปรียบเทียบประชาชนที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำลูกกา อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า ประชาชนที่มีอายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ พบว่าไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับศราวุธ ศรีประเสริฐ (2543: 41 – 51) ได้ทำการวิจัยการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลปายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ปี พ.ศ. 2542 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครองท้องถิ่นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลปายมาศ คือ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, และอุดมการณ์ประชาธิปไตย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยงยุทธ ผาสุข (2555) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษา

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกจี่หนอน อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน การมีส่วนร่วมในการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกจี่หนอน อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

#### ข้อเสนอแนะ

1. ควรส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเทศบาลตำบลลำไทรอย่างต่อเนื่อง โดยเทศบาลต้องจัดให้มีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้นำชุมชน หรือ ประชาชนเกี่ยวกับการเมือง การบริหารงาน กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยเน้นในเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบไม่เป็นทางการ เช่น การยื่นข้อเรียกร้อง การชุมนุมประท้วง การเดินขบวนประท้วง เพื่อให้ทราบว่าประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบดังกล่าวมากน้อยเพียงใด

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุรุษและสตรี เพื่อศึกษาความแตกต่างของการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่มีพื้นฐานสภาพแวดล้อมของการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน ซึ่งจะได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนให้เหมาะสมกับสถานการณ์

4. การศึกษาคำครั้งนี้มีขอบเขตในการศึกษาเฉพาะเรื่องความรู้ความเข้าใจและปัจจัยการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาด้านต่างๆ เช่น ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ด้านการพัฒนาสังคม ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยมาประยุกต์และวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนว่าจะมีความเข้มแข็งมากน้อยเพียงใด

5. ควรศึกษาความรู้ความเข้าใจและปัจจัยการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนของเทศบาลอื่นๆ หรือ เทศบาลใกล้เคียง เพื่อนำผลที่ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบและปรับใช้กับการดำเนินงานของเทศบาลและเป็นแนวทาง

ในการหารูปแบบที่เหมาะสมที่จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองมากยิ่งขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

[1] จริญญา จงสวัสดิ์ (2533) แบบแผนการมีส่วนร่วม

ทางการเมืองของประชาชนในการปกครองท้องถิ่น รูปแบบสุขภาพิบาล : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประชาชนในเขตสุขภาพิบาลที่ประธานกรรมการสุขภาพิบาลมาจากการเลือกและประธานกรรมการโดยตำแหน่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

[2] จาคูร อภิชาติบุตร (2549) หลักประชาธิปไตย :

การมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพฯ : สมาคมข้าราชการพลเรือนแห่งประเทศไทย.

[3] จุมพล หนิมพานิช (2545). การบริหารจัดการ ภาครัฐ

แนวใหม่ : หลักการ แนวคิด และกรณีตัวอย่างของ ไทย. นนทบุรี : สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

[4] เทวินทร์ ดิยรัตน์ (2533). การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ของประชาชนในการปกครองรูปเทศบาล : ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลเมืองนครพนม. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[5] พระมหาณรงค์ เชื้อบัวเย็น. (2553) การมีส่วนร่วมของ

ประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

[6] กุสิทธิ์ ชันติกุล (2553) ทิศนะทางการเมืองและ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของประชาชน 44 ชุมชนเขตคูคต กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

[7] วีระชัย เองษ์ภูิกุล (2550) ความรู้ความเข้าใจและ  
ปัจจัยในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ  
ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง  
จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐ  
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการบริหาร  
และพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท. มหาวิทยาลัย  
ลัทธิราชภัฏอุตรดิตถ์.

[8] ศราวุธ ศรีประเสริฐ (2543) การมีส่วนร่วมทางการเมือง  
ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลลำปลายมาศ จังหวัด  
บุรีรัมย์ ปี พ.ศ. 2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศา  
สตรมหาบัณฑิต. สาขารัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง.

[9] ศักดิ์สิน อุดมวิทยไพศาล (2561) กรอบแนวคิด  
เชิงทฤษฎีพฤติกรรมทางการเมืองของ ประชาชน.  
คุณิณีพนธ์รัฐประศาสนศาสตรคุณิณีบัณฑิต. สาขารัฐ  
ประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
มหาสารคาม.

[10] สาลินี อ่อนวงษ์ (2551) การมีส่วนร่วมของ ประชาชน  
ในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วน  
ท้องถิ่นในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์.  
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร  
มหาบัณฑิต.  
สาขาบริหารและพัฒนาประชาคมเมือง และ  
ชนบท. มหาวิทยาลัยอุตรดิตถ์.

[11] ขงยุทธ ผาสุข (2555) การมีส่วนร่วมของประชาชน  
ต่อการบริหารงานขององค์การบริหาร ส่วนตำบล  
กรณีศึกษาองค์การ บริหารส่วนตำบลโลกขี้หนอน  
อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์  
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต.  
สาขาวิชา การบริหารงานยุติธรรมและสังคม.  
มหาวิทยาลัยบูรพา.

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขต  
อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

PEOPLE'S PARTICIPATION THE ADMINISTRATION OF LOCAL ADMINISTRATIVE  
ORGANIZATIONS IS LAM LUK KA DISTRICT, PATHUMTHANI PROVINCE

เฉลิมพล นุษอุดม<sup>1</sup>, สุวัจ รัชตวัฒน์กุล<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ E-mail: chaleampol@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนภายในเขตเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำนวน 396 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษารายด้านพบว่า ด้านที่มีส่วนร่วมมากที่สุดคือ การมีส่วนร่วมด้านการเมือง รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมด้านการวางแผน และการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ การมีส่วนร่วมด้านการบริหารและการมีส่วนร่วมด้านนโยบาย ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษารายด้านพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความเชื่อถือของประชาชน

ต่อผู้บริหาร รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงานตามลำดับ

3. ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ท่อระบายน้ำ ยังไม่ดีเท่าที่ควร คือ มีมากเป็นบางชุมชนไม่ทั่วถึงทุกชุมชน/หมู่บ้าน การตัดสินใจในปัญหาใดๆ เป็นหน้าที่ของผู้บริหารแต่เพียงฝ่ายเดียวเป็นผู้ตัดสินใจ ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมรับรู้ก่อนตัดสินใจ และโครงการแต่ละโครงการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำมาบรรจุในแผนพัฒนาไม่ได้เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง เป็นความต้องการของนักการเมือง

แนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า แนวทางแก้ไขปัญหา โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรกคือ ผู้บริหารควรทำงานด้วยความโปร่งใส ไม่ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเองควรทำงานด้วยความเต็มใจ ตามที่ได้อาสาเข้ามาบริหารท้องถิ่นตนเอง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของทางเทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบล อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดโครงการองค์กรปกครองส่วน

ท้องถิ่นพบประชาชนเพื่อที่จะได้รับรู้ถึงปัญหา และประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อใกล้ชิดประชาชน

**คำสำคัญ :** การมีส่วนร่วม, ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม

### **Abstract**

This study aimed to investigate the level of people's participation in the administration of local administrative organizations in Lam Luk Ka District, Pathumthani Province. The study also examined the factors promoting the participation, problems and suggestions in administering local administrative organization. The sample group consisted of 396 people in local administrative organization in Lam Luk Ka District. The research instrument was a five-point rating scale questionnaire. The data were analyzed by percentage, mean and standard deviation.

The study revealed as follows:

1. Regarding the people's participation in the administration of local administrative organizations in Lam Luk Ka District in general the participation was found at a moderate level. When considering each aspect separately it was found that the aspect that was most participated was politics, followed by planning. The aspects that were least participated were administration and policy.

2. The factors promoting the people's participation in the administration of local administrative organizations in Lam Luk Ka District in general was at a moderate level. When considering each aspect separately it was found that the aspect that was most promoted was the administrator's reliability, followed by public relations. The aspect that was least promoted was administration knowledge.

3. Regarding the problems relating the people's participation in the administration of local administrative organizations the first three priorities were: the infrastructure development which was not good and suffered from scattered distribution, the decision which was made by the administrators only, and the projects which came from the politicians rather than from the community.

4. Regarding the suggestions for problem solving in the people's participation in the administration the first three priorities were: the administration should be transparent, the public relations should be regular and continual. The people should take part in projects and activities.

**Keywords :** People's participation, factors promoting participation

### **ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

ประเทศไทยจัดระเบียบการบริหารราชการแผ่นดินออกเป็น 3 ส่วน คือ ระเบียบบริหารราชการส่วนกลาง หมายถึง หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการบริหารประเทศ ได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม ระเบียบบริหารราชการส่วนภูมิภาค หมายถึง ราชการของกระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ หน่วยงานทางราชการที่ได้รับมอบอำนาจจากส่วนกลางให้ไปปฏิบัติงานในพื้นที่ส่วนต่างๆ ของประเทศ และทำหน้าที่ในการกำกับ ดูแล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นให้ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ขัดต่อระเบียบกฎหมาย หรือฝ่าฝืนต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชน ได้แก่ จังหวัด อำเภอ และระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หมายถึง หน่วยงานของประชาชนในท้องถิ่น มีอำนาจในการปกครองตนเอง โดยอิสระภายใต้ขอบเขตของกฎหมายเป็นการกระจายอำนาจให้คนในท้องถิ่นบริหารงานเพื่อแก้ไขปัญหาการพัฒนา และให้บริการแก่คนในท้องถิ่นเอง (สาลีณี อ่อนวงศ์, 2551: 1)

ปัจจุบัน โลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเป็นยุคโลกาภิวัตน์ ไร้พรมแดนในการสื่อสาร (โกวิท พวงงาม,

2548: .32) โดยปัจจุบันมีการพัฒนาการสื่อสาร การรับส่ง ข้อมูลข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ประชาชนมีความรู้เพิ่มมากขึ้น ทั้งด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี ประชาชนมีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกัน ดังนั้น แนวทางการปกครองส่วนท้องถิ่นแบบกระจายอำนาจจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญและเหมาะสมในการจัดบริการสาธารณะให้ทั่วถึงและตรงกับความ ต้องการของประชาชนที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องปรับปรุงระบบการ ปฏิบัติงานให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์สามารถสนองตอบ ความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็วด้วย ซึ่งต้องมีการปรับกระบวนการบริหารราชการโดยใช้เทคโนโลยี เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการในข้อมูลข่าวสารอย่าง กว้างขวางรวดเร็ว และเท่าเทียมกัน รวมทั้งการ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการ บริหาร การตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น และเพื่อให้หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประสบผลสำเร็จมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสนองตอบ ต่อความต้องการของประชาชน ตามนโยบายการปฏิรูประบบ ราชการที่มุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนให้ มากที่สุด

เทศบาลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ มีภารกิจตามอำนาจหน้าที่ของเทศบาลตาม พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 (มาตรา 50, มาตรา 51) และอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและ ขั้นตอนการกระจายอำนาจ พ.ศ. 2546 (มาตรา 16) รวมทั้ง เป็นศูนย์กลางของผู้ปฏิบัติที่มาจากหลายรูปแบบ เช่น จาก ข้าราชการการเมืองที่ได้รับการเลือกตั้งจากประชาชน และ ข้าราชการประจำ สำหรับด้านการบริหารงานประกอบด้วย ฝ่ายบริหารซึ่งมีนายกเทศมนตรีทำหน้าที่กำหนดนโยบาย อำนาจหน้าที่ โดยการมอบหมายให้หน่วยงานต่างๆ นั้น ตั้ง ดำเนินงานร่วมกันเพื่อให้เห็น นโยบายและเป้าหมายที่ตั้งไว้ บรรลุวัตถุประสงค์

องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจัดตั้งขึ้น โดยพระราชบัญญัติ

สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ให้มี ฐานะเป็นนิติบุคคลและเป็นราชการส่วนท้องถิ่น ซึ่งใน มาตรา 66 มาตรา 67 และมาตรา 68 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ ในการพัฒนาตำบลในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยมีหน้าที่ที่ต้องทำ ได้แก่ จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำ และทางบก รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดินและ ที่สาธารณะรวมทั้งกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัย ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และ วัฒนธรรม ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็กเยาวชน ผู้สูงอายุและ ผู้พิการ คุ้มครองดูแลและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บำรุงรักษา ศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญา ท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น ปฏิบัติหน้าที่อื่นที่ ทางราชการมอบหมาย โดยจัดสรรงบประมาณหรือบุคลากร ให้ตามความจำเป็นและสมควร องค์กรบริหารส่วนตำบล อาจจัดทำกิจกรรมในเขตของตน ประกอบด้วยจัดให้มีน้ำ เพื่อการอุปโภคบริโภคและการเกษตร จัดให้มีและ บำรุงรักษาทางระบายน้ำ จัดให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจและสวนสาธารณะ จัดให้มี และส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรและกิจการสหกรณ์ ส่งเสริมให้มี อุตสาหกรรมในครอบครัว บำรุงและส่งเสริมการประกอบ อาชีพของราษฎร การคุ้มครองและรักษาทรัพย์สินของ องค์กรบริหารส่วนตำบล หาผลประโยชน์จากทรัพย์สิน ขององค์กรบริหารส่วนตำบล จัดให้มีตลาด ทำเทียบเรือ และท่าข้าม กิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์ การท่องเที่ยวและ การผังเมือง (กระทรวงมหาดไทย, 2542: 23)

การมีส่วนร่วมของประชาชนในรูปแบบต่างๆ เปรียบเสมือนกระจกเงาที่คอยสะท้อนให้เห็นซึ่งเจตนาารมณ์ ของประชาชนต่อการบริหารงานของหน่วยงานทางการ ปกครองของภาครัฐอันเป็นช่องทางการแสดงออกถึงการ สนับสนุน คัดค้าน หรือมีมติเห็นชอบนโยบายของรัฐ หรือของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แม้ว่าปัจจุบันระเบียบกฎหมาย จะเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กรทั้งใน ระดับประเทศหรือองค์กรระดับท้องถิ่นในการกำหนด นโยบาย การมีส่วนร่วมทางการปกครอง การมีส่วนร่วมใน การบริหารงาน เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนเข้าไปบริหาร



ประเทศและบริหารท้องถิ่นมากขึ้นก็ตาม แต่ก็เป็นที่น่าสังเกตว่าที่ผ่านมาแม้ว่ารูปแบบทางการเมืองการปกครองทั้งระดับประเทศและท้องถิ่นจะให้โอกาสประชาชนมีส่วนร่วมมากมาย แต่กลับไม่สามารถพัฒนาไปสู่เป้าหมายของการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งที่ผ่านมาประชาชนยังเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมรูปแบบอื่นๆ กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นน้อยมาก เช่น การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การควบคุม การติดตามผลการบริหารงานของผู้บริหารหรือผู้นำทางการเมือง ประชาชนไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมเท่าที่ควรเพราะผู้บริหารหรือผู้นำไม่เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมทางการเมือง และอีกนัยหนึ่งอาจเป็นเพราะประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหาร ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้การแสดงออกเพื่อการรักษาผลประโยชน์ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นต่อผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อนำไปปฏิบัติยังมีน้อยหรือไม่มีเท่าที่ควรจึงเป็นอุปสรรคต่อการปกครองท้องถิ่นไม่น้อย (สาลีณี อ่อนวงศ์, 2551: 3-4)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ทราบว่าปัจจุบันนโยบายของรัฐได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย มีการตัดสินใจทางการเมืองให้มีการร่วมวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รวมทั้งให้มีการได้ตรวจสอบอำนาจของรัฐทุกระดับ แต่ในความเป็นจริงแล้วการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนหน่วยงานราชการ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น มีจำนวนไม่มากนัก ประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดการเรียกร้องถึงสิทธิหน้าที่ของตนที่พึงจะได้รับและอีกประเด็นหนึ่งอาจเกิดจากประชาชนเองที่ไม่ได้สนใจจะเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาวิเคราะห์ถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อที่จะได้นำไปสู่แนวทางการพัฒนาให้บรรลุเป้าหมายที่ประชาชนต้องการได้อย่างแท้จริง

## วัตถุประสงค์การวิจัย

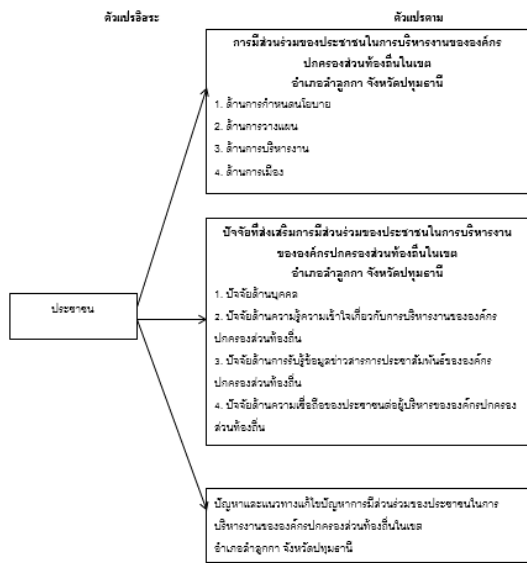
1. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหามีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. ได้ทราบปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
3. ได้ทราบปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหามีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
4. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเสนอแนะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดปทุมธานี

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดเป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนทั้งหมด 59,411 คน การวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 397 คน

### ผลการวิจัย

#### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มประชาชนที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 397 คน ส่วนเป็นเพศชาย (ร้อยละ 50.0) มีอายุ 41 – 50 (ร้อยละ 32.6) มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 31.8) ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 24.7) มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท (ร้อยละ 40.9)

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษารายด้านพบว่า ด้านที่มีส่วนร่วมมากที่สุดคือ การมีส่วนร่วมด้านการเมือง รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมด้านการ

วางแผน และที่มีส่วนร่วมระดับน้อยที่สุด คือ การมีส่วนร่วมด้านการบริหารงาน

3. ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านความเชื่อถือของประชาชนต่อผู้บริหาร รองลงมาคือ ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระดับน้อยที่สุด ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงาน

4. ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 3 อันดับแรก ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ท่อระบายน้ำ ยังไม่ครอบคลุมทั้งพื้นที่ เนื่องจากมีการพัฒนาที่ซ้ำซ้อนเป็นบางชุมชน การตัดสินใจในปัญหาเป็นหน้าที่ของผู้บริหารแต่เพียงฝ่ายเดียวเป็นผู้ตัดสินใจ ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมรับรู้ก่อนตัดสินใจ และโครงการแต่ละโครงการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำมาบรรจุในแผนพัฒนาไม่ได้เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง แต่เป็นความต้องการของนักการเมืองท้องถิ่นตามลำดับ

แนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารควรทำงานด้วยความโปร่งใส ไม่ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเองควรทำงานด้วยความเต็มใจ ตามที่ได้อาสาเข้ามาบริหารท้องถิ่นตนเอง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของทางองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ และ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัด โครงการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพบประชาชนเพื่อรับรู้ถึงปัญหา ความต้องการของประชาชน และประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อใกล้ชิดประชาชน ตามลำดับ

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลาดูกกา จังหวัดปทุมธานีสามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลาดูกกา จังหวัดปทุมธานี ในด้านการกำหนดนโยบาย ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารในท้องถิ่นเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมน้อยในการกำหนดนโยบายและร่วมแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และประชาชนเองก็ไม่สนใจและให้ความใส่ใจในการเข้ามามีส่วนร่วมกับท้องถิ่นตนเอง เพื่อนำมาซึ่งประโยชน์ต่อชุมชน/หมู่บ้านของตนเอง เพื่อนำมาซึ่งประโยชน์ต่อชุมชน/หมู่บ้านของตน เช่นเข้าร่วมประชุมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการกำหนดนโยบายในการบริหารงาน และร่วมแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในกระบวนการประชาคมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อรณัฐ บ้อมเป็น (2551) ศึกษาบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลหัวดง อำเภอถ้ำแค จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า บทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลหัวดง อำเภอถ้ำแค จังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย สำหรับการเปรียบเทียบบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีสถานภาพต่างกันในการบริหารงานของเทศบาลตำบลหัวดง อำเภอถ้ำแค จังหวัดอุดรธานี พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีส่วนร่วมในการบริหารงานของเทศบาลตำบลหัวดง อำเภอถ้ำแค จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอายุการศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน และอาชีพ ที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการบริหารงานของเทศบาล

ตำบลหัวดง อำเภอถ้ำแค จังหวัดอุดรธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลาดูกกา จังหวัดปทุมธานี

2.1 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงาน โดยภาพรวมพบว่า การแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมประชาคมชุมชน/หมู่บ้านเกี่ยวกับการบริหารงาน และความรู้ความเข้าใจในการบริหารงาน กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2554 : 6 - 7) ศึกษาเรื่อง ชนบทไทย : การผันแปรในอนาคตภายหลังการพัฒนา เสนอต่อวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ในปี พ.ศ. 2532 สรุปได้ว่า การปกครองท้องถิ่นและหน่วยการบริหารงานพัฒนา ระดับชาวบ้าน ควรให้ความรู้แก่ประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วม และมีบทบาทสำคัญต่อการควบคุมการบริหาร มิใช่ปล่อยให้เป็นเรื่องของระบบราชการแต่ฝ่ายเดียว สำหรับองค์กรระดับตำบล หมู่บ้าน จำเป็นที่รัฐจะต้องสร้างองค์กรเหล่านี้ให้พร้อมสำหรับการพัฒนาตนเอง ต้องปรับเปลี่ยนการบริหารชนบทจากราชการส่วนกลางมาเป็นการบริหารโดยประชาชนในระดับหมู่บ้าน ซึ่งถือว่าเป็นการวางรากฐานประชาธิปไตยระดับหมู่บ้าน ไปสู่ความมั่นคงของชาติโดยรวม

2.2 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ พบว่า วิธีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านสื่อต่าง เช่น หอกระจายข่าว เสียงตามสาย ป้ายประชาสัมพันธ์ การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง และการได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากคณะผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ กุศลสนอง (2555) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขยาด อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า การมี

ส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขยาด อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ระดับการมีส่วนร่วมรับรู้ข่าวสาร ระดับการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ระดับการมีส่วนร่วมปรึกษาหารือ ระดับการมีส่วนร่วมวางแผนร่วมกัน ระดับการปฏิบัติ ระดับการมีส่วนร่วมตรวจสอบประเมินผล และระดับการมีส่วนร่วมควบคุมโดย

ประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขยาด ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ยกเว้นเพียงแต่ปัจจัยเรื่องเพศเท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน และงานวิจัยของสมศักดิ์ น้อยนคร (2551 : 75 - 78) ได้ศึกษาศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลในจังหวัดอุดรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลในจังหวัดอุดรดิตถ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิบัติงานและด้านการรับประโยชน์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการคิดพัฒนา ด้านการตัดสินใจและด้านการติดตามประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านความเชื่อถือของประชาชนต่อผู้บริหาร โดยภาพรวมพบว่าผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีมนุษยสัมพันธ์กับประชาชนและเป็นผู้ประสานงานที่ดี การทำงานหรือการบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยึดถือประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ และความเชื่อถือต่อผู้บริหารในการบริหารงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิต วัฒนเสน (2559) ศึกษา การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบการบริหารกิจการสาธารณะ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีการรับรู้และยอมรับบทบาทของประชาชนและขององค์กรต่างๆ ของรัฐที่มี

หน้าที่ในการตรวจสอบจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สำหรับด้านการตรวจสอบประชาชนมีบทบาทน้อยสะท้อนให้เห็นว่าการตรวจสอบของประชาชนเป็นเพียงวาทกรรมมากกว่าการปฏิบัติที่แท้จริง

3. ศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับ คือ การพัฒนาโครงการสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ท่อระบายน้ำ ยังไม่ดีเท่าที่ควร คือ มีมากเป็นบางหมู่บ้าน/ชุมชน ไม่ทั่วถึงทุกหมู่บ้าน/ชุมชน การตัดสินใจในปัญหาใดๆ เป็นหน้าที่ของผู้บริหารแต่เพียงฝ่ายเดียวเป็นผู้ตัดสินใจไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมรับรู้ก่อนตัดสินใจและโครงการแต่ละโครงการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่นำบรรจุในแผนพัฒนาท้องถิ่น ไม่ได้เกิดจากความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง เป็นความต้องการของนักการเมือง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชิต ชาญฉลาด (2557) ศึกษา การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารนขององค์การบริหารส่วนตำบลกุดบง อำเภอ โพนพิสัย จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลกุดบง ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอความต้องการของประชาชนมากขึ้น ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของหมู่บ้าน/ชุมชน ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมเสนอแนวทางการบริหารงาน และควรให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินผลการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกุดบง

#### ข้อเสนอแนะ

1. ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร งาน และกิจกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ และเน้นให้ประชาชนเห็นถึง

ความสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเข้าร่วมกิจกรรมตลอดจนให้ประชาชนได้รับรู้ถึงความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ในทุกโอกาส เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกว่าคุณเองเป็นสมาชิกคนหนึ่ง ในชุมชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในด้านต่างๆ เช่น การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น การเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา การตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนเห็นความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3. ผู้บริหาร สมาชิกสภาและเจ้าหน้าที่ ควรลงพื้นที่พบปะประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และทั่วถึงเพื่อสร้างความคุ้นเคยและเป็นกันเอง จัดประชุม จัดประชาคม ชุมชน/หมู่บ้าน เพื่อรับทราบถึงการบริหารงานอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อชี้แจงนโยบายในการดำเนินงาน ความก้าวหน้า

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงมหาดไทย (2542). ทิศทางท้องถิ่นไทย : รวมกฎหมายปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น
- [2] โกวิท พวงงาม (2548). การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : วิญญูชน.
- [3] พิชิต ชาญฉลาด (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลกุดบง อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- [4] ไพรัตน์ เตชะรินทร์. (2554). ชนบทไทย : การผันแปรในอนาคตภายหลังการพัฒนา เสนอต่อ

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรในปี พ.ศ. 2532. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

- [5] มานิต วัฒนเสน (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบการบริหาร กิจการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. คุษฎีนิพนธ์รัฐศาสตรคุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการเมือง. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [6] รุ่งทิพย์ กุศลสนอง (2555). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขยาด อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรเพื่อความมั่นคง. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [7] สาลินี อ่อนวงษ์ (2551). การมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- [8] สมศักดิ์ น้อยนคร (2551) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลในจังหวัดอุตรดิตถ์. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- [9] อรุณ ขี้มเป็น (2551) บทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลหัวดง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

# กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของประชากร ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

Marketing mix strategies that affect the decision to use mobile banking by the population.

In Bangna, Bangkok

ปณิยา อินททาศ<sup>1</sup>, สุนทรี ตรีพาทย์<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

\*ผู้ติดต่อ: kukintha@hotmail.com

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

ผลจากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรบ้อยที่สุด ลักษณะธุรกรรมที่ใช้บ่อยที่สุดคือ ชำระสินค้าและบริการ ความถี่ในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง 7 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.47 เมื่อพิจารณาทั้ง

7 ด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ **คำสำคัญ:** การตัดสินใจ, ส่วนประสมการตลาด, โมบายแบงก์กิ้ง

## Abstract

The objective of this study (1) was to study the personal and behavioral data of the consumers who decide to use the mobile banking service of the population of Bangna District. (2) to study marketing mix strategies that affect the decision to use mobile banking service among the population in Bangna District, Bangkok The sample group used in this research were consumers who decided to use mobile banking for the population of Bangna area. 400 samples, tools used for data collection, then data obtained from questionnaires were analyzed using descriptive statistics such as Frequency, Percentage, Mean (X). And standard deviation (SD) to describe general information.

The results of the study showed that most of them were female, aged 20-30 years with a bachelor's degree. Occupation of private company employee Monthly income 10,000-20,000 baht Most of the consumer behavior uses Kasikorn Bank's Mo-Buy Banking service the most. The most common types of transactions are payment

of goods and services. Frequency of using the mobile banking service 7 times or more per month And those who participate in the decision to use the mobile banking service are bank officials. Marketing Mix Factors Affecting the Decision to Use Mobile Banking Service of the Population in Bangna District Bangkok Overall, the respondents gave a high level of importance, with an average of 4.47 when considering all 7 areas, ranked in descending order of importance, namely Product side. Followed by Physical Evidence and People. Place/Distribution channels, Price and Promotion, respectively.

**Keywords:** Decisions, Marketing mix factors, Mobile Banking.

## 1. บทนำ

ธนาคารตามความเข้าใจของของคนทั่วไปก็คือสถานที่ฝากเงิน ถอนเงิน กู้เงิน และเป็นแหล่งลงทุนสำหรับเรา แต่ถ้าอธิบายอย่างจริงจังของความหมายธนาคารตามราชบัณฑิตยสถาน นั้นได้ระบุว่า ‘ธนาคาร’ มาจากคำว่า ‘ธน’ แปลว่าเงินทอง ทรัพย์สิน และคำว่า ‘อาคาร’ มารวมกันเป็น ‘อาคาร’ ที่ทำกิจการเกี่ยวกับการเงิน’ ซึ่งนี่คือนิยามคำจำกัดความที่ถูกต้องที่สุดของธนาคาร แต่เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านต่างๆ ธนาคารจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบการให้บริการแบบเดิม ดังนั้นบริบทของธนาคารในอนาคตจึงอาจไม่ได้เหมือนเดิมอีกต่อไป แต่โดยนัยยะ และความสำคัญแล้วธนาคารก็ยังคงมีความสำคัญในฐานะตัวกลางที่ถือเงินเยอะอยู่ดี ทว่าเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ธนาคารจึงมีการปรับเปลี่ยนหน้าตาไปตามเทคโนโลยี Mobile Banking Application ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป ปัจจุบันนี้ทั่วโลกมีผู้ใช้งาน โบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ทั่วโลก รวมทั้งสิ้น 1.2 พันล้านคน สมาร์ทโฟนกลายเป็นธนาคารบนมือถือให้กับผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันทุกคนนับตั้งแต่ปี 2012 จนถึงปัจจุบันนี้ หากธนาคารใดไม่มีแอปพลิเคชันของตัวเองต้องพิจารณาตนเอง

แล้ว เพราะแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือเป็นฟังก์ชันสำคัญในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยไม่ต้องพึ่งตู้เอทีเอ็ม หรือไปโอนเงินที่ธนาคารอีกต่อไป มีสถิติระบุว่าปี 2012 ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของการใช้งาน โบายแบงก์กิ้งของหลายประเทศ ประเทศไทยติดอยู่ในอันดับที่ 12 โดยเฉลี่ยมีคนใช้งาน โบายแบงก์กิ้ง 24% ส่วนอันดับหนึ่งเป็นเกาหลีใต้ตัวเลขอยู่ที่ 47% (ที่มา : www.mangozero.com)

ปัจจุบันธนาคารแต่ละแห่งได้ให้บริการทางการเงินที่หลากหลายผ่าน โบายแบงก์กิ้ง ทำให้เกิดการแข่งขันของธนาคารต่าง ๆ เพื่อให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยพยายามใช้กลยุทธ์การตลาดต่างๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการทางการเงินใน โบายแบงก์กิ้งของตนให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งดูได้จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยจะพบว่า ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน โบายแบงก์กิ้ง มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยสามารถดูได้จากตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงการเปรียบเทียบปริมาณการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และ โบายอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยธุรกรรมการชำระเงินผ่าน บริการ โบายแบงก์กิ้ง

ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน โบายแบงก์กิ้ง	2562	2561	2560
จำนวนบัญชีที่ถูกค้าใช้บริการ	60,084,145	46,004,931	32,143,467
ปริมาณรายการ (พันรายการ)	4,925,109	2,839,368	1,308,465
มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	24,408	17,501	9,539

ที่มา: รายงานอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารแห่งประเทศไทย: 31 ธันวาคม 2562 (Online)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โบายแบงก์กิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์

การตลาดให้กับผู้ประกอบการสามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งได้มากยิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

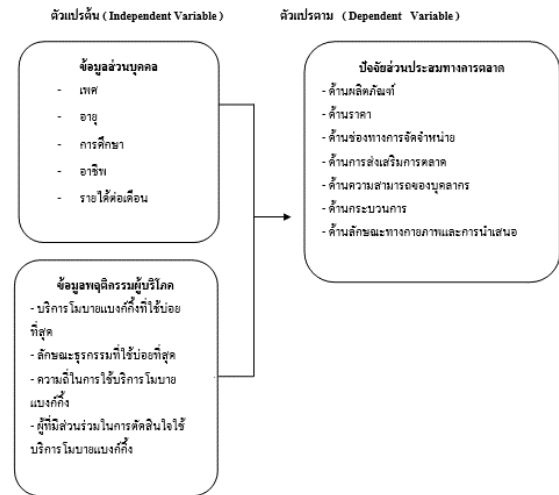
## 3. ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อ ความรู้เกี่ยวกับโฆษณาเบงกิ้ง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 90,125 คน (ข้อมูลจาก เขตบางนา-วิกิพีเดีย ข้อมูล ณ ธันวาคม พ.ศ.2562 <https://th.wikipedia.org/wiki/เขตบางนา>)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ เดือนมิถุนายน 2563 – สิงหาคม 2563

## 4. กรอบแนวคิด



## 5. วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 90,125 คน (ข้อมูลจาก เขตบางนา-วิกิพีเดีย ข้อมูล ณ ธันวาคม พ.ศ.2562 <https://th.wikipedia.org/wiki/เขตบางนา>) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีระดับความคาดเคลื่อนจากการสุ่มร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน เพื่อให้ง่ายจัดเก็บข้อมูลและคำนวณทางสถิติจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้วิธีหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการดังนี้

1.การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการ จัดข้อมูลอย่างเป็นระบบอยู่ในสถานะที่พร้อมจะนำไปใช้งาน ได้ทันที โดยการจัดระเบียบข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่



1.1 ข้อมูลด้านกายภาพ ได้แก่ ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างและเก็บแบบสอบถามครบตามจำนวน

1.2 ข้อมูลด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของการทำแบบสอบถามแต่ละชุดและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยมีการนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ทำการจัดกลุ่มข้อมูลและใช้ตารางในการแสดงข้อมูล

3. การหาข้อสรุป ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษา กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกักิ่งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ ได้มีการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้สามารถให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาคือแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดของงานวิจัย จากนั้น นำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง 40 คน ซึ่งเป็นกลุ่มทดลองที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา Cronbach's Alpha ได้ดำเนินการทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถามของแบบสอบถามทั้งฉบับจากกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีค่าความน่าเชื่อถือได้ 0.86 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) โดยเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลตัวเองมากที่สุด

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ บริการโฆษณาเบงกักิ่งที่ใช้บ่อยที่สุด ลักษณะธุรกรรมที่ใช้บ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้บริการ โฆษณาเบงกักิ่ง และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกักิ่ง โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) โดยเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลตัวเองมากที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกักิ่งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

## 7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยการเก็บแบบสอบถามในช่วงวันจันทร์ถึงอาทิตย์ ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2563 – ถึงหาคม 2563 ได้คืนมาจำนวน 400 ชุด คิดเป็น 100% ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของการทำแบบสอบถามแต่ละชุดและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## 8. ผลการศึกษา

### ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 อายุ 20-30 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75

## ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของธนาคารกสิกรบ้อยที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 ลักษณะธุรกรรมที่ใช้บ่อยที่สุด คือ ชำระสินค้าและบริการ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 ความถี่ในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง 7 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25

## ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ได้แก่ ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ส่วนประสมทางการตลาด 7P's			
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.60	0.58	มากที่สุด
2. ด้านราคา (Price)	4.44	0.61	มาก
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)	4.46	0.70	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.34	0.80	มาก
5. ด้านกระบวนการ (Process)	4.47	1.14	มาก
6. ด้านบุคคล (People)	4.48	0.70	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical)	4.52	0.66	มากที่สุด
รวม	4.47	0.74	มาก

จากตาราง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 ด้านบุคคล ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.47 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.46 ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 ตามลำดับ

## 9. อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญ ได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ระดับการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือนอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาท

ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้งของธนาคารกสิกรบ้อยที่สุด ลักษณะธุรกรรมที่ใช้บ่อยที่สุด คือ ชำระสินค้าและบริการ ความถี่ในการใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง 7 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาเบงกิ้ง คือ เจ้าหน้าที่

ธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรีย์พร เหมืองหลัง (2558) ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาแบบกึ่งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ผลการวิจัยพบว่า

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด เนื่องจากธนาคารผู้ใช้บริการมีความมีมีน่าเชื่อถือ มีรูปแบบทันสมัยน่าดึงดูด มีธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายให้เลือก และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รองลงมา**ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ**ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด เนื่องจากภาพลักษณ์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ มีสัญลักษณ์เป็นเอกลักษณ์ จดจำง่าย มีการแจ้งวิธีใช้และเงื่อนไขต่าง ๆ อย่างชัดเจน และมีการจัดหมวดหมู่และรูปแบบเมนูธุรกรรมที่เข้าใจง่ายและชัดเจน **ด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการ พนักงานมีความพร้อม ความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานมีน้ำเสียงที่มีความชัดเจนและแสดงถึงความเต็มใจในการให้ข้อมูล และพนักงานมีความแม่นยำในการให้บริการด้านข้อมูล **ด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลของผู้ใช้บริการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีระบบตรวจสอบระบบการใช้งานก่อนและหลังการทำธุรกรรม **ด้านช่องทางจัดจำหน่าย**ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากมีร้านค้าจำนวนมากที่รองรับการชำระเงินผ่าน โฆษณาแบบกึ่ง สามารถดาวน์โหลดติดตั้ง โฆษณาแบบกึ่งได้ทั้งระบบ IOS และ Android และสามารถใช้งานทุกสถานที่ตลอด 24 ชม. และมีช่องทางสมัครที่หลากหลาย **ด้านราคา**ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

ระดับมาก เนื่องจากมีความคุ้มค่าเพราะสะดวกและประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมต่าง ๆ มีความคุ้มค่าเพราะประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ และมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคารหรือตู้ ATM และ**ด้านการส่งเสริมการตลาด**ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่ธนาคารให้คำแนะนำในการสมัคร โฆษณาแบบกึ่ง มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารของธนาคารผ่าน โฆษณาแบบกึ่ง มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอและมีการสะสมแต้มแลกสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรีย์พร เหมืองหลัง (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ประกอบด้วย 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

## 10. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณาแบบกึ่งของประชากรในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** ธนาคารควรสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ โดยอาจรับรองความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่าน โฆษณาแบบกึ่งทุกครั้ง ผู้บริโภคเข้าใช้บริการ และควรออกแบบแอปพลิเคชัน โฆษณาแบบกึ่งให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมีทางเลือกในการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายรูปแบบซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ โฆษณาแบบกึ่งอย่างต่อเนื่อง

2. **ด้าน ลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ** ธนาคารควรนำเสนอภาพลักษณ์ให้ โฆษณาแบบกึ่งของธนาคารให้มีความน่าเชื่อถือ เช่น มีการนำบุคคลที่มีชื่อเสียง

มาเป็นผู้แนะนำประสบการณ์ในการใช้บริการของโมบายแบงก์กิ้ง รวมทั้งนำเสนอสัญลักษณ์โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ มีข้อความแจ้งเงื่อนไขในการใช้บริการต่างๆของโมบายแบงก์กิ้ง จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือ จดจำตราสัญลักษณ์โมบายแบงก์กิ้งของธนาคาร และมั่นใจที่จะเข้าใช้บริการมากยิ่งขึ้น

## 11. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่นอกเหนือจากเขตบางนา คือเขตอื่นๆ กรุงเทพมหานคร หรือต่างจังหวัด เพื่อทำการเปรียบเทียบให้ทราบถึงข้อมูลที่หลากหลายของประชากรในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปนี้ ผู้วิจัยอาจศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพหรือเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาในเชิงลึกทางด้านแนวคิดหรือทัศนคติต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ให้ครอบคลุมเท่าที่ควร

## 12. เอกสารอ้างอิง

- [1] Mangozero. (2559). “อนาคตของธนาคารกับบทบาทที่เปลี่ยนแปลงไป” [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://www.mangozero.com/the-future-of-mobile-banking-in-thailand-by-kbank/> [สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2563]
- [2] ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). “ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile banking”. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : [https://www.bot.or.th/App/BTWS\\_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688&language=th](https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688&language=th). [สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2563]
- [3] วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). “จำนวนประชากรเขตบางนา”. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://th.wikipedia.org/wiki/เขตบางนา>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2563]

- [4] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. “การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS”. กรุงเทพฯ. วี.อินเตอร์ พรีนซ์, 2549
- [5] ลิกฐากร ชูทรัพย์, “ปัจจัยส่วนบุคคล,” หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 1), นนทบุรี: บริษัท สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด, 2553
- [6] กุลวดี คูหะโรจนานนท์, “ส่วนประสมทางการตลาด,” หลักการตลาด, ปทุมธานี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการศึกษาลงกรณ์, 2543
- [7] ลิกฐากร ชูทรัพย์ และสายชล วิสุทธิ์สุนทร, “พฤติกรรมผู้บริโภค,” พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1), นนทบุรี : บริษัท สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด, 2558
- [8] ลิกฐากร ชูทรัพย์ และสายชล วิสุทธิ์สุนทร, “กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค,” พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1), นนทบุรี : บริษัท สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด, 2558
- [9] mdi Global. (2562). “Mobile Banking”. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.mdsiglobal.com/mobile-banking/>. [ค้นหาเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2563]
- [10] ชัญญาพัทธ์ จงทวิ. (2558). “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร,” [ออนไลน์]. สืบค้น [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU\\_2015\\_5702030510\\_3552\\_1909.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702030510_3552_1909.pdf) [ค้นหาเมื่อวันที่ 20 2563]
- [11] สุริย์พร เหมืองหลัง. (2558). “ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” [ออนไลน์]. สืบค้น [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU\\_2015\\_5702031468\\_2848\\_1751.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702031468_2848_1751.pdf) [ค้นหาเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2563]
- [12] Likert, Rensis A. (1961). New Patterns of Management. New York. McGraw-Hill Book Company Inc.

การจัดการ การจัดเก็บสำหรับการเบิกจ่าย  
กรณีศึกษา บริษัทผลิตอาหารสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง ในเขตฉะเชิงเทรา

WAREHOUSE STORAGE MANAGEMENT FOR DISBURSEMENT: A CASE STUDY OF THE  
INSTANT FOOD PRODUCER IN CHACHOENSAO AREA

นราวดี สมชาติ<sup>1</sup> ณปภัช เพชรบูรณิน<sup>2</sup> ดร.ฉันทลักษณ์ อีสวัสดิ์<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการคลังสินค้า ของบริษัท ผลิตอาหารสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง ในเขตฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆภายในองค์กร พบว่าสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคือ การบริหารจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้า และกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้าที่ขาดประสิทธิภาพ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ของบริษัท ผลิตอาหารสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง ในเขตฉะเชิงเทรา ขั้นตอนเริ่มด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัญหาด้วยแผนผังสาเหตุและผล (Fishbone Diagram: แผนผังก้างปลา) การวิเคราะห์ 5WIH การประยุกต์ใช้หลักการจัดการพื้นที่คลังสินค้า (Layout Management) การประยุกต์ใช้หลักการ Visual Control และการใช้หลักการ First In First Out : FIFO เพื่อแก้ไขปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการดำเนินการแก้ไขจากปัญหาพบว่าในเรื่องการจัดเก็บสินค้าปะปนกัน และในส่วนของกรูก ร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องการจัดสินค้าสลับSKU จะเห็นได้ว่าสามารถจัดเก็บสินค้าแยกตามประเภท การกรูกร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องการจัดสินค้าสลับสื่อลดลงสามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าถูกต้อง และในส่วนของกรูก ร้องเรียน สลับสื่อที่พบภายในกระบวนการเบิกจ่ายสินค้าจะเห็นได้

ว่าลดลงถึงร้อยละ 71.43% ทำการบริการจัดการคลังสินค้า การบริหารจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้า มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**คำสำคัญ :** โซ่อุปทาน, โลจิสติกส์, คุณภาพการให้บริการ

**Abstract**

This research studies the increased efficiency of the warehouse management, Ready-made Food production company. In Chachoengsao District The researchers studied and collected information within the organization. It was found that the cause of the problem was the management of the area within the warehouse and the processes within the warehouse that were inefficient. Therefore, the purpose of the research is to solve the problems and optimize the warehouse management of a ready-made food production company. In Chachoengsao District The process begins with a problem analysis method with a cause and effect map. (Fishbone Diagram: Herringbone Diagram) Analysis 5WIH Application of Warehouse Area Management Principles (Layout Management), Application of Visual Control Principles and The Use of First In First Out Principles: FIFO to solve problems and optimize warehouse management more efficient.

The results of the solution of the problem were found that the storage of the products was mixed. And in respect of complaints from customers about switching on SKU It can be seen that the product can be stored separately by type. Complaints from customers for reduced lots of goods can be delivered to the customer correctly. As for the cross-lot dispatches found within the inventory process, the drop was 71.43%, and resulted in the warehouse management, space management, and warehouse management. More efficient.

**Keywords:** Supply Chain; Logistics; QoS

## บทนำ

บริษัท ผลิตอาหารสำเร็จรูป ในเขตฉะเชิงเทรา เป็นผู้ประกอบการรายหนึ่งที่มีดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารแบบครบวงจร ผลิตภัณฑ์อาหารปรุงสุกและอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน มีคลังสินค้าเพื่อจัดเก็บสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าเพื่อกระจายสินค้าไปยังลูกค้าผู้บริโภค ทางบริษัทฯ ประสบปัญหาเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า เนื่องจากสินค้าที่รับเข้ามามีหลายล็อต วันที่ ทำให้สินค้าที่จัดเก็บมีจำนวนมาก พนักงานจึงไม่สามารถจัดเก็บสินค้าไว้ในวันที่ที่เตรียมไว้ได้ ทำให้เกิดปัญหาการวางสินค้าตามจุดที่สามารถวางได้ สินค้าจึงกระจายตัวไปตามพื้นที่ภายในคลังสินค้า ปัญหาที่ตามมาคือการที่มีสินค้ากระจายตัวอยู่มากเกินไป ทำให้เบิกจ่ายสินค้าได้ลำบาก ส่งผลให้สินค้าที่ถูกจัดเก็บเข้ามาก่อนไม่ได้ถูกจัดส่งให้ลูกค้าก่อน ไม่มีการเรียงลำดับการจัดส่งสินค้าที่ถูกต้อง เกิดปัญหาการจ่ายสินค้าสลับตัว การจ่ายสินค้าผิด ล็อต วันที่ เกิดขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความจำเป็นและให้ความสำคัญในการแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานภายในองค์กรให้ได้มาตรฐานและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้า ผู้วิจัยได้

ทำการศึกษา ทฤษฎีแผนผังสาเหตุและผล (Fishbone Diagram:แผนผังก้างปลา)และ ทฤษฎี 5W1H เพื่อทำการวิเคราะห์หาต้นเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร นำทฤษฎีการจัดการพื้นที่คลังสินค้า (Layout Management) เพื่อบริหารพื้นที่ภายในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จัดให้มีพื้นที่สำหรับวางสินค้าชั่วคราว (Temporary Lane) นำทฤษฎีเกี่ยวกับการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) เพื่อบ่งบอกตัวสินค้าและตำแหน่งการจัดเก็บที่ชัดเจน และทฤษฎี FIFO (First In First Out) เพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นและใช้พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าภายในคลังสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและพัฒนาหลักการทำงานโดยใช้หลัก ทฤษฎีแผนผังสาเหตุและผล (Fishbone Diagram: แผนผังก้างปลา) และทฤษฎี 5W1H
2. เพื่อบริหารจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยทฤษฎีการจัดการพื้นที่คลังสินค้า (Layout Management)
3. เพื่อบ่งบอกตำแหน่งการจัดเก็บและสามารถแยกประเภทของสินค้าที่ชัดเจนด้วย ทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control)
4. เพื่อจัดลำดับการเบิกจ่ายสินค้าตามหลักการ FIFO (First In First Out)

## ประโยชน์ของการวิจัย

1. สามารถรู้ถึงปัญหาและที่มาของปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กรตามหลักทฤษฎีแผนผังสาเหตุและผล (Fishbone Diagram) และทฤษฎี 5W1H
2. สามารถบริหารจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีพื้นที่สำหรับวางสินค้าชั่วคราว (Temporary Lane) ตามหลักทฤษฎีการจัดการพื้นที่คลังสินค้า (Layout Management)

3. สามารถบ่งบอกตำแหน่งการจัดเก็บและสามารถแยกประเภทของสินค้าที่ชัดเจนตามหลักทฤษฎีเกี่ยวกับการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control)

4. สามารถเบิกจ่ายสินค้าได้ตามหลักการ FIFO (First In First Out) คือสินค้าที่นำมาจัดเก็บ ถูกเรียงตามล๊อต วันที่ผลิต สินค้าไหนถูกนำเข้ามาก่อนก็จะถูกส่งออกก่อนตามลำดับ

### วิธีการวิจัยดำเนินงาน

1. รวบรวมข้อมูลหาปัญหาและสาเหตุ
2. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
3. วิเคราะห์การดำเนินงานจากปัญหาที่ได้ทำการ

เก็บรวบรวมข้อมูล

4. สรุปผลการทำงานจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้

### ขอบเขตการวิจัย

#### ขอบเขตพื้นที่

ศูนย์กระจายสินค้าของ บริษัท ผลิตอาหารสำเร็จรูป ในเขตฉะเชิงเทรา ตั้งอยู่ที่ 14 กม.59 สุวินทวงศ์ ศาลาแดง บางน้ำเปรี้ยว ฉะเชิงเทรา 24000

#### ขอบเขตเนื้อหา

ข้อมูลสินค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ข้าวกล่องสำเร็จรูป 11 รายการ ที่มีการจัดเก็บภายในคลังสินค้าโดยการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป 1,188 Pac ต่อ 1 Pallet

ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงระยะเวลาในการศึกษาข้อมูล เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กรและถูกร้องเรียนจากลูกค้า ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ใน

การรับเข้าจัดเก็บภายในคลังสินค้า เป็นระยะเวลาย้อนหลัง 3 เดือน คือสินค้าข้าวกล่องสำเร็จรูป 11 รายการ โดยจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป 1,188 Pac ต่อ 1 Pallet

**ตารางที่ 1** ตารางแสดงรายชื่อสินค้าที่มีการจัดเก็บภายในคลังสินค้า

Item	Description
23038341	ข้าวผัดไก่เกาหลี
23047920	สปาเก็ตตี้ไก่ซอสมะเขือเทศ
23052670	ข้าวผัดกะเพราหมู
23059073	ข้าวลาบหมู-หมูย่าง
23062693	สปาเก็ตตี้ซอซไก่
23057493	ข้าวกะเพราไก่
23058471	ผัดหมักกะโรนีไก่
23077216	ยอดมะระหวานผัดน้ำมันหอยพริกสด
23064970	ข้าวไก่ย่างถ่าน
23079892	ข้าวอกไก่ผัดขิง
23079216	ข้าวญี่ปุ่นผัดกระเทียม

**ตารางที่ 3.2** ข้อมูลจำนวนสินค้าที่รับเข้าคลังสินค้า

Item	เดือน/ปี2563(Pac)			รวม	%
	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม		
	กม	ม	ม		
23038341	907,980	828,859	861,369	2,598,208	15.60%
23052670	878,011	764,713	821,595	2,464,319	14.79%
23057493	800,794	643,979	700,761	2,145,534	12.88%
23064970	612,019	550,088	585,172	1,747,279	10.49%
23059073	606,260	541,146	586,455	1,733,861	10.41%
23062693	594,618	559,264	571,952	1,725,834	10.36%
23058471	566,566	522,261	546,526	1,635,353	9.82%
23047920	547,048	493,099	542,660	1,582,807	9.50%

Item	เดือนปี2563(Pac)			รวม	%
	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม		
	กม		ม		
23079892	162,767	233,218	129,123	525,108	3.15%
23079216	10,174	20,971	343,498	374,643	2.45%
23077216	34,325	25,304	64,838	124,467	0.75%
รวม	5,720,5	5,182,90	5,753,49	16,656,95	100%
	62	2	4	8	

จากตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ข้อมูลจำนวนสินค้าที่รับเข้าคลังสินค้าการเก็บรวบรวมข้อมูลการรับเข้าจัดเก็บภายในคลังสินค้า เป็นข้อมูลทุติยภูมิซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลย้อนหลัง เป็นระยะเวลา 3 เดือน และแบ่งเป็นเปอร์เซ็นต์ร้อยละของสินค้าทั้งหมด ที่จัดเก็บภายในคลังสินค้า

## 2. ขั้นตอนการทำงาน

ขั้นตอนที่ 1 Delivery Plan แผนกบริการ (Customer Service) จัดทำแผนการจัดส่งสินค้า (Delivery Plan)ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าในแต่ละเดือนเพื่อทำการส่งให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือส่วนของการผลิตสินค้า (Production)และส่วนของคลังสินค้า(Warehouse) ภายใน Delivery Plan ระบุจำนวนการสั่งซื้อและวันที่ส่งมอบ

ขั้นตอนที่ 2 Production ทำการผลิตสินค้าและส่งมอบไปยังฝ่ายคลังสินค้า(Warehouse)

ขั้นตอนที่ 3 ฝ่ายคลังสินค้า (Warehouse) ตรวจสอบและนับจำนวนสินค้าตาม Delivery Plan ก่อนจัดเก็บเข้าภายในคลังสินค้า

ขั้นตอนที่ 4 ฝ่าย Data จัดทำเอกสาร Picking List เพื่อส่งมอบเอกสารให้พนักงานคลังสินค้า ภายในเอกสาร Picking List ระบุจำนวนสินค้าที่ต้องการและวันที่ส่งมอบสินค้า

ขั้นตอนที่ 5 พนักงานคลังสินค้าเมื่อได้รับเอกสาร Picking List แล้วทำการจัดเตรียมสินค้าให้ตรงตามที่ระบุไว้ในเอกสาร Picking List

ขั้นตอนที่ 6 เมื่อถึงเวลาในการส่งสินค้าพนักงานคลังสินค้าจะทำการลากสินค้าขึ้นรถบรรทุกสินค้า(รถ6ล้อ) เพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า

จากกระบวนการทำงานข้างต้นทั้ง 6 ขั้นตอนนั้นพบว่าปัญหาเริ่มจากขั้นตอนที่ 3 ซึ่งเป็นขั้นตอนการจัดเก็บสินค้าเข้าภายในคลังสินค้า จากการเข้าไปทำการสังเกตการณ์โดยตรงทำให้ทราบขั้นตอนในการจัดเก็บสินค้าเข้าภายในคลังสินค้านี้

1. เมื่อได้รับสินค้าจาก Production จะทำการตรวจสอบว่าจำนวนครบตาม Delivery Plan เมื่อตรวจสอบสินค้าเสร็จจะทำการจัดเก็บสินค้าเข้าภายในคลังสินค้าตามพื้นที่ว่างภายในคลังสินค้า

2. เมื่อต้องการสินค้าเพื่อเบิกจ่ายตามเอกสาร Picking List จะใช้หลักความจำว่าสินค้าแต่ละ SKU แต่ละล็อตอยู่บริเวณไหนภายในคลังสินค้าและการถือคั้นเพื่อนำมาจัดเตรียมก่อนจัดส่งให้กับลูกค้าตามเอกสาร Picking List

ตารางที่ 3 ตารางแสดงปัญหาที่พบในการจัดเก็บการเบิกจ่ายและจากการร้องเรียนของลูกค้า

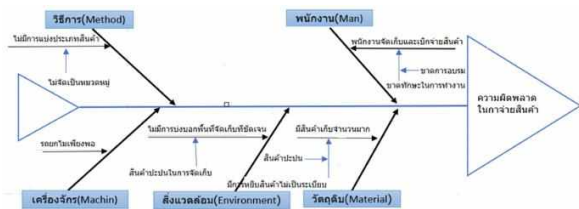
ปัญหาที่พบ	จำนวนครั้ง/พฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2562
เก็บสินค้าปะปนกัน	35 ครั้ง
จ่ายสินค้าผิด SKU	7 ครั้ง
จ่ายสินค้าผิด ล็อต	11 ครั้ง

## 3. วิเคราะห์หาต้นเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น

จากการสังเกตการทำงานพบว่า ในขั้นตอนการจัดเก็บสินค้าและการเบิกจ่ายสินค้านี้มีข้อผิดพลาดคือสินค้าที่รับเข้ามามีหลายล็อตวันที่ ทำให้สินค้าที่จัดเก็บมี



จำนวนมาก พนักงานจึงไม่สามารถจัดเก็บสินค้าเป็นหมวดหมู่ได้ ไม่มีการบ่งบอกตำแหน่งพื้นที่ที่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาการวางสินค้าตามจุดที่สามารถวางได้ สินค้าจึงกระจายตัวไปตามพื้นที่ภายในคลังสินค้า ปัญหาที่ตามมาคือการที่มีสินค้ากระจายตัวอยู่มากเกินไปเกิดสินค้าปะปนกัน ทำให้เบิกจ่ายสินค้าได้ลำบาก ส่งผลให้สินค้าที่ถูกจัดเก็บเข้ามาก่อน ไม่ได้ถูกจัดส่งให้ลูกค้าก่อน ไม่มีการเรียงลำดับการจัดส่งสินค้าที่ถูกต้อง เกิดปัญหาการเก็บสินค้าปะปนกันเกิดขึ้น การจ่ายสินค้าสลับ SKU และจ่ายสินค้าผิดล็อตวันที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยผังก้างปลา (Fishbone Diagram)

ปัญหาต่างๆ ที่ได้สรุปเป็นแผนผังก้างปลานั้น ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่มาจากการบริหารคลังสินค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ไม่มีการบ่งบอกพื้นที่จัดเก็บที่ชัดเจน ไม่มีการแบ่งประเภทสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ หรือจะเป็นปัญหาที่เกิดกระบวนการทำงานจากพนักงาน เช่น พนักงานใช้เวลาในการหาสินค้านาน พนักงานหยิบสินค้าสลับSKUสลับล็อต

จากการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปของบริษัท กรณีศึกษาโดยใช้แผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram) สามารถสรุปถึงปัจจัยและปัญหาต่างๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหา และปัญหาที่พบในปัจจุบัน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหา	ปัญหาที่พบในปัจจุบัน
พนักงาน(Man)	- พนักงานจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้าขาดทักษะในการทำงาน ทั้งนี้การจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปในปัจจุบันเป็นแบบสุ่ม กล่าวคือเมื่อมีพื้นที่ว่างก็วาง สินค้าและเมื่อต้องการสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้า ต้องใช้เวลานานในการเคลื่อนเพื่อหยิบสินค้าทำให้หยิบสินค้าที่ไม่ต้องการตามPicking List ออกก่อนกล่าวคือหยิบสลับSKUสลับล็อต
เครื่องจักร(Machine)	- รถยกไม่เพียงพอ เมื่อมีการเตรียมงานการจัดส่งนานเกินไปทำให้รถยกที่ต้องใช้กับส่วนอื่นไม่ทันต่อการใช้งาน เกิดปัญหา รถยกไม่เพียงพอ
วัสดุ(Material)	- มีสินค้าที่จัดเก็บ ภายในคลังสินค้าจำนวนมาก กล่าวคือสินค้ามีจำนวนหลากหลายSKU หลากหลายล็อต ทำให้เกิดการเก็บสินค้าปะปนกัน
วิธีการ(Method)	- ไม่มีการแบ่งประเภทของสินค้า และการจัดสินค้าแบบเป็นหมวดหมู่ กล่าวคือไม่มีการบ่งบอกประเภทของสินค้าSKUที่ชัดเจนและล็อตการผลิตที่ชัดเจน ทำให้เกิดการเก็บสินค้าปะปนกัน
สิ่งแวดล้อม(Environment)	- ไม่มีการบริหารจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้า ไม่มีการบ่งบอกพื้นที่จัดเก็บที่ชัดเจน กล่าวคือเมื่อมีพื้นที่ว่างก็วางสินค้าตามพื้นที่นั้น ทำให้เกิดการเก็บสินค้าปะปนกัน

**ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ด้วย 5WHI เพื่อการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร**

5WHI	สาเหตุของปัญหา	การดำเนินการแก้ไข
<b>Who</b>	-พนักงานที่ปฏิบัติงาน -สินค้า 11 รายการที่มีการรับเข้าและเบิกจ่าย	
<b>What</b>	-จ่ายสินค้าสลับSKUสลับล็อตให้กับลูกค้า	
<b>Where</b>	-บริเวณพื้นที่จัดเก็บสินค้า -บริเวณคลังสินค้า	
<b>Why</b>	-ไม่มีการบ่งบอกตำแหน่งพื้นที่การจัดเก็บที่ชัดเจน -ไม่มีบ่งบอกประเภทของสินค้าSKU และล็อตของสินค้าให้ชัดเจน -มีการจัดเก็บสินค้าที่ไม่เป็นระเบียบ สินค้าเกิดการปะปนกัน -พนักงานขาดทักษะในการทำงาน	
<b>When</b>	- เมื่อต้องการจัดเก็บสินค้า - เมื่อต้องการเบิกจ่ายสินค้า	
<b>How</b>	-จัดให้มีการบ่งบอกตำแหน่งพื้นที่จัดเก็บให้ชัดเจน -จัดให้มีการบ่งบอกประเภทของสินค้า และล็อตของสินค้าให้ชัดเจน -จัดให้มีการจัดเก็บสินค้าที่เป็นระเบียบมากขึ้น -จัดให้มีการอบรมพนักงาน	1. ใช้หลักการ Layout Management มาประยุกต์ใช้ 2. ใช้หลักการ Visual Control มาประยุกต์ใช้ 3. ใช้หลักการ FIFO (First In First Out) มาประยุกต์ใช้

การวิเคราะห์ด้วย 5WHI เพื่อการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร สามารถสรุปปัญหาที่ส่งผลให้เกิดการจ่ายสินค้าสลับSKUสลับล็อต คือไม่มีการบ่งบอกตำแหน่งพื้นที่การจัดเก็บสินค้าที่ชัดเจน ไม่มีพื้นที่สำหรับวางสินค้าชั่วคราว (Temporary Lane) ไม่มีบ่งบอกประเภทของสินค้าSKUและล็อตของสินค้าให้ชัดเจน การ

เบิกจ่ายสินค้าไม่เป็นไปตามหลักของ FIFO (First In First Out) สินค้าที่ถูกลำนำเข้ามาก่อนไม่ถูกจ่ายไปก่อนตามลำดับ

**4. การจัดการพื้นที่คลังสินค้า**

**(Layout Management)**

การจัดการพื้นที่คลังสินค้า(Layout Management) การวางแผนผังจะต้องมีเป้าหมายพื้นฐานที่จะอธิบายหลักการต่าง ๆ ได้แก่ หลักการเกี่ยวกับการเคลื่อนที่ในระหว่างทางที่สั้นที่สุด คือการรวมกิจกรรม ทุกกิจกรรมให้อยู่ในสภาวะที่เท่าเทียมกัน ภายใต้หลักการเกี่ยวกับการไหลเวียนของวัสดุ แผนผังที่ดีจะต้องจัดสถานที่ทำงานของแต่ละส่วนให้มีความสัมพันธ์กันมีอัตราการไหลของสินค้าที่สมบูรณ์ที่สุด จะต้องรวมคน วัสดุ เครื่องมือ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะต้องประกอบกันในทุก ๆ ส่วน มีความสัมพันธ์ในวิธีการปฏิบัติการ การใช้เนื้อที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ปัญหาเกิดจากไม่มีการแบ่งแยกพื้นที่แต่ละส่วนให้ชัดเจน ไม่มีการบ่งบอกตำแหน่งพื้นที่การจัดเก็บและการเบิกจ่ายสินค้าที่ชัดเจนไม่มีพื้นที่สำหรับวางสินค้าชั่วคราว (Temporary Lane) มีการจัดเก็บสินค้าไม่เป็นระเบียบการจัดไม่ได้เอื้อต่อการปฏิบัติงานในกระบวนการต่างๆ



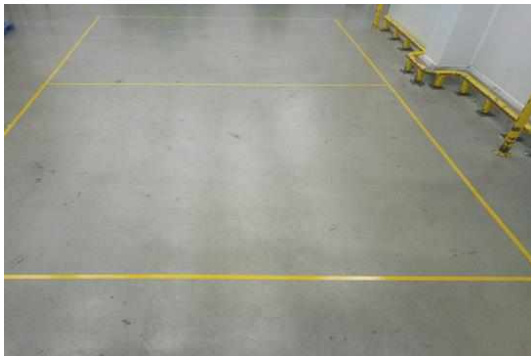
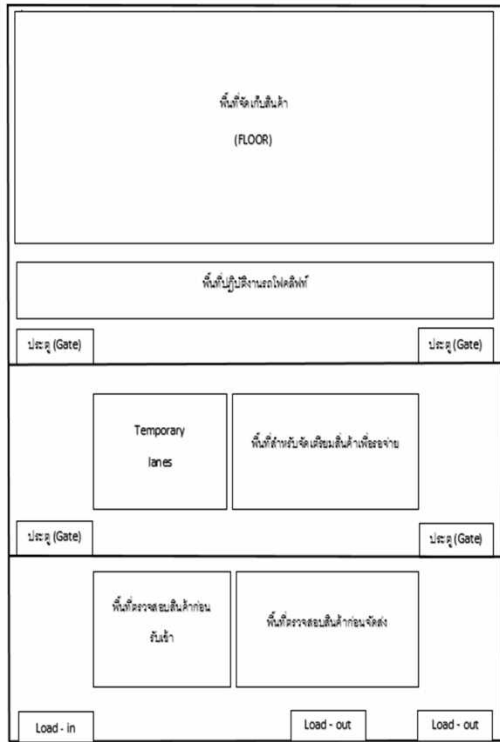
ภาพที่ 2 แสดงพื้นที่จำลองคลังสินค้า (Layout) ของ บริษัท กระจกศึกษา ก่อนการปรับปรุง

จากภาพที่ 2 ภาพแสดงพื้นที่จำลองคลังสินค้า (Layout) ปัจจุบัน การศึกษาปัญหาข้างต้น ทำการศึกษา ภาพรวมของ (Layout) ปัจจุบัน ภายในคลังสินค้าจะเห็น ได้ว่าไม่มีการบ่งบอกตำแหน่งพื้นที่การจัดเก็บและการ เบิกจ่ายสินค้าที่ชัดเจน ไม่มีพื้นที่สำหรับ วางสินค้าชั่วคราว (Temporary Lane) มีการจัดเก็บสินค้าไม่เป็นระเบียบการ

จัดไม่ได้เอื้อต่อการปฏิบัติงาน ในกระบวนการต่างๆไม่มีการแบ่งแยกพื้นที่แต่ละส่วนให้ชัดเจน

### แนวทางการปรับปรุง

การจัดการพื้นที่ คลังสินค้า (Layout Management) จากปัญหาข้างต้น ผู้ศึกษาได้ศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการปรับพื้นที่ภายใน คลังสินค้าให้มีการบ่งบอกตำแหน่งการจัดเก็บและพื้นที่ สำหรับรอเบิกจ่ายที่ชัดเจนตามหลัก การจัดการพื้นที่ คลังสินค้า (Layout Management) และจัดให้พื้นที่สำหรับ วางสินค้าชั่วคราว (Temporary Lane) เพิ่มขึ้น สามารถช่วยลดปัญหาของการจัดเก็บสินค้าที่ไม่เพียงพอได้ ทำให้ พนักงานที่ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



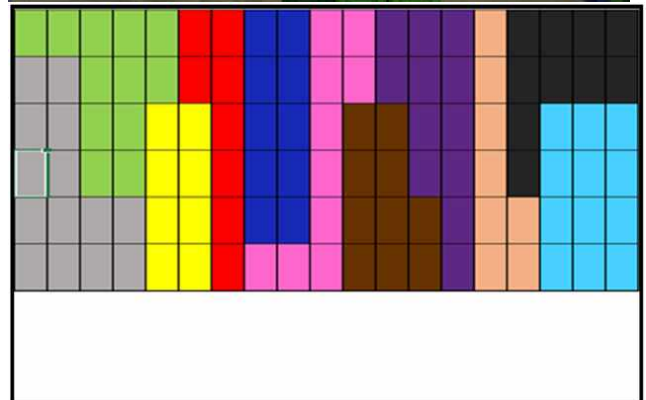
ภาพที่ 3 ภาพจำลองแสดงพื้นที่จำลองคลังสินค้าของ บริษัทกรณิศศึกษา หลังปรับปรุง

### 5. หลักการ Visual Control

เป็นระบบควบคุมการทำงานที่ทำให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าใจขั้นตอนการทำงานเป้าหมายผลลัพธ์การทำงานที่ง่ายและชัดเจนรวมถึงเห็นความคิดปกติต่างๆ และแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้บอร์ด ป้าย สัญลักษณ์ กราฟ สี และอื่นๆ เพื่อสื่อสารให้พนักงานที่เกี่ยวข้องทุกคนทราบ และจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการ

ของ Visual Control ในทิศทางเดียวกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการประยุกต์ใช้ อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาเกิดจากไม่มีการบ่งบอกประเภทของสินค้า แต่ละSKUไม่ได้มีการบ่งบอกที่เก็บสินค้าตามประเภทของสินค้าอย่างชัดเจน โดยในปัจจุบันสินค้าที่เข้ามาในคลังสินค้า เจ้าหน้าที่รับสินค้าจะวางสินค้าในจุดต่างๆ ที่วางอยู่ไม่ได้มีการแบ่งขอบเขตที่เก็บสินค้าอย่างชัดเจนตามประเภทของสินค้าและการหมุนของสินค้า ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาคือสินค้าปะปน การเบิกจ่ายสินค้าสลับตัว เนื่องจากคลังสินค้าที่เป็นอยู่นั้น การจัดไม่ได้เอื้อต่อการมองเห็น เป็นผลกระทบไปถึงกระบวนการอื่นๆ การขาดการจัดการทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากคลังสินค้าได้อย่างเต็มที่



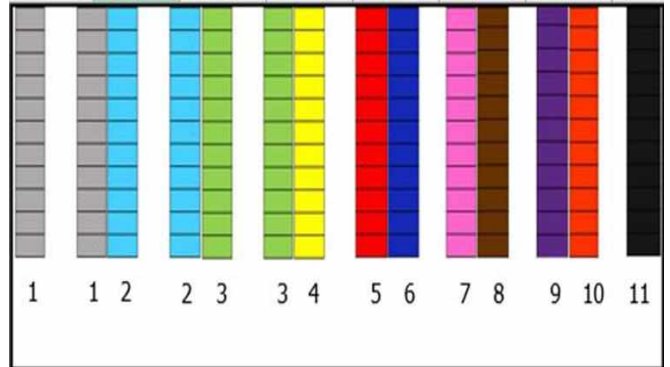
ภาพที่ 4 ภาพจำลองการจัดเก็บสินค้าของ บริษัทกรณิศศึกษา ก่อนการปรับปรุง

## แนวทางในการปรับปรุง

ในขั้นตอนการจัดเก็บสินค้าจัดให้มีการบ่งบอกประเภทของสินค้าแต่ละประเภท จัดให้มีการเปลี่ยนตำแหน่งการจัดเก็บโดยจัดแบ่งตำแหน่งการจัดเก็บสินค้าให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และจัดทำป้ายชี้บ่งของชื่อสินค้า และจัดแบ่งเขตสินค้าตามสีของงานแต่ละประเภท การจัดกลุ่มของสินค้าในคลังสินค้านั้นทำให้การทำงานนั้นสะดวกต่อการทำงาน ทั้งการหยิบสินค้า การจัดเก็บสินค้า การตรวจสอบสินค้าแต่ละประเภทก็สามารถ ทำให้สังเกตได้ง่าย เป็นการลดระยะเวลาในการทำงาน เกิดความเที่ยงตรงและแม่นยำยิ่งขึ้น

ตารางที่ 6 ตารางแสดงสีของสติ๊กเกอร์ที่ใช้ในแต่ละ SKU

ลำดับ	สติ๊กเกอร์ที่ใช้	
	Item	สี
1	23038341	เทา
2	23052670	ฟ้า
3	23057493	เขียว
4	23064970	เหลือง
5	23059073	แดง
6	23062693	น้ำเงิน
7	23058471	ชมพู
8	23047920	น้ำตาล
9	23079892	ม่วง
10	23079216	ส้ม
11	23077216	ดำ



ภาพที่ 5 ภาพจำลองการจัดเก็บสินค้าของบริษัท

กรณีศึกษา หลังการปรับปรุง

### 6. ทฤษฎี FIFO (First In First Out)


กล่าวคือสินค้าใดที่เข้าคลังสินค้านั้นก่อนก็หมุนเวียนออกไปก่อน เพื่อลดความเสี่ยงจากการจัดเก็บเป็นเวลานาน เป็นต้น การเข้าก่อนออกก่อน FIFO (First In First Out) หมายถึง วิธีที่ใช้ในการวัดต้นทุนของสินค้าโดยตั้งอยู่ในสมมติฐานว่าสินค้าหรือวัตถุดิบที่รับเข้ามาใช้ก่อนจะต้องถูกนำออกขายหรือนำมาใช้ก่อนเช่นกัน การเข้าก่อนออกก่อนมีแนวคิดเป็นไปตามการคำนวณโดยปกติที่บริษัทมักจะต้องขายหรือใช้ของเก่าก่อนเสมอ ดังนั้นด้วยระบบการเข้าก่อนออกก่อน ต้นทุนของวัตถุดิบที่ซื้อเข้ามาก่อนจะใช้เป็นต้นทุนสินค้าที่ผลิตออกมาด้วยเช่นกัน

ปัญหาเกิดจากคลังสินค้านั้นมีวิธีการจัดเก็บและจัดวางไม่เหมาะสม กระบวนการหยิบสินค้ามีข้อผิดพลาดอยู่เสมอ การเบิกสินค้าไม่เป็นไปตามหลักการ FIFO ทำให้เกิดปัญหาการเก็บสินค้าปะปนล้น การจ่ายสินค้าผิดล็อตวันที่เกิดขึ้น

## แนวทางในการปรับปรุง

โดยผู้วิจัยประยุกต์ใช้เพื่อการบริหารสินค้าคงคลัง คือการใช้สติ๊กเกอร์สีเป็นรูปสี่เหลี่ยมใช้ติดที่ตัวสินค้า และ Stock Card เพื่อให้ทราบการหมุนเวียนของสินค้า ที่เข้ามา ก่อนต้องทำการขายหรือถ่ายสินค้าออกไปก่อน โดยสินค้า ที่ตรวจสอบแล้ว ให้ดำเนินการจัดเก็บตาม Location แล้ว ดำเนินการดังนี้

1. พนักงานบันทึกข้อมูลเลขที่เอกสาร ใน Stock Card ลงจำนวนที่รับเข้าให้ถูกต้องและให้ทำการ ลงสีที่ Stock Card ตรงตำแหน่ง ลีตต์ที่เข้ามา (ลงสีตาม ตาราง)ซึ่งสีที่ใช้จะเรียงลำดับ ก่อน-หลัง ตามลีตต์ที่เข้ามา

สติ๊กเกอร์ที่ใช้		
ตัวอย่างสี	สี	Lot
	เขียว	1
	เหลือง	2
	แดง	3
	น้ำเงิน	4

Stock Card	Item:		23038341									
	Description:		ข้าวหัดโกลาหลิ									
	No.	Lot	Date	IN		OUT		Total		Sign. IN	Sign. OUT	
			Pac	Pallet	Pac	Pallet	Pac	Pallet				
		09-06-19	23760	20	23760	20	0	0	Pongsit	Pongsit		
		10-06-19	17820	15			17820	15	Pongsit			
		11-06-19	21384	18			21384	18	Pongsit			
		12-06-19	20196	17			20196	17	Pongsit			

ภาพที่ 6 ตัวอย่างการบันทึกข้อมูลการเบิกใน Stock Card

2. พนักงานบันทึกข้อมูลเลขที่เอกสารใน Stock Card ลงจำนวน ที่รับเข้าให้ถูกต้องและให้ทำการติด สติ๊กเกอร์ที่กล่องงาน โดยต้องเป็นสีเดียวกันกับใน Stock Card ตามลำดับ

## สรุปผลการดำเนินงาน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าเมื่อศึกษา กระบวนการ การบริหารการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัทผลิอาหารสำเร็จรูปแห่งหนึ่งในเขตฉะเชิงเทรา ทำให้เห็นขั้นตอนต่างๆในการบริหารจัดการคลังสินค้าโดยมี ขั้นตอนและกระบวนการการทำงานดังนี้ การรับเข้า จัดเก็บ และส่งออก จากข้อมูลกระบวนการการทำงาน เบื้องต้นสามารถสรุปปัญหาและวิธีในการแก้ไขปัญหาได้ ดังนี้

### 5.1.1 สรุปผลเครื่องมือที่ใช้ในการแก้ไขปัญหา

สรุปปัญหาและวิธีในการแก้ไขปัญหา พื้นที่ ภายในคลังสินค้าไม่มีการบ่งบอกพื้นที่ที่ชัดเจน ไม่มีพื้นที่ สำหรับวางสินค้าชั่วคราว (Temporary Lane) จึงนำทฤษฎี การจัดการพื้นที่ที่คลังสินค้า (Layout Management) เพื่อ บริหารจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้นตามวัตถุประสงค์ ไม่มีการบ่งบอกประเภทของ สินค้าSKUและลีตต์ ของสินค้าให้ชัดเจน นำทฤษฎีการ ควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) เพื่อบ่งบอก ตำแหน่งการจัดเก็บและแยกประเภทของสินค้าให้ชัดเจน การ เบิกจ่ายสินค้าไม่เป็นไปตามหลักการ สินค้าที่ถูก นำเข้ามาก่อนไม่ถูกจ่ายไปก่อนตามลำดับ นำทฤษฎี FIFO (First In First Out)เพื่อการเบิกจ่ายสินค้าเป็น ไปตาม หลักการคือสินค้าที่ถูกนำเข้ามาก่อนก็จะถูกนำส่งออกก่อน ตามลำดับ จัดอบรมให้แก่พนักงานเพื่อให้ทราบถึง กระบวนการที่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 7 ตารางแสดงการเปรียบเทียบปัญหาที่พบในกระบวนการทำงานและการถูกร้องเรียนจากลูกค้าก่อนการปรับปรุงช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ.2562 และหลังการปรับปรุงช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ.2563

ปัญหาที่พบ	ก่อนการปรับปรุงช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ.2563	หลังการปรับปรุงช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ.2563	ลดลงคิดเป็นเปอร์เซ็นต์
เก็บสินค้าปะปนกัน	ครั้ง 35	ไม่พบสินค้าปะปนกัน	100%
จ่ายสินค้าผิด SKU	ครั้ง 7	ไม่พบการจ่ายสินค้าสลับSKU	100%
จ่ายสินค้าผิด ลีต	ครั้ง 11	2 ครั้ง	71.43%

ซึ่งปัญหาที่พบในเรื่องการจัดเก็บสินค้าปะปนกันและในส่วนของการถูกร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องการจ่ายสินค้าสลับSKU จะเห็นได้ว่าหลังจากที่มีการดำเนินการแก้ไขสามารถจัดเก็บสินค้าแยกตามประเภทได้100%และการถูกร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องการจ่ายสินค้าสลับ SKU ลดลงสามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าถูกต้อง100%ในส่วนของการจ่ายสินค้าสลับลีดที่พบภายในกระบวนการเบิกจ่ายสินค้าจะเห็นได้ว่าลดลงถึงร้อยละ71.43% หลังจากการแก้ไข

#### ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำ WI : Work Instruction คู่มือในการปฏิบัติงาน มาใช้เพื่อควบคุมมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และเพื่อความแม่นยำในการปฏิบัติงาน

2. ควรจัดให้มีการ count stock อาทิตย์ละ 1 รอบ เพื่อให้ทราบถึงปริมาณของสินค้าคงคลังที่แม่นยำและเพื่อการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] วิสุทธิ์ สุพิทักษ์, & สุธีรา ภูริเวคินทร์. (2017). การวางแผนบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้หลักการจำลองสถานการณ์กรณีเติมเต็มสินค้าร่วมกันภายใต้สถานการณ์สินค้ามีกำหนดวันหมดอายุและการหมุนเวียนสินค้าแบบเข้าหลังออกก่อน.
- [2] สุภาภรณ์ ชินารักษ์, นพพล สุวรรณทรัพย์, & ไชยรัช เมฆแก้ว. (2017, September). การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการจัดการคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารห้องเย็น กรณีศึกษา: บริษัท ปิดิเซ็นเตอร์ห้องเย็น จำกัด. In Rangsit Graduate Research Conference: RGRC (Vol. 12, pp. 13-19).
- [3] อรนิชา บุตรพรหม, & มาริสำป้อม บุษพา. (2018). FIFO เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้า กรณีศึกษาบริษัทชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่ง.
- [4] Ashbourn, J. (1982). "Shop Layout: The key to increase sales", Retail & Distribution Management, 10(6), 63-65.
- [5] Bartholdi, III & Hackman, S.T. (2014). Warehouse & Distribution Science. The Supply Chain and Logistics Institute School of Industrial and System Engineering, Georgia Institute of Technology Atlanta, USA.
- [6] Moryadee, C., Kosalwat, P., Jitt-Aer, K., & Rabob, C. (2020). แนวทางการแก้ไขปัญหาการจัดการคลังสินค้า เวชภัณฑ์: กรณีศึกษา ร้านขายยาแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม. Journal of Innovation and Management, 5(5), 5-14

## การพัฒนาแบบจำลองระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนภายในรถยนต์

### Development of a vehicle frequency detection model

ชุตินา เกตุษา<sup>1</sup> ไพรัช นาคนาวา<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

#### บทคัดย่อ

ภัยเงียบที่หลายคนอาจไม่ทราบหรือไม่ทันได้ระวัง นั่นคือก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ที่ใกล้ตัวมากเพราะก๊าซชนิดนี้ถูกปล่อยออกมาจากท่อไอเสียรถยนต์ หากเราอยู่ในที่ปิด ก๊าซก็จะเจือจางไปในบรรยากาศ ทำให้เราไม่รู้สึกว่าได้รับผลกระทบหรือได้รับอันตรายจากก๊าซนี้แต่อย่างใด แต่หากเราอยู่ในที่ปิด

การวิจัย “การพัฒนาแบบจำลองระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนภายในรถยนต์” อาศัยการทำงานของโมดูล ESP 8266 เขียนโปรแกรมคำสั่งควบคุมการทำงาน ระบบจะส่งข้อความการแจ้งเตือนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และ ดูค่าที่อุปกรณ์วัดได้จากแอปพลิเคชัน Blynk โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ใช้ติดตั้งอุปกรณ์ในการวัดค่าของก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ที่เพิ่มขึ้นจนเป็นอันตรายต่อมนุษย์และทำการแจ้งในกรณีที่มีก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์สะสมมากเกินไป และ เพื่อให้ผู้ใช้ระบบสามารถใช้งานได้ง่ายสะดวกและไม่ซับซ้อนเพียงแต่ต่ออุปกรณ์เข้ากับแบตเตอรี่ หรือแหล่งจ่ายไฟและทำการเชื่อมต่อเข้ากับไวไฟ ผ่านสมาร์ตโฟน ก็สามารถใช้งานได้ทันที

**คำสำคัญ:** แอปพลิเคชัน ก๊าซ

#### Abstract

The silent threat that many people may not know or not be aware of. That's carbon monoxide gas. That is very close because this type of gas is emitted from the exhaust pipe. If we are in the open The gas is diluted in the atmosphere. We do not feel affected or harmed by this gas in any way. But if we're in a closed place

The research "Development of an Automation Companion Detection System" is based on the operation of the ESP 8266 module, programming the control command, the system will send a notification message via the application line. And see the value that the device can measure from Blynk Application It is intended for the user to install the device to measure the value of the madness that is increasing until it is dangerous to the body and condition in the event of evil to allow the user to install the device in The measure of corruption is too severe. So that system users can use it easily, easily, conveniently And not complicated, just connect the device to the battery Or power supply and connect to Wi-Fi Via smartphone Can be used easily immediately

**Keywords:** Application gas



## บทนำ

จากรายงานมลพิษทางอากาศ ก๊าซชนิดนี้เกิดจากการเผาไหม้ของน้ำมันเชื้อเพลิงในเครื่องยนต์ที่ไม่สมบูรณ์ และรถยนต์ปล่อยก๊าซนี้ออกมาทางท่อไอเสีย ก๊าซนี้จะลอยปะปนอยู่ในอากาศมีจำนวนมาก พบว่าปริมาณความเข้มข้นของก๊าซชนิดนี้ยังสูงเกินค่ามาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 8 ชั่วโมง วัดได้ 9 ppm ปะปนอยู่ในอากาศได้นาน 1-2 เดือน จัดเป็นก๊าซพิษที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมนุษย์เนื่องจากเป็นก๊าซที่ไม่มีกลิ่น ทำให้เข้าสู่ร่างกายได้โดยที่เราไม่รู้ตัวและเมื่อก๊าซชนิดนี้เมื่อเข้าสู่ร่างกายสามารถสะสมอยู่ในร่างกายได้โดยจะไปรวมตัวกับฮีโมโกลบินในเม็ดเลือดแดงได้ดีกว่าออกซิเจนประมาณ 200-250 เท่า ทำให้การลำเลียงออกซิเจนไปสู่เซลล์ต่างๆ ของร่างกายลดน้อยลง ส่งผลให้ร่างกายเกิดอาการอ่อนเพลีย สมองขาดออกซิเจน และถ้าได้รับก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ในปริมาณมากอาจทำให้ร่างกายเกิดอาการขาดออกซิเจนเฉียบพลันถึงขั้นเสียชีวิตได้

จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้จัดทำจึงได้มีการพัฒนาเครื่องตรวจจับก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์เพื่อติดตั้งและตรวจจับค่าที่เกินมาตรฐานของก๊าซชนิดนี้ภายในรถยนต์ และส่งข้อความแจ้งเตือนผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์เพื่อลดอัตราการเสียชีวิตของผู้ขับขี่รถยนต์ จากการขาดออกซิเจนเฉียบพลันได้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อป้องกันการเสียชีวิตจากการที่สมองขาดก๊าซออกซิเจน เป็นเวลานานได้
2. เพื่อแจ้งเตือนผู้ขับขี่ ในกรณีที่มีก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์สะสมมากเกินไป

## ขอบเขตการวิจัย

1. สามารถวัดค่ามาตรฐานของก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ที่เพิ่มขึ้นจนเป็นอันตรายต่อมนุษย์ได้
2. สามารถป้องกันการเสียชีวิตจากการที่สมองขาดออกซิเจนเป็นเวลานานได้

## 3. สามารถแจ้งเตือนผู้ขับขี่ ในกรณีที่มีก๊าซ

คาร์บอนมอนอกไซด์สะสมมากเกินไป

## ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

### ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์

คาร์บอนมอนอกไซด์ มีสูตรทางเคมี "CO" เป็นก๊าซที่ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ไม่มีรส แต่มีความเป็นอันตรายอย่างร้ายแรงต่อระบบลำเลียงเลือด โมเลกุลประกอบไปด้วยคาร์บอนหนึ่งอะตอมและออกซิเจนหนึ่งอะตอมเชื่อมกันด้วยพันธะโควาเลนต์ อาจจัดได้ว่าเป็นสารประกอบแอนไฮไดรด์อย่างหนึ่งของกรดฟอร์มิก

ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์เกิดจากการเผาไหม้ที่ไม่สมบูรณ์ของสารประกอบคาร์บอน โดยเฉพาะเครื่องยนต์สันดาปภายใน คาร์บอนมอนอกไซด์จะเกิดได้มากเมื่อออกซิเจนไม่เพียงพอในการสันดาป คาร์บอนมอนอกไซด์สามารถใช้เป็นเชื้อเพลิงได้ เผาไหม้ในอากาศจะเกิดเปลวเพลิงสีน้ำเงินและให้คาร์บอนไดออกไซด์ออกมา แม้ว่าจะมีความเป็นพิษอย่างร้ายแรง คาร์บอนมอนอกไซด์ก็มีความปลอดภัยในโลกปัจจุบันอย่างมากเพราะเป็นสารตั้งต้นในการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างอื่นนานาชนิด เช่น จาครด บุหรี่ เป็นต้น

### ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

คาร์บอนไดออกไซด์ (อังกฤษ: carbon dioxide) หรือ CO<sub>2</sub> เป็นก๊าซไม่มีสี ซึ่งหากหายใจเอาก๊าซนี้เข้าไปในปริมาณมาก ๆ จะรู้สึกเปรี้ยวที่ปาก เกิดการระคายเคืองที่จมูกและคอ เนื่องจากอาจเกิดการละลายของแก๊สนี้ในเมือกในอวัยวะ ก่อให้เกิดกรดคาร์บอนิกอย่างอ่อน

คาร์บอนไดออกไซด์มีความหนาแน่น 1.98 kg/m<sup>3</sup> ซึ่งเป็นประมาณ 1.5 เท่าของอากาศ โมเลกุลประกอบด้วยพันธะคู่ 2 พันธะ (O=C=O) หรือ CO<sub>2</sub> น้ำหนักโมเลกุล 44.01 [3]ไม่ติดไฟและไม่ทำปฏิกิริยา คาร์บอนไดออกไซด์ในสถานะของแข็ง เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า คาร์บอนไดออกไซด์แข็ง หรือ solid carbon dioxide เตรียมได้จากการนำก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาผ่านกระบวนการอัดและทำให้เย็นลงภายใต้ความดันสูงกลายเป็นคาร์บอนไดออกไซด์เหลว แล้วลดความดันลงอย่างรวดเร็วโดยการพ่น

คาร์บอนไดออกไซด์เหลวสู่ความดันบรรยากาศ ผลที่ได้คือ  
เกล็ดน้ำแข็งคล้ายเกล็ดหิมะแล้วจึงนำมาอัดเป็นรูป  
คาร์บอนไดออกไซด์จะกลายเป็นของแข็งที่มีสีขาวอุณหภูมิ  
-78 องศาเซลเซียส โดยไม่ผ่านการเป็นของเหลวก่อน หาก  
ต้องการทำให้คาร์บอนไดออกไซด์เป็นของเหลว ต้องใช้  
ความดันไม่น้อยกว่า 5.1 บรรยากาศคาร์บอนไดออกไซด์  
สามารถละลายน้ำได้ 1 เปอร์เซ็นต์ของสารละลายนั้นจะ  
กลายเป็นกรดคาร์บอนิกซึ่งจะเปลี่ยนรูปเป็นไบคาร์บอเนต  
และคาร์บอเนตในภายหลัง

การทดสอบก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ สามารถหา  
ได้ 2 วิธี คือ

1. นำรูปที่ติดไฟอยู่เข้าไปในหลอดทดลองที่มี  
คาร์บอนไดออกไซด์อยู่ไว้จะดับ เพราะ  
คาร์บอนไดออกไซด์ไม่ได้ช่วยในการติดไฟของสาร จึง  
นำมาใช้เป็นก๊าซดับเพลิงได้
2. ผ่านก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ไปในน้ำปูนใส  
(แคลเซียมไฮดรอกไซด์) น้ำปูนใสจะขุ่น เนื่องจากเกิด  
แคลเซียมคาบอเนตเกิดขึ้น

### อุปกรณ์ที่ใช้ในการพัฒนา

บอร์ด ESP8266 Board เป็นชื่อเรียกของชิพของ  
โมดูล ESP8266 สำหรับติดต่อสื่อสารบนมาตรฐาน Wi-Fi  
ทำงานที่แรงดันไฟฟ้า 3.0-3.6V ทำงานใช้กระแสโดยเฉลี่ย  
80mA รองรับคำสั่ง deep sleep ในการประหยัดพลังงาน ใช้  
กระแสต่ำกว่า 10 ไมโครแอมป์ สามารถ wake up กลับมา  
ส่งข้อมูลใช้เวลาน้อยกว่า 2 มิลลิวินาที ภายในมี Low  
power MCU 32bit ทำให้เราเขียนโปรแกรมสั่งงานได้ มี  
วงจร analog digital converter ทำให้สามารถอ่านค่าจาก  
analog ได้ความละเอียด 10bit ทำงานได้ที่อุณหภูมิ -40 ถึง  
125 องศาเซลเซียส รายละเอียดเพิ่มเติมจากผู้ผลิตอ้างอิงตาม  
ลิงค์นี้ ESP8266 Datasheet

MQ-7 เป็น Sensor ตรวจสอบปริมาณ ก๊าซไวไฟ  
และ คาร์บอน เช่น LPG, I-butane, propane, Methane, alcohol,  
Hydrogen, smoke ในอากาศ ซึ่งเมื่อเราเริ่มจ่ายพลังงานให้  
MQ-7 ที่ขา H ทำให้ เกิดความร้อนขึ้นที่ขดลวด เมื่อก๊าซ

ไวไฟต่างๆ เข้ามาทำปฏิกิริยาจะทำให้ ค่าความต้านทานที่  
เกิดขึ้นระหว่าง ขา A และ B (RS) ลดลง

### โปรแกรม Arduino (Arduino IDE)

โปรแกรมควบคุมการทำงานของบอร์ด Arduino Board  
เพราะเป็นโปรแกรมที่ใช้งานง่าย เขียนด้วยภาษา C และ  
ความที่เป็น Open Source ทำให้ใช้งานได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย  
ได้รับความนิยมสูง จึงทำให้มีแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้า  
เพิ่มเติมในเว็บบอร์ดหรือเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตอีกมากมาย  
และในส่วนของบอร์ด Arduino Board เองนั้น เป็นบอร์ด  
ไมโครคอนโทรลเลอร์ที่มีขาพอร์ตอินพุตและเอาต์พุตที่มาก  
พอในการนำไปใช้งานจริงสามารถต่อกับเซนเซอร์ได้ทั้ง  
แบบดิจิทัลและแอนะล็อก และยังต่อเพื่อขับอุปกรณ์  
เอาต์พุตให้ทำงานโดยที่เราจะต้องเขียนโปรแกรมเพื่อสั่งงาน  
ให้บอร์ด Arduino Board สามารถควบคุมอุปกรณ์ต่างๆ เช่น  
ควบคุมการเปิดปิดหลอดไฟ ปลั๊กไฟฟ้า หรือเครื่องรดน้ำ  
ต้นไม้ เป็นต้น นอกจากนี้เพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้งาน  
แบบ IoT เราสามารถควบคุมบอร์ดผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้  
โดยต่อบอร์ดเสริม Arduino Ethernet Shield เข้ากับบอร์ด  
หลัก เนื่องจากบอร์ด Arduino Board มีราคาไม่สูงมาก จึง  
เป็นการช่วยประหยัดต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ หากผู้ศึกษา  
ต้องการนำบอร์ดไปพัฒนาต่อให้เป็นอุปกรณ์ หรือ  
แอปพลิเคชัน IoT

แอปพลิเคชันไลน์ (Line) คือ Application สำหรับ  
การสื่อสารยอดนิยม เนื่องจากมีความสามารถหลากหลาย  
และทำงานได้บนหลากหลายอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ต  
โฟน, แท็บเล็ต หรือแม้กระทั่งบนเครื่องคอมพิวเตอร์  
สำหรับความสามารถเด่น ๆ ที่ทำให้ Line มีความแตกต่าง  
จาก Application สื่อสารอื่น ๆ ก็คือรูปภาพตัวการ์ตูนสื่อ  
อารมณ์ที่เรียกว่าสติ๊กเกอร์ ประโยชน์ของมันคือช่วยให้ลด  
ปริมาณการพิมพ์ข้อความ และช่วยสร้างความแปลกใหม่ใน  
การสนทนาได้เป็นอย่างดี ทำให้ในปัจจุบันนี้ Line ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

Blynk คือ Application สำเร็จรูปสำหรับงาน IOT  
มีความน่าสนใจคือการเขียนโปรแกรมที่ง่าย ไม่ต้องเขียน  
App เองสามารถใช้งานได้จริงอย่าง Real time สามารถเชื่อมต่อ

Device ต่างๆเข้ากับ Internet ได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็น Arduino, Esp8266, Esp32, Nodemcu, Rasberry pi นำมาแสดงบน Application ได้อย่างง่ายดาย แล้วยังที่สำคัญ Application Blynk ยังฟรี และ รองรับในระบบ IOS และ Android อีกด้วย

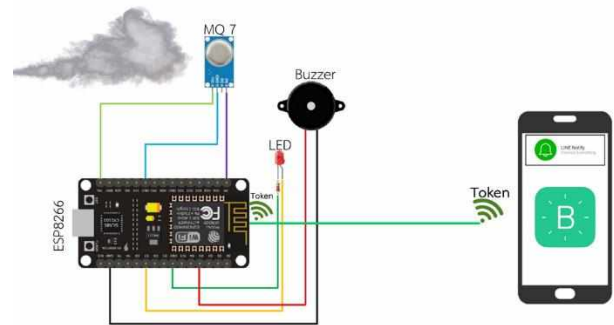
### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพร เพชรชำนาญ และคณะ (2561) แอปพลิเคชันตรวจจับก๊าซไวไฟด้วยอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง ก๊าซไวไฟ สามารถอยู่ในรูปของเหลว หรือก๊าซ ถูกเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่มีชนิด ปกติจะมีการนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในการ ประกอบอาหารในครัวเรือนทั่วไป สามารถติดไฟได้ง่าย เนื่องจากก๊าซไวไฟมีคุณสมบัติไม่มีสี ไม่มีกลิ่น และเมื่อมีการ ระเหย ก็จะไม่สามารถมองเห็นได้ ดังนั้นจะเป็นอันตราย อย่าง มากหากเก็บใกล้กับจุดที่อาจจะเกิดประกายไฟ เช่น ปลั๊กไฟ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า งานวิจัยนี้จึงเสนอการใช้ แอปพลิเคชัน ตรวจจับก๊าซไวไฟผ่านระบบ Internet of Things โดยอาศัย หลักการและแนวคิดที่มีการใช้ ไมโครคอนโทรลเลอร์ ที่มีขนาดเล็ก ราคาประหยัดมาใช้ในการควบคุมและประมวลผล โดย ทำงานร่วมกับ เซ็นเซอร์ ตรวจจับการรั่วไหลของก๊าซ (MQ2) และส่งสัญญาณ ไปยังแอปพลิเคชันในมือถือผ่านระบบคลาวด์ของ Internet of Things จากผลการทดลองพบว่าชุด ไมโครคอนโทรลเลอร์ ที่ออกแบบสามารถตรวจสอบก๊าซไวไฟ ได้หลายชนิด สามารถตรวจจับการรั่วไหลและส่งสัญญาณเตือน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถใช้ทดแทนอุปกรณ์ ที่มีขายในท้องตลาดได้

ศศกรณ กุลจิตติภักย์ (2561) นำเสนอ เรื่องการ พัฒนาอุปกรณ์ตรวจจับการรั่วของแก๊ส LPG โดยใช้ NodeMCU และการแจ้งเตือน โดย งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอุปกรณ์ตรวจจับการรั่วของแก๊ส LPG โดยใช้ไมโคร-คอนโทรลเลอร์ NodeMCU และการแจ้งเตือน มีการใช้มัลติเซนเซอร์ ได้แก่ เซนเซอร์สำหรับตรวจจับแก๊ส LPG (MQ-6 sensor) และเซนเซอร์วัดอุณหภูมิ (DHT22 sensor) หากผลลัพธ์ที่วัดได้จากเซนเซอร์เกินกว่า

เกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือสภาพแวดล้อมมีอุณหภูมิไม่เหมาะสมจะมีการส่งข้อมูลและแจ้งเตือนไปยังผู้ใช้ผ่านแอปพลิเคชัน LINE Notify และมีการออกแบบอุปกรณ์สองแบบคือ กล้องอุปกรณ์ตรวจจับแก๊ส LPG แบบติดตั้งอยู่กับที่และอุปกรณ์ตรวจจับแก๊ส LPG แบบพกพา โดยกล้องอุปกรณ์แบบติดตั้งอยู่กับที่จะทำการติดตั้งใกล้กับแหล่งแก๊ส ส่วนอุปกรณ์แบบพกพาจะใช้ตรวจจับแก๊สเฉพาะที่และมีการแสดงผลที่อ่านได้จากเซนเซอร์บนหน้าจอ LCD จากผลการทดสอบเบื้องต้นของงานวิจัยนี้พบว่าอุปกรณ์ตรวจจับการรั่วของแก๊ส LPG ที่พัฒนาสามารถตรวจจับแก๊ส LPG และอุณหภูมิ จากเซนเซอร์ทั้งสองชนิดได้อย่างถูกต้อง เราได้ทำการทดสอบโดยการกดใช้ไฟแช็คให้ปล่อยแก๊สออกมาและตรวจสอบค่าที่ได้จากเซนเซอร์ รวมถึงได้มีการทดสอบการส่งข้อความการแจ้งเตือนไปยังแอปพลิเคชัน LINE Notify ของผู้ใช้งาน เมื่ออุปกรณ์ตรวจพบค่าที่ถึงเกณฑ์ความปลอดภัยที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเตรียมการรับมือได้ทันหากพบว่ามีแนวโน้มการเกิดการรั่วของแก๊ส

### ภาพรวมของระบบ



ภาพที่ 1 ภาพรวมของระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนในรถยนต์ จากภาพที่ 1 โครงสร้างระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนในรถยนต์ มีขั้นตอนดังนี้

1. เครื่องตรวจจับก๊าซ จับทำการวัดค่าของก๊าซที่เกินค่าตามที่ตั้งไว้เพื่อวัดค่าและดำเนินการในขั้นตอนต่อไป
2. เมื่อเซนเซอร์ตรวจจับค่าก๊าซที่เกินค่าตามที่ตั้งไว้ หลอดไฟ DEL สีแดงติด และส่งสัญญาณเสียงเพื่อให้ผู้ขับขี่ทราบ

3. ข้อความผ่านที่ได้กำหนดไว้จะทำการส่งทางไลน์แอปพลิเคชัน เพื่อบอกให้กับผู้ใช้งานได้ทราบ โดยข้อความจะทำการส่งทุกๆ 20 วินาที

4. การแจ้งเตือนจะสิ้นสุดลงเมื่อค่าของก๊าซต่ำกว่าที่กำหนดไว้

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการพัฒนาระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนในรถยนต์ผ่านบอร์ดควบคุม ESP8266 เพื่อตรวจจับค่าของก๊าซ และทำการแจ้งเตือนด้วยสัญญาณเสียงและส่งข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์ไปยังสมาร์ตโฟนของกลุ่มผู้ใช้ เพื่อนำมาใช้ในการปกกัน และลดอัตราเสี่ยงของการขาดออกซิเจนขณะหลับในรถยนต์หรือ ป้องกันแก๊สรั่วภายในครัวเรือนได้เพราะมีขนาดเล็ก กะทัดรัด และสามารถพกพาได้สะดวก

และในขั้นตอนการติดอุปกรณ์ลงบนแผ่นปริ้นท์ที่ผิดวิธีทำให้ตัวบอร์ด ESP8266 Board และอุปกรณ์ไม่ทำงานเนื่องจากติดตั้งผิดด้าน ทำให้ไม่มีกระแสไฟมาเลี้ยงอุปกรณ์ และตะกั่วบัดกรีที่ใช้ไม่ได้ลงที่แต่ละขาของบอร์ด ESP8266 Board ทำให้ตัวบอร์ดเสียหายและไม่สามารถใช้งานได้

### แนวทางการแก้ไข

เปลี่ยนบอร์ด ESP8266 Board และแผ่นปริ้นท์ใหม่ ก่อนที่จะนำอุปกรณ์มาติดตั้งลงบนแผ่นปริ้นท์ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของโค้ดโปรแกรมและแก้ไขในส่วนที่มีการเปลี่ยนขาของหลอด LED ใหม่ หลังจากนั้นทำการทดลอง เมื่อการทดลองประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจแล้วจึงทำการติดตั้งอุปกรณ์ลงบนแผ่นปริ้นท์และทดลองใช้งานอีกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดข้อบกพร่อง ในการนำไปใช้งานจริง

### อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนการวางแผน ออกแบบและพัฒนาระบบตรวจจับก๊าซคาร์บอนในรถยนต์ผ่านบอร์ด

ควบคุม ESP8266 เพื่อตรวจจับค่าของก๊าซและ ทำการแจ้งเตือนด้วยสัญญาณเสียงและส่งข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์ไปยังสมาร์ตโฟนของกลุ่มผู้ใช้ เพื่อนำมาใช้ในการปกกัน และลดอัตราเสี่ยงของการขาดออกซิเจนขณะหลับในรถยนต์หรือ ป้องกันแก๊สรั่วภายในครัวเรือนได้เพราะมีขนาดเล็ก กะทัดรัด และสามารถพกพาได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ นายสุวิทย์ วงศ์ศิลา ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับระบบตรวจจับก๊าซ และการประยุกต์ใช้งาน ไว้และวัชรกร เพียงชุษ , กาวิณี นิธิไวคุณฐ์ (2561) นำเสนอ เครื่องตรวจจับและแจ้งเตือนแก๊ส LPG/NGV โดยการใช้แก๊ส LPG และ NGV เป็นที่นิยมอย่างมากจากผู้ใช้งานทั่วโลกเนื่องจากสะดวกในการใช้งานด้วยเหตุผลนี้ผู้ใช้งานจึงมีความปรารถนาต่อการใช้งานหรือมีการใช้งานที่ไม่ถูกวิธีจนเป็นสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ศิริพร เพชรชำนานู และคณะ (2561) แอปพลิเคชันตรวจจับก๊าซไวไฟด้วยอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต . The Fourteenth National Conference on Computing and Information Technology(2018)
- [2] ศศิวิมล สุขพัฒน์ และคณะ (2561) การพัฒนาอุปกรณ์ตรวจจับการรั่วของแก๊ส LPG โดยใช้ NodeMCU และการแจ้งเตือน .มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- [3] อำนวย จอดสันเทียะ. (2562). ติดตั้งบอร์ด NodeMCU ESP8266 ใช้งานกับ Arduino IDE. สืบค้น 22 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.arduinochonburi.com/article/4>
- [4] ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอส. สมาร์ทเทค ซิสเต็ม. (2562). สอนใช้งาน NodeMCU ESP8266 เซ็นเซอร์ตรวจจับควัน LPG CO MQ2 Smoke Gas Sensor. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.myarduino.net/article/197>
- [5] Wasan Show. (2562). ตรวจจับแก๊สรั่วไหล ด้วย MQ - 2 โมดูลเซนเซอร์ตรวจจับแก๊ส. สืบค้น 28 พฤศจิกายน 2563, จาก

[https://www.youtube.com/watch?v=7DeG8GbyF\\_M&feature](https://www.youtube.com/watch?v=7DeG8GbyF_M&feature)

[6] KikDIY. (2561). วิธีการทำแจ้งเตือนไฟไหม้เข้ามือถือ

ESP8266 Fire alarm Flame Smoke Detector to smartphone. สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2563, จาก

<https://www.youtube.com/watch?v=mTDgJN3ycio&feature>

[7] นายปริญญา เอกโพธิ์. (2562). ทดสอบการควบคุม

หลอดไฟ LED ด้วยบอร์ดพัฒนา NodeMCU ESP-12E.

สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2563, จาก

<http://www.kpciot.com/article/5>

[8] Jutarut\_DPM. (2555). ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์: ก๊าซ

อันตรายที่มองไม่เห็น. สืบค้น 12 พฤศจิกายน 2563,

จาก

<http://dpm.nida.ac.th/main/index.php/articles/chemical-hazards/item/124>

# การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัท เอกชน จำกัด

## Efficiency improvement of warehouse management

### Case studies private Company Limited

นราวดี สมชาติ<sup>1</sup> ดร.ฉันทลักษณ์ อีสวัสดิ์<sup>2</sup> ดร.พิสุทธิ ตั้งเด่นชัย<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> คณะวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อการปรับปรุงด้านการจัดการขั้นตอนการเบิกจ่ายสินค้า 2. เพื่อการปรับปรุงขบวนการการทำงานภายในคลังสินค้า 3. เพื่อลดข้อผิดพลาดในคลังสินค้าอันเกิดจากการทำงานที่ซ้ำซ้อนและไม่มีการเรียง 4. เพื่อสร้างความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน ผู้วิจัยได้ทำการสร้างขั้นตอนการทำงานการเบิกจ่ายสินค้าภายในคลังสินค้า และพบปัญหาในการจัดการคลังสินค้าของบริษัท จึงได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา ดังนี้ 1. มีการวิเคราะห์การทำงานแบบเดิม 2. สร้างกระบวนการทำงานใหม่โดยตัดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกเพื่อความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น 3. ศึกษาทฤษฎี ECRS เพื่อทำการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้าใหม่เพื่อความรวดเร็วในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า การปรับปรุงกระบวนการทำงานในการเบิกจ่ายสินค้าภายในคลังสินค้าสามารถลดระยะเวลาการทำงานจากเดิม ก่อนปรับปรุงทั้งหมด 80 นาที หลังจากการปรับปรุงด้วยการศึกษาทฤษฎี ECRS สามารถลดขั้นตอนการทำงานลงไปเหลือ 62.3 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.24 และสามารถลดขั้นตอนในการทำงานที่ซ้ำซ้อนลงได้ ส่งผลให้การบริหารคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น

**คำสำคัญ:** การจัดการการเบิกจ่ายสินค้า การปรับปรุงกระบวนการทำงาน

#### Abstract

This study aims to 1. To improve the management of the goods issue process. 2. To improve the work process within the warehouse. 3. To reduce errors in the warehouse caused by repetitive and messy work 4. To create convenience and speed in the work. The researchers created the process of disbursement within the warehouse and encountered problems in the company's warehouse management division, so they proposed the following solutions. 2. Create a new workflow by cutting out unnecessary steps for more quick convenience 3. Study ECRS theory to improve the processes within the warehouse for faster work efficiency.

The research found that improving the workflow in the warehouse issue can reduce the working time from the original. After 80 minutes after the improvement with the theory study, ECRS was able to reduce the workflow down to 62.3 minutes, 1.24%, and the complex workflow could be reduced. Resulting in more efficient warehouse management

**Keywords:** The item disbursements management, process improvement work.

#### บทนำ

ธุรกิจขนส่งเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่ตอบรับการปรับตัวเข้าสู่กระบวนการทำ Digital Transformation เป็นกลุ่มที่มีการลงทุนในด้านเทคโนโลยีหลากหลายระบบเนื่องจากกระบวนการขนส่งถือเป็นกระบวนการใหญ่ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่ทำหน้าที่ควบคุมงานขนย้ายที่เกี่ยวข้องกับ

การกระจายสินค้าและงานบริการด้านการขนส่งจากต้นทาง ไปสู่ปลายทางซึ่งมีตัวแปรหลายส่วนเกี่ยวข้องกัน ไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า สินค้า คลังสินค้าจากจุดกระจายสินค้าไปจนถึงการจัดรถ ขนส่งสินค้านั้นธุรกิจจะบริหารจัดการได้อย่างไรเมื่องานมีความซับซ้อนหลายจุดก่อนส่งสินค้าอีกทั้งยังมีลูกค้า สินค้า พนักงานขับรถและรถขนส่งการจัดการธุรกิจขนส่งแบบดั้งเดิม คงไม่เพียงพออีกต่อไปในยุค Digital ที่มี Technology พร้อมสนับสนุนคุณในแบบ Real Time

บริษัทเอกชนจำกัด เป็นบริษัทตัวแทนจำหน่าย เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ ปัญหาที่เกิดขึ้นคือเรื่องของระยะเวลาการทำงานแต่ละขั้นตอนการเบิกจ่ายเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ ก่อนการส่งสินค้าไปยังแผนกขนส่ง เพื่อทำการส่งสินค้าให้กับ ทางลูกค้า

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาขั้นตอนการทำงานเพื่อลดระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่การรับออเดอร์ ตลอดจนการ โหลดสินค้าขึ้น รถพร้อมส่งให้กับ ทางลูกค้า เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในขั้นตอนการทำงานภายในคลังสินค้าให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้หลักการของทฤษฎี ECRS เข้ามา ช่วยในการ ยกเลิกขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและรวมการทำงานเข้าด้วยกัน เพื่อประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อการปรับปรุงด้านการจัดการขั้นตอนการ เบิกจ่ายสินค้า
2. เพื่อการปรับปรุงขบวนการการทำงานภายใน คลังสินค้า
3. เพื่อลดข้อผิดพลาดในคลังสินค้าอันเกิดจากการ ทำงานที่ซ้ำซ้อนและไม่มีการเปรียบเทียบ
4. เพื่อสร้างความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน

### ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้กระบวนการจัดการเบิกจ่ายที่มีประสิทธิภาพ
  2. ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน
  3. ขั้นตอนการเบิกจ่ายมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

### วิธีการวิจัยดำเนินงาน

1. รวบรวมข้อมูลของปัญหาจากทางลูกค้าว่ามี การขนส่งสินค้าที่ค่อนข้างล่าช้ามากกว่าปกติ
2. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยการนำเอาทฤษฎีการ วิเคราะห์ปัญหา SWIH และทฤษฎี ECRS
3. วิเคราะห์การดำเนินงานจากปัญหาที่ได้ทำการเก็บ รวบรวมข้อมูล
4. สรุปผลการทำงานจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. **ศึกษาปัญหาและขั้นตอนการทำงานของบริษัท เอกชน จำกัด กรณีศึกษา** การศึกษาขั้นตอนการทำงาน ของบริษัท เอกชน จำกัด ในปัจจุบัน การทำงานมีความล่าช้าใน กระบวนการทำงานของแต่ละแผนก ซึ่งส่งผลให้การส่งสินค้า ให้ลูกค้าเกิดความล่าช้า จึงทำให้เกิดการแจ้งเรื่องเข้ามายังฝ่าย บริการลูกค้าเป็นจำนวนมากของในแต่ละเดือน ซึ่ง จากการศึกษาดังกล่าวถึงกระบวนการของแต่ละแผนกนั้นพบว่า ระยะเวลาในการทำงานของแต่ละแผนกค่อนข้างช้าและ ซับซ้อน ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

- Customer Service ทำการคีย์ออเดอร์ของลูกค้า เข้าระบบ ใช้เวลา 4 นาที

- Pick Pack ทำการ Confirm ปลดออกเอกสาร Picking Slip ออกจากระบบเพื่อส่งต่อไปยังพนักงาน Picking เพื่อทำการจัดสินค้า ใช้เวลา 2 นาที/15แผ่น

- Picking เมื่อพนักงาน ได้รับเอกสาร Picking Slip แล้วจะทำการจัดสินค้าตามเอกสารดังกล่าวตามรอบการ หยิบสินค้าในแต่ละครั้ง 20-30 นาที/10 picking

- Invoice Admin ทำการ Confirm เอกสาร Picking Slip ให้เป็นบิลเพื่อทำการ manual รายการสินค้า ตาม PO ของทางลูกค้า และปล่อยบิลพร้อมสินค้าไปยัง Checker ใช้ เวลา 7 นาที

- Checker ทำการตรวจเช็คสินค้าสินค้า กับ IV ก่อนปล่อยสินค้าไปยังทีม Packer ใช้เวลา 4 นาที

- Packer พนักงานทำการแพ็คสินค้าและปิด กล่อง เพื่อส่งต่อกับพนักงานโหลดสินค้า ใช้เวลา 5 นาที

- Loading ทำการคัดแยกสินค้า ตาม IV และตามสายรถ และ รพ.เพื่อนำสินค้าเข้าสู่ช่องปล่อยสินค้าและโหลดสินค้าขึ้นรถเมื่อถึงเวลาที่จะทำการปล่อยรถ ใช้เวลา 30 นาที

- Transport ทำการส่งสินค้าตามรายชื่อ รพ. ที่ระบุนมาในเอกสารปล่อยรถ ซึ่งไม่สามารถกำหนดเวลาได้

## 2. วิเคราะห์และรวบรวมปัญหาในแต่ละขั้นตอนการทำงาน

ตารางที่ 1 แสดงถึงเวลาในการทำงานของแต่ละแผนกจากที่ได้เข้าเก็บข้อมูลมาก่อนปรับปรุง

แผนก	ระยะเวลา (นาที)	จำนวนเอกสาร / แผ่น
Customer Service	4	1
Pick Pack	2	15
Picking	20-30	10
Invoice Admin	7	1
Checker	4	1
Packer	5	1
Loading	30	13-17
Transport	ไม่สามารถกำหนดได้เนื่องจากปัจจัยทางสภาพแวดล้อม	

จากตารางที่ 1 การแสดงเวลาในการทำงานที่ทำการศึกษามา ตั้งแต่การคีย์ออเดอร์ของลูกค้าเข้าในระบบเพื่อส่งต่อไปยังคลังสินค้า และทำการปล่อยสินค้าเข้าไปยังแผนกขนส่ง พบว่า ระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษามานั้นยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่จะปล่อยสินค้าไปยังขนส่งและส่งสินค้าให้ได้ทันเวลา จึงได้มีการแจ้งเรื่องจากทางลูกค้าเข้ามาว่า มีการส่งสินค้าล่าช้า ทำให้เกิดความไม่พอใจในการบริการที่ทางลูกค้าจะได้รับ

ตารางที่ 2 เป็นตารางการวิเคราะห์ 5WH1H ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

ลำดับ	ทำอะไร/เหตุใดต้องทำ What	ทำเมื่อไหร่/เหตุที่ทำให้ ตอนนั้น When	เหตุใดต้องทำ Why	วิธีการที่เหมาะสม/เหตุที่ต้องทำอย่างไร How
1	เจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน และทำการบันทึกเรื่องที่รับบริการ ร้องเรียนจากทางลูกค้าเข้าระบบ	เพื่อเป็นหลักฐานในการอ้างอิงแจ้งผลการแก้ไขให้กับทางลูกค้า	-เพื่อรวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้น	-เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้น
2	เพื่อแก้ไขปัญหาการจัดส่งสินค้าล่าช้า	ทำทันทีหลังจากการตรวจสอบว่าพบปัญหาที่เกิดขึ้น	-เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้าให้ง่ายขึ้น	-เพื่อการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว
3	เพื่อลดระยะเวลาในการทำงาน	หลังจากการตรวจสอบว่าพบปัญหาในเรื่องของระยะเวลาในการทำงานของบางแผนก	-เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ง่ายขึ้น	-เพื่อการดำเนินงานที่เป็นระเบียบ -จัดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนกันออก และปรับปรุงกระบวนการทำงานใหม่ให้ง่ายขึ้น



ลำดับ	ทำอะไร/เหตุใดต้องทำ	ทำเมื่อไหร่/เหตุที่ทำไม	เหตุใดต้องทำ Why	วิธีการที่เหมาะสม/เหตุที่ควรทำอย่างไร How
4	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเบิกจ่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์	เพื่อปรับปรุงการบริการลูกค้า	เป็นการสร้างความมั่นใจในการบริการ	-กำจัดสิ่งที่ไม่จำเป็นและจัดกระบวนการใหม่ให้การทำงานง่ายขึ้น

### 3. นำทฤษฎี ECRS เข้ามาใช้เพื่อแก้ไขปัญหา

หลังจากการวิเคราะห์ปัญหา

ตารางที่ 3 ขั้นตอนการทำงานการเบิกจ่ายเวชภัณฑ์

ทางการแพทย์ (ก่อนการปรับปรุง)

แผนภูมิการไหลของกระบวนการ Flow Process Chart				
แผนภูมิหมายเลข 1 ตอนที่ 1 ของ 1	สรุปผล			
กิจกรรม : ขั้นตอนการทำงานก่อนการส่งสินค้า	กิจกรรม	ก่อน (ขั้นตอน)	หลัง	ลดลง
วิธีการทำงาน : ปัจจุบันปรับปรุง	ปฏิบัติการ	18	-	-
สถานที่ : บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	เคลื่อนย้าย	58	-	-
	ล่าช้า	-	-	-
	ตรวจสอบ	4	-	-
	เก็บ	-	-	-
ขั้นตอนปฏิบัติงาน	เวลา(นาที)	80	-	-
	เวลา(นาที)			
คัดแยกเครื่องจากเอกสารลูกค้า		4		
ทำการ Confirm เอกสาร Picking Slip		2		
จัดทำสินค้าตามเอกสาร Picking Slip		28		
ทำการ confirm บิล Invoice		7		
ตรวจสอบสินค้าตามใบ Invoice		4		
ทำการปิดกล่องและติดเอกสาร Label		5		
คัดแยกสินค้าตาม Invoice/Label		30		
ทำการจัดส่งตามรายชื่อ รพ.		0		
รวม		80		

จากตารางที่ 3 แสดงขั้นตอนการทำงาน

การเบิกจ่ายเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ซึ่งจะมีขั้นตอนการทำงานทั้งหมด 8 ขั้นตอน และมีระยะเวลาในการทำงานทั้งหมด 80 นาที

### อภิปรายผล

การนำทฤษฎี ECRS มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า

#### 1. การลดขั้นตอนการทำงานภายในคลังสินค้า

หลังการปรับปรุงกระบวนการทำงาน

ตารางที่ 4 ขั้นตอนการทำงานการเบิกจ่ายเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ (หลังการปรับปรุง)

แผนภูมิการไหลของกระบวนการ Flow Process Chart				
แผนภูมิหมายเลข 1 ตอนที่ 1 ของ 1	สรุปผล			
กิจกรรม : ขั้นตอนการทำงานก่อนการส่งสินค้า	กิจกรรม	ก่อน (ขั้นตอน)	หลัง	ลดลง
วิธีการทำงาน : ปัจจุบันปรับปรุง	ปฏิบัติการ	18	-	-
สถานที่ : บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	เคลื่อนย้าย	58	-	-
	ล่าช้า	-	-	-
	ตรวจสอบ	4	-	-
	เก็บ	-	-	-
ขั้นตอนปฏิบัติงาน	เวลา(นาที)	80	-	-
	เวลา(นาที)			
คัดแยกเครื่องจากเอกสารลูกค้า		3.3		
ทำการ Confirm เอกสาร Picking Slip		0		
จัดทำสินค้าตามเอกสาร Picking Slip		20		
ทำการ confirm บิล Invoice		5		
ตรวจสอบสินค้าตามใบ Invoice		4		
ทำการปิดกล่องและติดเอกสาร Label		5		
คัดแยกสินค้าตาม Invoice/Label		25		
ทำการจัดส่งตามรายชื่อ รพ.		0		
รวม		62.3		

จากตารางที่ 4 ขั้นตอนการทำงานการเบิกจ่ายเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ (หลังการปรับปรุง) ซึ่งมีขั้นตอนในการทำงานทั้งหมด 8 ขั้นตอน แต่ระยะเวลาหลังการปรับปรุงลดลงเหลือ 62.30 นาที

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบระยะเวลาในการทำงานก่อนและหลังใช้ทฤษฎี ECRS

การเปรียบเทียบระยะเวลาในการทำงานก่อนและหลังใช้ทฤษฎี ECRS					
แผนก	ก่อนการปรับปรุง	คิดเป็น %	หลังการปรับปรุง	คิดเป็น %	ความแตกต่างคิดเป็น %
Customer	4.00	0.28	3.30		0.05
Service				0.23	
Pick Pack	2.00	0.14	-		0.00
Picking	28.00	1.96	20.00		0.56
Invoice	7.00	0.49	5.00		0.14
Admin				0.35	
Checker	4.00	0.28	4.00		0.00
Packer	5.00	0.35	5.00		0.00
Loading	30.00	2.10	25.00		0.35
Transport	ไม่สามารถกำหนดได้		สามารถส่งสินค้าได้เร็วขึ้น		0.00
รวม	80.00	5.60	62.30	4.36	1.24

จากตารางที่ 5 การเปรียบเทียบ ระยะเวลา ก่อนปรับปรุงอยู่ที่ 80 นาที คิดเป็นร้อยละ 5.60 หลังจากมีการปรับปรุงระยะเวลาลดลงเหลือ 62.30 นาที คิดเป็นร้อยละ 4.36 สรุปความแตกต่างระหว่างก่อนและหลังปรับปรุงคิดเป็นร้อยละ 1.24

ตารางที่ 6. การเปรียบเทียบจำนวน Case ในการ Complain ในการส่งสินค้าล่าช้า

ตารางเปรียบเทียบจำนวน Case ในการ Complain ในการส่งสินค้าล่าช้า			
ระยะเวลา	Complaint delivery (ก่อนการปรับปรุง)	Complaint delivery (หลังการปรับปรุง)	ความแตกต่างคิดเป็น %
มกราคม	25	-	1.75
กุมภาพันธ์	23	-	1.61
มีนาคม	23	-	1.61
เมษายน	-	19	1.33
พฤษภาคม	-	13	0.91
มิถุนายน	-	10	0.7
กรกฎาคม	-	7	0.49
รวม	71	49	8.4

จากตารางที่ 6 สรุปแบบอภิปรายการเปรียบเทียบจำนวน Case ในการ Complain การส่งสินค้าล่าช้ามีรายละเอียดดังนี้

-ในเดือนมกราคม จำนวน Case ก่อนการปรับปรุงคือ 25 Case คิดเป็นร้อยละ 1.75

-ในเดือนกุมภาพันธ์ จำนวน Case ก่อนการปรับปรุงคือ 23 Case คิดเป็นร้อยละ 1.61

-ในเดือนมีนาคม จำนวน Case ก่อนการปรับปรุงคือ 23 Case คิดเป็นร้อยละ 1.61

-ในเดือนเมษายน หลังจากการทำ ECRS จำนวน Case ลดลงเหลือ 19 Case คิดเป็นร้อยละ 1.33

-ในเดือนพฤษภาคม หลังจากการทำ ECRS จำนวน Case ลดลงเหลือ 13 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.91

-ในเดือนมิถุนายน หลังจากการทำ ECRS จำนวน Case ลดลงเหลือ 10 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.7

-ในเดือนกรกฎาคม หลังจากการทำ ECRS จำนวน Case ลดลงเหลือ 7 นาที คิดเป็นร้อยละ 0.49

## ผลการดำเนินงานหลังการปรับปรุง

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบขั้นตอนการทำงานและการลดความสูญเปล่า

รายละเอียด	ระยะเวลา (นาที)	% ของเวลา	% ของการลดความสูญเปล่า
ก่อนปรับปรุง (8 ขั้นตอน)	80.00	5.60	0
หลังปรับปรุง (7 ขั้นตอน)	62.30	4.36	1.24

จากตารางที่ 7 ผลจากการเปรียบเทียบขั้นตอนการทำงานและการลดความสูญเปล่า ก่อนทำการปรับปรุงระยะเวลาในการทำงานคิดเป็น 80 นาที หลังจากปรับปรุงลดลง 62.30 นาที เวลาในการทำงานคิดเป็นร้อยละ 5.60 หลังจากปรับปรุงลดลง คิดเป็นร้อยละ 4.36 และความสูญเปล่าหลังจากปรับปรุงคิดเป็นร้อยละ 1.24

### สรุปผลการวิจัย

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในคลังสินค้า ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยเพื่อการแก้ไขปัญหาการทำงานที่ล่าช้าตั้งแต่ กระบวนการทำงานตั้งแต่การออกออเดอร์ตลอดไปจนการปล่อยรถเพื่อทำการส่งสินค้าให้กับทางลูกค้าตามโรงพยาบาล และบางแผนกมีการทำงานที่ซ้ำซ้อน จึงได้นำเอาทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ปัญหา SWIH เข้ามาวิเคราะห์ในกระบวนการทำงาน โดยมุ่งเน้นการลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็นออก และนำทฤษฎี ECRS เข้ามาช่วยในการลดขั้นตอนการทำงานของบางแผนกที่มีความซ้ำซ้อนและจัดการการทำงานใหม่ให้ง่ายขึ้น ได้มีแผนภูมิเพื่อให้เห็นถึงการดำเนินงาน หรือ ระยะเวลาในการทำงานของแต่ละแผนกและผลของการดำเนินงานพบว่าสามารถลดระยะเวลาการทำงานจากเดิม ก่อนปรับปรุงทั้งหมด 80 นาที หลังจากการทำ ECRS จะเห็นได้ว่าเวลาการทำงานทั้งหมดลดลงไปเหลือ 62.3 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.24

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเรื่องการเบิกจ่ายเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ โดยใช้ทฤษฎี ECRS เข้ามาช่วยในการปรับปรุงกรณีศึกษา บริษัท เอกชน จำกัด สามารถเสนอข้อแนะนำได้ดังนี้

1. ทางบริษัทควรมีการปลูกฝังนิสัยการค้นหาคำปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อลดระยะเวลาในการทำงานที่ซ้ำซ้อนได้
2. การให้พนักงานมีส่วนร่วมในทุกๆ กิจกรรม เริ่มต้นด้วยกิจกรรมเล็กๆ ได้มีการแบ่งปันการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้มีความผูกพันต่อองค์กร และลดแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเมื่อทางองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง
3. กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานเรื่องสำคัญและจำเป็นต่อองค์กร เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้ในการทำงานที่ถูกต้องเพื่อเป็นข้อมูลให้แก่พนักงาน
4. ควรจัดให้มีการอบรมให้พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและแม่นยำเพื่อการทำงานที่ประสิทธิภาพมากขึ้นและยังสามารถทำงานแทนแผนกอื่นได้ในกรณีที่บางแผนกต้องการความเร่งด่วน เพื่อประโยชน์เพิ่ม

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

หากไม่ดำเนินงานเรื่องกระบวนการทำงานอาจจะส่งผลไปยังกระบวนการขนส่งที่อาจจะล่าช้า ส่งผลให้บริษัทขาดความเชื่อมั่นจากลูกค้าได้ในอนาคต

### เอกสารอ้างอิง

- [1] จารุเนตร วาดถนน, 2556 การวิเคราะห์ปัญหาของงาน โดย การนำเทคนิค SWIH
- [2] พงศธร ตราโต, 2557 การศึกษาวิจัยวัตถุประสงค์เพื่อลด Cycle Time ในกระบวนการผลิตโดยการนำหลักการ Why Why Analysis และ หลักการ ECRS
- [3] ศิริวรรณ เหมือนแก้ว, 2555 งานวิจัยเพื่อลดเวลาในกระบวนการดำเนินงานในธุรกิจการผลิตกระดาษ เพื่อการส่งออกโดยหลัก ECRS

- [4] อรรถพันธ์ นันทกุลวานิช, 2556 การศึกษาวิจัยโครงสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับสินค้าภายในคลังสินค้า และกิจกรรมการปฏิบัติงานภายในคลังสินค้าให้กับองค์กร โดยนำทฤษฎี ECRS & Value Steam Mapping
- [5] นิรันดร สมบูรณ์ และคณะ, 2558 งานวิจัยเพื่อลดของเสียในกระบวนการผลิตของยางประตูรถยนต์ โดยใช้ Why Why Analysis และ ทฤษฎี ECRS
- [6] จักรกฤษณ์ อ้นยะลา, 2555 งานวิจัยเพื่อศึกษาและพัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการผลิตกางเกงในโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของ นอร์ธเทิร์น แอท ไทร์ จำกัด โดยใช้ทฤษฎี ECRS
- [7] อำนาจ มีแสง และคณะ, 2554 งานวิจัยเพื่อลดความสูญเสียจากการทิ้งเศษวัสดุคืบในกระบวนการตัดชิ้นส่วนท่อสำหรับชิ้นส่วนเครื่องยนต์โดยประยุกต์เทคนิควิศวกรรมอุตสาหกรรมประกอบด้วย (Check Sheet) กราฟ (Graph) แผนภูมิภาพ (QCC) แผนผังต้นไม้ การลดความสูญเสียเปล่า 7 ประการ และ ทฤษฎี ECRS
- [8] กิมี พรประเสริฐและคณะ, 2555 มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการผลิตกระดาษในกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล แผนภูมิการไหล แผนภูมิกิจกรรมพหุกรรม และ ทฤษฎี ECRS
- [9] พัชรภัทรธาดาเกียรติและดาริชาสุธีวงศ์, 2555 ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเขตปทุมวัน งานวิจัยเพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดเวลาในการผลิตเครื่องดื่มเข้มข้น โดยใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ความสูญเสียเปล่า 7 ประการ 5WIH และ ทฤษฎี ECRS

# การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี)

## A STUDY OF TRAIN PASSENGERS' SATISFACTION

### TOWARDS THONBURI (BANGKOK) - NAM TOK (KANCHANABURI)

จรรยาวิทย์ โตสังจะวงษ์<sup>1</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำหมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) จำนวน 200 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติแบบบรรยาย เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตารางและแผนภูมิประกอบความเรียง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) มีความพึงพอใจใน 1) ระดับมากต่อภาพรวมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ซึ่งมีความปลอดภัยในการเดินทาง ไม่มีอุบัติเหตุหรือการลักทรัพย์ระหว่างการเดินทาง 2) ระดับมากต่อภาพรวมของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ซึ่งเจ้าหน้าที่แต่งกายอย่างเหมาะสม และมีความสุขต่อผู้ให้บริการ 3) ระดับปานกลางต่อภาพรวมของความสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ซึ่งเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดตู้รถไฟเป็นประจำ 4) ระดับมากต่อภาพรวมของการจัดจำหน่ายตั๋ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ซึ่งมีความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วเดินทาง และ 5) ระดับมากต่อภาพรวมของการดำเนินงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ ผู้โดยสาร รถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี)

#### Abstract

The purpose of this study was to examine the satisfaction of train passengers towards Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi). Samples were 200 Thai passengers who traveled by Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi) train applying simple random sampling. The data were collected using 5-point rating scale questionnaires and analyzed with descriptive statistics including the percentage, mean ( $\bar{X}$ ), and standard deviation (SD). Finally, they were presented in the tables and charts with essays. The result of the study revealed that the passengers who traveled by Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi) train were 1) very satisfied with the overall services occurring the mean score of 3.57 which it was safe and there was no accident or steal during the traveling 2) very satisfied with the overall staffs occurring the mean score of 3.93 which they dressed appropriate and were polite 3) moderate satisfied with the overall cleanliness occurring the mean score of 3.17 which the staffs regularly cleaned the bogies 4) very satisfied with the overall ticket distribution occurring the mean score of 3.70 which it was convenient in reserving and buying and 5) very satisfied with the overall operation of State Railway of Thailand occurring the mean score of 3.59.

**Keywords:** Satisfactions, passengers, Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi)

## บทนำ

ปัจจุบันการขนส่งของประเทศไทยได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง และรวดเร็ว เห็นได้จากการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ทางท่อ ที่มีความรวดเร็ว สะดวกสบายและทันสมัยมากขึ้น ปัจจุบันมีการขนส่งเพิ่มขึ้นมากมาย และมีบริการหลายรูปแบบให้ประชาชนได้เลือกใช้บริการ เช่น รถประจำทาง รถไฟ รถไฟฟ้าบีทีเอส เรือ สายการบินต้นทุนต่ำ หรือแม้กระทั่งรถยนต์ส่วนตัว ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นผลกระทบต่อระบบการขนส่งทางรถไฟ ซึ่งสาเหตุดังกล่าวส่งผลกระทบต่อรถไฟแห่งประเทศไทย (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2558 อ้างถึงใน กุลธิดา อินทรลักษณ์, 2550) อย่างไรก็ตาม การรถไฟแห่งประเทศไทย ได้มีการดำเนินงานการให้บริการด้านการขนส่งโดยสาร และสินค้าเชิงบริการสังคมตามนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดโดยกระทรวงคมนาคม โดยมุ่งหวังเป็นระบบขนส่งที่สะดวกปลอดภัยและประหยัดที่สุด ซึ่งปัจจุบันได้เปิดเดินขบวนรถรับส่ง ผู้โดยสารและสินค้ากว่า 46 จังหวัดทั่วประเทศ มีสถานีรถไฟทั่วประเทศกว่า 454 สถานี และมีเส้นทางรถไฟประมาณ 4,179 กิโลเมตรทั่วประเทศ โดยเป็นสาธารณูปการที่ให้บริการประชาชนโดยมิได้หวังผลกำไร อันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน เป็นองค์กรที่ดำเนินงานในเชิงธุรกิจและบริการเพื่อสังคมที่ได้รับการอุดหนุนจากรัฐ มีความเข้มแข็งและประสิทธิภาพในการแข่งขัน ในระบบเศรษฐกิจ การขนส่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากที่จะนำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงมีนโยบายที่จะพัฒนาด้านการขนส่งที่เคยรุ่งเรืองในอดีตให้กลับมาเป็นที่สนใจของธุรกิจ ที่จะนำสินค้าหรือบริการต่างๆ จากต้นทางถึงปลายทางได้อย่างรวดเร็วปลอดภัย ราคาประหยัดและทันสมัยที่สุด ทั้งนี้การรถไฟแห่งประเทศไทย เริ่มโครงการนำร่องส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่ ไม่เร่งรีบ (Slow Travel) ในชื่อโครงการ “เที่ยวรถไฟครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก” ภายใต้การสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ศูนย์ประชาสัมพันธ์และบริการท่องเที่ยว, 2552) โดยได้รับการปรับปรุงผู้โดยสารขึ้น 3 เป็นรถไฟ

ขบวนแฟนซีที่สวยงาม เพื่อนำมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเดือนละครั้ง อาทิเช่น ย้อนอดีต นั่งรถไฟไปเล่นกอล์ฟ ณ หัวหิน เที่ยววาเลนไทน์สไตล์คาบอย มวกเหล็ก สระบุรี และเที่ยวใกล้ๆ หัวใจเปิดหูด ถวิลหาอดีต ราชบุรี ซึ่งการดำเนินงานทั้ง 3 รายการได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย จากเสียงตอบรับของนักท่องเที่ยวรวมถึงบริษัทเอกชน สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีการนำเสนอให้การรถไฟแห่งประเทศไทยตกแต่งและปรับปรุงตู้รถไฟเพิ่มเติมเป็นรถนั่งปรับอากาศชั้น 2 เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งก็สอดคล้องกับนโยบายของผู้ว่าการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่มีการสั่งการให้ดำเนินโครงการปรับปรุงผู้โดยสารรถไฟ เพื่อการท่องเที่ยวมาให้บริการในเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยปรับปรุงตู้รถดีเซลราง (แสดนเลส) จำนวน 1 ชุด (2 ตู้) เป็นขบวนท่องเที่ยวตลาดร่มหุบที่สถานีแม่กลอง ปรับปรุงตู้รถโดยสารเป็นรถโดงโล่ง 1 ตู้และผู้โดยสาร 15 คัน สำหรับนักท่องเที่ยวสามารถชมวิวทิวทัศน์สองข้างทางรถไฟในเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี และปรับปรุงรถปรับอากาศชั้นฟางเพิ่มกับขบวนรถที่ข้ามไปเที่ยว สปป.ลาว หลานคาย-ท่านาแล้ง เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางรถไฟอีกทางหนึ่งด้วย

สถานที่ท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางรถไฟสายมรณะ อนุสรณ์สถานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง และจากการสร้างภาพยนตร์หลายเรื่องและหนังสือหลายเล่ม ทำให้สถานที่แห่งนี้เป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก โดยในอดีตมีกองทัพญี่ปุ่นเป็นผู้ควบคุมการก่อสร้างเส้นทางรถไฟสายมรณะ มีการเกณฑ์เชลยศึกจากหลายชาติด้วยกัน กล่าวคือ ทหารอังกฤษ ทหารอเมริกา ทหารออสเตรเลีย ทหารฮอลแลนด์ และทหารนิวซีแลนด์ ประมาณ 61,700 คน และกรรมกรชาวจีน ญวน มลายู ไทย พม่า และ

อินเดีย เป็นจำนวนมาก ซึ่งสะพานเหล่านี้เป็นสะพานเหล็กสีดำที่ได้นำมาจากเกาะชวาซึ่ง ทางรถไฟสายมรณะระหว่าง ไทย-พม่า ได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นเส้นทางยุทธศาสตร์ไปสู่ ประเทศพม่า ทั้งนี้การสร้างเต็มไปด้วยความยากลำบาก อีกทั้งยังมีโรคภัยและการขาดแคลนอาหาร ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้ เหลนยหลายคนต้องเสียชีวิตในหลายครั้งที่มีการซ่อมแซม เนื่องจากการทิ้งระเบิดนับร้อยลูก หลายพันครั้งที่สะพาน แห่งนี้ ได้มีการซ่อมแซมทางรถไฟครั้งใหญ่หลังจากที่ สงครามสงบลง เส้นทางสายนี้ถือว่าเป็นความทรงจำอันน่า เศร้าใจ และรำลึกถึง ในปัจจุบันรถไฟสายมรณะยังคงเปิด ให้บริการอยู่ จากสถานีกาญจนบุรีถึงสถานีน้ำตก (Konig, 2005) ซึ่งด้วยขนาดเนื้อที่ที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ มี ทุกสภาพอากาศ ทุกสภาพแวดล้อม เป็นแหล่งรวมธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับสงครามไว้ในที่ เดียวกัน จึงทำให้จังหวัดกาญจนบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว (อรวิทย์ เมฆพริณ, 2555) โดยมีขบวนรถไฟให้บริการ จำนวน 4 ขบวน กล่าวคือ เที่ยวไป ขบวน 257 และ 259 ที่เดินทางจากสถานีธนบุรี (กรุงเทพฯ) ไปยังสถานีน้ำตก (กาญจนบุรี) และเที่ยวกลับ ขบวน 258 และ 260 ที่เดินทางจากสถานีน้ำตก (กาญจนบุรี) มายังสถานี ธนบุรี (กรุงเทพฯ) (การรถไฟแห่งประเทศไทย, ตรวจสอบ เวลาการเดินทาง, 2558)

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาเกิดความสนใจที่จะ ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟ สายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ซึ่งผลวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความต้องการ ความคิดเห็นและปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) และเป็นแนวทางสำหรับการรถไฟแห่งประเทศไทยในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการ ของผู้ใช้บริการต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objective of the Study)

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี)

## ขอบเขตการศึกษาวิจัย (Scope of the Study)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถไฟสาย ธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) จำนวน 200 คน โดยผู้วิจัยได้เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ รถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) เที่ยวไป และสายน้ำตก (กาญจนบุรี) - ธนบุรี (กรุงเทพฯ) เที่ยวกลับ

## วิธีการดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

ในส่วนนี้เป็นการรายงานวิธีการดำเนินงานวิจัย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือการ วิจัย การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### กลุ่มตัวอย่าง (Samples)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) จากการคำนวณขนาด ตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1973) ที่ ระดับนัยสำคัญ .05 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ  $\pm 5$  ได้ กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

### ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (Variables)

จากการศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

#### 1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ รถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ได้แก่ เพศ และอายุ

#### 2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ได้แก่

ด้านการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความสะอาด ด้านการจัดจำหน่ายตัว และด้านภาพรวมของการดำเนินงาน

### เครื่องมือการวิจัย (Research Instruments)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการทราบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการให้บริการ 2) ด้านเจ้าหน้าที่ 3) ด้านความสะอาด 4) ด้านการจัดจำหน่ายตัว และ 5) ด้านภาพรวมของการดำเนินงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยแปลความหมายโดยใช้ความกว้างอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8 ดังสูตรต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ค่าพิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

และกำหนดความหมายในหัวข้อที่เกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ดังนี้

- 4.21-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
- 3.41-4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก
- 2.61-3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- 1.81-2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
- 1.00-1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อคำนวณค่าต่างๆ โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

1) คำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P	แทน	ค่าร้อยละ
f	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบ
n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

2) คำนวณหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนรวม
$\sum X$	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบ
N	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

และ 3) คำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
X	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
N-1	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด ยกกำลังสอง
$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัว ยกกำลังสอง



จากนั้นนำเสนอผลในรูปแบบตาราง (Tables) และ แผนภูมิ (Bar Charts) ประกอบความเรียง (Essays)

## ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) (Data Analysis Results in Personal Data of Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi) Train Passengers)

ผู้วิจัยรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ซึ่งประกอบด้วยเพศและอายุ ดังต่อไปนี้

#### 1.1 เพศ (Gender)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) เป็นเพศหญิงในสัดส่วนที่มากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง (Female) จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ในขณะที่เป็นเพศชาย (Male) จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

#### 1.2 อายุ (Age)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี (Between 21 to 30) ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี (Below 20) จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามมาด้วยช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี (Between 31 to 40) จำนวน 37 คน ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี (Between 41 to 50) จำนวน 21 คน และช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี (Between 51 to 60) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5, 10.5 และ 7 ตามลำดับ ทั้งนี้ สัดส่วนที่น้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1

### 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) (Data Analysis Results in Behaviors of Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi) Train Passengers)

ผู้วิจัยรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ 1) วันที่เดินทาง 2) ลักษณะของการเดินทาง 3) วัตถุประสงค์ของการเดินทาง และ 4) การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

#### 2.1 วันที่เดินทาง (Day of Travel)

มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) เดินทางในวันหยุด (เสาร์และอาทิตย์) โดยมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ในขณะที่เดินทางในวันธรรมดา (จันทร์ถึงศุกร์) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43

#### 2.2 ลักษณะของการเดินทาง (Type of Travel)

เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) เดินทางไปกับเพื่อน โดยมีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ เดินทางไปกับครอบครัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ตามมาด้วยเดินทางไปตามลำพัง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และสัดส่วนที่น้อยที่สุดคือ เดินทางไปกับบุคคลอื่น (คู่รักหรือสามีภรรยา) จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 2.5

#### 2.3 วัตถุประสงค์ของการเดินทาง (Objective of Travel)

เกือบทั้งหมดของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยว โดยมีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 91 ในขณะที่เดินทางเพื่อกลับมาเยี่ยมญาติจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9

#### 2.4 การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Place for Travel)

มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ให้บริการรถไฟสาย  
ธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) เลือกเดินทางไป  
เที่ยวที่สะพานข้ามแม่น้ำแควเป็นอันดับแรก โดยมีจำนวน  
132 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ น้ำตกไทรโยค  
จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ตามมาด้วยสะพานมอญ  
จำนวน 64 คน พิพิธภัณฑสถานธรรมชาติและเกษตรกรรม  
จำนวน 33 คน และอุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ จำนวน 30  
คน คิดเป็นร้อยละ 32, 16.5 และ 15 ตามลำดับ ทั้งนี้ สัดส่วน  
ที่น้อยที่สุดคือ สถานที่อื่นๆ (วังโพ เกษมหล้า ฯลฯ)  
จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) (Data Analysis Results in Satisfactions of Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi) Train Passengers)

ผู้วิจัยรายงานผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก  
(กาญจนบุรี) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการ  
ให้บริการ 2) ด้านเจ้าหน้าที่ 3) ด้านความสะอาด 4) ด้านการ  
จัดจำหน่ายตั๋ว และ 5) ด้านภาพรวมของความพึงพอใจ  
ดังต่อไปนี้

#### 3.1 ด้านการให้บริการ (Services)

ผู้ให้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก  
(กาญจนบุรี) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อภาพรวมของ  
การให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 หากพิจารณาเป็นรายข้อ  
พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากต่อความปลอดภัยใน  
การเดินทางเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมา  
คือ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อความสะดวกสบายใน  
การเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ตามมาด้วยมีความพึง  
พอใจในระดับมากต่อความเหมาะสมของตารางเดินรถ และ  
การตรงต่อเวลาของขบวนรถไฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และ  
3.45 ตามลำดับ ในขณะที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง  
ต่อความรวดเร็วในการเดินทางเป็นลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.34

#### 3.2 ด้านเจ้าหน้าที่ (Staffs)

ผู้ให้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก  
(กาญจนบุรี) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อภาพรวมของ  
เจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 หากพิจารณาเป็นรายข้อ  
พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากต่อความเหมาะสมใน  
การแต่งกายเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา  
คือ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อความกระตือรือร้นต่อ  
การบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามมาด้วยมีความพึง  
พอใจในระดับมากต่อความน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์ และไว้ใจได้  
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ในขณะที่มีความพึงพอใจในระดับ  
มากต่อความสามารถในการสื่อสารให้ข้อมูลที่ชัดเจนเป็น  
ลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

#### 3.3 ด้านความสะอาด (Cleanliness)

ผู้ให้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก  
(กาญจนบุรี) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อภาพรวม  
ของความสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 หากพิจารณาเป็นราย  
ข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อความ  
สะอาดของที่นั่งผู้โดยสารบนรถไฟเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.36 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง  
ต่อความสะอาดภายในห้องโดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24  
ตามมาด้วยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อความ  
สะอาดของห้องน้ำบนรถไฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93

#### 3.4 ด้านการจัดจำหน่ายตั๋ว (Ticket Distribution)

ผู้ให้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก  
(กาญจนบุรี) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อภาพรวมของ  
การจัดจำหน่ายตั๋ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 หากพิจารณาเป็น  
รายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากต่อความสะดวก  
ในการจองตั๋ว/ซื้อตั๋ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือ มี  
ความพึงพอใจในระดับมากต่อความสะดวกในการ  
เปลี่ยนแปลงการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามมาด้วยมี  
ความพึงพอใจในระดับมากต่อความสะดวกในการคืนตั๋ว  
เดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

#### 3.5 ด้านภาพรวมของการดำเนินงาน (Overall Operation)

ผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อภาพรวมของการดำเนินงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากต่อภาพรวมของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อภาพรวมของการจัดจำหน่ายตั๋ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามมาด้วยมีความพึงพอใจในระดับมากต่อภาพรวมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ในขณะที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อภาพรวมของความสะอาดเป็นลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

#### 4. ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) (Analysis Results in Recommendations of Thonburi (Bangkok) - Nam Tok (Kanchanaburi) Train Passengers)

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน มีผู้ให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยให้ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการบริการของรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) กล่าวคือ ประการแรกในด้านการให้บริการผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) มีข้อเสนอแนะว่า ควรตรงต่อเวลามากกว่านี้ เพราะรถไฟมีความล่าช้ากว่าตารางเวลาที่กำหนด ควรเพิ่มขบวนรถเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องโดยสาร เช่น ที่นั่ง ที่เก็บสัมภาระหรือหน้าต่าง เป็นต้น ประการต่อมาในด้านความสะอาด ผู้ใช้บริการมีข้อเสนอแนะว่า ควรปรับปรุงความสะอาดและสุขอนามัยในห้องน้ำ เพื่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้ใช้บริการ เช่น มีถังขยะไว้บริการ และสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีความเป็นระเบียบ มีความสะอาด และมีความพร้อมในการใช้งาน และประการสุดท้ายในด้านการจัดจำหน่ายตั๋ว ผู้ใช้บริการมีความต้องการเพิ่มระยะเวลาในการเปิดจองตั๋ว เนื่องจากการเปิดจัดจำหน่ายตั๋ว มีระยะเวลากระชั้นชิดกับระยะเวลาที่รถไฟจะออกเดินทาง

#### การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) ต่อภาพรวมในด้านการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ และด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ยกเว้นภาพรวมของด้านความสะอาด มีความพึงพอใจระดับปานกลาง จึงส่งผลให้ภาพรวมของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้ใช้บริการรถไฟสายกรุงเทพฯ-กาญจนบุรี มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) กล่าวคือ มีความสะดวกในการจองตั๋ว เจ้าหน้าที่พร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลา มีความขยัน มีความน่าเชื่อถือ มีการบริการที่ดี รวมทั้งจำนวนที่นั่งโดยสารเพียงพอต่อความต้องการ และมีชั้นวางของที่มั่นคงปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดิเรก ฤกษ์สำราญ (2528) ที่ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลต่อความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ ผู้วิจัยอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

##### ด้านการบริการ (Services)

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของขบวนรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ําดก (กาญจนบุรี) พบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทางเป็นลำดับต้น เนื่องจากขบวนรถไฟจะมีเจ้าหน้าที่ตำรวจรถไฟคอยเดินตรวจตรา

ผู้โดยสารเป็นระยะๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความน่าไว้วางใจของผู้ใช้บริการ 2) มีความสะดวกสบายในการเดินทางเนื่องจากมีจำนวนที่นั่งโดยสารที่เพียงพอต่อความต้องการ และมีชั้นวางของที่มั่นคงปลอดภัย แต่สำหรับที่นั่งและหน้าต่าง ยังมีผู้ให้บริการให้คำแนะนำว่า บางส่วนยังคงชำรุดซึ่งยังไม่ได้รับการแก้ไขปรับปรุง 3) เนื่องจากตารางเวลาเดินรถไฟมีจำนวนรอบในแต่ละวันของการเดินขบวนรถไฟที่ออกจากสถานีรถไฟธนบุรี (กรุงเทพฯ) ไปยังสถานีน้ำตก (กาญจนบุรี) มีเพียงวันละสองเที่ยวเท่านั้น ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ จึงมีความต้องการให้เพิ่มจำนวนขบวนรถไฟขึ้น 4) ขบวนรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) เข้าสถานีรถไฟไม่ตรงเวลาที่กำหนดตามตารางเวลาการเดินทางรถไฟ ซึ่งอาจเกิดจากข้อบกพร่องของระบบการเดินรถไฟ หรือปัจจัยอื่นๆ ที่ควบคุมไม่ได้ จึงส่งผลให้ขบวนรถไฟออกเดินทางล่าช้ากว่าเวลาที่กำหนด ทำให้ผู้ให้บริการมีความประสงค์ที่จะให้ขบวนรถไฟออกเดินทางตรงเวลาตามตารางเวลาการเดินทางรถไฟมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของเทศศักดิ์ บุญยรัตน์ (2536) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่ตรงต่อเวลา (Timely Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่จะต้องมีความตรงต่อเวลา โดยที่ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผล หากไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน และ 5) ขบวนรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) มีความเร็วสูงสุด 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และจำนวนสถานีต่างๆ ตามระยะทางตั้งแต่สถานีต้นทางถึงสถานีปลายทางมีจำนวนมาก ทำให้ต้องหยุดขบวนรถไฟตามสถานี เพื่อรับและส่งผู้โดยสาร รวมถึงภูมิภาคที่ติดกับภูเขา ซึ่งมีความลาดชัน ทำให้ต้องชะลอความเร็ว จึงส่งผลต่อเวลาเดินทางของขบวนรถไฟ ทั้งนี้อาจเป็นผลดีต่อการใช้เวลาในการเดินทางเป็นเวลานานซึ่งทำให้ผู้โดยสารได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้น

#### ด้านเจ้าหน้าที่ (Staffs)

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อเจ้าหน้าที่ของขบวนรถไฟสายกรุงเทพฯ-กาญจนบุรี พบว่า 1) เจ้าหน้าที่บนขบวนรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก

(กาญจนบุรี) แต่งกายอย่างเหมาะสม สะอาด และถูกต้องตามระเบียบที่กำหนดไว้โดยการรถไฟแห่งประเทศไทย 2) มีความกระตือรือร้นต่อการบริการ 3) มีความน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์และไว้วางใจได้ ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ที่มีการเตรียมพร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลา มีความกระตือรือร้นมีการสอบถามถึงปัญหาของผู้ใช้บริการ รวมถึงยินดีที่จะให้รายละเอียดและความช่วยเหลือ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ที่มีความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติหน้าที่และมีความน่าไว้วางใจที่จะสอบถามข้อมูล และ 4) มีความสามารถในการสื่อสาร โดยการให้ข้อมูลที่ชัดเจน และสามารถให้คำแนะนำต่อผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกสูงสุดในการใช้บริการรถไฟสายธนบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกตุแก้ว ลิ้มปทานุวัฒน์ (2545) ที่กล่าวว่า การให้บริการเป็นหน้าที่หลักในการบริหารงานลักษณะที่ต้องมีการติดต่อพบปะสังสรรค์กับลูกค้าโดยตรง โดยหน่วยงานและพนักงานผู้ให้บริการทำหน้าที่ในการให้บริการ (Delivery Service) แก่ผู้รับบริการ อย่างไรก็ตามสมาคมการตลาดสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายของการบริการ (Service) ว่า เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม และพนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวเหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ อีกทั้งยังสอดคล้องกับหลักการของสมชาติ กิจชรรยง (2543) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคลต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความเนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ ซึ่งการให้บริการสามารถกระทำได้ ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารองค์กรนั้นๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่นๆ ในโอกาสหน้า

#### ด้านความสะอาด (Cleanliness)

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านความสะดวกของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายชานบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) พบว่า 1) มีผู้ใช้บริการบางส่วนที่ขยับเขยื้อนที่นั่งและพื้น ซึ่งขยับบางส่วนถูกยึดไว้ตามขอบเบาะ ส่งผลให้เกิดกลิ่นและคราบเปื้อนบนที่นั่งของผู้โดยสาร ในขณะที่เจ้าหน้าที่ทำความสะอาดประจำขบวนรถไฟฟ้าพยายามที่จะทำความสะอาดบ่อยครั้ง แต่ยังคงมีผู้โดยสารบางส่วนที่เศษขยะอยู่ตามที่นั่งและบริเวณที่นั่ง เนื่องจากที่นั่งขยับเขยื้อนโดยผู้โดยสารมีจำนวนน้อย ส่งผลให้ผู้โดยสารต้องวางเศษขยะไว้บนที่นั่งและพื้น เป็นเหตุให้จำนวนขยะในห้องโดยสารไม่ลดจำนวนลง และ 2) ภายในห้องน้ำยังไม่มีความสะอาดเท่าที่ควร ทำให้มีกลิ่นรบกวนภายในตู้โดยสาร

#### ด้านการจัดจำหน่ายตั๋ว (Ticket Distribution)

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายตั๋วของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายชานบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) พบว่า 1) การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยอำนวยความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วเดินทางแก่ผู้ใช้บริการ โดยสามารถจองตั๋วรถไฟฟ้าทางโทรศัพท์ได้ รวมถึงเพิ่มจำนวนช่องทางการจำหน่ายตั๋ว เพื่อรองรับการซื้อตั๋วรถไฟฟ้าจากผู้ให้บริการ ตลอดจนผู้ใช้บริการสามารถซื้อตั๋วรถไฟฟ้าผ่านตัวแทนจำหน่ายตั๋วที่ทางการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ 2) ผู้ใช้บริการไม่มีความสะดวกต่อการเปลี่ยนแปลงการเดินทาง เนื่องจากมีขบวนรถไฟฟ้าสายชานบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งในปัจจุบันมีเพียง 4 ขบวนเท่านั้นคือ เทียวไป ขบวน 257 และ 259 ที่เดินทางจากสถานีชานบุรี (กรุงเทพฯ) ไปยังสถานีน้ำตก (กาญจนบุรี) และเทียวกลับ ขบวน 258 และ 260 ที่เดินทางจากสถานีน้ำตก (กาญจนบุรี) มายังสถานีชานบุรี (กรุงเทพฯ) และ 3) ผู้ใช้บริการสามารถคืนตั๋วรถไฟฟ้าได้ แต่ต้องเดินทางไปแจ้งความจำนงในการคืนตั๋วต่อเจ้าหน้าที่หมวดตั๋วล่วงหน้าในทุกสถานีรถไฟฟ้าทั่วประเทศ หรือตัวแทนที่เปิดจำหน่ายตั๋วล่วงหน้าทุกแห่ง หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่จะตรวจสอบความถูกต้องของตั๋วโดยสาร ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการต้องศึกษา

รายละเอียดของข้อกำหนดการคืนตั๋วตามที่การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ด้วย

#### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายชานบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างซึ่งคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายชานบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) โดยได้รับความร่วมมืออย่างดีในการตอบแบบสอบถามอย่างไรก็ตาม ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ในด้านการให้บริการ ขบวนรถไฟฟ้าสายชานบุรี (กรุงเทพฯ) - น้ำตก (กาญจนบุรี) ควรตรงต่อเวลาในการเดินทางมากกว่านี้ ควรเพิ่มขบวนรถไฟฟ้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องโดยสาร เช่น ที่นั่ง ที่เก็บสัมภาระ หน้าต่าง ฯลฯ ประการที่สองในด้านความสะดวก ควรให้มีการปรับปรุงด้านความสะดวกของรถไฟฟ้าและสุขอนามัยในห้องน้ำบนรถไฟฟ้า เช่น มีถังขยะไว้คอยบริการให้กับผู้ใช้บริการให้เห็นอย่างชัดเจน และเป็นระเบียบ มีความพร้อมในการใช้งาน และมีความสะอาด เช่น เบาะที่นั่ง พื้นรถไฟฟ้า ควรจัดให้แผนกซ่อมบำรุงตรวจสอบสภาพภายในรถไฟฟ้าเสมอก่อนที่จะนำมาใช้งาน และประการสุดท้ายในด้านการจัดจำหน่ายตั๋ว มีความล่าช้าในการเปิดให้บริการจองตั๋วรถไฟฟ้า

2. ภายหลังจากการดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบปัญหาหลายประการ จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป กล่าวคือ ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้อีกครั้งในอนาคต เนื่องจากพฤติกรรมและความพึงพอใจของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้เมื่อระยะเวลาผ่านไป เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่แท้จริงในขณะนั้นมากขึ้น นอกจากนี้ ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของขบวนรถไฟฟ้าใน

เส้นทางอื่นๆ นอกเหนือจากเส้นทางนี้ด้วยเช่นกัน เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือต่างในการให้บริการ และนำผลการศึกษามาพัฒนา รูปแบบการให้บริการ ทั้งนี้ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ดังนั้นในครั้งต่อไปเพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ใช้บริการรถไฟที่ครอบคลุมและหลากหลายมากขึ้น จึงควรมีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่กันไป

### เอกสารอ้างอิง

- [1] การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2558). *ตรวจสอบเวลาการเดินทาง*. Retrieved กันยายน 7, 2558, from <http://www.railway.co.th/checktime/checktime.asp>.
- [2] การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2558). *ฝ่ายการเดินรถ การรถไฟแห่งประเทศไทย*. Retrieved from railway: [http://www.trafficsrt.com/new/index.php?show=show\\_new&method=detail&id=99&yoko=5b4e9aa703d0bfa11041debaa2d1b633](http://www.trafficsrt.com/new/index.php?show=show_new&method=detail&id=99&yoko=5b4e9aa703d0bfa11041debaa2d1b633).
- [3] กุลธิดา อินทรลักษณ์. (2550). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวทางรถไฟ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- [4] เกตุแก้ว ลิ้มปทานุวัฒน์. (2545). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าและส่งออกต่อการให้บริการการค้าระหว่างประเทศ ธนาคารไทยพาณิชย์ (มหาชน) จำกัด สำนักงานใหญ่*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- [5] ดิเรก ฤกษ์สาห์ราย. (2528). *ผลสำเร็จในการดำเนินงานของโครงการพัฒนาชนบทระดับหมู่บ้าน : ศึกษาเฉพาะกรณี ในจังหวัดลำปางและสกลนคร เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาชนบทแบบผสมผสาน : รายงานการประชุมครั้งที่ 23 (สาขาสังคมศาสตร์)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [6] เทพศักดิ์ บุญยรัตน์พันธ์. (2536). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ*:

กรณีศึกษาสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร.  
กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- [7] ศูนย์ประชาสัมพันธ์และบริการท่องเที่ยว. (2552). *ข่าวประชาสัมพันธ์*. Retrieved from railway: <http://www.railway.co.th/srt/pr/news/viewshownews.asp?idnews=461>.
- [8] สมชาติ กิจจรธรงค์. (2543). *ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า*. กรุงเทพมหานคร: วีระป้อมวรรณกรรม.
- [9] อรวินท์ เมฆพิรุณ. (2555). *กาญจน์ (นะจ๊ะ) บุรี*. Bangkok: โปรวิชั่น.
- [10] Konig, E. (2005). *Amazing Thailand*. Retrieved fromkanchanaburi-info: <http://www.kanchanaburi-info.com/th/muang.html#deathrail>.
- [11] Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publication.

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งใน  
เขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ

A COMPARATIVE STUDY OF QUALITY OF SERVICE IN TRANSPORTATION COMPANY  
WITHIN SUVARNABHUMI FREE – ZONE.

นราวดี สมชาติ<sup>1</sup> ณปภัช เพชรบูรณิน<sup>2</sup> ดร.พิศุทธิ ตั้งเด่นชัย<sup>3</sup> ดร.วรางคณา ต้นสกุล<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ <sup>4</sup>มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการใช้บริการ โดยจำแนกประเภทธุรกิจ สถานที่ตั้งของกิจการ ประเภทการให้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ปลายทางเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ

ผลศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ สรุปผลดังนี้ 1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 405 คน แบ่งตามประเภทของธุรกิจ พบว่าส่วนใหญ่เป็นธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 แบ่งตามประเภทการให้บริการตามสถานที่ตั้ง พบว่าจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 หากแบ่งตามประเภทการให้บริการ พบว่าประเภทการส่งออกระหว่างประเทศ มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 71.1 แบ่งตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่ามีการใช้บริการทุกวัน มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และแบ่งตามการให้บริการไปยังสถานที่ปลายทาง พบว่าสาธารณรัฐประชาชนจีน มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 2. ระดับการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ความคาดหวังการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา/อัตราค่าบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิมากที่สุดคือ ด้านบุคลากรคิดเป็นร้อยละ 3.05 ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นด้านสถานที่คิดเป็นร้อยละ 3.03 ในระดับปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการคิดเป็นร้อยละ 3.02 ในระดับปานกลาง ด้านราคา/อัตราค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 2.96 ในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 2.96 ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** คุณภาพการให้บริการ

### Abstract

The purpose of this study is to study the business classification, business location, business and service in the medical field. The purpose of this study is to study the service quality of a public transport company in northern Thailand. Save Suvarnabhumi

The results are as follows 1. General information of the respondents. The purpose of this study is to study the service quality of public transport companies in Suvarnabhumi non-tariff area. The company found that most of the e-business is divided by 210 people in 51.9, according

to the type of location-based services. In Samutprakarn Province, the percentage of 167 is 41.2. If the service is classified, the international export volume is 288. According to the percentage of service frequency 71.1 people found daily use of service was 143, 35.3% and use of instruction. The percentage of Chinese people found in the people's Republic of China was 166 on trips to their destination. 2. The education level of service, quality of a private transport company in the Suvarnabhumi Free Zone Expectation of service quality education of a private transport company in the Suvarnabhumi Free Zone consists of 5 areas: product / service. Price / service rates, location, personnel, and marketing promotion Most of the respondents expected to study the service quality of a private transport company in the Suvarnabhumi Free Zone. Overall at a moderate level The average value is 3.00 when considering each aspect. The respondents had the highest expectations for the study of service, quality of one of the private transport companies in the Suvarnabhumi Free Zone. Personnel accounted for 3.05 percent at a moderate level. Followed by places was 3.03 percent at moderate level. Products / services accounted for 3.02 percent at a moderate level. Price / service rate Accounted for 2.96 percent at the moderate level. And marketing promotion aspects Accounted for 2 percent.

**Keywords:** Quality of Service (QoS).

## บทนำ

แนวโน้มธุรกิจบริการขนส่งปี 2561 คาดว่า “ขยายตัวต่อเนื่อง” จากปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญหลายประการ อาทิ กำลังซื้อภายในประเทศปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยตามทิศทางเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัว แนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดดิจิทัลในประเทศไทย การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งภาคอุตสาหกรรมส่งออกที่ขยายตัวได้ดีในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาและเวียดนาม) และใน

ตลาดที่เป็น New frontiers ในทวีปแอฟริกา อีกทั้งความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของไทยที่มีเส้นทางส่งออก/นำเข้าสินค้าผ่านชายแดนระหว่างประเทศตลอดเส้นทาง ประกอบกับนโยบายสนับสนุนการพัฒนา ระบบ โลจิสติกส์ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (ปี พ.ศ.2560-2564) เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคตจึงคาดว่าธุรกิจขนส่งสินค้าของไทยยังขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยเสี่ยงต่อธุรกิจบริการขนส่ง 1. ด้านความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกอาจส่งผลทำให้ปริมาณการขนส่งสินค้าและบริการลดลง 2. การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการของไทยและการเข้ามาของผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทต่างชาติรายใหญ่ที่มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัยจากประเทศญี่ปุ่นฮ่องกงและจีน 3. ต้นทุนการประกอบธุรกิจมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นทั้งราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและแนวโน้มค่าแรงส่งผลต่อต้นทุนการให้บริการ โอกาสทางธุรกิจและกำไรของผู้ประกอบการที่อาจไม่เป็นที่พอใจตามเป้าหมาย

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจ “เรื่องการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ” เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มานั้นไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของผู้ประกอบการบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้าเป็นหลัก ทำให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิมที่บริษัทมีอยู่ได้อย่างมั่นคง และยังช่วยสร้างลูกค้าใหม่ ๆ ที่มีมั่นใจในคุณภาพการให้บริการของบริษัทได้อีกทางหนึ่งด้วย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ



## ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ
2. เพื่อให้หน่วยงานปรับปรุงรูปแบบการให้บริการของการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา  
การวิจัยครั้งนี้มุ่งการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ด้านการบริการลูกค้า ด้านราคา/อัตราค่าบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

2. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มบริษัทลูกค้าที่ใช้บริการ การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีหาเฉลี่ยประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) และผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้น จึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการหาค่าเฉลี่ยของประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) ของ คัสซานี (Khazanie) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 405 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

แบ่งออกได้ 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่ข้อมูลส่วนบริษัท ๑ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกดังนี้ ข้อมูลส่วนบริษัท ๑

1. ประเภทธุรกิจ

- 1.1 ธุรกิจอาหารสด/อาหารแช่แข็ง
- 1.2 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
- 1.3 ธุรกิจสิ่งทอ
- 1.4 อื่น ๆ

2. สถานที่ตั้งของกิจการ

- 2.1 กรุงเทพมหานคร
- 2.2 สมุทรปราการ
- 2.3 ชลบุรี
- 2.4 อื่น ๆ

3. ประเภทการให้บริการ

- 3.1 นำเข้า
- 3.2 ส่งออก
- 3.3 โกดังสินค้า

4. ความถี่ในการใช้บริการ

- 4.1 ใช้บริการทุกวัน
- 4.2 ใช้บริการระหว่าง 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์
- 4.3 ใช้บริการระหว่าง 3 - 5 ครั้งต่อสัปดาห์
- 4.5 ใช้บริการแต่ละอาทิตย์ไม่แน่นอน

5. สถานที่ปลายทาง

- 5.1 สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้)
- 5.2 เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐ

ประชาชนจีน (ประเทศฮ่องกง)

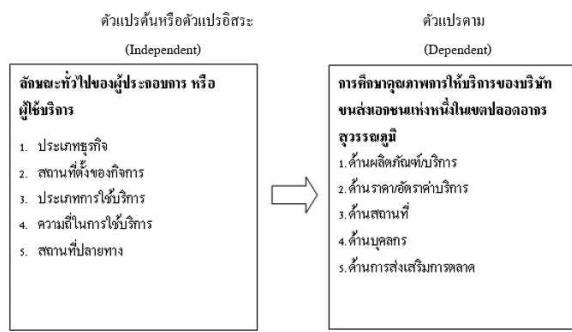
- 5.3 สาธารณรัฐประชาชนจีน
- 5.4 สหรัฐอเมริกา
- 5.5 สาธารณรัฐอินเดีย
- 5.5 อื่น ๆ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิโดยจำแนกได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ
2. ด้านราคา/อัตราค่าบริการ
3. ด้านสถานที่
4. ด้านบุคลากร
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1.3.4 ขอบเขตด้านเวลาในการศึกษา เดือน กรกฎาคม

– ธันวาคม 2563



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์ได้มีวิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้ให้บริการใช้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 405 คน โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เพื่อส่งไปยังผู้ประกอบการขนส่งสินค้าแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ เพื่อแนะนำตัวและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลรวมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือเพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการขนส่งสินค้าแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง

#### 2. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. การกำหนดประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มบริษัทลูกค้าที่ใช้บริการ การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีหาเฉลี่ยประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) และผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้น จึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่ม

ตัวอย่างเพื่อการหาค่าเฉลี่ยของประชากร (Population Mean,  $\mu$ ) ของ คิซซานิ (Khazanie) โดยมีการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่  $(1 - \alpha)$  100% โดยมีค่าประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง (X) จะไม่มีความต่างจากค่าเฉลี่ยประชากร ( $\mu$ ) มากเกินกว่าปริมาณ E ที่กำหนดไว้

3. การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ในภาพรวมมี 5 ด้าน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พร้อมทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คุณภาพการให้บริการ	N=405		ระดับความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.02	.633	ปานกลาง
2. ด้านราคา/อัตราค่าบริการ	2.96	.589	ปานกลาง
3. ด้านสถานที่	3.03	.589	ปานกลาง
4. ด้านบุคลากร	3.05	.622	ปานกลาง
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.96	.650	ปานกลาง
รวม	3.00	.617	ปานกลาง

จากตาราง 1 พบว่าแสดงความถี่การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.00 เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านบุคลากรคิดเป็นร้อยละ 3.05 รองลงมาเป็นด้านสถานที่คิดเป็นร้อยละ 3.03 ด้านผลิตภัณฑ์/บริการคิดเป็นร้อยละ 3.02 ด้านราคา/อัตราค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 2.96 และด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 2.96 ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐาน การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ภายใน 5 ด้าน จำแนกประเภทธุรกิจ, สถานที่ตั้งของกิจการ, ประเภทการให้บริการ, ความถี่ในการให้บริการ และสถานที่ปลายทาง ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความ

แปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : one-way ANOVA) ถ้าพบการแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ เชฟเฟ (scheffe)

ตารางที่ 2 แสดงการทดสอบความแตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ (n=405)

คุณภาพการให้บริการ	แหล่ง		df	SS	MS	F	sig.				
	แปรปรวน	ความ									
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่าง	ความ	3	.765	.255	.602	0.61				
	กลุ่ม	ภายใน	401	169.	.423	4					
								กลุ่ม	404	714	

**\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

สมมติฐานที่ 1.5 คุณภาพการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ โดยใช้สถิติ one-way ANOVA ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบความแตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานที่ตั้งของกิจการ (n=405)

คุณภาพการให้บริการ	แหล่ง		df	SS	MS	F	sig.
	แปรปรวน	ความ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่าง	ความ	3	3.13	1.04	2.50	.059
	กลุ่ม	ภายใน	401	8	6	7	
	รวม	479					

**\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

สมมติฐานที่ 1.10 คุณภาพการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานที่ตั้งของกิจการ โดยใช้สถิติ one-way ANOVA ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**5. การรวบรวมความคิดเห็นอื่นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของประชากรศาสตร์ที่ตอบแบบสอบถาม**

ตารางที่ 4. แสดงความคิดเห็นอื่นและข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นอื่นและข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ควรปรับปรุงด้านราคา	1	33.33
2. ควรปรับปรุงด้านการปฏิบัติงานที่ล่าช้า	2	66.67
รวม	3	100

จากตารางที่ 4. ผลวิเคราะห์พบว่า ประชากรศาสตร์มีความคิดเห็นอื่นและข้อเสนอแนะ ที่พบมากที่สุดคือ ควรปรับปรุงด้านการปฏิบัติงานที่ล่าช้า มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ควรปรับปรุงด้านราคา 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

## สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิสรุปผลดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 405 คน แบ่งตามประเภทของธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่เป็นธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 แบ่งตามประเภทการใช้บริการตามสถานที่ตั้งพบว่าจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 หากแบ่งตามประเภทการใช้บริการ พบว่าประเภทการส่งออกระหว่างประเทศ มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 71.1 แบ่งตามความถี่ในการใช้บริการ พบว่ามีการใช้บริการทุกวัน มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และแบ่งตามการใช้บริการไปยังสถานที่ปลายทาง พบว่าสาธารณรัฐประชาชนจีน มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

2. ระดับการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ

ความคาดหวังการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา/อัตราค่าบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิมากที่สุดคือ ด้านบุคลากรคิดเป็นร้อยละ 3.05 ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นด้านสถานที่คิดเป็นร้อยละ 3.03 ในระดับปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์/บริการคิดเป็นร้อยละ 3.02 ในระดับปานกลาง ด้านราคา/อัตราค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 2.96 ในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 2.96 ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ดังนี้

1. บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ควรปรับปรุงด้านราคาที่เหมาะสมแต่ละฐานลูกค้า เพื่อรักษฐานลูกค้าทำให้แน่นอนหนา

2. บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปลอดอากรสุวรรณภูมิ ควรปรับปรุงด้านการปฏิบัติงานที่ล่าช้า ควรมีกฎระเบียบและมาตรฐานที่ชัดเจนในการปฏิบัติงาน เพื่อไม่ให้เกิดการร้องเรียนในครั้งถัดไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องมาตรฐานการทำงานให้เกิดคุณภาพในการให้บริการของพนักงาน

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการบริษัทเอกชนแห่งอื่น ๆ ที่มีลักษณะธุรกิจเหมือนกัน เพื่อหาข้อแตกต่างกัน และประเมินกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันการขนส่ง

## เอกสารอ้างอิง

- [1] พรเจริญ แรงฤทธิ์. (2016). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพ การ ให้บริการขนส่ง สินค้า ทาง บก ของ บริษัท เวลด์ฮาทชิปปิ้ง แอน ทรานสปอร์ต จำกัด. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทา, 2(2), 102-111.
- [2] ชพล ผู้พัฒนา. แนวทางการปรับปรุงคุณภาพ การให้บริการ โลจิสติกส์ ด้านขนส่ง กรณีศึกษา: ธุรกิจผู้ให้บริการขนส่ง สินค้า.
- [3] ชิม โสณวิสิฐ นิธิกิจจา. (2020). คุณภาพการให้บริการของธุรกิจการขนส่งสินค้า ทางอากาศ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ. Journal of Kanchanaburi Rajbhat University, 9(1), 57-67.
- [4] ราชศิริวัฒน์. (2560). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อวันที่ 01 สิงหาคม 2562 จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/>.

- [5]ราณี ศรีไพพลย์,ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, & สุดาวรรณ  
สมใจ. (2020). คุณภาพการให้บริการและ ความพึง  
พอใจ ด้านการขนส่งสินค้า ของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์  
เพรส จำกัด. รายงานการประชุมวิชาการเสนอ  
ผลงานวิจัยระดับ ชาติ และ นานาชาติ, 1(11), 605.
- [6] สราวุธ พุฒนวล. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการขนส่งท่าเรือระนอง จังหวัดระนอง.  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- [7] Freud, S. (1964). Group Psychology and the Analysis of  
the Ego Sigmund Freud. New York: Bantam  
Books.
- [ 8 ] Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V.  
(2002). Principles of Marketing, 3rd European  
edition. Harlow et al.
- [9] Kotler.P. (1997). Principles of Marketing. New Jersey:  
Prentice – Hall,Inc.
- [10] Maslow, A. H. (1954). Motivation (psychology); Self-  
(psychology). New York: Harper.

ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน  
ในเขตลาดกระบัง

The satisfaction of the people towards The performance of  
The Village public health Volunteers in Ladkrabang

ดร.เฉลิมพล นุษษอุดม<sup>1</sup> ปณิชา วีรศิลป์<sup>2</sup> สุวัจ ราชวัฒน์กุล<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>คณะรัฐศาสตร์/มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, pakakong\_bsc@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำแนกตามเพศและอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตลาดกระบัง จำนวน 353 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two Stage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-test แบบ Independent Sample) และ สถิติทดสอบ (F-Test)

ผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

1. ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก
2. ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05
3. ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ด้านการให้ความรู้ และด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

**คำสำคัญ: ความพึงพอใจ**

**Abstract**

This objectives of this study were 1) study the people's satisfaction towards the performance of the village public health volunteers and 2) to compare the people's satisfaction towards the performance of the village public health volunteers classified by gender and age. The sample group consisted in Ladkrabang of 353 people, selected by two stage random sampling. The study tool was questionnaire. The data was analyzed by described statistic, the independent samples t-test and F-test.

The results are summarized below

1. People's satisfaction towards the performance of the village public health was overall and in each individual aspect at a high level.
2. The difference of gender of people's satisfaction towards the performance of the village public health volunteers were overall and in each individual aspect are not difference at significance level of .05
3. The difference of age of people's satisfaction towards the performance of the village public health volunteers was overall is difference at significance level of .05 When considering each side, is was difference at significance level of .05 in news publicity, educating and service.

**Keywords:** The satisfaction

## 1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติเรื่องความสำเร็จ ของนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าและพัฒนาการด้านสุขภาพ (วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร, 2561 : 1) และได้รับการยกย่องจากองค์การสหประชาชาติให้เป็นต้นแบบประเทศไม่รวย แต่สามารถทำให้ทุกคนมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่มีคุณภาพได้ (ศักดิ์ชัย กาญจนวัฒนา, 2560 : ออนไลน์) โดยมีการส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนสามารถดูแล สุขภาพตนเองได้ และชุมชนมีศักยภาพในการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญในการส่งเสริม พัฒนาศักยภาพอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลสุขภาพตนเอง ครอบคลุม ชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เข้าถึงบริการสาธารณสุขได้อย่างทั่วถึง ครอบคลุมทุกพื้นที่ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2562 : 1)

โครงการอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2520 ในระยะแรกเป็นโครงการทดลองใน 20 จังหวัด โดยทดลองในทุกอำเภอ อำเภอละ 1 ตำบล กระทั่งในสมัยพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เป็นนายกรัฐมนตรี รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการสาธารณสุข จึงได้อนุมัติให้บรรจุ "โครงการสาธารณสุขมูลฐานแห่งชาติ" เข้าเป็นโครงการหนึ่งในแผนพัฒนาการสาธารณสุขแห่งชาติที่ถือเป็นนโยบายระดับชาติ และได้ลงมติอนุมัติให้เปลี่ยนคำว่า "สาธารณสุขเบื้องต้น" เป็น "การสาธารณสุขมูลฐาน" เมื่อวันที่ 20 มีนาคม พ.ศ.2522 ต่อมาในปี พ.ศ.2535 อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านก็ได้รับการยกระดับให้เป็น "อาสาสมัครสาธารณสุข" หรือ อสม. ต่อมาในปี พ.ศ.2535 อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านก็ได้รับการยกระดับให้เป็น "อาสาสมัครสาธารณสุข" หรือ อสม. และในปี พ.ศ.2537 รัฐบาลได้กำหนดให้วันที่ 20 มีนาคม ของทุกปี เป็น "วันอาสาสมัครสาธารณสุขแห่งชาติ" (ศูนย์พัฒนาการสาธารณสุขมูลฐานภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2552 : ออนไลน์) เป็นต้นมา

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข

ประจำหมู่บ้านในเขตลาดกระบังซึ่งเป็นชุมชน ใกล้เคียง เพื่อเป็นแนวทางให้กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำไปออกแบบการทำงานของ อสม. ให้เหมาะสม เพื่อให้สามารถทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพดีเยี่ยมและมีความสุข อันจะส่งผลให้สุขภาพของประชาชนไทยโดยรวม ดีขึ้นและทำให้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติมีคุณภาพมากขึ้นตามไปด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตลาดกระบัง
- 3.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำแนกตามเพศและอายุ

## 3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) โดยได้ศึกษาจากทฤษฎีความพึงพอใจและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้ที่เคยศึกษามาแล้ว ซึ่งนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาได้ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
1. เพศ 2. สถานภาพ 3. อายุ 4. ระดับการศึกษา 5. อาชีพ 6. รายได้เฉลี่ยเดือน	ความพึงพอใจที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) 1. ด้านการประชาสัมพันธ์ 2. ด้านการให้ความรู้ 3. ด้านการให้บริการ 4. ด้านการปฏิบัติหน้าที่

## 4. ผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มา

วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ ผลการวิเคราะห์  
ปรากฏดังตาราง

**ตารางที่ 1** จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	158	44.76
หญิง	195	55.24
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 55.24 รองลงมาคือเป็นเพศชายจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 44.76 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 – 32 ปี	40	11.33
33 – 47 ปี	72	20.40
48 – 62 ปี	189	53.54
63 ปีขึ้นไป	52	14.73
รวม	353	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 48 – 62 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 53.54 รองลงมาคืออายุ 33 - 47 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 และ อายุ 63 ปีขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.73 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สถานภาพการสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	124	35.13
สมรส	183	51.84
หย่าร้าง/หม้าย	46	13.03
รวม	353	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ จำนวน 183 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.84 รองลงมา คือ โสด จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 35.13 และ หย่าร้าง/หม้าย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.03 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	50	14.16
มัธยมศึกษา/ปวช.	40	11.33
อนุปริญญา/ปวส.	99	28.05
ปริญญาตรี	124	35.13
สูงกว่าปริญญาตรี	40	11.33
รวม	353	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับปริญญาตรี จำนวน 124 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.13 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 28.05 และระดับประถมศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.16 ตามลำดับ

**ตารางที่ 5** จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	92	26.06
รับจ้างทั่วไป	78	22.10
พนักงานบริษัท	40	11.33
เกษตรกร	40	11.33
นักเรียน/นักศึกษา	20	5.67
เจ้าของธุรกิจ	83	23.51
รวม	353	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 26.06 รองลงมา คือ อาชีพเจ้าของธุรกิจ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.51 และ อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 ตามลำดับ

**ตารางที่ 6** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	63	17.85
5,001 – 10,000 บาท	60	17.00



10,001 – 15,000 บาท	47	13.31
15,000 บาทขึ้นไป	183	51.84
<b>รวม</b>	<b>353</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 51.84 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 17.85 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 60 คน ตามลำดับ

### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รายด้าน 4 ด้าน

การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	3.90	0.81	มาก
2. ด้านการให้ความรู้	3.83	0.80	มาก
3. ด้านการให้บริการ	3.76	0.83	มาก
4. ด้านการปฏิบัติหน้าที่	3.95	0.79	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) รายด้าน 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.86, S.D. = 0.81)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดย ด้านการปฏิบัติหน้าที่ ( $\bar{X}$ =3.95, S.D. =0.79) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการ

ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ( $\bar{X}$ =3.90, S.D. =0.81) และ ด้านการให้ความรู้ ( $\bar{X}$ =3.83, S.D. =0.80) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำแนกตามเพศ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำ มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติทดสอบ t- test แบบ independent ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตาราง

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รายด้าน จำแนกตามเพศ

การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
1. ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	ชาย	158	3.92	0.80	0.39	0.70
	หญิง	195	3.89	0.82		
2. ด้านการให้ความรู้	ชาย	158	3.82	0.80	-0.24	0.81
	หญิง	195	3.84	0.80		
3. ด้านการให้บริการ	ชาย	158	3.82	0.88	1.20	0.23
	หญิง	195	3.71	0.79		
4. ด้านการปฏิบัติหน้าที่	ชาย	158	3.96	0.75	0.27	0.79
	หญิง	195	3.94	0.82		
<b>รวม</b>	<b>ชาย</b>	<b>158</b>	<b>3.88</b>	<b>0.81</b>	<b>0.44</b>	<b>0.66</b>
	<b>หญิง</b>	<b>195</b>	<b>3.84</b>	<b>0.81</b>		

จากตารางที่ 8 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวมทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้าน มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 8** การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร จำแนกตามเพศ

การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
1. การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยจาก อสม. และการจัดอบรมต่างๆ	ชาย	158	3.97	0.79	0.35	0.72
	หญิง	195	3.94	0.79		
2. แจ้งข่าวสาร Covid-19 แก่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอ	ชาย	158	4.24	0.83	1.96	0.05*
	หญิง	195	4.06	0.91		
3. ชักชวนเพื่อนบ้านเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนางานสาธารณสุขและจัดนิทรรศการ	ชาย	158	3.82	0.86	-0.08	0.94
	หญิง	195	3.83	0.98		
4. การแจ้งข่าว Covid-19 แก่ประชาชนผ่านหอกระจายเสียง	ชาย	158	3.66	1.10	-0.64	0.53
	หญิง	195	3.73	1.01		
รวม	ชาย	158	3.92	0.90	0.39	0.70
	หญิง	195	3.89	0.92		

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่พบว่า อสม. แจ้งข่าวสาร Covid-19 แก่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอ โดยจำแนกตามเพศ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

**ตารางที่ 9** การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในด้านการให้ความรู้ จำแนกตามเพศ

การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
1. ถ่ายทอดความรู้ให้ลูกค้มนมแม่ 6 เดือน (อย่างน้อย)	ชาย	158	3.84	0.83	0.12	0.91
	หญิง	195	3.83	0.91		
2. ถ่ายทอดความรู้กินปลาเป็นหลักกินผักเป็นพื้น	ชาย	158	3.91	0.91	-1.98	0.05
	หญิง	195	4.09	0.81		
3. แนะนำประชาชนไปรับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล/โรงพยาบาลประจำอำเภอ	ชาย	158	3.87	0.90	-1.29	0.20
	หญิง	195	3.99	0.94		
4. จัดนิทรรศการถ่ายทอดความรู้สมารถบำบัด	ชาย	158	3.65	0.94	2.18	0.03*
	หญิง	195	3.43	0.91		
รวม	ชาย	158	3.82	0.90	-0.24	0.81
	หญิง	195	3.84	0.89		

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในด้านการให้ความรู้ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อสม. ถ่ายทอดความรู้กินปลาเป็นหลักกินผักเป็นพื้น และ อสม. จัดนิทรรศการถ่ายทอดความรู้สมารถบำบัด โดยจำแนกตามเพศ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในด้านการให้บริการ จำแนกตามเพศ

การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
1. ติดตามดูแลผู้ป่วยที่โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบลหรือโรงพยาบาลประจำอำเภอ	ชาย	158	3.79	0.93	0.63	0.53
	หญิง	195	3.73	0.93		
2. ให้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อมีผู้ได้รับบาดเจ็บ กระจกหักก่อนส่งต่อไปยังโรงพยาบาล	ชาย	158	3.79	0.96	0.43	0.67
	หญิง	195	3.75	0.90		
3. การจ่ายยาคุมกำเนิดภายใต้การควบคุมของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข	ชาย	158	3.87	0.93	2.23	0.03*
	หญิง	195	3.65	0.88		
รวม	ชาย	158	3.82	0.94	1.20	0.23
	หญิง	195	3.71	0.90		

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในด้านการให้บริการ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจ่ายยาคุมกำเนิดภายใต้การควบคุมของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข โดยจำแนกตามเพศ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในด้านการปฏิบัติหน้าที่ จำแนกตามเพศ

การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
1. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารของหมู่บ้านร่วมกับเจ้าหน้าที่	ชาย	158	3.84	0.89	0.11	0.91
	หญิง	195	3.83	0.95		
2. ทำการรณรงค์วิธีการป้องกันจากไวรัส Covid-19	ชาย	158	4.15	0.80	-0.89	0.37
	หญิง	195	4.23	1.00		
3. รณรงค์กำจัดภาชนะที่มีน้ำขังแหล่งเพาะพันธุ์ยุงลาย	ชาย	158	4.07	0.85	0.38	0.70
	หญิง	195	4.04	0.78		
4. เป็นแกนนำในการประสานงานกับผู้นำในชุมชน	ชาย	158	3.94	0.84	0.11	0.92
	หญิง	195	3.93	0.87		
5. ให้มีการวางแผนและดำเนินงานเพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคของหมู่บ้าน	ชาย	158	3.82	0.84	1.53	0.13
	หญิง	195	3.67	0.93		
รวม	ชาย	158	3.96	0.84	0.27	0.79
	หญิง	195	3.94	0.90		

จากตารางที่ 12 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในด้านการปฏิบัติหน้าที่ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

#### ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำแนกตามอายุ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติทดสอบ F- test ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตาราง

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รายด้าน จำแนกตามอายุ

การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข	แหล่งแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	ระหว่าง	6.60	3	2.2	3.4	0.02
	ภายใน	226.0	34	0.6		
	รวม	232.6	35			
2. ด้านการให้ความรู้	ระหว่าง	11.80	3	3.9	6.4	0.00
	ภายใน	213.3	34	0.6		
	รวม	225.1	35			
3. ด้านการให้บริการ	ระหว่าง	7.98	3	2.6	3.9	0.01
	ภายใน	235.5	34	0.6		
	รวม	243.5	35			
4. ด้านการปฏิบัติหน้าที่	ระหว่าง	1.61	3	0.5	0.8	0.46
	ภายใน	216.7	34	0.6		
	รวม	218.3	35			
รวม	ระหว่าง	5.97	3	1.9	3.5	0.02

	ภายใน	198.2	34	0.5		
รวม		204.1	35			

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ด้านการให้ความรู้ และ ด้านการให้บริการ โดยจำแนกตามอายุ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบปรากฏว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงต้องทดสอบเพื่อหาความแตกต่างรายคู่ โดยใช้สถิติทดสอบ LSD ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 18 -20

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โดยใช้สถิติทดสอบ LSD

ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร		18 – 32 ปี	33 – 47 ปี	48 – 62 ปี	63 ปีขึ้นไป	
อายุ	n	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	
		$\bar{X}=3.81$	$\bar{X}=3.86$	$\bar{X}=4.01$	$\bar{X}=3.63$	
18 – 32 ปี	40	3.81	-	-0.05	-0.21	0.17
33 – 47 ปี	72	3.86	-	-	-0.15	0.23
48 – 62 ปี	189	4.01	-	-	-	0.38*
63 ปีขึ้นไป	52	3.63	-	-	-	-

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ประชาชนที่มีอายุระหว่าง 48 – 62 ปี กับ อายุ 63 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ด้านการให้ความรู้ โดยใช้สถิติทดสอบ LSD

ด้านการให้ความรู้			18 – 32 ปี	33 – 47 ปี	48 – 62 ปี	63 ปีขึ้นไป
อายุ	n	$\bar{X}$	$\bar{X}=3.70$	$\bar{X}=3.93$	$\bar{X}=3.93$	$\bar{X}=3.42$
18 – 32 ปี	40	1. 3.70	-	-0.23	0.23	0.28
33 – 47 ปี	72	2. 3.93	-	-	0.00	0.21*
48 – 62 ปี	189	3. 3.93	-	-	-	0.51*
63 ปีขึ้นไป	52	4. 3.42	-	-	-	-

จากตารางที่ 15 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านที่ 1 อายุระหว่าง 33 – 47 ปี กับ อายุ 63 ปี อายุ และ ด้านที่ 2 อายุระหว่าง 48 – 62 ปี กับ อายุ 63 ปี มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ด้านการให้ความรู้ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยใช้สถิติทดสอบ LSD

ด้านการให้บริการ			18 – 32 ปี	33 – 47 ปี	48 – 62 ปี	63 ปีขึ้นไป
อายุ	n	$\bar{X}$	$\bar{X}=3.70$	$\bar{X}=3.83$	$\bar{X}=3.84$	$\bar{X}=3.41$
18 – 32 ปี	40	3.70	-	-0.13	-0.14	0.29
33 – 47 ปี	72	3.83	-	-	0.00	.012*
48 – 62 ปี	189	3.84	-	-	-	-0.43*
63 ปีขึ้นไป	52	3.41	-	-	-	-

จากตารางที่ 16 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านที่ 1 อายุระหว่าง 33 – 47 ปี กับ อายุ 63 ปี อายุ และ คู่ที่ 2 อายุระหว่าง 48 – 62 ปี กับ อายุ 63 ปี มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยใช้สถิติทดสอบ LSD

โดยรวม			18 – 32 ปี	33 – 47 ปี	48 – 62 ปี	63 ปีขึ้นไป
อายุ	n	$\bar{X}$	$\bar{X}=3.76$	$\bar{X}=3.90$	$\bar{X}=3.94$	$\bar{X}=3.58$
18 – 32 ปี	40	3.76	-	-0.14	-0.19	0.18
33 – 47 ปี	72	3.90	-	-	-0.05	0.32*
48 – 62 ปี	189	3.94	-	-	-	0.37*
63 ปีขึ้นไป	52	3.58	-	-	-	-

จากตารางที่ 17 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านที่ 1 อายุระหว่าง 33 – 47 ปี กับ อายุ 63 ปี อายุ และ อายุระหว่าง 48 – 62 ปี กับ อายุ 63 ปี ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

## 5. สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ตัวแทนของประชาชนในเขตลาดกระบัง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุระหว่าง 48 – 62 ปี จำนวน 189 คน มากที่สุด ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โดยจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 124 คน มากที่สุด สำหรับการประกอบอาชีพส่วนมากมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป เป็นส่วนใหญ่

2. ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และด้านการให้บริการ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เป็นดังนี้

ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร พบว่า โดยรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อสม. แจ้งข่าวสาร Covid-19 แก่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอ มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยจาก อสม และการจัดอบรมต่างๆ และ อสม. ชักชวนเพื่อนบ้านเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนางานสาธารณสุขและจัดนิทรรศการ ตามลำดับ

ด้านการให้ความรู้ โดยรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อสม. ถ่ายทอดความรู้กินปลาเป็นหลักกินผักเป็นพื้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ อสม. แนะนำประชาชนไปรับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล/โรงพยาบาลประจำอำเภอ และ อสม. ถ่ายทอดความรู้ให้ลูกค้มนมแม่ 6 เดือน (อย่างน้อย) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการ โดยรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อสม. ให้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อมีผู้ได้รับบาดเจ็บกระดูกหักก่อนส่งต่อไปยังโรงพยาบาล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ อสม. ติดตามดูแลผู้ป่วยที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหรือ โรงพยาบาลประจำอำเภอ และการจ่ายยาคุมกำเนิดภายใต้การควบคุมของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ตามลำดับ

ด้านการปฏิบัติหน้าที่ โดยรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อสม. ทำการรณรงค์วิธีการป้องกันจากไวรัส Covid-19 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ อสม. รณรงค์กำจัดภาชนะที่มีน้ำขังแหล่งเพาะพันธุ์ยุงลาย และ อสม. เป็นแกนนำในการประสานงานกับผู้นำชุมชน ตามลำดับ

3.การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำแนกตามเพศ พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

## 6. ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาความต้องการจำเป็นของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์พื้นฐาน ด้านความสามารถในการควบคุมโรค

2. ควรศึกษารูปแบบของการทำงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่สอดคล้องกับการทำงานด้านสาธารณสุขในชุมชน

## 7. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย ทำให้กระบวนการสื่อสาร เช่น การแจ้งข่าวการเกิดโรคระบาดในท้องถิ่นให้กับเจ้าหน้าที่และประชาชนในหมู่บ้าน การแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวในกิจกรรมสาธารณสุขให้ประชาชนในหมู่บ้าน รวมถึงการนัดหมายให้ประชาชนในหมู่บ้านมารับบริการด้านสาธารณสุขระหว่างประชาชนในพื้นที่กับเจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เป็นไปด้วยความคล่องตัว รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดิ์ชัย แก้วเอี่ยม (2563, บทคัดย่อ) ทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขเทศบาลท่าโขลง ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข เทศบาลเมืองลาดสวาย ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

## 11. เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2552). **คู่มือหลักสูตรการอบรมฟื้นฟูความรู้อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.)**. กรุงเทพฯ : เเรดิเอชั่น.
- [2] \_\_\_\_\_. (2554). **ระเบียบกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน พ.ศ.2554 พร้อมด้วย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรมพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

- [3] \_\_\_\_\_ . (2554). **คู่มือ อสม. ยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ชุมชนมนุษยธรรมการเกษตรแห่งประเทศไทย.
- [4] จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2559). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [5] ศักดิ์ชัย แก้วเอี่ยม. (2563) **ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) เทศบาลท่าโขลง ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี**. การค้นคว้าแบบอิสระ. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- [6] เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2558). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จิเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี**. งานนิพนธ์. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [7] กัทธกร มิ่งขวัญ. (2559). **การศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานโรงเรียนขนาดเล็ก จังหวัดนครสวรรค์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42**. การค้นคว้าอิสระ. ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- [8] ภาณุเดช เพ็ชรความสุข และคณะ. (2558). **ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. อุบลราชธานี : สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน.
- [9] Kotler, P. (2000). **Marketing management**. 10<sup>th</sup> ed. New Jersey : Prentice-Hall.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่  
กรุงเทพมหานคร 14

FACTORS INFLUENCING OCCUPATIONAL STRESS  
IN THE BANGKOK REVENUE OFFICE 14

เบญญาภา แสงแพร<sup>1</sup> ผศ.ดร.จินตนา อาจหาญ<sup>2</sup> ดร.พัทธ์ธีรา จิรอุดมสาโรจน์<sup>3</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ : E mail darunee.prem@gmail.com

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ: E mail jintana\_ard@yahoo.com

<sup>3</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ : E mail Phatteera.n@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสามด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความขัดแย้งของบทบาท ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงาน และด้านภาระงาน กับระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 จำนวน 163 คน โดยใช้สถิติการถดถอยเชิงพหุวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความขัดแย้งของบทบาท มีอิทธิพลเชิงบวกต่อระดับความเครียดของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ .01 ( $t\text{-stat.}=4.146$ ) ส่วนปัจจัยด้านภาระงานมีอิทธิพลเชิงลบต่อระดับความเครียดของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ .01 ( $t\text{-stat.}= -4.228$ ) ในขณะที่ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**คำสำคัญ:** ความขัดแย้งของบทบาท ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ภาระงาน ความเครียดในการปฏิบัติงาน

### Abstract

In This paper, examined the relationships between role conflict, Interpersonal relationship, workload and work stress of Bangkok Area Revenue Office 14. In this study, the

researcher considered 163 personal Bangkok Area Revenue Office 14. In carrying out this investigation, structural interview were conducted. Multiple regression Analysis were used. The results revealed that there is a significant relationship role conflict and work load at workplace towards work stress. However, intriguing findings shown there is a negative relationship between work load and work stress. Meanwhile interpersonal relation factor has no effect on work stress.

**Keyword:** Role conflict, Interpersonal relationship, work load, work stress

### บทนำ

ความเครียดเป็นปัญหาสำคัญของสังคมในปัจจุบันที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต ทั้งเชิงบวกและเชิงลบของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผลด้านบวกถือเป็นความท้าทายของบุคคลในการแก้ไขปัญหา กระตุ้นให้เกิดพลังในการเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ได้ดีขึ้น แต่ถ้าเมื่อไหร่ที่อยู่ในสภาวะความเครียดมาอย่างยาวนานและต่อเนื่อง ก็ย่อมส่งผลเชิงลบต่อทางด้านร่างกายและจิตใจของบุคคลได้เช่นกัน (Cho, Fiedler, & Kang, 2008) ความเครียดในการทำงานถือเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นที่ก่อให้เกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับความสามารถในการทำงาน อาจจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพน้อยลง (Anwar, Sidin, & Javed, 2016) คนทำงานส่วนใหญ่จึงพยายามหลีกเลี่ยงด้วยการปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้น



(Abidin, Mansor, & Abu, 2013 b) ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดจากการทำงาน มีปัจจัยหลายๆด้าน และงานวิจัยในอดีตจำนวนไม่น้อยได้ยืนยันปัจจัยด้านความขัดแย้ง ภาระงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ที่มีอิทธิพลต่อความเครียดในการทำงานของบุคลากรในองค์กรต่าง ๆ เช่น งานวิจัยของ Abidin et al(2013 b) และ Brotheridge(2012) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อความเครียดในการทำงาน (Guinot, Chiva, & Roca-Puing, 2014; Ito & Brotheridge, 2012)

สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 เป็นหน่วยงานในสังกัดกรมสรรพากรกระทรวงการคลังมีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีอากรให้ได้ตามประมวลการ ซึ่งบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 มีบุคลากรปฏิบัติงานในฝ่ายต่าง ๆ ตามหน้าที่ความรับผิดชอบได้ดังนี้ โดย ฝ่ายบริหารงานทั่วไปไปปฏิบัติหน้าที่ เช่น การให้บริการจุดเล็ก โอน ย้าย เปลี่ยนแปลง เกี่ยวกับทะเบียนภาษีอากร ดำเนินการประชาสัมพันธ์และอำนวยความสะดวกแก่ผู้เสียภาษี ฝ่ายวางแผนและประเมินผลรับผิดชอบด้านการวางแผนการจัดเก็บภาษีของสำนักงาน ประเมินผลการจัดเก็บภาษีของสำนักงาน ฝ่ายกฎหมายและเร่งรัดภาษีอากรค้างจะปฏิบัติงานด้านการสืบสวนเพื่อค้นหาหลักฐานและเพื่อสนับสนุนการตรวจสอบและการ ดำเนินคดีตามประมวลรัษฎากรและกฎหมายอื่นส่วนกำกับดูแลผู้เสียภาษีปฏิบัติหน้าที่ด้านบริการให้คำปรึกษา แนะนำ ผู้เสียภาษีให้ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายฝ่ายกรรมวิธีและคืนภาษีทำหน้าที่ตรวจสอบถูกต้องของการคำนวณภาษีประเมินเรียกเก็บภาษีเพิ่มเติมยกเลิกการประเมินเรียกเก็บภาษีโดยบุคลากรแต่ละฝ่ายจะต้องปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในส่วนที่ตนรับผิดชอบ ในแต่ละส่วนงาน และต้องพบปะกับ ผู้เสียภาษีทั้งภายในและภายนอกองค์กรและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในส่วนต่างๆ (กรมสรรพากร, 2562) ในการปฏิบัติงานดังกล่าวข้างต้นของผู้ปฏิบัติอาจส่งผลกระทบต่อผู้ปฏิบัติงานสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 เนื่องจากสภาวะทางด้านการปฏิบัติหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายทำให้มีโอกาสเกิดความเครียดสูงซึ่งเมื่อมีความเครียดเกิดขึ้น

ทำให้ส่งผลกระทบต่อหลายด้าน เช่น ด้านร่างกายและจิตใจด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ส่งผลกระทบต่อองค์กร และส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดในการทำงานของบุคลากร โดยศึกษาเฉพาะสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความขัดแย้งของบทบาทที่มีอิทธิพลต่อระดับความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงานที่มีอิทธิพลต่อระดับความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงาน สรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 14
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาระงานที่มีอิทธิพลต่อระดับความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงาน สรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ ในการปรับปรุงการบริหารงานบุคคล และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร เพิ่มความพึงพอใจให้แก่ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มประสิทธิผลการทำงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 14
2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับกรมสรรพากร ในการรับบริการบริการที่มีประสิทธิภาพสูง ลดความสูญเสียทั้งเวลาและทรัพยากรอื่นๆ
3. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนที่สนใจ นักวิชาการในการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียด และนำเสนอข้อค้นพบซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมต่อไป

## ขอบเขตของงานวิจัย

ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ข้อมูลที่ได้ประกอบด้วย ประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านการทำงาน

2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระดับตำแหน่งงาน

2.2 ปัจจัยด้านการทำงานได้แก่

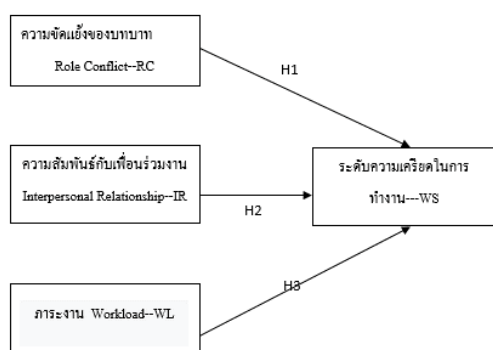
1) ความขัดแย้งของบทบาท (Role Conflict)

2) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงาน (Interpersonal Relationship)

3) ภาระงาน (Workload)

3. ระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2562 เป็นระยะเวลา 2 เดือน ซึ่งการศึกษครั้งนี้ใช้วิธีการสำรวจด้วยตัวอย่างโดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

## กรอบแนวคิดวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักงาน

สรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่บุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 ทุกคนจำนวน 163 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ค้นคว้าในการวิจัยนี้ ใช้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิ (Primary data) และทุติภูมิ (Secondary data)

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 โดยได้วิเคราะห์ข้อมูลของลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับรายได้ ตำแหน่งงาน และระยะเวลาทำงาน

	จำนวนตัวอย่าง	อัตราร้อยละ (%)
เพศหญิง	134	82.20
เพศชาย	29	17.80
อายุ 20-29	121	74.23
อายุ 30 ปีขึ้นไป	42	25.77
สถานภาพโสด	101	61.96
สถานภาพสมรส	58	35.58
สถานภาพหย่าร้าง	4	2.45
รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท	48	29.45
รายได้ 15,001-25,000 บาท	77	47.24
รายได้มากกว่า 25,000 บาท	38	23.31
ตำแหน่งลูกจ้างชั่วคราว	48	29.45
ตำแหน่งลูกจ้างประจำ	3	1.84
ตำแหน่งอื่นๆ	112	68.71
ระยะเวลาทำงานน้อยกว่า 1 ปี	18	11.04
ระยะเวลาทำงาน 1-3 ปี	60	36.81
ระยะเวลามากกว่า 3 ปี	85	52.15

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 82.20) อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-29 ปี (ร้อยละ 74.23) สถานภาพโสดส่วนใหญ่ (ร้อยละ

ละ 61.96) รองลงมาเป็นสถานภาพสมรส(ร้อยละ 35.58) รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท(ร้อยละ 47.24) รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท(ร้อยละ 29.45) ตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งข้าราชการ (ร้อยละ 68.71) รองลงมาคือลูกจ้างชั่วคราว(ร้อยละ 29.45) ระยะเวลาทำงานส่วนใหญ่จะมากกว่า 3 ปี (ร้อยละ 52.15) รองลงมาคือระยะเวลาการทำงานระหว่าง 1-3 ปี(ร้อยละ 36.81)

## 2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ของตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย ข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) สถิติสำหรับการวัดการกระจายของข้อมูล ได้แก่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความแปรปรวนร่วม (Covariance—CV) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่จะศึกษา

ตัวแปร	Mean	Std. Deviation	CV
WS	2.6	0.842	0.32
RC	2.42	0.742	0.31
IR	3.91	0.622	0.16
WL	3.54	0.697	0.20

ตารางที่ 3 ตัวแปรที่ใช้ในการคำนวณค่าสถิติ

ชื่อตัวแปร	สัญลักษณ์	ความหมาย
Work Stress	WS	ความเครียดในการทำงาน
Role Conflict	RC	ความขัดแย้งของบทบาท
Interpersonal Relationship	IR	ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
Workload	WL	ภาระงาน

จากตาราง 4-2 สามารถอธิบายค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้ ตัวแปรตามในการวิจัยนี้คือ ความเครียดในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.6 ค่าเบี่ยงเบนไปจากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.842 ค่า CV เท่ากับ 0.32 สำหรับในภาพรวมของข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14

ที่นำมาศึกษานี้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถดูได้จากค่า CV น้อยกว่า 0.5 นั้นเอง

ตัวแปรอิสระมี 3 ตัว ได้แก่ ความขัดแย้งของบทบาท ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและภาระงานพบว่า

1. ความขัดแย้งของบทบาท (RC) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 2.42 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 0.742 ค่า CV เท่ากับ 0.31 แสดงให้เห็นว่า มีการกระจายน้อยหรือมีความแตกต่างน้อย นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษามีความขัดแย้งของบทบาทหน้าที่ใกล้เคียงกัน

2. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (IR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 3.91 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 0.622 ค่า CV เท่ากับ 0.16 แสดงให้เห็นว่ามีการกระจายน้อยมากหรือมีความแตกต่างน้อย นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษามีความขัดแย้งของบทบาทหน้าที่ใกล้เคียงกันมาก

3. ภาระงาน (WL) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 3.54 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 0.697 ค่า CV เท่ากับ 0.20 แสดงให้เห็นว่ามีการกระจายน้อยมากหรือมีความแตกต่างน้อย นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษามีภาระงานไม่แตกต่างกันหรือใกล้เคียงกันมาก

วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษากับความเครียดในการทำงาน

ตารางที่ 4 สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษากับความเครียดในการทำงาน

		RC	IR	WL	WS
1	RC	1.000			
2	IR	-.344**	1.000		
3	WL	-.386**	.564**	1.000	
4	WS	.456**	-.383**	-.505**	1.000

ตารางที่ 5 สรุปทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาและความเครียดในการทำงาน

ตัวแปร	สัญลักษณ์	ทิศทางความสัมพันธ์
ความขัดแย้งในบทบาท	RC	เชิงบวก

ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	IR	เชิงลบ
ภาระงาน	WL	เชิงลบ

จากตาราง 4-4 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยซึ่งเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่พบว่า

1. ความขัดแย้งของบทบาท มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเครียดในการทำงาน โดยดูจากค่า  $r = 0.456$  หรือสามารถอธิบายได้ว่า หากความขัดแย้งของบทบาทเพิ่มขึ้น จะทำให้ความเครียดในการทำงานสูงขึ้นในระดับปานกลาง

2. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเครียดในการทำงาน มีค่าความสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ  $-0.383$  สามารถอธิบายได้ว่า ถ้าบุคลากรมีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานน้อย จะส่งผลให้ความเครียดเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

3. ภาระงาน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเครียดในการทำงาน มีค่าความสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ  $-0.505$  สามารถอธิบายได้ว่า ภาระงานที่ลดลงจะทำให้มีความเครียดในการทำงานมากขึ้นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษากับความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรกรุงเทพมหานครพื้นที่ 14

	Enter Method		Colinearity Stat.			
	Unstandardized Coef. B	Standardized Coef. Beta	t-stat.	Sig.	Tolerance	VI F
ค่าคงที่	3.735		7.452**	0.000		
RC	0.333	0.294	4.146**	0.000	0.828	1.208
IR	-0.122	-0.090	-1.145	0.255	0.663	1.508
WL	-0.412	-0.340	-3.000	0.003	0.640	1.500

	Enter Method			Colinearity Stat.		
	Unstandardized Coef. B	Standardized Coef. Beta	t-stat.	Sig.	Tolerance	VI F
			4.228**	0.000		62
R <sup>2</sup>	34%					
Adj.R <sup>2</sup>	32.8%					
Std.Er	.691					
F	27.329					
Sig.F	0.000					
Dubin						
Watson	1.94					

หมายเหตุ: Significant Level, \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < .01$

จากตาราง 4-6 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ตัวแปรความขัดแย้งในบทบาทความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ภาระงาน ที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงาน จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความเครียดในการทำงาน ได้แก่ ความขัดแย้งของบทบาท และภาระงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยดูได้จากค่าสถิติอยู่ระหว่าง 4.146 ถึง 4.228 ส่วนตัวแปรความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$WS = 3.735 + 0.333RC - 0.122IR - 0.412WL$$

ตารางที่ 7 สรุป อิทธิพลของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษากับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความเครียด

สมมติฐานการวิจัย	ผล	t-stat.
H1: ความขัดแย้งของบทบาทที่มีอิทธิพลเชิงบวกกับความเครียด	สนับสนุน, มีนัยสำคัญ	4.146
H2: ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับความเครียด	ไม่สนับสนุน, ไม่มีนัยสำคัญ	-1.143
H3: ภาระงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับความเครียด	ไม่สนับสนุน	-4.228

จากตาราง4-7พบ ว่า ความขัดแย้งของบทบาทมีอิทธิพลเชิงบวกกับความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (H1) ด้วยค่า สถิติเท่ากับ 4.146 ส่วนตัวแปรภาระงานมีอิทธิพลเชิงลบกับความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (H3) ด้วยค่าสถิติเท่ากับ -4.228 ในขณะที่ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน(H2) ข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่าไม่มีอิทธิพลแต่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของบุคลากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านความขัดแย้งของบทบาท ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และภาระงานที่ส่งผลต่อความเครียดของบุคลากรขององค์กรดังกล่าว

#### สรุปผลการวิจัยเชิงพรรณนา

1. ความเครียดในการทำงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 ที่นำมาศึกษานี้มีความแตกต่างกันไม่มาก

2. ความขัดแย้งในบทบาท พบว่า ความขัดแย้งในบทบาทของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 ที่นำมาศึกษานี้มีการกระจายตัวน้อย หรือแต่ละคนมีความแตกต่างกันน้อย

3. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 ที่นำมาศึกษานี้มีการกระจายตัวน้อย หรือแต่ละคนมีความแตกต่างกันน้อย

4. ภาระงาน พบว่า ภาระงานของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 14 ที่นำมาศึกษานี้มีการกระจายตัวน้อย หรือแต่ละคนมีความแตกต่างกันน้อย หรือใกล้เคียงกันมาก

#### ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. การวิเคราะห์อิทธิพลของความขัดแย้งของบทบาท พบว่า ความขัดแย้งในบทบาทมีอิทธิพลเชิงบวกกับระดับความเครียดในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.การวิเคราะห์อิทธิพลของความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานบทบาท ที่มีต่อความเครียด ข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่ายังมีอิทธิพลเชิงลบกับระดับความเครียดในการทำงาน

3.การวิเคราะห์อิทธิพลของภาระงานที่มีต่อความเครียด ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่ามีอิทธิพลเชิงลบกับระดับความเครียดในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์อิทธิพลของความขัดแย้งของบทบาท พบว่า ความขัดแย้งในบทบาทมีอิทธิพลเชิงบวกกับความเครียดในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของTidd & Friedman (2002) และ ,& Kutanis (2009)และAbidin et al.(2013a)

2.การวิเคราะห์อิทธิพลของความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานบทบาท ที่มีต่อความเครียด ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่ายังไม่มีอิทธิพลเชิงลบกับความเครียดในการทำงาน แต่มีความสัมพันธ์น้อยมากและไม่มีความสำคัญทางสถิติ ขัดแย้งกับการศึกษาในอดีตของ Manshor et al.(2003)และ Abidin et al (2013b)แต่สอดคล้องกับการศึกษาของ Nasuridin, Ramayah, & Beng(2006)โดยให้เหตุผลว่าในงานแต่ละประเภทโดยเฉพาะเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณ(ตัวเลข) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานแม้จะเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความเครียด แต่ในลักษณะของงานที่ทำจะพึงพาระเบียบปฏิบัติต่างที่เกี่ยวข้องมากกว่าเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยดังกล่าวจึงอิทธิพลน้อย

3.การวิเคราะห์อิทธิพลของภาระงานที่มีต่อความเครียด ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่ามีอิทธิพลเชิงลบกับความเครียดในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขัดแย้งกับการศึกษาในอดีตของCroon, RWB Blonk, Frings-Dresen, & Broersen (2002),Abidin et al(2013b),Trivellasa, Reklitisa, & Platisb(2013)แต่สอดคล้องกับการศึกษาของ Bashir & Ramay (2010); Shahid, Latif, Sohail, & Ashraf(2011)โดยให้เหตุผลภาระงานที่มากเกินไป จะทำให้ประสิทธิภาพของงานลดลง ส่งผลต่อรายได้(เงินเดือน หรืออื่นๆ) แต่ภาระงานที่ลดลงในระดับที่เหมาะสมจะทำให้ผลของงานสูงขึ้น จึงทำให้บุคลากรมีความเครียดน้อยลงหรืออิทธิพลมีความสัมพันธ์เชิงลบได้หรือ

ว่าการะงานลดลง ส่งผลต่อการเลื่อนขั้นเงินเดือนหรือรายได้  
อื่นเช่น (ค่าทำการนอกเวลา) ลดลง จึงทำให้ความเครียด  
เพิ่มขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

1. บุคลากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร  
14 ควรกำหนดตำแหน่งหน้าที่และขอบเขตการทำงานของ  
บุคลากรให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้ความคลุมเครือในบทบาทหน้าที่  
ของตนเอง รวมถึงการกำหนดภาระงานที่เหมาะสมกับ  
ตำแหน่งหน้าที่ของแต่ละคน เนื่องจากภาระงานมีความ  
เชื่อมโยงทั้งผลการดำเนินงาน รายได้ของบุคลากร และระดับ  
ความเครียด

2. บุคลากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่  
กรุงเทพมหานคร 14 ต้องตระหนักถึงผลกระทบของ  
ความเครียดของบุคลากรที่จะส่งผลกระทบต่อ  
การปฏิบัติงานแต่ส่งผลกระทบต่อบุคคลใกล้ชิดของบุคลากร  
ของสำนักงานและสังคมต่อไป ดังนั้นผู้บริหารองค์กรควร  
รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของความเครียด เพื่อจะได้  
กำหนดมาตรการในการแก้หรือลดปัญหาความเครียดของ  
บุคลากรลงได้

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมสรรพากร. (2562). อำนาจหน้าที่ของกรมสรรพากร.  
กรุงเทพมหานคร.
- [2] กฎกระทรวง การแบ่งส่วนราชการของกระทรวงการคลัง  
(2560).
- [3] อรุณ รัชธรรม. (2539). ฝ่าดิกรรมความเครียดในองค์กร  
(3 ed.): เอส แอนด์ จี กราฟฟิค.
- [4] Abidin, N. I. Z., Mansor, M. F., & Abu, N. H. (2013a).  
*Factors Influencing Work Stress among Expatriate  
Managers: A Study of Government-Linked  
Companies in Malaysia.* (7). (8)
- [5] Abidin, N. I. Z., Mansor, M. F., & Abu, N. H. (2013b).  
Factors Influencing Work Stress among Expatriate  
Managers: A Study of Government-Linked

Companies in Malaysia. *Australian Journal of  
Basic and Applied Sciences*, 7(8), 979-990.

- [6] Anwar, F., Sidin, J. P., & Javed, A. (2016). Antecedents of  
work exhaustion, its mediating role and subsequent  
effects on turnover intentions *Business  
Management Dynamics*, 15(8), 85-94.
- [7] Bashir, U., & Ramay, M. I. (2010). Impact of Stress on  
Employees Job Performance : A Study on Banking  
Sector of Pakistan *International Journal of  
Marketing Studies*, 2(10).
- [8] Beyer, J., & Marshall, J. (1981). The interpersonal  
dimension of collegiality. *Nurs Outlook.*, 29(11).
- [9] Cho, J. J., Fiedler, N., & Kang, D. M. (2008).  
Occupational stress and depression in Korean  
employees *Int Arch Occup Environ Health*, 82, 47-  
57.
- [10] Croon, E. M. d., RWB Blonk, B. C. H. d. Z., Frings-  
Dresen, M., & Broersen, J. (2002). Job stress,  
fatigue, and job dissatisfaction in Dutch lorry  
drivers: towards an occupation specific model of  
job demands and control *Occup Environ Med*, 59.
- [11] Gordon, J. R. (2001). *Organizational Behavior: A  
Diagnostic Approach* (7 ed.): Prentice Hall.
- [12] Gordon, J. R., Pruchno, R. A., Wilson-Genderson, M., ,  
W. M. M., & Rose, M. (2012). Balancing  
Caregiving and Work: Role Conflict and
- [13] Role Strain Dynamics *Journal of Family Issues*, 33(5),  
662-689.
- [14] Guinot, G., Chiva, R., & Roca-Puing, V. (2014).  
Interpersonal trust, stress and satisfaction at work:  
An empirical study. *Personal review*, 43(1), 96-115.
- [15] Ito, J. K., & Brotheridge, C. I. M. (2012). Work-family  
and interpersonal conflict as levers in the

- [16]resource/demand-outcome relationship *Career Development International*, 17(5).
- [17]Koeske, G. F. K. a. R. D. (1989). Work Load and Burnout: Can Social Support and Perceived
- [18]Accomplishment Help? . *National Association of Social Workers, Inc.*
- [19]Manshor, A. T., Fontaine, R., Fahr, R., & Choy, C. S. (2003). Occupational stress among
- [20]managers: a Malaysian survey *Journal of Managerial Psychology*, 18(6), 622-628.
- [21]Moustaka, E. (2010). Sources and effects of Work-related stress in nursing stantinidis. *HEALTH SCIENCE JOURNAL*, 4(4).
- [22]Nasuridin, A. M., Ramayah, T., & Beng, Y. C. (2006). ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND ORGANIZATIONAL CLIMATE AS POTENTIAL PREDICTORS OF JOB STRESS: EVIDENCE FROM MALAYSIA *International Journal of Commerce and Management*, 16(2).
- [23]P.M., H., & C.L., C. (2001). *Occupational Stress: Toward a More Integrated Framework*. (Vol. 2: Personnel Psychology).
- [24]Qureshi, M. I., Iftikhar, M., Abbas, S. G., Hassan, U., Khan, K., & Zaman, K. (2013). Relationship Between Job Stress, Workload, Environment and
- [25]Employees Turnover Intentions: What We Know, What Should We Know *World Applied Sciences Journal*, 23(6), 764-770.
- [26]Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational Behavior* (18 ed.): Pearson.
- [27]Shahid, M. N., Latif, K., Sohail, N., & Ashraf, M. A. (2011). WORK STRESS AND EMPLOYEE PERFORMANCE IN BANKING SECTOR EVIDENCE FROM DISTRICT FAISALABAD, PAKISTAN. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(7).
- [28]Sluss, D. M., Dick, R. v., & Dick, R. v. (2011). ROLE THEORY IN ORGANIZATIONS: A RELATIONAL PERSPECTIVE.
- [29]Tidd, S. T., & Friedman, R. A. (2002). Conflic Stype and coping with role conflict : An Extension of the uncertainty model of work stress. *The Tnternational Journal of Conflict Stress*, 13(3), 236-257.
- [30]Trivellasa, P., Reklitisa, P., & Platisb, C. (2013). The effect of job related stress on employees' satisfaction: A survey in Health Care *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 73(718-726).
- [31]Tunc, T., & Kutanis, R. O. (2009). Role conflict, role ambiguity, and burnout in nurses and physicians at a university hospital in Turkey. *Nursing and Health Sciences*, 11, 410-416

# การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมของบุคลากรในโรงพยาบาล

## PERCEPTION OF HAZARD FROM OFFICE SYNDROME OF HOSPITAL PERSONNEL

ณัฐชญา พิมพากรณ์<sup>1</sup>, รัชเมธิ รัชควัฒนกุล<sup>2</sup>, เอกชัย แสงสว่าง<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>สาขาการจัดการอุตสาหกรรม, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail rc\_bsu@hotmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม และศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมของบุคลากรในโรงพยาบาล โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาล ในแผนกธุรการ แผนกจัดซื้อ และแผนกพัสดุ จำนวน 130 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T Test) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way Anova)

ผลการวิจัยสรุป ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญา สถานภาพโสด ไม่มีโรคประจำตัว มีอายุงาน 1-3 ปี ลักษณะการทำงานนั่งอยู่กับที่ไม่มีการทำงานล่วงเวลา รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ 7-9 ชั่วโมง และรูปแบบการใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน คือ คีย์ข้อมูล ด้านการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม ผลวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.41) ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ

อายุ การศึกษา สถานภาพ การมีโรคประจำตัว ลักษณะการทำงาน ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์วัน และรูปแบบการใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมไม่แตกต่างกัน และพบว่า อายุในการทำงาน การทำงานล่วงเวลา และรายได้ แตกต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมแตกต่างกัน และการเปรียบเทียบความต่างรายคู่ การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม จำแนกตามอายุในการทำงาน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ อายุในการทำงาน 1-3 ปี กับอายุในการทำงาน 6 ปีขึ้นไป และอายุในการทำงาน 3-6 ปี กับอายุในการทำงาน 6 ปีขึ้นไป

**คำหลัก:** : กลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม , การรับรู้

### Abstract

This research aimed to study the risk perception of office syndrome and to compare personal factors and the risk perception of office syndrome among hospital personnel. The sample consisted of 130 hospital personnel in the administrative, procurement and supplies departments using questionnaires as a research tool. Which had a questionnaire's reliability value of 0.967, data was analyzed using a computer software package, ie percentage, mean, standard deviation, and comparison of differences between the two variables. (Independent-Samples T Test) Comparison of the



differences between more than 2 variables by analyzing the variance. One (One-way Analysis of Variance: One-way Anova).

The results of the research can be concluded that for personal factors, it was found that

Most of the sample were female, 20-30 years of age, with education, degree, single status, no congenital disease, 1-3 years of work, working behavior, sitting position. No overtime work Monthly income less than 15,000 baht, period of use of computers 7-9 hours and patterns of using computers in operations are key information. On the perception of risk of danger from office syndrome. The research found that the level of risk perception of office syndrome Overall, it was at a moderate level (3.41).

The results of the hypothesis testing were concluded that the samples with personal factors in gender, age,

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

งานเป็นการกิจหลักของบุคคล เนื่องจากเป็นการหารายได้ในการเลี้ยงชีพ ซึ่งบุคคลจะใช้เวลาในการทำงานประมาณ 8 ชั่วโมงต่อวัน และจากการที่ลักษณะของงานและปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อความเสี่ยงและการเกิดโรคจากการทำงานที่แตกต่างกันด้วย ยกตัวอย่างเช่น ลักษณะงานที่ทำ สภาพแวดล้อมในการทำงานและสภาพร่างกาย หรือการมีพฤติกรรมในการทำงานไม่ถูกต้อง เช่น อิริยาบถในการทำงานไม่เหมาะสม นั่งหลังค่อม นั่งหน้าจอบริเวณคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานไม่เปลี่ยนท่า หรือความเครียด เหล่านี้อาจส่งผลต่อกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมได้ ออฟฟิศซินโดรม เรียกว่า กลุ่มอาการปวดกล้ามเนื้อและข้อพังผืด โดยลักษณะของอาการปวดกล้ามเนื้อจะมาจากรูปแบบการทำงานที่ใช้กล้ามเนื้อมัดเดิม ๆ ซ้ำ ๆ ต่อเนื่องเป็นเวลานาน ซึ่งอาจจะลุกลามจนกลายเป็นอาการปวดเรื้อรัง ถึงอาการชาที่บริเวณแขน หรือมือจากการที่เส้นประสาทส่วนปลายถูกกดทับอย่างต่อเนื่อง รวมถึงอาการเครียด ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้สามารถแก้ไขเบื้องต้นได้ด้วยการปรับพฤติกรรมในการ

education, status, having underlying disease. Performance characteristics Duration of use of the computer, days and patterns of computer use in work were different, there were no different perceptions of risk from office syndrome. And found that working age Different work hours and income were perceived differently for the danger of office syndrome. And comparing the differences between each pair Perception of risk of danger from office syndrome Classified by working age It was found that there were statistically significant differences at the level of 0.01 in 2 pairs, namely 1-3 years working age and 6 years working age and 3-6 working age and working age. Work 6 years or more

**Keywords:** office syndrome , perception

ทำงาน ซึ่งอาการของออฟฟิศซินโดรม จะมี 2 ลักษณะ ได้แก่ อาการเจ็บป่วยสะสม (Repetitive strain injury) หมายถึง อาการเจ็บป่วยกล้ามเนื้อสะสม และอาการเมื่อยล้าบริเวณดวงตา (Computer Vision Syndrome) หมายถึง กลุ่มอาการตา เกิดจากการใช้คอมพิวเตอร์นาน ๆ ผู้เจ็บป่วยจะรู้สึกแสบตา ปวดตา และ เมื่อยตา โดยผู้ที่เจ็บป่วยอาการออฟฟิศซินโดรมส่วนใหญ่ จะรู้สึกไม่สบายตัว เคลื่อนไหวของร่างกายได้ยาก อย่างไรก็ตามการรักษาโรคออฟฟิศซินโดรมจะเป็นการรักษาที่ปลายเหตุ เพื่อรักษาอาการกล้ามเนื้ออักเสบหรือพังผืดบนกล้ามเนื้อ แต่วิธีการที่ดีที่สุด คือ การป้องกันความเสี่ยงจากพฤติกรรมในการทำงานของบุคคลด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำงานให้ถูกต้อง อยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม รวมถึงการเสริมสร้างสุขภาพทั้งกายและจิตใจให้สมบูรณ์พักผ่อนให้เพียงพอ ไม่หักโหม ลดความเครียด และออกกำลังกายสม่ำเสมอ ซึ่งเหล่านี้จะช่วยป้องกันหรือลดความเสี่ยงได้และยังถือเป็นแนวทางที่แก้ไขปัญหาคือต้นเหตุ โดยผ่านการให้ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคออฟฟิศซินโดรม ว่าไม่ควรละเลยต่อโรคนี้ เพราะอาจจะทำให้มีผลเสียตามมาในภายหลังได้อีก หากบุคคลากรเจ็บป่วยยอมส่งผล

ต่ออัตราการขาด การลา หรือการมาสาย และส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความพร้อมในการทำงานประจำวันอีกด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวทางคณะผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นว่า บุคคลในวัยทำงานจะมีช่วงเวลาในการทำงานมากถึงวันละ 8 ชั่วโมง และต้องทำงาน 5-7 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งหากบุคคลไม่เข้าใจหรือมีความรู้ในการดูแลตนเองในการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่ถูกวิธี ย่อมส่งผลเสียทั้งต่อร่างกายและจิตใจ ทั้งที่เกิดขึ้นทันทีหรือเกิดในภายหลัง และยังทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการเป็นออฟฟิศซินโดรมได้ ทางคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาหาปัจจัยที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคออฟฟิศซินโดรม เพื่อจะได้ทราบข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง และได้นำข้อมูลไปวางแผนการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน การกำหนดภาระงาน และการคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีให้แก่บุคลากรต่อไป และยังใช้ข้อมูลจากผลการวิจัยในการให้ความรู้ที่ถูกต้อง และช่วยลดความเสี่ยงและป้องกันปัญหาการป่วยโรคออฟฟิศซินโดรมให้แก่บุคลากร เพื่อให้บุคคลมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ

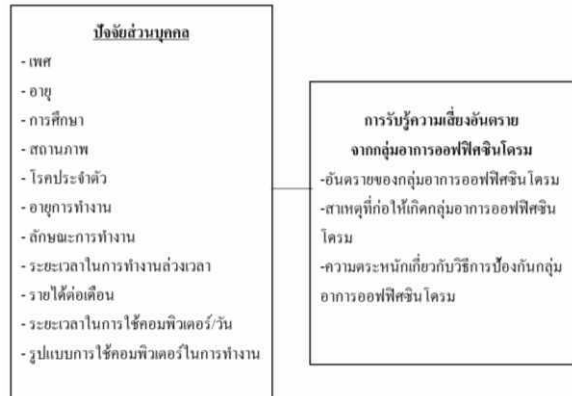
### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสียหายอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมของบุคลากรในโรงพยาบาล
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ความเสียหายอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม

### สมมติฐาน

1. พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสียหายอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมแตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### สรุปผลการวิจัย

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.2 มีอายุช่วง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.8 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50 ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 81.5 มีอายุงาน 1-3 ปีคิดเป็นร้อยละ 38.5 ลักษณะการทำงานนั่งประจำอยู่กับที่ตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 60 ไม่มีการทำงานล่วงหน้า/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 58.5 รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 คิดเป็นร้อยละ 41.5 ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์ปฏิบัติงาน/วัน 7-9 ชม. คิดเป็นร้อยละ 46.2 และ รูปแบบการใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน คีย์ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 34.6 ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้กลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม

กลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม	ค่าเฉลี่ย	ระดับการรับรู้
การรับรู้ความเสียหายอันตรายของกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม	3.56	มาก
การรับรู้เกี่ยวกับสาเหตุที่ก่อให้เกิดกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม	3.39	ปานกลาง
ความตระหนักเกี่ยวกับวิธีการป้องกันกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม	2.77	ปานกลาง
ภาพรวม	3.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการรับรู้ความเสียหายอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมในภาพรวมอยู่ใน

ระดับปานกลาง (3.41) และหากพิจารณารายด้าน พบว่าระดับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายของกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.56) การรับรู้เกี่ยวกับสาเหตุที่ก่อให้เกิดกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.39) ความตระหนักเกี่ยวกับวิธีการป้องกันกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.77)

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ การมีโรคประจำตัว ลักษณะการทำงาน ระยะเวลาในการใช้คอมพิวเตอร์วัน และรูปแบบการใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมไม่แตกต่างกัน และพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ในการทำงาน ระยะเวลาในการทำงานล่วงเวลา และ รายได้ แตกต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมแตกต่างกัน การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม จำแนกตามอายุในการทำงาน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ อายุในการทำงาน 1-3 ปี กับอายุในการทำงาน 6 ปีขึ้นไป และ อายุในการทำงาน 3-6 ปี กับอายุในการทำงาน 6 ปีขึ้นไป การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานล่วงเวลา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ไม่มีการทำงานล่วงเวลา กับ มีระยะเวลาการทำงานล่วงเวลา 7 ชั่วโมงขึ้นไป การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม จำแนกตามรายได้ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 15,001-25,000 บาท และ รายได้ 15,001-25,000 บาท กับ 35,001 บาท ขึ้นไป

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศ

ซินโดรมของบุคลากรในโรงพยาบาล โดยเฉพาะเฉพาะแผนกงานด้านธุรการ ซึ่งผลการวิจัยพบว่ามีการรับรู้ในภาพรวมระดับปานกลาง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างทำงานในสถานประกอบการด้านสุขภาพ จะต้องได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านสุขภาพและโรคต่างๆ อย่างสม่ำเสมอจากหน่วยงาน และผลการวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาในการทำงานล่วงเวลา(0.005\*) , อายุการทำงาน (0.000\*) และระดับรายได้ต่อเดือน (0.007\*) แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 อาจจะสามารถกล่าวได้ว่าระยะเวลาในการทำงานล่วงเวลา อายุการทำงาน ส่งผลให้บุคคลได้รับข้อมูล/ข่าวสารด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง และถ้าทำงานเป็นเวลานานจะมีโอกาสได้รับข้อมูลในปริมาณที่มากขึ้นตามไปด้วย การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม จำแนกตามอายุในการทำงาน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ อายุในการทำงาน 1-3 ปี กับอายุในการทำงาน 6 ปีขึ้นไป และ อายุในการทำงาน 3-6 ปี กับอายุในการทำงาน 6 ปีขึ้นไป การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานล่วงเวลา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ไม่มีการทำงานล่วงเวลา กับ มีระยะเวลาการทำงานล่วงเวลา 7 ชั่วโมงขึ้นไป การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ การรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม จำแนกตามรายได้ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท กับรายได้ 15,001-25,000 บาท และ รายได้ 15,001-25,000 บาท กับ 35,001 บาท ขึ้นไป อาจกล่าวได้ว่าระยะเวลาในการทำงานที่มากขึ้น มีผลต่อการรับรู้ที่ต่างกัน บุคคลที่ทำงานในระยะเวลานานย่อมได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้มากกว่า หลากหลายและครอบคลุมมากกว่า ทั้งยังมีประสบการณ์ในหน่วยงานภายในสภาพแวดล้อมที่มากกว่าด้วย ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับออฟฟิศซินโดรมไม่เท่ากัน ดังนั้นหากหน่วยงาน

สามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่บุคลากรในส่วนงานธุรการ รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ในโรงพยาบาลด้วยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความตระหนัก และปฏิบัติตนในการทำงานให้มีความปลอดภัยจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมและลดความเสี่ยงด้านสุขภาพอื่นๆ เมื่อบุคลากรมีสุขภาพที่ดีย่อมส่งผลดีต่อประสิทธิภาพในการทำงานตามมาอีกด้วย

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบระดับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมทั้ง 3 ด้าน นำไปสู่การให้ข้อมูลเพื่อประเมิน หรือทบทวนการจัดการการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมแก่บุคลากรในส่วนงานต่างๆของโรงพยาบาลให้เหมาะสมต่อไป
2. นำข้อมูลผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมบุคลากรใน โรงพยาบาลหรือสถานประกอบการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยการให้สื่อเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากออฟฟิศซินโดรมเพื่อรับมือได้มากขึ้น
3. ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน โดยการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรมในแผนกอื่น ๆ นอกเหนือจากแผนกที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ หรือในลักษณะงานของธุรกิจต่างๆที่มีความใกล้เคียงกัน

### ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาในหัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวกับอาการออฟฟิศซินโดรม เพิ่มเติมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม ต่อไป
2. ศึกษาเกี่ยวกับโรคออฟฟิศซินโดรมเพิ่มขึ้น และอาจเพิ่มในส่วนของแนวทางแก้ไขเมื่อเกิด โรคออฟฟิศซินโดรมเพิ่มขึ้น
3. ศึกษาในเชิงลึกถึงการรับรู้ความเสี่ยงอันตรายจากกลุ่มอาการออฟฟิศซินโดรม เพื่อให้บุคลากร ที่ปฏิบัติงานในออฟฟิศสังเกตเห็นความสำคัญของโรคออฟฟิศซินโดรมมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล. (2546). *ความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอาการผู้ป่วยเหตุอาคารของผู้ที่ทำงานในอาคารสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร* ” (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเวชศาสตร์ป้องกันและสังคม คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- [2] ชันยวงศ์ เศรษฐพิทักษ์ .(2558). *ปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานออฟฟิศทำงานติดต่อกันเป็นระยะเวลานานและเป็นโรคคอมพิวเตอร์ซินโดรม.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- [3] สติพิมพ์ ปริชม.(2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานพื้นที่เปิดโล่งบริเวณรอบอาคารสำนักงานกับอาการออฟฟิศซินโดรม.* (ปริญญาภูมิสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิสถาปัตยกรรม ภาควิชาการออกแบบและวางผังเมืองชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- [4] เดมีย์ เสถียรราษฎร์. (2556). *ปรับท่าทางร่างกาย ก่อนปวดคอ-ปวดหลังเรื้อรัง, เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2556, เข้าถึงได้จาก*  
<http://www.dailynews.co.th/Content/Article/70870/ปรับท่าทางร่างกาย ก่อนปวดคอ-ปวดหลังเรื้อรัง>.
- [5] นริศ กิจณรงค์(2562). *คอมพิวเตอร์วิชั่นซินโดรม, เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2556, เข้าถึงได้จาก*  
<http://www.thaihealth.or.th/Content/19470-คอมพิวเตอร์วิชั่นซินโดรม.html>.
- [6] *ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2551). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ : กรุงเทพฯ.*
- [7] พิมพ์รัก สันสมบุรณ์ทอง. (2551). *ความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้าในผู้ป่วยปวดหลังเรื้อรังที่เข้ารับการรักษาทางกายภาพบำบัด.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- [8] ริชาร์ด บิลลี่. (2556). *นั่งหน้าคอมพิวเตอร์นานเสี่ยงล้มเลือดอุดตันร้ายแรง. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2556, อ้างอิงจาก*

ก ร ร ง เ ท พ ฐ ร กิ จ อ อ น ไ ล น ี่

<http://www.vcharkarn.com/vblog/69457>.

[9] หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์.(2562).คอมพิวเตอร์วิชั่นซินโดรม..เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2556 เข้าถึงได้จาก

<http://www.thaihealth.or.th/Content/19470-คอมพิวเตอร์วิชั่นซินโดรม.html>.

[10] อนามัย ชีวีโรจน์ เทศกระติก. (2556). อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน, พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

# การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงานกับความสุขในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต

## Studying the relationship between work environment and happiness.

### In the work of production workers

ณัฐชญา พิมพภรณ์<sup>1</sup>, เพ็ชร โตท่าโรง<sup>2</sup>, พรทิพย์ อุคมศักดิ์<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>สาขาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail rc\_bsu@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อศึกษาระดับความสุขในการทำงาน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมกับความสุขในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผ่านการประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.790 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานฝ่ายผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม กรณีศึกษาบริษัทผู้ผลิตอาหารแห่งหนึ่ง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T Test) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way Anova) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในงานในภาพรวมของทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3.15 ระดับความสุขในการปฏิบัติงานในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง 3.28 และผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปว่า ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความสุขในการทำงานแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ย เวลาการทำงาน และสถานภาพ

แตกต่างกัน มีความสุขในการทำงาน ไม่แตกต่างกัน และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานกับความสุขในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**คำสำคัญ:** สภาพแวดล้อมในการทำงาน, ความสุขในการทำงาน, พนักงานฝ่ายผลิต

#### Abstract

This research aimed to study the degree of satisfaction with the working environment. To study the level of happiness at work and to study the relationship between the satisfaction of the environment and the happiness of the production staff the questionnaire was used as a tool for data collection. Which was assessed for content consistency by 3 experts and had a questionnaire's confidence value of 0.790. The samples used in this research were Industrial production staff Case study of a food manufacturing company In Chachoengsao Province, 100 people analyzed data using computerized software packages, ie percentage, mean, standard deviation. Comparison of differences between two variables (Independent-Samples T Test). Comparison of differences between more than 2 variables by one-way analysis of variance (One-way Anova) and the united coefficient and Pearson correlation Coefficient.

The results of the study concluded that the level of satisfaction with the overall work environment of the 5 areas was at the medium level. 3.15 The level of the overall operational happiness. 3.28 The results of the hypothesis testing concluded that the personal factors were different, the satisfaction of the working environment was different. Satisfaction with different work environments and different gender and status personal factors. Are satisfied with the working environment No different the personal factors differed with different levels of happiness at work, and found that

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินงานของทุกองค์กร ไม่ว่าจะเป็น องค์กรภาครัฐหรือเอกชน การที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและระดับความสุขของพนักงานขององค์กรนั้นๆ ที่ร่วมกันปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรตามที่ได้กำหนดไว้แต่การที่จะบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้ตั้งไว้ องค์กรควรให้ความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากเป็นพิเศษ เพราะสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีนั้นย่อมส่งผลให้การปฏิบัติงานในหน้าที่เกิดประสิทธิภาพ สภาพแวดล้อมในการทำงานนั้น ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ สภาพแวดล้อมด้านเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมด้านผู้บริหาร/หัวหน้างาน สภาพแวดล้อมด้านปริมาณงาน สภาพแวดล้อมด้านสวัสดิการและผลประโยชน์เกิดจากการศึกษา สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่สามารถจับต้องได้ เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ช่วยให้การปฏิบัติงานของพนักงานดำเนินการไปได้ด้วยดี เช่น เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องปรับอากาศ ที่พักทานอาหาร ห้องน้ำ สถานพยาบาล รถยนต์รับส่งพนักงาน เป็นต้น ซึ่งการจัดสถานที่ทำงานที่เหมาะสมกับรูปแบบของการทำงานนั้น นอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายขององค์กรได้ สภาพแวดล้อมด้านเพื่อนร่วมงาน ,ด้านผู้บริหาร/หัวหน้า คือการมีปฏิสัมพันธ์ตอบโต้

the personal factors of gender, age, education level, age of work, position, average income, working time and status were different. Happy to work No different the results of the hypothesis testing showed that the working environment and the happiness at work Correlated in the same direction at medium level statistically significant at the level of 0.01

**Keywords:** working environment, happiness at work, production staff

ระหว่างบุคคลของพนักงานระดับปฏิบัติการ อันจะนำมาซึ่งความสัมพันธ์อันดีความสามัคคีในการทำงาน รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การปรับตัวเข้ากับสังคม และการเป็นผู้ให้สภาพแวดล้อมด้านปริมาณงาน ปริมาณที่งานที่เกิดขึ้นต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน มีปริมาณที่เหมาะสมกับเวลาที่กำหนดในแผนงานและความสามารถของบุคคล สามารถควบคุมกระบวนการทำงานได้ เพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมาย สภาพแวดล้อมด้านสวัสดิการและผลประโยชน์เกิดจากรางวัลตอบแทนทั้งหมดที่พนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ได้รับ โดยแลกเปลี่ยนกับการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยเงินเดือน โบนัส และผลประโยชน์อื่น ๆ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์ในการทำงาน

ระดับความสุขของพนักงานที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร อาจเกิดได้จากหลายปัจจัย เช่น การปฏิบัติงานเป็นเวลานาน สภาพอากาศร้อน มีปัญหาระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือ หัวหน้างาน ความกดดันในการทำงาน จะทำให้เกิดความเครียด ส่งผลและระดับความสุขในการทำงานลดลง เพื่อให้ระดับความสุขในการทำงานของพนักงานในองค์กรอยู่ในระดับที่ดี หนึ่งในหัวใจสำคัญที่ทำให้หลายๆ องค์กรประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว นั่นคือ การบริหารทรัพยากรบุคคล ควบคู่กับการจัดรูปแบบสถานที่ทำงาน (Workplace) ให้มีความเหมาะสมกับลักษณะของงาน องค์กรควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานของพนักงานให้มากขึ้น เช่น การให้ค่าตอบแทน การปรับปรุงสถานที่ทำงาน

และที่สำคัญ พนักงานต้องเป็นสภาพแวดล้อมที่ดีให้กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งหากคนไทยมีความสุขสูงขึ้น จะมีผลต่อสุขภาพกาย ประชาชนจะมีภูมิคุ้มกันโรคดีขึ้น อัตราการป่วยจากโรคเรื้อรังอาจลดลง ประสิทธิภาพการทำงานจะสูงขึ้น สังคมจะเป็นสังคมที่น่าอยู่ ประชาชนยิ้มแย้มเป็นมิตรกัน และเน้นหนักที่การส่งเสริมและป้องกันปัญหาสุขภาพจิต ได้แก่ ความสุข โรคซึมเศร้า ความเครียด การฆ่าตัวตาย และเรื่องการเห็นคุณค่าในตัวเอง เพื่อสร้างพลังใจให้เข้มแข็ง จะช่วยลดปัญหาความรุนแรงต่างๆ

ความสุขเป็นพลังงานอย่างหนึ่งที่ทำให้ชีวิตของเรามีสีสัน และรู้สึกได้ถึงการถูกเติมเต็มในชีวิต เพราะเป็นการพิสูจน์ว่าผลงานที่ออกมาจะมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพ ความสุขในการทำงานจึงจำเป็นต่อชีวิตการทำงานที่เป็นเสมือนบ้านหลังที่สองของผู้ที่ทำงาน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น มีความสุขไปกับงาน เพื่อนร่วมงานและองค์กร การสร้างความสุขในการทำงาน ไม่ใช่หน้าที่ของคนใดคนหนึ่ง หรือเป็นหน้าที่ขององค์กรเพียงเท่านั้น แต่เป็นหน้าที่ของคนทำงานทุกคนในองค์กร

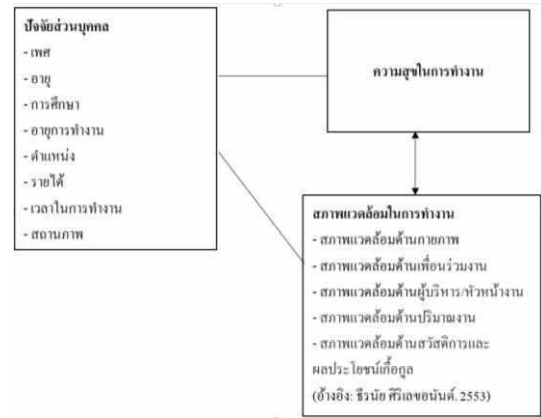
จากสภาพการณ์ดังกล่าว ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน ซึ่งการศึกษาคั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ทำให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลของสภาพแวดล้อมในการทำงานในปัจจุบันและระดับความสุขของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม และอาจเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่จะนำประกอบการพิจารณาเพื่อการพัฒนาและดำเนินการหาแนวทางปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มระดับความสุขในการทำงานของพนักงานให้อยู่ในระดับที่ดี อันจะทำให้การทำงานของพนักงานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาระดับความสุขในการทำงานของพนักงาน

### 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงานกับความสุขในการทำงาน

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### สรุปผลการวิจัย

ด้านข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53 มีอายุช่วง 30 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 67 อายุการทำงานมากกว่า 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 55 อยู่ในตำแหน่งงานพนักงานผลิต/ลูกจ้างประจำ คิดเป็นร้อยละ 67 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในงาน

สภาพแวดล้อมในงาน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ	3.39	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมด้านเพื่อนร่วมงาน	3.32	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมด้านผู้บริหาร/หัวหน้างาน	3.05	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมด้านปริมาณงาน	3.22	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมด้านสวัสดิการและผลประโยชน์แก่ลูก	2.86	ปานกลาง
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.15</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในงานในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง



(3.15) และหากพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในงาน ด้านกายภาพ (3.39) ด้านเพื่อนร่วมงาน (3.32) มากที่สุด และพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมในงาน ด้านสวัสดิการและผลประโยชน์เกี่ยวกับ (2.86) น้อยที่สุด ตารางที่ 2 แสดงระดับความสุขในการทำงาน

ความสุขในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสุขในการทำงาน
ด้านความกระตือรือร้นในการทำงาน	3.48	ปานกลาง
ด้านความเพลิดเพลินในการทำงาน	3.23	ปานกลาง
ด้านความสบายใจในการทำงาน	3.12	ปานกลาง
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.28</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสุขในการปฏิบัติงานในภาพรวมพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.28)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความสุขในการทำงานแตกต่างกัน สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุการทำงาน และสถานภาพแตกต่างกันมีความสุขในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมในงานมีความสัมพันธ์กับ ความสุขในการทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กัน (.000)\*\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### อภิปรายผลการวิจัย

ด้านสภาพแวดล้อมในงาน จากผลการวิจัยสรุปว่า ระดับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในงานในภาพรวมของทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านผู้บริหาร/หัวหน้างาน ด้านปริมาณ และด้านสวัสดิการและผลประโยชน์เกี่ยวกับ อยู่ในระดับปานกลาง (3.15) และหากพิจารณารายข้อ พบว่าข้อส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ยกเว้น 1 ข้อ

ที่อยู่ในด้านสวัสดิการและผลประโยชน์เกี่ยวกับที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คืองานที่ทำมีโอกาสก้าวหน้า (2.50) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรัชพงษ์ พิสิษนุพงศ์ (2561) ที่ศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความผูกพันองค์กรของข้าราชการและบุคลากรสำนักงานเขตสายไหม ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในสวัสดิการหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับ ในหัวข้อสวัสดิการบ้านพักเพียงพอต่อจำนวนข้าราชการมีความสัมพันธ์ระดับต่ำสุด อาจกล่าวได้ว่าลักษณะงานของพนักงานฝ่ายผลิตเป็นงานแบบเดิมที่ทำซ้ำๆเป็นประจำ จึงอาจขาดโอกาสในการใช้ทักษะหรือประสบการณ์ในการที่จะแสดงฝีมือให้เห็นชัดเจนจนนำไปสู่การเลื่อนตำแหน่งได้ในเวลาสั้นๆ หรือไม่มีโอกาสเติบโตในสายด้านนี้ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานข้อนี้น้อยที่สุด ซึ่งจากข้อมูลนี้ทางหน่วยงานสามารถนำไปใช้ในการวางแผนปรับความท้าทายของงานฝ่ายผลิต เพื่อนำไปสู่การปรับเลื่อนตำแหน่งของงานผลิตให้มีความน่าสนใจ

ด้านความสุขในการปฏิบัติงาน สรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสุขในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานฝ่ายผลิตที่ต้องอยู่ภายใต้สภาพการทำงานที่ไม่สะดวกสบายมากนัก ทั้งในสายการผลิตนั้นพนักงานจะต้องอยู่ประจำจุดผลิตตลอดเวลา และบางครั้งช่วงเวลาที่มียาล้างซั้วมามากๆ ก็จะต้องมีการเร่งงานต่อเนื่องไปถึงการงานล่วงเวลาอีกด้วยเหตุผลดังกล่าวอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสุขในการทำงานในระดับปานกลาง และการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นได้ดำเนินการในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ช่วงหลังเทศกาลวันปีใหม่มามากแล้ว อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างได้ผ่านช่วงเวลาของการพักผ่อนและวันหยุดยาวมาแล้ว เข้าสู่ช่วงการทำงานตามปกติ จึงทำให้การประเมินระดับความสุขของตนเองไม่สูงนัก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีคะแนนสูงสุด คือ ความทุ่มเทเอาใจใส่ในงานที่ทำ และ การเต็มใจในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น อาจกล่าวได้ว่าเมื่อบุคคลรู้สึกมีความสุขในการทำงาน

ระดับปานกลางย่อมส่งผลต่อความรู้สึกทางจิตใจที่อยากทำงานในหน้าที่ของตนเองให้ดีขึ้น และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความสุขน้อยที่สุดในข้อที่ว่า รู้สึกอยากย้ายหรือเปลี่ยนที่ทำงาน อาจกล่าวได้ว่า ณ จุดที่พนักงานได้ทำงานอยู่ทำให้เค้ามีความสุขในการทำงานเหมาะสมแล้ว หากมีการเปลี่ยนแปลงงานหรือย้ายงานไปจุดอื่นอาจจะทำให้ลดระดับความสุขลงและรู้สึกไม่มีความสุขในการทำงานได้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ย เวลาการทำงาน และสถานภาพแตกต่างกัน มีความสุขในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล แสงผล (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ สถานภาพ รายได้ อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความสุขในการทำงานไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสุขในการทำงานแตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยต่างๆของหน่วยงานและบรรยากาศในการทำงานถูกจัดขึ้นมาอย่างเหมาะสมตามพื้นฐานที่ต้องตามกฎหมายสำหรับการดูแลพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม แต่อาจจะยังไม่ตอบสนองความพึงพอใจของพนักงานได้ครอบคลุมหรือมากพอที่จะนำไปสู่การมีความพึงพอใจในระดับสูงและมีคามสุขในการทำงานในระดับสูง ซึ่งจากผลการวิจัยนี้หากหน่วยงานสามารถศึกษาต่อยอดและพัฒนาปรับปรุงรายละเอียดของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสุขในการทำงานของพนักงานได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น จะเป็นโอกาสที่ดีต่อการส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานที่มีความสุขได้ต่อไป และ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในงานกับ ความสุขในการปฏิบัติงาน (.000)\*\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของงนิษฐา นิมแก้ว. (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของบุคลากรในองค์กร กรณีศึกษา : สำนักบริหาร โครงการ กรมชลประทาน สามเสน พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมกับความผูกพันในองค์กร ทั้งความผูกพันเชิงต่อเนื้องและความผูกพันเชิงค่านิยม มี

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภลักษณ์ พรหมสร. (2558) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงาน การรับรู้รูปแบบภาวะผู้นำของพนักงาน ความผูกพันในงานกับความพึงพอใจในงาน กรณีศึกษา : พนักงานในโรงงานผลิตรองเท้าแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความเหมาะสมทั้งด้านกายภาพ ด้านสังคม และด้านจิตใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $r = 0.05, 0.72, 0.75, p < .01$ ) สามารถทำนายความพึงพอใจในงานได้ 73 เปอร์เซ็นต์ สอดคล้องกับงานวิจัยของวรินทร์ ทรงเกียรติ. (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน โรงงานและหน่วยสนับสนุน ของโรงงานน้ำตาล สหเรือ จำกัด จังหวัดมุกดาหาร พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อม มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน โรงงานและ หน่วยสนับสนุนในทางเดียวกัน และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน โรงงานและหน่วยสนับสนุนในทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของณรัชพงศ์ พิธิยบุญพงศ์. (2561) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความผูกพันองค์กรของข้าราชการและบุคลากรสำนักงานเขตสายไหม ผลการศึกษาพบว่า โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ในหัวข้อได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความผูกพันทั้งเชิงพฤติกรรมและเชิงทัศนคติต่อองค์กร มีความสัมพันธ์ในระดับสูงสุดและด้านสวัสดิการหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับ ในหัวข้อสวัสดิการบ้านพักเพียงพอต่อจำนวนข้าราชการมีความสัมพันธ์ระดับต่ำสุด

จากผลสรุปและการอภิปรายผลการวิจัย อาจจะสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมในงานมีผลต่อตัวผู้ปฏิบัติงานในด้านของทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมในการปฏิบัติงานและความตั้งใจ ในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่มีศึกษาไว้ข้างต้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของมาสโลว์ตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการที่ในแต่ละ

ขั้นนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในงาน และมีผลต่อความสุขในการทำงาน ต่อแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งหากได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างเหมาะสม และยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก ทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานและความพึงพอใจต่อการทำงานในองค์กรด้วยเช่นกัน ทั้งนี้การจัดสภาพแวดล้อมในงานเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารจัดการในการวางแผนและดำเนินการจัดหาให้ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและเหมาะสมต่อคุณภาพชีวิตในการปฏิบัติงาน ตลอดจนควบคุมและส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงานต่อบุคลากรทุกระดับในหน่วยงาน ดังผลที่ได้จากการวิจัยนี้ที่พบว่าสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความสุขในการปฏิบัติงาน ดังนั้นหากหน่วยจัดสภาพแวดล้อมในงานทุกด้านให้พนักงานมีความพึงพอใจระดับสูง ก็จะมีส่วนช่วยให้พนักงานหรือบุคลากรมีความสุขในการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นตามไปด้วย

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบระดับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในงานทั้ง 5 ด้าน นำไปสู่การใช้ข้อมูลเพื่อประเมิน หรือ ทบทวนการจัดสภาพแวดล้อมในงานให้เหมาะสมต่อไป
2. ใช้ข้อมูลในการวางแผนส่งเสริมให้พนักงานระดับต่างๆมีความสุขในการทำงานมากขึ้น
3. ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของหน่วยงานต่อไป

#### ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาในหัวข้ออื่นๆเพิ่มเติมในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต เช่น กระบวนการปฏิบัติงาน และอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาด้านขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน ของทุกฝ่ายในองค์กร
3. ศึกษาในเชิงลึกถึงสภาพแวดล้อมในด้านที่ส่งผลต่อความสุขในการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมและดูแลให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] กองความปลอดภัย. (2562). สภาพแวดล้อมในการทำงาน. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2562, อ้างอิงจาก [http://www.oshthai.org/index.php?option=com\\_content&view=category&id=12&Itemid=203](http://www.oshthai.org/index.php?option=com_content&view=category&id=12&Itemid=203)
- [2] จงจิต เลิศวิบูลย์มงคล. (2547) ปัจจัยส่วนบุคคล การได้รับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับความสุขในการทำงาน ของพยาบาลประจำการ โรงพยาบาล มหาวิทยาลัยของรัฐ.วารสารการพยาบาล ฉบับ 19:2 เมษายน-มิถุนายน 2547.
- [3] ณรัชพงศ์ พิสิษณุพงศ์. (2551). สภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความผูกพันองค์กรของข้าราชการและบุคลากร. (วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- [4] ชีรนัย ศิริเลขอนันต์. (2552). การศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในที่ทำงานและระดับความเครียดกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- [5] นฤมล แสงผล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- [6] บุญจง ชวศิริวงศ์. (2550). Happy Workplace. วารสารพัฒนาสังคม. 9 (2) : 61-93.
- [7] ปพิชญา วรรณสุข. (2552) ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของตำรวจกองบังคับการตำรวจนครบาล 5 จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2562, อ้างอิงจาก [http://www.tnrr.in.th/?page=result\\_search&record\\_id=10410064](http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record_id=10410064)

- [8] วรินทร์ ทรงเกียรติศักดิ์. (2558). ปัจจัยสภาพแวดล้อม  
ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจใน  
การทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน  
ของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนของ  
โรงงานน้ำตาล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ).
- [9] สิริอร วิชาวุธ. (2544). จิตวิทยาการอุตสาหกรรมและ  
องค์การเบื้องต้น. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [10] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์.  
กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

# ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

## Factors affecting customers of the Applications Netflix service

### in Latkrabang District Bangkok

ทิพมาส รัตนพิทักษ์<sup>1</sup> นงลักษณ์ ทองขวัญ<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

489 ถนนประชาพัฒนา แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

\*ผู้ติดต่อ: tipamas.j@gmail.com, 092-2657886

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ มีค่าความเชื่อถือได้ 0.95 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA กรณีพบค่าความแตกต่างจะเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง และรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรม พบว่า มีช่วงเวลาในการใช้บริการ 18.01-24.00 น. ความถี่ในการรับชม 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทรายการที่ชื่นชอบภาพยนตร์ (Movie) และความคาดหวังจากการใช้บริการความบันเทิง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ให้ความสำคัญเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ให้ความสำคัญเห็นระดับมากทุกด้านตามลำดับ ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านผลิตภัณฑ์

และบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.14 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.04

**คำหลัก :** ปัจจัยที่ส่งผล , การใช้บริการ , แอปพลิเคชันเน็ตฟลิก

#### Abstract

This research study aimed to study the factors affecting customers of the applications netflix service in latkrabang district bangkok. From a sample of 400 people. use a questionnaire as a tool. Reliable value 0.95. Statistics used to analyze frequency (Frequency), percentage (Percentage), Mean and standard deviation, one-way ANOVA analysis of variance, one-way ANOVA in case of finding difference, compare the difference. Double pairs with the Least Significant Difference (LSD) method.

The results of the study of personal information showed that most of them were female, 21-30 years old bachelor's degree, occupation company employee and monthly income 10,001-20,000 baht.

The study of behavior data showed that service time 18.01-24.00, 2-3 viewing frequency per week, favorite item type movies and expectations from the use of entertainment services.

**Keyword :** Factors affecting , Service , Applications Netflix

## ความสำคัญของปัญหา

ภาพยนตร์ คือ สื่อที่ถ่ายทอดอารมณ์เหตุการณ์ ศิลปะ วรรณกรรม สารคดีและจินตนาการ ออกสู่สาธารณะในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว โดยเน้นไปที่ความบันเทิงจากคนกลุ่มหนึ่งที่รวมตัวกันลงทุนเพื่อสร้างสรรค์เรื่องราวหรือเหตุการณ์ขึ้นมา โดยอาศัยเทคนิค และความชำนาญในการจัดสร้าง มีวัตถุประสงค์เน้นการขายความบันเทิง และเพื่อการศึกษา เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับชม (flyboysthemovie, 2561)

ภาพยนตร์ยังเป็นสื่อเศรษฐกิจที่สำคัญอีกประการหนึ่งในวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพราะภาพยนตร์เป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ นำเงินเข้าสู่ประเทศมหาศาล (อรพงค์ แพทย์ชลา, 2557 อ้างใน รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2546) ส่งผลให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนจำนวนมากทั้งในประเทศและนอกประเทศ รายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์มิได้มาจากการจำหน่ายภาพยนตร์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังคงเกิดจากอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่น ๆ อีกจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นรายได้จากการฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์รายได้จากการจำหน่ายลิขสิทธิ์ให้กับสายหนังต่างจังหวัด รายได้จาก การจำหน่ายลิขสิทธิ์ให้ตลาด โฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment) เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายในรูปแบบของวีซีดี และดีวีดีทั้งซื้อขายและให้เช่า ตลอดจนรายได้จากการส่งออก ไปขายยังต่างประเทศ หรือการจำหน่ายบทภาพยนตร์ให้กับผู้สร้างต่างประเทศ (อรพงค์ แพทย์ชลา อ้างใน อนันต์เดย์, 2551) ดังนั้น ภาพยนตร์จึงเป็นธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากมีการซื้อขาย มีกำไรขาดทุนเข้ามาเกี่ยวข้องและถูกนำไปใช้ในการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ในตลาดภาพยนตร์อาทิการผลิต ภาพยนตร์ การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนการใช้สื่อที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมเกิดความสนใจชมภาพยนตร์

ธุรกิจของ Netflix เป็นการให้บริการด้านความบันเทิงที่กำลังเป็นที่นิยมกันในขณะนี้ทั้งซีรีส์และภาพยนตร์ สารคดีทั้งใหม่และเก่า ให้เลือกชมมากมาย ผู้ใช้งานล่าสุดที่มีมากถึง 104 ล้านคน ยอดผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากผู้ใช้งานในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก แต่มาจาก 190

ประเทศ ที่ Netflix เข้าไปบุกตลาด ซึ่งจุดเด่นอยู่ที่การสร้างเนื้อหาเอง ให้ตัวเองให้เป็นมากกว่าช่องทาง การนำเสนอเนื้อหาความบันเทิง โดยมีซีรีส์ที่เป็นเนื้อหาเฉพาะ โดยฉายเฉพาะช่องทางของตัวเองได้มากกว่า 424 เรื่อง จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ยอดผู้สมัครบริการของ Netflix เพิ่มขึ้น

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษางานวิจัยดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ให้บริการสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น ตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์การวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

3. ใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ให้บริการสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น ตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

## สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดการวิจัย

### ตัวแปรต้น

#### ปัจจัยส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้ต่อเดือน

#### ข้อมูลพฤติกรรม

- ช่วงเวลาในการใช้บริการ
- ความถี่ในการรับชม
- ประเภทรายการที่ชื่นชอบ

### ตัวแปรตาม

#### ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## แนวคิดและทฤษฎี

### แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดของธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่กำหนดด้วยหลัก 7Ps (Adrian 2011 อ้างใน ชีรกิติ ฌอชญา, 2553, หน้า 68-88)

1. สินค้า คือ สิ่งที่น่าเสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้พึงพอใจ (พิชญ จงสถิตวัฒนา, 2548)

2. ราคา คือ สิ่งที่บุคคลยอมจ่ายเพื่อให้ได้มา แสดงได้ถึงมูลค่าในรูปของจำนวนเงิน หรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ

3. สถานที่ คือ ช่องทางจัดจำหน่ายที่มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดีไว้สำหรับนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งธุรกิจอาจเครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสม

5. บุคลากร คือ บุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ จึงต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการลูกค้า

6. กระบวนการ คือ เป็นวิธีการบริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ (Procter 2008: 243, อ้างอิงใน อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2550: 258-259)

7. ลักษณะทางกายภาพ คือ สิ่งแวดล้อมที่ได้มีการให้บริการและปัจจัยที่จับต้องได้ ช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติการและส่งมอบบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

### แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่า จะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมผู้บริโภค จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งเหมือนเดิม แต่อาจเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ให้ทราบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่าง การแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ

(ผู้บริโภคร) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่หยุดนิ่งเหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา ต้องศึกษาแนวความคิดและความรู้สึกของผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไร อย่างไร และทำไม เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณรงค์ ทมเจริญ. (2562). ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ชมสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกภายในเขตจังหวัดชลบุรี การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับชมสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกภายในเขตจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้รับชมสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกภายในเขตจังหวัด 3) เพื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการตามปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์โดยศึกษาลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของสตรีมมิ่งเน็ตฟลิก จำนวน 385 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 15 - 22 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากทุก รายการ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แนะนำการบริการ สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการมานาน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวนมากที่สุด และ ชื่นชอบภาพยนตร์แนวแอ็คชั่นมากที่สุด และเลือกชมในช่องทางคอมพิวเตอร์มากที่สุด และนิยมดูซีรีส์เป็นจำนวนมากที่สุด ส่วนมากใช้บริการจะชมสตรีมมิ่ง เน็ตฟลิกที่บ้าน 4 - 6 ครั้งต่อสัปดาห์ 3 - 4 ชั่วโมงต่อ ครั้ง และจากการทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

มีผลต่อที่พฤติกรรมของผู้รับชม สตรีมมิ่ง เน็ตฟลิก ภายในเขตจังหวัดชลบุรีที่ไม่แตกต่างกันในเรื่อง เพศ ส่วนด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps กับพฤติกรรมของผู้รับชมสตรีมมิ่ง เน็ตฟลิกภายในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์แค่บางตัว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พิระพงศ์ วีระวุฒิ. (2562). ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชัน Netflix ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Netflix ในประเทศไทย การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชัน Netflix ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Netflix ในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคาดหวังจากการเปิดรับแอปพลิเคชัน Netflix (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับแอปพลิเคชัน Netflix (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของคอนเทนต์ที่ได้รับจากการเปิดรับแอปพลิเคชัน Netflix ในการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Netflix จำนวน 300 คน ผลวิจัยพบว่า (1) ผู้รับชมแอปพลิเคชัน Netflix ที่มีลักษณะทางประชากรซึ่งได้แก่ เพศ และ อายุ ต่างกัน มีความคาดหวังต่อแอปพลิเคชัน Netflix ในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน (2) พฤติกรรมการ เปิดรับแอปพลิเคชัน Netflix ของผู้ใช้งานในประเทศไทยจากการวิจัยนี้ พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่พบสื่อโฆษณาของแอปพลิเคชัน Netflix จาก สื่อโฆษณาออนไลน์เป็นหลัก เหตุผลที่ทำให้อยากลองใช้ บริการแอปพลิเคชัน Netflix เพราะว่า เนื้อหาน่าสนใจ โดยส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Netflix เป็นเวลา 3 เดือน ขึ้นไป มีค่าใช้จ่าย 280 บาท/เดือน มีจำนวนผู้ใช้งาน 3-4 คนต่อ 1 บัญชีใช้งานแอปพลิเคชัน Netflix เป็นจำนวน 4 วัน/สัปดาห์ใช้งานแอปพลิเคชัน Netflix ผ่าน โทรศัพท์มือถือ มากที่สุด เป็นจำนวน 2-3 Episodes ต่อวัน ใช้เวลารับชมเป็นจำนวน 2-3 ชั่วโมง/วัน รับชมในช่วง เวลา 20.01-24.00 น. และ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับชมในหมวดรายการภาพยนตร์ชุด (TV Series) (3) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อผ่อนคลายเครียด และ



สามารถเปิดรับชมรายการในแอปพลิเคชัน Netflix เมื่อใดก็ได้มากที่สุดเป็น 3 อันดับแรกและสาเหตุที่อาจจะทำให้เกิดการยกเลิกการใช้บริการแอปพลิเคชัน Netflix พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าอาจเป็น เพราะซีรีส์/ภาพยนตร์ ไม่อัปเดต

อรณี พลเกษตร, นันธิยา ลูกหมี, บุศรินทร์ นันทะเขต. (2562). ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อรับชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน Netflix กรณีศึกษาของนักศึกษาและบุคลากร ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรับชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน Netflix กรณีศึกษาของนักศึกษาและบุคลากร ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้หญิงเลือกมารับชมแอปพลิเคชัน Netflix โดยมีอายุระหว่าง 18-25 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 10,000 บาท ความถี่ในการรับชม 1-2 วันต่อสัปดาห์ เฉลี่ยต่อวัน 1-3 ชั่วโมงหมวดที่รับชมมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ เหตุผลในการใช้รับชมแอปพลิเคชัน Netflix เพราะคุณภาพของการรับชม เช่น ภาพและเสียงคมชัดไม่กระตุกระหว่างชม สามารถเลือกชมเนื้อหารายการได้ง่ายและสะดวก มีภาพยนตร์ที่หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ ช่องทางมีความทันสมัยใช้งานง่าย และสามารถเข้าถึงรายการได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศ ไม่ได้มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมแอปพลิเคชัน Netflix แต่สิ่งที่มีปัจจัยต่อการเลือกชมแอปพลิเคชัน Netflix คือ รายได้ สมมุติฐานระดับการศึกษามีผลต่อเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Netflix โดยเฉลี่ยต่อวันอายุมีผลต่อการเลือกหมวดในการรับชมภาพยนตร์ ในแอปพลิเคชัน Netflix อายุมีผลต่อการเลือกรับชมเนื้อหา รายการย้อนหลังได้ง่ายและสะดวก อาชีพมีผลต่อการใช้อุปกรณ์ Netflix ออนไลน์ทุกวัน

## วิธีการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เลือกวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

2. ด้านประชากร ได้แก่ ประชากรทั่วไปที่อาศัยในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 177,769 คน กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกจำนวน 400 คน ใช้หลักเกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (1973)

3. เครื่องมือที่ใช้สำรวจ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม ได้แก่ ช่วงเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการรับชม ประเภทรายการที่ชื่นชอบ และความคาดหวังจากการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

4. ด้านระยะเวลา เริ่มทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม พ.ศ.2562

5. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลพฤติกรรม วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ข้อมูลพฤติกรรม วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้สถิติ

Independent Sample (t-test) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA กรณีพบค่าความแตกต่างจะเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

### ผลการวิจัย

ตารางแสดงผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	151	37.75
หญิง	249	62.25
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	85	21.25
21-30 ปี	218	54.50
31- 40 ปี	76	19.00
มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	21	5.25
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	112	28.00
ปริญญาตรี	230	57.50
ปริญญาโท	54	13.50
สูงกว่าปริญญาโท	4	1.00
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	138	34.50
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	159	39.75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25	6.25
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	78	19.50
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	120	30.00
10,001-20,000 บาท	187	46.75
20,001-30,000 บาท	73	73.00

มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป 20 5.00

สรุปได้ว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพศหญิง จำนวน 249 คน ร้อยละ 62.25 อายุ 21-30 ปี จำนวน 218 คน ร้อยละ 54.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 230 คน ร้อยละ 57.50 อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 159 คน ร้อยละ 39.75 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 187 คน ร้อยละ 73.00

ตารางแสดงผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรม พบว่า

ข้อมูลพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
<b>ช่วงเวลาในการใช้บริการ</b>		
เวลา 24.01-06.00 น.	75	18.75
เวลา 06.01-12.00 น.	61	15.25
เวลา 12.01-18.00 น	36	9.00
เวลา 18.01-24.00 น.	228	57.00
<b>ความถี่ในการรับชม</b>		
ทุกวัน	92	23.00
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	189	47.25
4-5 ครั้งต่อสัปดาห์	90	22.50
มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์	29	7.25
<b>รายการที่ชื่นชอบ</b>		
ภาพยนตร์ (Movie)	172	43.00
ภาพยนตร์ชุด (TV Series)	149	37.25
การ์ตูน (Animation)	52	13.00
สารคดี (Documentary)	27	6.75
<b>ความคาดหวังจากการใช้บริการ</b>		
สาระ	64	16.00
ความบันเทิง	268	67.00
คาดหวังไลฟ์สไตล์	40	10.00
การทำกิจกรรมร่วมกัน	28	7.00

สรุปได้ว่า ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีช่วงเวลาในการใช้บริการเวลา 18.01-

24.00 น. จำนวน 228 คน ร้อยละ 57.00 มีความถี่ในการรับชม 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 189 คน ร้อยละ 47.25 มีรายการที่ชื่นชอบภาพยนตร์ (Movie) จำนวน 172 คน ร้อยละ 43.00 มีความคาดหวังจากการใช้บริการเพื่อความบันเทิง จำนวน 268 คน ร้อยละ 67.00

ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ</b>	4.28	0.85	มาก
- มีรายการให้รับชมหลากหลายตามความต้องการ			
- มีภาษาที่หลากหลายสร้างความเข้าใจและความสะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการ	4.28	0.77	มาก
- ความสะดวกสบายไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปดูถึงโรงภาพยนตร์	4.29	0.77	มาก
- สามารถโหลดภาพยนตร์เก็บมาชมภายหลังที่ออกจากบ้านหรือเดินทางไกล ๆ ได้	4.18	0.78	มาก
- มีรูปแบบการให้บริการที่เข้าใจง่ายไม่ยุ่งยากและมีการอัปเดตระบบอยู่เสมอ	4.19	0.78	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.24</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านราคา</b>	4.06	0.80	มาก
- ราคาคุ้มค่าเมื่อซื้อบัตรสมาชิกผ่านระบบออนไลน์			
- สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกในการรับชมภาพยนตร์	3.98	0.77	มาก
- เปรียบเทียบราคากับคู่แข่งแล้วมีราคาที่เหมาะสมหรือถูกกว่า	4.00	0.79	มาก
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	4.11	0.82	มาก
- สามารถเลือกราคาสมาชิกได้หลาย	4.06	0.80	มาก

ระดับตามความต้องการ

รวม	4.04	0.79	มาก
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
- เลือกชำระเงินได้หลายช่องทางและช่องทางการชำระเงินมีความปลอดภัย	4.31	0.76	มาก
- แอปพลิเคชันมีความพร้อมในการใช้งานสามารถรับชมได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกเวลา	4.29	0.71	มาก
- สามารถเปิดรับชมรายการเมื่อใดก็ได้	4.30	0.78	มาก
- สามารถรับชมได้ 4 จอในเวลาเดียวกันจาก 4 อุปกรณ์	4.22	0.79	มาก
- มีอุปกรณ์รองรับการใช้งานที่หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต Play station 4 Smart TV Computer	4.24	0.79	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
- การสมัครเป็นสมาชิกง่ายผ่านเว็บไซต์และตัวแทนได้	4.14	0.77	มาก
- มีการให้ทดลองใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายภายในเดือนแรก	4.11	0.82	มาก
- มีแพ็คเกจให้เลือกตามความต้องการ รายสัปดาห์ รายเดือน รายปี	4.00	0.83	มาก
- มีคู่มือส่วนลดประจำเดือนสำหรับลูกค้ารายใหม่และลูกค้าสมาชิกตามเงื่อนไข	3.90	0.91	มาก
- สามารถเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกแพ็คเกจได้ทุกเมื่อไม่มีค่าผูกมัด	4.02	0.92	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.03</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.14</b>	<b>3.19</b>	<b>มาก</b>

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 โดยให้ความคิดเห็นระดับมากทุกด้าน ตามลำดับ ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.14 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.04

### อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นที่เห็นสมควรมาอภิปราย ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง และรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **อรณี พลเกษตร , นันธิยา ลูกหยี, บุศรินทร์ นันทะเขต. (2562)**. ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อรับชมภาพยนตร์ผ่านแอปพลิเคชัน Netflix กรณีศึกษาของนักศึกษาและบุคลากร ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้หญิงเลือกรับชมแอปพลิเคชัน Netflix โดยมีอายุระหว่าง 18-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 10,000 บาท ความถี่ในการรับชม 1-2 วันต่อสัปดาห์ เฉลี่ยต่อวัน 1-3 ชั่วโมง

ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า มีช่วงเวลาในการใช้บริการ 18.01-24.00 น. ความถี่ในการรับชม 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทรายการที่ชื่นชอบภาพยนตร์ (Movie) และความคาดหวังจากการใช้บริการความบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **พีระพงศ์ วีระวุฒิ (2562)** ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจแอปพลิเคชัน Netflix ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Netflix ในประเทศไทย

พบว่าใช้เวลารับชมเป็นจำนวน 2-3 ชั่วโมง/วัน รับชมในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. และ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับชมในหมวดรายการภาพยนตร์ชุด (TV Series)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ให้ความคิดเห็นระดับมาก พิจารณาตามลำดับดังนี้ ด้านช่องทางการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ณรงค์ ทมเจริญ. (2562)**. ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ชมสตรีมมิ่ง เน็ตฟลิก ภายในเขตจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากทุกรายการ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

### ข้อเสนอแนะการศึกษา

1. ควรจัดให้มีการรองรับด้านภาษาที่มากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจและความสะดวกสบายต่อผู้ให้บริการ
2. ควรจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น วันเด็ก วันแม่ วันพ่อ วันฮาโลวีน วันคริสมาสต์ เพื่อให้ผู้ให้บริการมีส่วนร่วมชิงรางวัลหรือลุ้นรับส่วนลดค่าบริการ

### ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เน้นศึกษาเพียงผู้ให้บริการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิกเพียงอย่างเดียว ดังนั้นควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผู้ที่ไม่เคยใช้บริการรับชมแอปพลิเคชันเน็ตฟลิก เพื่อเป็นการศึกษาถึงข้อแตกต่าง อีกทั้งยังช่วยให้เห็นถึงจุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค
2. การศึกษาควรขยายไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง ที่นอกเหนือจากการศึกษาในครั้งนี้ ไปในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและตอบสนองตามความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยกร วรกุลสถิตานันท์ และพรทิพย์ สัมปต์ตะวานิช. (2553). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [2] ชวนชัย เชื้อสาธุชน. (2533). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- [3] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์พรีนซ์.
- [4] ชีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing : Concepts and Strategies). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แอคทีฟพรีนซ์.
- [5] บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- [6] บุญมี พันธุ์ไทย. (2539). ระเบียบวิจัยการศึกษาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [7] พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2548). การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [8] รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2546). ทศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [9] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม/ไซเท็กซ์.
- [10] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสุกร เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- [11] อุดลย์ จาคูรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [12] อรณี พลเกษตร, นันธิยา ลูกหทัย, บุศรินทร์ นันทะเขต (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อรับชมภาพยนตร์ผ่าน Netflix กรณีศึกษาของนักศึกษาและบุคลากร ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [13] อาณัติ นิตธิธรรมยง. (2558). Thailand Food Innovation Forum สถาบันโภชนาการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [14] อรุพงษ์ แพทย์क्षा. (2557). ภาพยนตร์ไทยกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของภาพยนตร์ไทย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- [15] Flyboysthemovie.com (2559). ประเภทโรงหนังจากอดีตสู่อนาคต. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2562 จาก <http://flyboysthemovie.com/2016/03/31/29/>
- [16] Taro Yamane, Taro. (1973). Statistics : An introductory analysis. (3rd ed.). New York, NY : Harpe and Row.
- [17] Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning implementation and control. (9th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.implementation and control. (9th ed).New Jersey: Asimmon &Schuster.
- [18] Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall
- [19] Schutte, H., & Ciarlante, D. (1998). Consumer behavior in Asia. Hampshire and London : McMillan.

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชน ในเขตลาดกระบัง  
กรุงเทพมหานคร

Factors affecting the use of the payment service by the application Mobile banking of people in  
Ladkrabang Bangkok

ปุนิกา โทพิลา<sup>1</sup>

PUNNIGA TOPILA<sup>1</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

\*Corresponding author,

E-mail: punniga.t@bsu.ac.th

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตที่ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการทำการวิจัยมาเป็นแนวทางในการทำธุรกิจ แก่ผู้ที่สนใจและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้เป็นประชากรที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ T-test และ F-test (ANOVA) ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย และอภิปรายผล จากการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาค้นคว้าผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาค้นคว้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking 1-2 ครั้ง/เดือน ช่วงเวลาในการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking เวลา 17.01-23.00 น. ประเภทสินค้าที่เลือกชำระผ่าน Mobile Banking คือ เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/เครื่องสำอาง มีจำนวนเงินที่ใช้ในการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking คือ 500-1,000 บาท และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking คือ เพื่อน ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชน ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.37 ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.84 ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้าน

กระบวนการให้บริการ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15

### Abstract

This study has objectives for study personal information and behaviors that affect the use of payment services by mobile Banking of people in Ladkrabang Bangkok, for study the marketing mix affecting the use of the service by Mobile Banking of people in Ladkrabang Bangkok, for study and take the information obtained form research business to those interested and can use information to develop business in the future. The samples used in this research, it's the people that affect the use of payment services by mobile Banking of people in Ladkrabang Bangkok 400 samples is a tool used to collect information. Then take information obtain form the questionnaire do the analysis using by statistics, frequency, percent, mean, standard deviation, hypothesis test using by T-test and F-test. Statistical significance 0.05 in descending order and discuss the results the study found that most of the respondent were female 202 people, age 21-30 years old 201 people. Bachelor's degree 225 people, private employee 211 people, Monthly income 10,001-20,000 General information of respondent that affect the use of payment services by mobile Banking of people in Ladkrabang Bangkok. The study found that most of the respondent were female 202 people, age 21-30 years old. Bachelor's degree, private employee, Monthly income 10,001-20,000 bath. Behavior of respondent personal information and behaviors that affect the use of payment services by mobile Banking of people in Ladkrabang Bangkok. The study found that most of the respondents have a frequency of using the service 1-2 time/month, service period 17:01 – 23:00 o'clock, product type is

clothes, accessories, cosmetics, amount spent to pay by mobile banking 500-1,000 bath, participant in decision making choose service as friend. Factors affecting service selection payment by mobile banking, overall focus on a very high level, has average 4.02. When considering individually, on the product side, it's of great importance, average 4.37, price it's of great importance, has average 4.29, place side it's of great importance, has average 4.19, side give moderate importance average 2.84, people side it's of great importance, has average 3.98, service side it's of great importance has average 4.29, physical characteristics, it's of great importance, has average 4.15

### บทนำ

ในปัจจุบันธนาคารเริ่มให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมผ่านทางแอปพลิเคชันของธนาคารเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาระบบการให้บริการต่างๆ ของธนาคารเป็นแบบ Digital Banking ประกอบกับการส่งเสริมของภาครัฐที่มุ่งเน้นนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ นโยบายการพัฒนาประเทศไทยไปสู่ Value – Based Economy หรือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และการใช้เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสด โดยการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking มีปริมาณสูงและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดเผยว่ามีจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นโดยปี 2561 มีจำนวนผู้ใช้บริการจำนวน 41 ล้านบัญชี มีปริมาณธุรกรรมจำนวน 2,700 ล้านรายการ และในปีถัดมามีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นเป็น 55 ล้านบัญชี ธนาคารแห่งประเทศไทยจึงเล็งเห็นความสำคัญ และออกนโยบายเพื่อส่งเสริมและยกระดับความปลอดภัยในการใช้บริการ (อ้างอิง : บทสัมภาษณ์ของผู้ช่วยผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย วันที่ 20 ธันวาคม 2562)

การเปิดตัวบริการด้าน Digital Banking ด้วยความสำคัญนี้ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยตนเองได้มากขึ้น จากปัจจุบันที่สามารถทำธุรกรรมได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็น เช็คยอดบัญชีคงเหลือ ดูรายการเงิน

บัญชีย้อนหลัง โอนเงินระหว่างบัญชี ชำระค่าสินค้าต่างๆ การทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องทางธนาคาร ประชากรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่และมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี ผู้ใช้บริการหันมาใช้ช่องทาง Digital Banking ในการทำธุรกรรมต่างๆ ของทางธนาคารเพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการทำการวิจัยมาเป็นแนวทางในการทำธุรกิจ แก่ผู้ที่สนใจ และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต

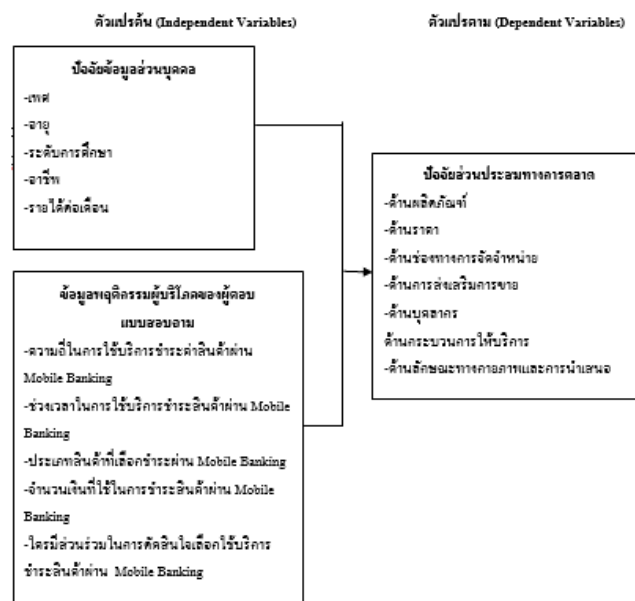
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตที่ตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการทำการวิจัยมาเป็นแนวทางในการทำธุรกิจ แก่ผู้ที่สนใจและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

### ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	202	50.50
อายุ 21-30 ปี	201	50.30
ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี	225	56.30
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	211	52.80
รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท	225	56.30

จากตาราง พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 อายุ 21-30 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30



**ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวม**

ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking 1-2 ครั้ง/เดือน	146	36.50
ช่วงเวลาในการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking เวลา 17.01-23.00 น.	204	51.00
ประเภทสินค้าที่เลือกชำระผ่าน Mobile Banking คือ เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/เครื่องสำอาง	168	42.00
จำนวนเงินที่ใช้ในการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking 500-1,000 บาท	193	48.30
ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking คือเพื่อน	200	50.00

จากตาราง พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 ช่วงเวลาในการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking เวลา 17.01-23.00 น. จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 ประเภทสินค้าที่เลือกชำระผ่าน Mobile Banking คือ เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/เครื่องสำอาง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 จำนวนเงินที่ใช้ในการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking 500-1,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking คือเพื่อน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

**ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.37	0.755	มาก
ด้านราคา	4.29	0.925	มาก
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	4.19	0.751	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	0.872	มาก
ด้านบุคลากร	3.98	0.780	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.29	0.782	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.15	0.733	มาก
รวม	4.02	0.800	มาก

ตาราง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.37 ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ให้ความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15

**อภิปรายผล**

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวภัทศยา วัฒนพลแสน และ นางสาวนุ่น ชมเนตร (2561) การศึกษา ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ Application บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน ในเขตตลาดกระบังกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ Application บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน ในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท

**ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของ ประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร** จาก การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking 1-2 ครั้ง/เดือน ช่วงเวลาในการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking เวลา 17.01-23.00 น. ประเภทสินค้าที่เลือกชำระผ่าน Mobile Banking คือ เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/เครื่องสำอาง มีจำนวนเงินที่ใช้ในการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking คือ 500-1,000 บาท และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking คือ เพื่อน ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวอ้อมเดือน รักษาสัตย์ และ นางสาวสุพรรณษา พลมงคลกุล (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (แอปพลิเคชันออนไลน์) ของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน แอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคใช้บริการแอปพลิเคชัน Lazada มากที่สุด มีความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย 501-1,000 บาท/ครั้ง สินค้าและบริการที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

ผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด เครื่องแต่งกายเพศชายและเพศหญิง

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของ ประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร** โดยภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความสำคัญในระดับมาก และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมาก

**ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ นางสาวภัทศยา วัฒนพลแสน และ นางสาวนุ่น ชมเนตร (2561)** การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ Application บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน ในเขตตลาดกระบังกรุงเทพมหานคร จากการสำรวจพบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ระดับความสำคัญในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมากตามลำดับ

#### ข้อเสนอแนะ

##### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการชำระสินค้าผ่าน Mobile Banking ของประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ข้อมูลดังนี้

1. ควรมีการเพิ่มช่องทางการชำระค่าสินค้าและบริการที่หลากหลายช่องทาง ดังนั้นผู้ประกอบการ/ร้านค้า ควรเข้าร่วมกับธนาคารเพื่อให้มีการชำระสินค้าที่สะดวกแก่ผู้บริโภค

2. ธนาคารผู้ให้บริการควรมีระบบในการรักษาความปลอดภัย และให้ความรู้กับร้านค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสแกนจ่ายผ่าน QR Code จากราคาของสินค้าได้โดยทันที

3. ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการชำระค่าสินค้าที่มีความสะดวกและรวดเร็ว ธนาคารผู้ให้บริการจึงต้องมีการปรับปรุงแอปพลิเคชัน ให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการใช้งาน

## 2. ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

2.1 ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรรศึกษาข้อมูลในเขตอื่นๆ เพื่อจะได้ทราบว่า ผู้บริโภคมีการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างไร

2.2 ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรรศึกษากลยุทธ์ของแอปพลิเคชันที่ประสบความสำเร็จ สามารถดึงดูดความสนใจให้กับผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กอร์ดอน อัลพอร์ต ( Gordon Allport 1975) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติอาจเกิดขึ้น : มหาวิทยาลัยซานฟรานซิสโก
- [2] กาญจนา โปยารส (2557) แรงจูงใจและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- [3] เกศวิฑู ทิพยศ (2557) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกิจทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)
- [3] คุณิตา เทววงศ์ (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี
- [4] เกรซ และ ครัทช์ฟิลด์ Krech and Crutchfield (1948) ให้ความเห็นว่า ทัศนคติ
- [5] ฉัตรพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545, หน้า 23) การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการในการ เลือกที่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ

- [6] ชูศรี วงศ์รัตน์ (2541:66). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการศึกษา : พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [7] ชัญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร
- [8] ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) ได้อธิบายถึงความหมายของคำว่าอีโก้ (Ego) ซิมบาโด และเอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen 1970) องค์ประกอบของ ทัศนคติ จากความหมายของ ทัศนคติ
- [11] เทริยาดิ (Triandis,1971) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจาก ทัศนคติ บรรทัดฐานของสังคม
- [12] นาดยา ศรีสว่างสุข (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร
- [13] นราศรี ไวนิชกุล (2545 : 102) ระเบียบวิธีการจัดการธุรกิจ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ
- [14] กัทธศยา วัฒนพลแสน และ นุ่น ชมเนตร. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้ Application บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ตโฟนในเขตตลาดกระบังกรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
- [15] นิภาพร ป้อมปลั่ง และ พรรณลักษณ์ ศรีสุวรรณ. (2561). ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (แอปพลิเคชันออนไลน์) ของประชากรใน อำเภอเมือง จังหวัดระยอง : มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
- [13] อ้อมเดือน รักษาสัตย์ และ สุพรรณษา พลมงคลกุล. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (แอปพลิเคชันออนไลน์) ของผู้บริโภคในเขตมินบุรี

- กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
- [14] ปราริยา ใจทัด และ นารี ร้อยผึ้ง. (2561). ปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดที่มีผลในการทำการธุรกรรม  
ทางการเงินฝากสุมาร์โทโฟน ของประชาชนใน  
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ  
: มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
- [15] สหรัฐ และ ปัทมวรรณ จันทร์แจ่ม. (2561). ปัจจัยที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่าน  
ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตบางกะปิ :  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
- [16] ภัทรธิดา ผลงาม (2556 : 187). สถิติเชิงพรรณนาค่าร้อยละ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
- [17] ภัทรธิดา ผลงาม (2556 : 188). สถิติเชิงพรรณนาสูตร  
ค่าเฉลี่ยเลขคณิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
- [18] ยุทธ ไกยวรรณ (หน้าที่ 209) การทดสอบความ  
แปรปรวนยามานะ (Yammane 1973 อ้างใน ผศ.  
ดร. ยุทธ ไกยวรรณ หน้าที่ 105)
- [19] ริชาร์ด ซี.บูทซิน และคณะ Bootzin and others 1991 :  
502) ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพ เป็น  
ลักษณะนิสัยและรูปแบบของความคิด ความรู้สึก  
และการประพฤติปฏิบัติของบุคคล
- [20] โรเจอร์ส (Rogers , 1973) กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิด  
การสื่อสารก่อให้เกิดผล
- [21] ลาสเวล Lasswell , 1948 ซึ่งได้วิเคราะห์ กระบวนการ  
สื่อสาร ในรูปของ ใคร พูดอะไร กับใคร  
อย่างไร
- [22] วรรณพร หวลมานพ (2558) พฤติกรรมและความพึง  
พอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เค  
โมบาย แบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย  
จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- [23] วรรณวิมล ชูศูนย์ (2541) ทศนคติของลูกค้าต่อธนาคาร  
ทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด  
(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
- [24] สุมาลี สิงขรอาสน์.(2553). สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบ  
สมมติฐาน
- [25] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) กล่าวว่า ลักษณะด้าน  
ประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้  
อาชีพ การศึกษา
- [26] Armstrong,Gary.(2004).Marketing : An Introduction.  
2 nd. Ed. Singapore : Pearson Education South  
Asia
- [27] Etzel,Walket and Stanton.(2001). Marketing.  
Irwin/Mcgraw-Hill : มหาวิทยาลัยพื้นซิลเวีย  
นิสเดด
- [28] Kotler,Philip.(1997). Principle of Marketing. Action.  
6 th ed.Cincinnati : South Western College

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคใน  
อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

**Factors Affecting Consumers' Using Online Food Ordering Application in  
Bang Phli District, Samut Prakan Province**

ปุนิกา โทพิลา<sup>1</sup>, ทศวรรษ มหาเรื่อนขวัญ<sup>2</sup>

PUNNIGA TOPILA<sup>1</sup>, TASAWAN MAHARUNKEUN<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

\*Corresponding author, E-mail: punniga.t@bsu.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไปกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 3 ครั้ง / เดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00 น. แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ :** ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

**Abstract**

This research aimed to study personal information, behavior and marketing mix factors affecting the choice of online food ordering service on the phone of consumers in Bang Phli District, Samut Prakan Province To apply the research results that have been used as a guideline for solving problems, improving and developing a food ordering service model through an online phone application to meet the needs of consumers in the future. Is a group of people living in Bang Phli District Samut Prakan Province A total of 400 samples were questionnaires.

The results showed that overall, 157 respondents were female aged 20-30 years, representing 39.25% with a bachelor's degree. Occupation Private employees of 148 people, representing 37.00 percent and average monthly income of 10,000 - 20,000 baht. The frequency of using the service is 1 - 3 times / month. Service 12.01 - 18.00 The most frequently used applications Foodpanda

Foodpanda marketing mix factors affecting the consumer's use of food ordering services through online applications in their phones. In Bang Phli District Samut Prakan Province The respondents had a high level of opinions.

**บทนำ**

ณ ปัจจุบันการค้าขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก แทบทุกคนมีโทรศัพท์ที่สามารถเข้าถึงระบบออนไลน์ได้ชนิดที่เรียกว่าทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ เพราะอินเทอร์เน็ตกลายเป็นของติดตัวไปแล้ว ทำให้โลกค้าขายธุรกิจออนไลน์เติบโตอย่างต่อเนื่องทำให้การเข้าถึงของผู้บริโภคสะดวกรวดเร็วง่ายดายยิ่งขึ้น ส่วนแนวโน้มการประกอบธุรกิจได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยนำเทคโนโลยีมาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของภาครัฐ เช่น การเปิดร้านอาหารและส่งเสริมการขายผ่าน ช่องทางออนไลน์ และการส่งตรงถึงมือผู้บริโภค (Delivery) ซึ่งช่วยในการขยายฐานลูกค้าและสร้าง รายได้ให้แก่ธุรกิจอีกช่องทางหนึ่ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง รูปแบบการขายสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

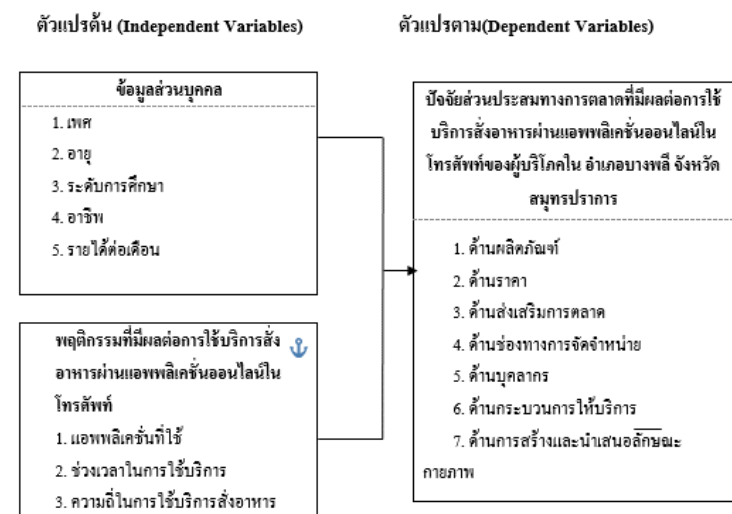
**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

4. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**



**ภาพที่ 1** กรอบแนวความคิดในการวิจัย

**ผลการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำผักผลไม้ของผู้บริโภคในเขตคลองสามวา ผู้วิจัยสรุปได้ 3 ส่วน คือ

**ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	206	51.50
20 – 30 ปี	157	39.25
ปริญญาตรี	162	40.50
อาชีพพนักงานเอกชน	148	37.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท	129	32.25

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีอาชีพพนักงานเอกชนจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25

**ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ**

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการ 4 – 6 ครั้ง / เดือน	147	36.75
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00 น.	154	38.50
แอปพลิเคชันที่ใช้อยู่ที่สุด ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda)	137	34.25

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยรวมมีความถี่ในการใช้บริการ 4 - 6 ครั้ง / เดือน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00น. จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 แอปพลิเคชันที่ใช้อยู่ที่สุด ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25

**ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.95	1.146	มาก
ด้านราคา	3.84	1.206	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.66	1.241	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.69	1.290	มาก

ด้านบุคลากร	4.14	1.083	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.08	1.154	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ	3.98	1.225	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>1.192</b>	<b>มาก</b>

จากการสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา ด้านราคา ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านบุคลากร ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98

#### สรุปผลการตรวจสอบสมมติฐาน

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

เพศที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภค ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig. 0.065 ด้านราคา Sig 0.450 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Sig 0.055 ด้านส่งเสริมการตลาด Sig 0.304 ด้านบุคลากร Sig 0.073 ด้านกระบวนการให้บริการ Sig 0.178 และด้านการสร้างและ

นำเสนอลักษณะกายภาพ Sig 0.187 ไม่แตกต่างกัน เป็นที่ปฏิเสธในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

อายุที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภค ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.250 ด้านราคา Sig 0.788 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย Sig 0.967 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.867 ด้านบุคลากร Sig 0.453 ด้านกระบวนการให้บริการ Sig 0.891 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ Sig 0.818 ไม่แตกต่างกัน เป็นที่ปฏิเสธสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.591 ด้านราคา Sig 0.392 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย Sig 0.919 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.425 ด้านบุคลากร Sig 0.519 ด้านกระบวนการให้บริการ Sig 0.977 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ Sig 0.968 ไม่แตกต่างกัน เป็นที่ปฏิเสธสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

### อภิปรายผล

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชนจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยฤทธิ์ ทองรอด (2559) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี มี

สถานภาพโสด อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมมีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 3 ครั้ง / เดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00 น. แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราวลี เนียมศรี (2561) วิจัยเรื่อง วิจัยเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สั่งอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้บริการน้อยกว่า 2 ครั้ง / เดือน และนิยมใช้บริการในวันอาทิตย์ เวลา 12.01 น. – 14.00 น.

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมพบว่าข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพที่ต้องการ สินค้ามีความหลากหลาย ร้านอาหารมีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ

ด้านราคา มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของอาหาร ราคาจัดส่งที่สมเหตุสมผล เมื่อพิจารณาภาพรวมการใช้บริการจัดส่งอาหารมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่ท่านจ่ายไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถรับรองการใช้สมาร์ตโฟนได้หลายระบบมีบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหารได้ง่าย



**ด้านการส่งเสริมการตลาด** มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การให้รหัสส่วนลดประจำเดือน หรือ เทศกาลต่าง ๆ มีการมอบส่วนลดให้กับผู้ใช้ใหม่ และ ผู้ใช้เดิม โดยการเก็บแต้มสะสม มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และ แจ็งเดือนข้อความอย่างสม่ำเสมอ

**ด้านบุคลากร** มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ผู้ให้บริการมีการแสดงชื่อ – นามสกุล หมายเลขทะเบียนอย่างชัดเจน ผู้ให้บริการมีธรรมาศยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสุภาพ และให้บริการอย่างดี

**ด้านกระบวนการให้บริการ** มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ มีศูนย์บริการเปิดตลอด 24 ชม. ไม่มีวันหยุด มีระบบชำระเงินหลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิต เก็บปลายทาง ขั้นตอนในการสมัคร และเข้าใช้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ** มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ สภาพรถที่นำมาให้บริการมีความพร้อมใช้งาน บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุอาหารมีความสะอาด แสดงอัตราค่าบริการให้ทราบก่อนเลือกใช้บริการ

**ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยฤทธิ์ ทองรอด (2559)** วิจัยเรื่อง วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยต่าง ๆ 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ธารณาการและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ภาพรวมมีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก

## ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของ ผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะผู้ประกอบการให้ข้อมูลดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของอาหารกำหนดราคาค่าจัดส่งให้สมเหตุสมผล เช่น ให้เหมาะสมกับระยะทางหรือเหมาะสมกับคุณภาพของยานพาหนะในการจัดส่ง เป็นต้น

1.2 ผู้ประกอบการควรสอบถามความต้องการลักษณะอาหารของผู้บริโภคเช่นรสชาติที่ต้องการ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารเป็นต้น และควรมีเมนูอาหารให้เลือกหลากหลาย

1.3 ผู้ประกอบการควรเปิดให้ใช้ 24 ชั่วโมงไม่เว้นวันหยุดมีระบบการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ เช่น บัตรเครดิต หรือเก็บเงินสดปลายทาง และมีการกำหนดขั้นตอนในการสมัครและเข้าใช้บริการที่ง่ายและสะดวกรวดเร็ว

## 2. ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษางานวิจัยในเขตอื่น เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างและข้อเสนอแนะการให้บริการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

2.2 ควรศึกษาเชิงลึก เช่น มีการสัมภาษณ์ ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา.(2540).เกณฑ์การให้ผลคะแนนของแบบสอบถาม. : พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] เกตุวดี สมบูรณ์ทวี.(2560).ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการ Food Panda Application. : มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรี.
- [3] จิรดา เดชเกลี้ยง.(2541).นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. : วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี
- [4] ชัยฤทธิ์ ทองรอด.(2559).พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขต กรุงเทพมหานคร. : มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- [5] ธาวิณี จันทร์คง.(2561).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้  
โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภค ในเขต  
กรุงเทพมหานคร. : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ,  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [6] นรา บุรณรัช.(2543 : 117).สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบ  
สมมติฐาน สถิติสอบค่าที (t-test) สถิติทดสอบ  
ค่าเอฟ (F-test).ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- [7] ประสิทธิ์ พิมพ์เวียงคำ.(2560).การแบ่งส่วนตลาดและ  
การเลือกตลาดเป้าหมาย.มหาวิทยาลัยบูรพา.  
พิมพ์ภา วีระ โยธิน.(2561).ปัจจัยที่ส่งผลให้  
ผู้บริโภคตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันอูเบอร์ อีท  
(Uber Eats) เพื่อบริการรับส่งอาหาร (Food  
Delivery). : นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [8] พิมพ์มณฑกา บุญธนาพิรัชต์.(2560).ปัจจัยส่วนประสมทาง  
การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและ  
ปริมณฑล. : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [9] พิรานันท์ แก่ถ่งกล้า.(2561).การวิเคราะห์คุณลักษณะ  
ของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่  
ในกรุงเทพมหานคร.:  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [10] ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.(2543 : 240).สถิติที่ใช้  
ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา คำร้อยละ  
สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต สูตรความเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน. : พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [11] สุภานัน วัฒนวิจิตร.(2560).ความพึงพอใจในการใช้  
บริการ แอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อบริการ  
รับส่งอาหาร (Food Delivery) ของพนักงาน  
บริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ. : มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง.
- [12] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541:145). กระบวนการ  
ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. : ไทยวัฒนาพานิช.
- [13] สุกฤตา ศิริรัตน์รุ่งเรือง และนิตนา ฐานิตชนกร.  
(2559).เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก อิทธิพล  
จาก สังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจ  
ขั้นต้น และทัศนคติต่อการใช้บริการผ่าน  
โทรศัพท์มือถือที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้  
งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือ ถือ  
สมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุม  
วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2016  
เศรษฐกิจดิจิทัลในบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้น  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- [14] สำนักงานเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.  
(2563).จำนวน 532,040 คน.
- [15] สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2560).แนวโน้มคนไทยใช้  
สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้น. สืบค้นจาก  
<http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/ActivityNSO/A24-05-60.aspx>.
- [16] อิศราวลี เนียมศรี.(2561).การตัดสินใจใช้บริการ  
แอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร. :  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.
- [17] Clow, K., & Baack, D.(2010).Integrated advertising,  
promotion, and marketing  
Communications. (4th ed.). New Jersey:  
Pearson.
- [18] Mowen, J.C., & Minor, M.(1998).Consumer behavior  
(5th ed.). New Jersey: PrenticeHall.
- [19] Yamane, T. (1973). Statistics. : An introductory  
analysis (3rd ed.). New York:  
Harper and Row.

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

## Factors Affecting Consumer's Decision to Buy Healthy Food in Minburi District Bangkok

ทิพมาส รัตนพิทักษ์<sup>1</sup> วีรฐ รักรักษา<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

489 ถนนประชาพัฒนา แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

\*ผู้ติดต่อ: tipamas.j@gmail.com, 092-2657886

### บทคัดย่อ

การศึกษาวัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ มีค่าความเชื่อถือได้ 0.95 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA กรณีพบค่าความแตกต่างจะเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยให้ระดับความสำคัญมากทุกด้านตามลำดับ ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.10 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.99

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจซื้อ , อาหารเพื่อสุขภาพ , ผู้บริโภค

### Abstract

This research study aimed to study the factors affecting consumer's decision to buy healthy food in minburi district Bangkok. From a sample of 400 people. use a questionnaire as a tool. Reliable value 0.95. Statistics used to analyze frequency (Frequency), percentage (Percentage), Mean and standard deviation, one-way ANOVA analysis of variance, one-way ANOVA in case of finding difference, compare the difference. Double pairs with the Least Significant Difference (LSD) method.

The results of the study of personal information of the respondents showed that the majority of the respondents were female, 26-35 years old, bachelor's degree, Occupation of private company employee and average monthly income 20,001 - 30,000 baht.

Marketing mix factors affecting consumers' decision to buy healthy food in minburi district Bangkok. Found that respondents gave high level of importance with an average of 4.12 with high priority in all aspects, respectively as follows: Marketing promotion had an average of 4.23, physical characteristics and presentation had a mean of 4.22. The average 4.15, the product side has an average of 4.14, the distribution channels mean 4.10, the process average is 4.07, the price has a mean of 3.99.

**Keyword :** Decision to Buy , Healthy Food , Consumer's

## ความสำคัญของปัญหา

การดำรงชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย ค่านิยมในการบริโภค วัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เกิดภาวะเครียดสูงในยุคของการแข่งขัน มักหาวิธีบำบัดคลายเครียดโดยการสูบบุหรี่และดื่มสุรา ทำให้เกิดภาวะน้ำหนักเกิน โรคอ้วน โรคเครียด โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิต โรคหัวใจ โรคมะเร็ง เป็นต้น ซึ่งส่วนเกิดจากการขาดการดูแลใส่ใจสุขภาพ จากปัญหาที่กล่าวมาเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตดีขึ้นมากความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้บริโภค การเลือกรับประทานอาหารที่ได้จากธรรมชาติ ไร้สารพิษและสิ่งแปลกปลอมเจือปน ไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งรสชาติที่ซับซ้อน อาหารเพื่อสุขภาพที่ดีต่อร่างกายช่วยหลีกเลี่ยงโรคร้ายต่าง ๆ และมีมุมมองเกิดขึ้นว่าอาหารเพื่อสุขภาพสามารถทำให้น้ำหนักคงที่ด้วย

อาหารเพื่อสุขภาพ การรับประทานอาหารที่ถูกหลักโภชนาการมีความปลอดภัยและไม่มีสารปนเปื้อน วิธีการบริโภคอาหารที่เน้นความสดใหม่อยู่เสมอ โดยไม่ผ่านการแปรรูปหรือปรุงแต่ง การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพให้ครบ 5 หมู่ตามสัดส่วนที่พอเหมาะต่อความต้องการพลังงานของร่างกาย (อาณบดิ นิติธรรมขง, 2558)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษางานวิจัยดังกล่าว เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

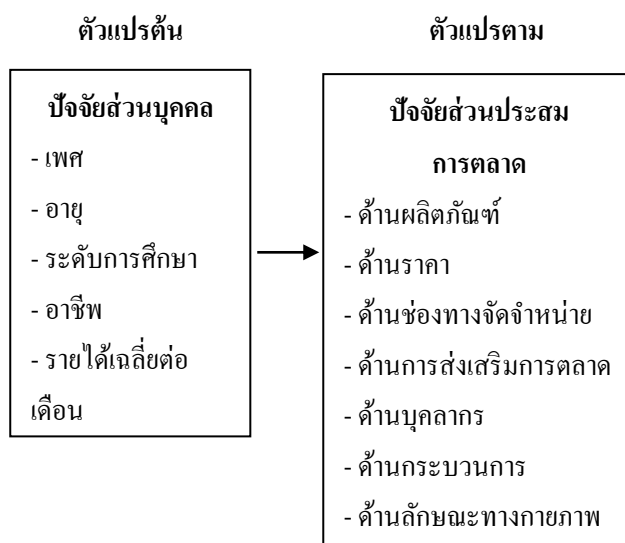
## ประโยชน์การวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
3. ใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น

## สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ตารางที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## แนวคิดและทฤษฎี

### แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดของธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ

ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดด้วยหลัก 7Ps (Adrian 2011 อ้างใน ชีรภักดิ์ ฌอชญา, 2553, หน้า 68-88)

1. สินค้า คือ สิ่งที่น่าเสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้พึงพอใจ (พิชญ จงสถิตวัฒนา, 2548)

2. ราคา คือ สิ่งที่บุคคลยอมจ่ายเพื่อให้ได้มา แสดงได้ถึงมูลค่าในรูปของจำนวนเงิน หรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ

3. สถานที่ คือ ช่องทางจัดจำหน่ายที่มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดีไว้สำหรับนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งธุรกิจอาจเครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสม

5. บุคลากร คือ บุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ จึงต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการลูกค้า

6. กระบวนการ คือ เป็นวิธีการบริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ (Procter 2008: 243, อ้างอิงใน อุดมย์ จาตุรงค์กุล, 2550: 258-259)

7. ลักษณะทางกายภาพ คือ สิ่งแวดล้อมที่ได้มีการให้บริการและปัจจัยที่จับต้องได้ ช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติการและส่งมอบบริการ สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

### แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่า จะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปิตตะวานิช (2553) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมผู้บริโภค จึงทำให้ พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งเหมือนเดิม แต่อาจเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ให้ทราบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่าง การแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่หยุดนิ่งเหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา ต้องศึกษาแนวความคิดและความรู้สึกของผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไร อย่างไร และทำไม เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีน ฟู๊ดของ ประชากรในกรุงเทพมหานคร การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู๊ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น และความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.881 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง ของเนื้อหาจาก

ผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพ โสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ทักษะคิดของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก และการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคิดของผู้บริโภคปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พลอยไพลิน คำแก้ว. (2559). ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยทางด้านค่านิยมทางด้านสุขภาพทัศนคติต่อสุขภาพที่ดีทัศนคติต่อรสชาติ ความคาดหวังเรื่องความชื่นชอบ ความคาดหวังเชิงบวก การรับรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพความคุ้มค่าการรับรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อพฤติกรรม ความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพด้วยแบบสอบถาม จากผู้บริโภคในพื้นที่เขตบางกะปิ บางนา ลาดพร้าว ประเวศ ลาดกระบัง ญาไท พระโขนง พระนคร จตุจักร คลองเตย ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 330 ชุด ช่วงเดือนกันยายน – เดือนตุลาคม 2558 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยความถดถอยเชิงพหุคูณพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี สถานภาพ โสด การศึกษา ปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง รายได้ประมาณ 20,001–30,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพน้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง และมีความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพคือ 2-3 ครั้งต่ออาทิตย์ มีการรับรู้ว่าอาหารเพื่อสุขภาพ

คือ อาหารคลีนมากที่สุด และอินเทอร์เน็ต/ โซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพและพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านค่านิยมทางด้านสุขภาพด้านทัศนคติต่อรสชาติด้านความคาดหวังเรื่องความชื่นชอบ และด้านการรับรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพ ในกรุงเทพมหานครถึงร้อยละ 83.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ผู้ประกอบการ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพควรเน้นสร้างค่านิยมทางด้านสุขภาพ ปรับรสชาติอาหารเพื่อสุขภาพให้มีรสชาติดีขึ้น มีเมนูหลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกสรร สร้างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้คุณประโยชน์ และทำให้อาหารเพื่อสุขภาพเหมาะกับผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัยเพื่อเพิ่มความตั้งใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพได้ดียิ่งขึ้น

### วิธีการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เลือกวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. ด้านประชากร ได้แก่ ประชากรทั่วไปที่อาศัยในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 142,586 คน กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน ใช้หลักเกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามานะ. (1973).
3. เครื่องมือที่ใช้สำรวจ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

4. ด้านระยะเวลา เริ่มทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ.2562

5. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้สถิติ Independent Sample (t-test) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA กรณีพบค่าความแตกต่างจะเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

### ผลการวิจัย

ตารางแสดงผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	143	35.75
หญิง	257	64.25
<b>อายุ</b>		
18 – 25 ปี	44	11.00
26 – 35 ปี	242	60.50
36 – 45 ปี	97	24.25
ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป	17	4.25

ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	18.00
ปริญญาตรี	283	70.75
ปริญญาโทขึ้นไป	45	11.25

อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	35	8.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	51	12.75
พนักงานบริษัทเอกชน	220	55.00
ธุรกิจส่วนตัว	94	23.50

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	26	6.50
10,001 – 20,000 บาท	38	9.50
20,001 – 30,000 บาท	259	64.75
ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป	44	11.00

สรุปได้ว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 257 คน ร้อยละ 64.25 อายุ 26-35 ปี จำนวน 242 คน ร้อยละ 60.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 283 คน ร้อยละ 70.75 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 220 คน ร้อยละ 55.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 259 คน ร้อยละ 64.75

ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
- อาหารเพื่อสุขภาพให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน	4.64	0.58	มากที่สุด
- อาหารเพื่อสุขภาพที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ	3.94	0.61	มาก

- อาหารเพื่อสุขภาพมีรสชาติดีและรายการสินค้ามีความทันสมัย	3.86	0.82	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.14</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านราคา</b>			
- อาหารเพื่อสุขภาพมีปริมาณเหมาะสมกับราคา	4.21	0.67	มาก
- อาหารเพื่อสุขภาพมีการกำหนดราคาที่ชัดเจน	3.78	0.70	มาก
- อาหารเพื่อสุขภาพมีราคาให้เลือกหลากหลาย	3.99	0.76	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.99</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
- อาหารเพื่อสุขภาพสามารถหาซื้อได้หลายช่องทาง	4.27	0.65	มาก
- มีการจัดอาหารเพื่อสุขภาพเป็นหมวดหมู่ สะดวกและง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.88	0.71	มาก
- วิธีสั่งซื้ออาหารเพื่อสุขภาพทำได้ง่าย มีบริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.17	0.71	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
- มีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์และใช้สื่ออธิบายประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพละเอียดชัดเจน	4.46	0.62	มาก
- มีการจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ ส่วนลดและสะสม คะแนน และในชวงแนะนำสินค้าใหม่มีจัดให้ชิมฟรี	4.05	0.72	มาก
- มีการจัดส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ และจัดส่งฟรีสำหรับลูกค้าสมาชิก	4.19	0.79	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.23</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

<b>ด้านบุคลากร</b>			
- พนักงานให้ข้อมูล คำแนะนำ และอธิบายถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพครบถ้วน	4.62	0.55	มากที่สุด
- พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด	3.91	0.58	มาก
- พนักงานใส่ใจและดูแลเป็นอย่างดี	3.92	0.83	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
- ความสะดวกรวดเร็ว ตรวจสอบรายการก่อนจัดส่ง	4.18	0.64	มาก
- มีความสะดวกในการสั่งซื้อและการชำระเงินหลายช่องทาง	3.86	0.73	มาก
- สามารถติดต่อสะดวกทุกครั้งเมื่อต้องการสอบถามข้อมูลขอคำแนะนำหรือพบปัญหา	4.17	0.76	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.07</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ</b>			
- การตกแต่งบรรยากาศหน้าร้านสวย ร่มรื่น และมีเว็บไซต์สั่งซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ใช้งานง่าย	4.44	0.61	มาก
- มีแหล่งวัตถุดิบที่สดใหม่ สะอาดปลอดภัยได้คุณภาพ	4.00	0.73	มาก
- ภาชนะที่ใช้บรรจุอาหารเพื่อสุขภาพ สะอาด เก็บรักษาคุณภาพสินค้าได้ดี	4.24	0.75	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.22</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยให้ระดับความสำคัญมากทุกด้านตามลำดับ ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านลักษณะทางกายภาพและการ



นำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.10 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.99

### อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นที่เห็นสมควรมาอภิปราย ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 – 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยไพลิน คำแก้ว. (2559). ศึกษาปัจจัยที่อิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 - 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษา ปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง รายได้ประมาณ 20,001–30,000 บาท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก พิจารณาตามลำดับดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านราคา ให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). ศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก และการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคปัจจัยรูปแบบการ

ดำเนินชีวิต ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะการศึกษา

1. ควรมีอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย ตามหลักโภชนาการ เมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่ทันสมัย และการแสดงถึงที่มาของแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาใช้ในการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น
2. ควรตั้งระดับราคาอาหารเพื่อสุขภาพให้เหมาะสมกับปริมาณ มีการจัดเซตชุดคัม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้มค่าถึงประโยชน์ที่ได้รับ และเกิดได้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย
3. ควรมีการจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทาง เช่น การเปิดขายหน้าร้าน เปิดขายออนไลน์ และลงขายในแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ตลอด 24 ชั่วโมง
4. ควรจัดอบรมโภชนาการด้านอาหารเพื่อสุขภาพให้แก่พนักงาน เพื่อพร้อมแก่การให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ผู้บริโภคลูกค้า

### ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

ควรศึกษากลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หรือกลุ่มผู้บริโภคที่มีความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพในเกณฑ์ต่ำ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพให้เป็นที่ชื่นชอบให้ผู้บริโภคเริ่มหันมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพให้บ่อยมากขึ้นและเกิดเป็นความภักดีในที่สุด

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยกร วรกุล, ลัญฐานันย์, พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [2] ชวนชัย เชื้อสาธุชน. (2533). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

- [3] ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [4] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์พรีนซ์.
- [5] ชีรภิกขิ นวรัตน์ ณ อุษรยา. (2549). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing : Concepts and Strategies). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แอคทีฟพรีนซ์.
- [6] บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- [7] บุญมี พันธุ์ไทย. (2539). ระเบียบวิจัยการศึกษาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [8] พลอยไพลิน คำแก้ว. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [9] พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2548). การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [10] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- [11] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- [12] เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Website). แหล่งที่มา <http://vcharkarn.com/varticle/40698/> (23 กรกฎาคม 2561).
- [13] อุดลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [14] อาณัติ นิติธรรมยง. (2558). Thailand Food Innovation Forum สถาบันโภชนาการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [15] Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- [16] Taro Yamane, Taro. (1973). Statistics : An introductory analysis. (3rd ed.). New York, NY : Harpe and Row

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคใน  
อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

**Factors Affecting Consumers' Using Online Food Ordering Application in  
Bang Phli District, Samut Prakan Province**

ปุนิกา โทพิลา<sup>1</sup>, ทศวรรษ มหาเรื่อนขวัญ<sup>2</sup>

PUNNIGA TOPILA<sup>1</sup>, TASAWAN MAHARUNKEUN<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

\*Corresponding author, E-mail: punniga.t@bsu.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไปกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 3 ครั้ง / เดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00 น. แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ :** ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

**Abstract**

This research aimed to study personal information, behavior and marketing mix factors affecting the choice of online food ordering service on the phone of consumers in Bang Phli District, Samut Prakan Province To apply the research results that have been used as a guideline for solving problems, improving and developing a food ordering service model through an online phone application to meet the needs of consumers in the future. Is a group of people living in Bang Phli District Samut Prakan Province A total of 400 samples were questionnaires.

The results showed that overall, 157 respondents were female aged 20-30 years, representing 39.25% with a bachelor's degree. Occupation Private employees of 148 people, representing 37.00 percent and average monthly income of 10,000 - 20,000 baht. The frequency of using the service is 1 - 3 times / month. Service 12.01 - 18.00 The most frequently used applications Foodpanda

Foodpanda marketing mix factors affecting the consumer's use of food ordering services through online applications in their phones. In Bang Phli District Samut Prakan Province The respondents had a high level of opinions.

**บทนำ**

ณ ปัจจุบันการค้าขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่คุณคนให้ความสนใจมาก แทบทุกคนมีโทรศัพท์ที่สามารถเข้าถึงระบบออนไลน์ได้ชนิดที่เรียกว่าทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ เพราะอินเทอร์เน็ตกลายเป็นของติดตัวไปแล้ว ทำให้โลกค้าขายธุรกิจออนไลน์เติบโตอย่างต่อเนื่องทำให้การเข้าถึงของผู้บริโภคสะดวกรวดเร็วง่ายดายยิ่งขึ้น ส่วนแนวโน้มการประกอบธุรกิจได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยนำเทคโนโลยีมาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของภาครัฐ เช่น การเปิดร้านอาหารและส่งเสริมการขายผ่าน ช่องทางออนไลน์ และการส่งตรงถึงมือผู้บริโภค (Delivery) ซึ่งช่วยในการขยายฐานลูกค้าและสร้าง รายได้ให้แก่ธุรกิจอีกช่องทางหนึ่ง

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาด ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้าง ความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Kotler 1997, p. 24)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง รูปแบบการขายสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

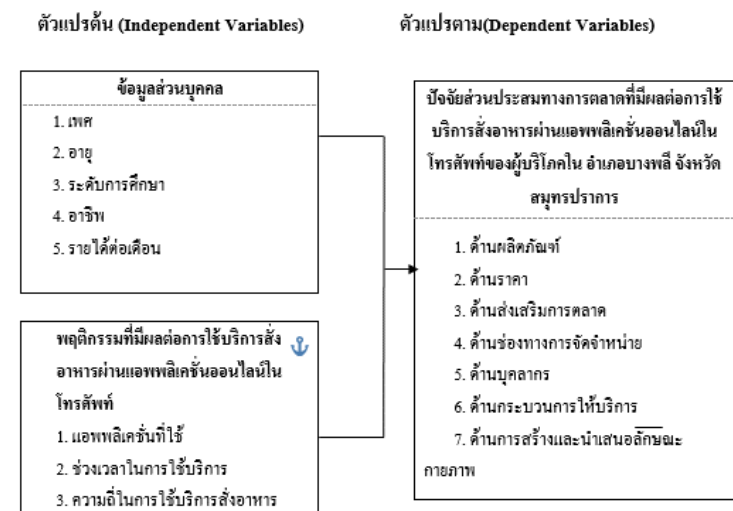
1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

4. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

**ผลการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยสรุปได้ 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1 ผลการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	206	51.50
20 – 30 ปี	157	39.25

ปริญญาตรี	162	40.50
อาชีพพนักงานเอกชน	148	37.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท	129	32.25

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีอาชีพพนักงานเอกชนจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25

**ส่วนที่ 2 ผลการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ**

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการ 4 – 6 ครั้ง / เดือน	147	36.75
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00 น.	154	38.50
แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด ฟู๊ดแพนด้า(Food panda)	137	34.25

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 4 - 6 ครั้ง / เดือน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00น. จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด ฟู๊ดแพนด้า (Foodpanda) จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25

**ส่วนที่ 3 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.95	1.146	มาก
ด้านราคา	3.84	1.206	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.66	1.241	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.69	1.290	มาก

ด้านบุคลากร	4.14	1.083	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.08	1.154	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ	3.98	1.225	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>1.192</b>	<b>มาก</b>

จากการสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา ด้านราคา ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านบุคลากร ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98

**สรุปผลการตรวจสอบสมมติฐาน**

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภค ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig. 0.065 ด้านราคา Sig 0.450 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Sig 0.055 ด้านส่งเสริมการตลาด Sig 0.304 ด้านบุคลากร Sig 0.073 ด้านกระบวนการให้บริการ Sig 0.178 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ Sig 0.187 ไม่แตกต่างกัน เป็นที่ปฏิเสธในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

อายุที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภค ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.250 ด้านราคา Sig 0.788 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย Sig 0.967 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.867 ด้านบุคลากร Sig 0.453 ด้านกระบวนการให้บริการ Sig 0.891 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ Sig 0.818 ไม่แตกต่างกัน เป็นที่ปฏิเสธรับสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig มากกว่า 0.05

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.591 ด้านราคา Sig 0.392 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย Sig 0.919 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.425 ด้านบุคลากร Sig 0.519 ด้านกระบวนการให้บริการ Sig 0.977 และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ Sig 0.968 ไม่แตกต่างกัน เป็นที่ปฏิเสธรับสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig มากกว่า 0.05

## อภิปรายผล

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชนจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยฤทธิ์ ทองรอด (2559) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้มา

ใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมมีความถี่ในการใช้บริการ 1 – 3 ครั้ง / เดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00 น. แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราวลี เนียมศรี (2561) วิจัยเรื่อง วิจัยเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สั่งอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้บริการน้อยกว่า 2 ครั้ง / เดือน และนิยมใช้บริการในวันอาทิตย์ เวลา 12.01 น. – 14.00 น.

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมพบว่าข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพที่ต้องการ สินค้ามีความหลากหลาย ร้านอาหารมีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ

ด้านราคา มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของอาหาร ราคาจัดส่งที่สมเหตุสมผล เมื่อพิจารณาภาพรวมการให้บริการจัดส่งอาหารมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่ท่านจ่ายไป

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ แอปพลิเคชันสามารถรับรองการใช้สมาร์ทโฟนได้หลายระบบมีบริการครอบคลุมทุกพื้นที่ สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหารได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การให้รหัสส่วนลดประจำเดือน หรือ เทศกาลต่าง ๆ มีการมอบส่วนลดให้กับผู้ใช้ใหม่ และ ผู้ใช้เดิม โดยการเก็บแถมสะสม มีการ

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และ แจ็งเดือนข้อความอย่างสม่ำเสมอ

**ด้านบุคลากร** มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ผู้ให้บริการมีการแสดงชื่อ – นามสกุล หมายเลขทะเบียนอย่างชัดเจน ผู้ให้บริการมีอริยาศรัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสุภาพ และให้บริการอย่างดี

**ด้านกระบวนการให้บริการ** มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ มีศูนย์บริการเปิดตลอด 24 ชม. ไม่มีวันหยุด มีระบบชำระเงินหลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิต เก็บปลายทาง ขั้นตอนในการสมัคร และเข้าใช้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ** มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ สภาพรถที่นำมาให้บริการมีความพร้อมใช้งาน บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุอาหารมีความสะอาด แสดงอัตราค่าบริการให้ทราบก่อนเลือกใช้บริการ

**ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยฤทธิ์ ทองรอด (2559)** วิจัยเรื่อง วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยต่าง ๆ 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ วิชาการและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ภาพรวมมีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก

## ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ในโทรศัพท์ของผู้บริโภคในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะผู้ประกอบการให้ข้อมูลดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของอาหารกำหนดราคาค่าจัดส่งให้สมเหตุสมผล เช่น ให้เหมาะสมกับระยะทางหรือเหมาะสมกับคุณภาพของยานพาหนะในการจัดส่ง เป็นต้น

1.2 ผู้ประกอบการควรสอบถามความต้องการลักษณะอาหารของผู้บริโภคเช่นรสชาติที่ต้องการ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารเป็นต้น และควรมีเมนูอาหารให้เลือกหลากหลาย

1.3 ผู้ประกอบการควรเปิดให้ใช้ 24 ชั่วโมงไม่เว้นวันหยุดมีระบบการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ เช่น บัตรเครดิต หรือเก็บเงินสดปลายทาง และมีการกำหนดขั้นตอนในการสมัครและเข้าใช้บริการที่ง่ายและสะดวกรวดเร็ว

## 2. ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษางานวิจัยในเขตอื่น เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างและข้อเสนอแนะการให้บริการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

2.2 ควรศึกษาเชิงลึก เช่น มีการสัมภาษณ์ ผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา.(2540).เกณฑ์การให้ผลคะแนนของแบบสอบถาม. : พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] เกตุดี สมบูรณ์ทวี.(2560).ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ่านผู้ให้บริการ Food Panda Application. : มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรี.
- [3] จิรดา เดชเกลี้ยง.(2541).นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. : วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี
- [4] ชัยฤทธิ์ ทองรอด.(2559).พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขต กรุงเทพมหานคร. : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [5] ธาวิณี จันทร์คง.(2561).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร. : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- [6] นรา บุณรัชช.(2543 : 117).สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน สถิติสอบค่าที (t-test) สถิติทดสอบค่าเอฟ (F-test).ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- [7] ประสิทธิ์ พิมพ์เวียงคำ.(2560).การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย.มหาวิทยาลัยบูรพา. พิมพ์งา วีระโยธิน.(2561).ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันอูเบอร์ อีท (Uber Eats) เพื่อบริการรับส่งอาหาร (Food Delivery). : นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [8] พิมพ์ผกา บุญธนาพีริชต์.(2560).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [9] พิรานันท์ แก่งกล้า.(2561).การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร.: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [10] ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.(2543 : 240).สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา คำร้อยละ สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน. : พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [11] สุภานัน วัฒนวิจิตร.(2560).ความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อบริการรับส่งอาหาร (Food Delivery) ของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ. : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [12] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541:145). กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค. : ไทยวัฒนาพานิช.
- [13] สุกฤดา ศิริรัตน์รุ่งเรือง และนิตนา ฐานิตชนกร.(2559).เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก อิทธิพลจาก สังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจขั้นต้น และทัศนคติต่อการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือ
- สมาร์ตโฟนในกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2016 เศรษฐกิจดิจิทัลในบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้น กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- [14] สำนักงานเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.(2563).จำนวน 532,040 คน.
- [15] สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2560).แนวโน้มคนไทยใช้สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้น. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/ActivityNSO/A24-05-60.aspx>.
- [16] อิศราวลี เนียมศรี.(2561).การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร. : ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [17] Clow, K., & Baack, D.(2010).Integrated advertising, promotion, and marketing Communications. (4th ed.). New Jersey: Pearson.
- [18] Mowen, J.C., & Minor, M.(1998).Consumer behavior (5th ed.). New Jersey: PrenticeHall.
- [19] Yamane, T. (1973). Statistics. : An introductory analysis (3rd ed.). New York: Harper and Row.



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร  
Factors affecting the selection of food orders of people in the Bang Na District of Bangkok Through the  
Food Panda Application

ปุนิกา โทพิลา<sup>1</sup>, ธิดาวลัย สร้างธรรม<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>punniga topila ,tidawan changtum

<sup>1,2</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

\*Corresponding author,

E-mail: [punniga.t@bsu.ac.th](mailto:punniga.t@bsu.ac.th)

#### บทคัดย่อ

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษามูลฐานบุคคลของผู้บริโภคในการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ใน 3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่า T-test การวิเคราะห์ค่า F-test ค่า Sig ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้นำไปเปรียบเทียบตารางรายคู่ LSD

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พฤติกรรมในการเลือกใช้ Application food panda ประหยัดเวลาในการออกไปซื้อเอง ใช้บริการ Application food panda 1 – 3 วัน/สัปดาห์ ใช้ Application food panda ช่วงเวลาเมื่อเย็น ใช้ Application food panda เพื่อ

รับประทานคนเดียว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่ำกว่า 500 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ เป็นที่ยอมรับในสมมติฐานเพราะมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ด้านราคา พบว่า เพศ การศึกษา เป็นที่ยอมรับในสมมติฐานเพราะมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และ อายุ อาชีพ รายได้ ไม่เป็นที่ยอมรับในสมมติฐานเพราะมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่เป็นที่ยอมรับในสมมติฐานเพราะมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่เป็นที่ยอมรับในสมมติฐานเพราะมีค่า Sig. มากกว่า 0.05

## Abstract

The purpose of this research study. 1. To study the personal data of consumers in the Bang Na District of Bangkok choosing to order food through the Food Panda Application 2. To study the behavior of consumers in the Bang Na District of Bangkok in choosing to order food through Food Panda Application 3. To study the marketing mix targeted at consumers choosing to order food through the Food Panda Application in Bang Na District Bangkok. A sample of 400 people. The instrument used in the research was analysis using descriptive statistics. Consisting of percentage, average, standard deviation and, inferential statistics consisted of t-test analysis, F-test analysis, sig values with statistical significance 0.05, were compared to the LSD table.

The research found that most of the respondents are female, aged between 31-40 years, with a bachelor's degree, working as a private company employee with an income of 20,001 -30,000 baht. Behavior of consumers in choosing to order food through Food Panda Application. Save time to go out and buy food. Use the Application food panda 1 -3 days / week. Use the Food Panda Application during dinner time. Use the Food Panda Application to eat alone. The average cost was less than 500 baht. Overall marketing mix factors to which respondents give the highest priority. When considered in each aspect, in descending order, found that the product was the highest priority, followed by price. Given the highest level of importance, marketing promotion is of the utmost. And the distribution channel gives a high level of importance. Personal factors of the respondents differ in their choices of food order of the people in Bang Na District, Bangkok through the Application food panda. Found that sex, age, education, occupation, monthly income different Product It is accepted in the hypothesis

because the sig. Value is less than 0.05. In terms of price, it is found that sex, education is accepted in the hypothesis because the Sig. Value is less than 0.05 and the age, occupation, and income are not accepted in the hypothesis because the Sig. Value is greater than 0.05. for distribution channels, found that sex, age, education, occupation, monthly income not accepted in the hypothesis because the sig. value is greater than 0.05. In terms of marketing promotion, it was found that sex, age, education, occupation, monthly income not accepted in the hypothesis because the sig. value is greater than 0.05.

## บทนำ

ปัจจุบัน สื่อออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อผู้คนในทุกขณะตั้งแต่เช้าจนกระทั่งเข้านอนอีกทั้งความรวดเร็ว และความสะดวกสบายของโลกออนไลน์มาใช้ประโยชน์กับกลุ่มคนทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ ( Online Marketing ) กรุงเทพมหานคร เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าเป็นเมืองแห่งความวุ่นวาย เมืองเร่งรีบ การใช้เวลาในชีวิตประจำวันมีเวลาที่จำกัด ทั้งการเดินทางไปทำงาน-กลับบ้าน เวลาพัก ทุกอย่างดำเนินไปอย่างเร่งรีบ จากรูปแบบของสังคมที่ดำเนินชีวิตอย่างเร่งรีบในแต่ละวัน อาหารก็เป็นในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิต ทำให้บริษัทหลายบริษัทมองเห็นช่องทางการทำธุรกิจ นั่นก็คือ ธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่ ( Food Delivery)นั่นเอง แอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า Food Panda ได้เริ่มดำเนินธุรกิจในประเทศไทย บริษัทได้พิสูจน์ถึงความเป็นผู้ให้บริการส่งอาหารออนไลน์ที่เติบโตรวดเร็วที่สุดในตลาด กลยุทธ์หลักของฟู้ดแพนด้าคือ การร่วมมือและสร้างพันธมิตรกับธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย เพื่อมอบประสบการณ์การสั่งอาหารออนไลน์ที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภค ฟู้ดแพนด้าร่วมมือกับร้านอาหารมากมายที่มีความหลากหลายหลากหลายทางเชื้อชาติและรสนชาติ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

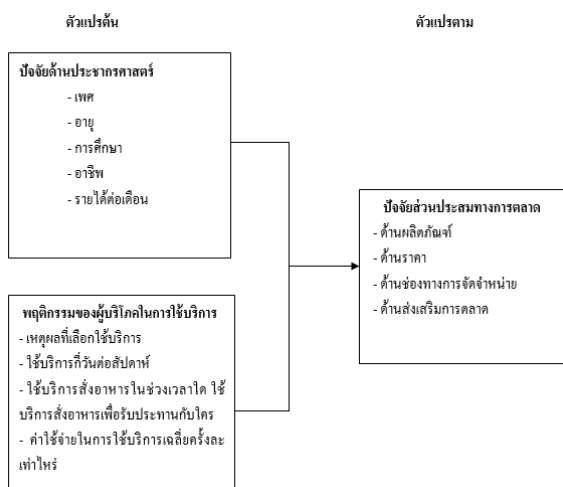
ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาด ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Kotler 1997, p. 24)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยเน้นการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร และส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้บริการร้านค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ออนไลน์ ที่จะสามารถนำไปพัฒนาการให้บริการต่อไป

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย ( Objectives of Research )**

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ออนไลน์ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

**กรอบแนวความคิดในการวิจัย**



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

**สมมติฐานของการวิจัย**

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน  
**วิธีการดำเนินการวิจัย**

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

**ขอบเขตด้านประชากร** คือ ประชาชนทั่วไปในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

**เครื่องมือในการเก็บข้อมูล** ด้วยวิธีการเก็บข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของการใช้งานใน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

**ผลการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสรุปได้ 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1 ผลการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	229	57.2
อายุ 31 – 40 ปี	159	39.8
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	205	51.2
อาชีพพนักงานเอกชน	188	47.0
รายได้ 20,001 – 30,000 บาท	164	41.0

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

**ส่วนที่ 2 ผลการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ Application food panda โดยรวม**

พฤติกรรมการใช้บริการ Application food panda	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลในการเลือกใช้ Application เพราะประหยัดเวลา	152	38.0
ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 3 วัน/สัปดาห์	190	47.5
ช่วงเวลาในการใช้ Application ช่วงเย็น	168	42.0
ใช้ Application เพื่อทานคนเดียว	136	34.0
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท	211	52.8

จากตาราง พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Application food panda ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่เลือกใช้ Application food panda เพราะประหยัดเวลาในการออกไปซื้อเอง จำนวน 152 คนคิดเป็นร้อยละ 38 ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 3 วัน/สัปดาห์ จำนวน 190 คนคิดเป็นร้อยละ 47.5 ใช้ Application food panda ช่วงเวลาเมื่อเย็น จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 ใช้ Application food panda เพื่อรับประทานคนเดียว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชนเขตบางนา กรุงเทพมหานคร**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.63	0.43	มากที่สุด
ด้านราคา	4.61	0.30	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.46	0.35	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.53	0.35	มากที่สุด
รวม	4.55	0.36	มากที่สุด

จากการสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมา ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61 ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.53 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

**สรุปผลการตรวจสอบสมมติฐาน**

เพศที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า Sig 0.001 ด้านราคา Sig 0.000 โดยรวมแตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

เพศที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Sig 0.669 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.178 โดยรวมไม่แตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig มากกว่า 0.05

อายุ ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.041 โดยรวมแตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

อายุ ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา Sig 0.694 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Sig 0.775 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.899 ไม่แตกต่างกัน ไม่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig มากกว่า 0.05

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.000 ด้านราคา Sig 0.023 โดยรวมไม่แตกต่างกันในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Sig 0.252 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.838 แตกต่างกัน ไม่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig มากกว่า 0.05

อาชีพ ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.000 โดยรวมไม่แตกต่างกันในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

อาชีพ ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา Sig 0.381 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Sig 0.863 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.507 แตกต่างกัน ไม่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig มากกว่า 0.05

รายได้ ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ Sig 0.000 โดยรวมแตกต่างกัน ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

รายได้ ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา Sig 0.486 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Sig 0.346 ด้านการส่งเสริมการตลาด Sig 0.583 ไม่แตกต่างกัน ไม่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า Sig มากกว่า 0.05

### อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้ Application food panda ประหยัดเวลาในการออกไปซื้อเอง ใช้บริการ Application food panda 1 – 3 วัน/สัปดาห์ ใช้ Application food panda ช่วงเวลาเมื่อเย็น ใช้ Application food panda เพื่อรับประทานคนเดียว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 500 บาท ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ วริษฐา เขียนเอี่ยม, ผศ.ดร.สุรัสวดี ราชกุลชัย (2561:บทคัดย่อ) บทบาทของเทคโนโลยีและกระบวนการต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ไม่ต้องต่อคิวสั่งอาหารที่ร้าน มากที่สุด รองลงมา ความสะดวกเร็วในการสั่งอาหาร มีความถี่ในการใช้บริการ 5 – 6 ครั้ง/เดือน ช่วงเวลาในการใช้บริการส่วนใหญ่ เวลา 18.01 – 21.00 น. โดยจำนวนเงินในการใช้บริการ 101 – 500 บาท/ครั้ง

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เนื่องจาก ภายใน Application มีสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกหลากหลาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา ระบบของ Application ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าใจในรายละเอียดของสินค้าได้ดีให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และหน้า Application มีความสวยงาม น่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ด้านราคา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เนื่องจาก มีการระบุราคาไว้ที่สินค้าอย่างชัดเจน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา ราคาจัดส่งมีความเหมาะสม ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา มีโค้ดส่วนลดสินค้าเมื่อซื้อผ่านเว็บไซต์นี้สามารถนำไปลดราคาสินค้าได้ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เนื่องจาก สามารถระบุตำแหน่งของร้านค้าได้อย่างชัดเจน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา สามารถกำหนดเวลาในการจัดส่งและระยะเวลาให้ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนมาก รองลงมา ให้ความสำคัญ Application มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักในหลายประเทศมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เนื่องจาก มีการจัดทำโปรโมชั่นให้กับผู้ซื้อสินค้า เช่น ซื้อ 1 แถม 1, เมื่อ

ซื้อสินค้าครบ 200 บาทขึ้นไปจัดส่งฟรีให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา ให้ความสำคัญ Application มีการรับประกันสินค้า และคุณภาพให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมา Application มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ชนิภา ช่วยระดม (2561) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่าน Food Panda Applications ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สั่งซื้ออาหารผ่านทาง Food Panda Applications ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สั่งซื้ออาหารผ่านทาง Food Panda Applications ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่าน Food Panda Applications ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาในข้อคำถามพบว่ามีคำตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามีการใช้งานแล้ว เข้าถึงง่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา เมื่อพิจารณาในข้อคำถามพบว่า ระบุราคาของสินค้าอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาในข้อคำถาม พบว่า มีช่องทางการใช้งานที่หลากหลายทั้ง Android IOS มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมทางการตลาดเมื่อพิจารณาในข้อคำถามพบว่า มีการให้รายละเอียดการบริการอย่าง ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

## ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปังจ๊ายที่มีผลต่อการเลือกสั่งอาหารผ่าน Application food panda ของประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แอปพลิเคชันควรมีการตรวจสอบเช็คสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา เพื่อระบุตำแหน่งและเวลาการจัดส่งที่แม่นยำขึ้น

2. ด้านการส่งเสริมการตลาดแอปพลิเคชันควรจัดทำโปรโมชั่นเพิ่ม เช่น ส่วนลดค่าจัดส่ง ในช่วงเวลาเช้า เนื่องจากมีผู้ใช้แอปพลิเคชันในช่วงเวลานี้น้อยที่สุดเพื่อให้ผู้บริโภคใช้แอปพลิเคชันช่วงเวลานี้เพิ่มขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงองค์ประกอบด้านการใช้งานหรือการให้บริการ

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้าผ่าน Application food panda ของประชาชนเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เป็นปัจจัยด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสั่งสินค้า และนำผลมาปรับปรุงแอปพลิเคชันให้ดีขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

[1] ครูเชิงราชคอทเน็ต. “สูตรหาค่าร้อยละ หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.kruchiangrai.net/2019/06/27/>.

[2] ชนิภา ช่วยระดม. “ปังจ๊ายส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่าน Food Panda Applications ในเขตกรุงเทพมหานคร”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [file:///C:/Users/User/Downloads/128619-Article%20Text-374395-1-10-20180817%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/128619-Article%20Text-374395-1-10-20180817%20(2).pdf)

[3] ฌัฐศาสตร์ปัญญานะ, วัชรพจน์ทรัพย์สงวนบุญ. “ปังจ๊ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [file:///C:/Users/User/Downloads/180521-Article%20Text-591280-1-10-20190619%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/180521-Article%20Text-591280-1-10-20190619%20(2).pdf).

[4] ยุทธ ไกยวรรณ. สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ, 2549

[5] รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. “ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

[6] วชิรวัชร งามละม่อม. “แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.sara-dd.com/index.php>.

[7] วริษฐา เขียนเอี่ยม, ผศ.ดร. สุรัสวดี ราชกุลชัย. “บทบาทของเทคโนโลยีและกระบวนการต่อพฤติกรรมคำสั่งอาหารทางออนไลน์”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2019/04/MBA-2018-A099-Roles-of-technologies-and-procedures-in-ordering-food-via-online-platforms.pdf>.

[8] Gotoknow. “ทฤษฎีความพึงพอใจ”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.gotoknow.org/posts/492000>.

# ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร

## Factors affecting fashion bag shopping habits Brand Name in Bangkok.

กนกวรรณ บุรณะกิติ<sup>1</sup> นราวดี สมชาติ<sup>2</sup> ดร.ฉันทลักษณ์ ฮีสวัสดิ์<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> คณะวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อทราบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน 3. เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นลักษณะในเลือกตอบ ส่วนที่ 2 ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (4P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าทั้ง 4 ด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.04 มากที่สุด เนื่องจากมีราคา

เหมาะสมไม่แพงมากและสะดวกค่าบริการไปในแต่ละที่ ที่มีระยะทางไกลอาจมีค่าบริการสูงกว่าวินมอเตอร์ไซค์รับจ้างอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.93

**คำสำคัญ :** ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name

### Abstract

This study aims to be aware of factors that affect fashion bag shopping habits. Brand Name in Bangkok 2. To know the difference in purchasing behavior. Brand Name fashion handbag products from in Bangkok with different socioeconomic status. 3. Good To study the market segment factors (4Ps), which consist of product factors, price factors, place factors, promotion factors, and the tools used in this research, namely questionnaires created by the researchers, with the process of creating questionnaires divided into 3 parts: part 1, demographic information of respondents: gender, age, status, etc. Information about marketing factors for the service business (4P), product factors, price factors, place factors, promotion factors, Part 3 Information about factors affecting fashion bag shopping habits. Brand Name in Bangkok is characterized by a scaling questionnaire with 5 scoring criteria.

The results of the research found that the factors affecting the purchasing behavior of Brand Name fashion bags in Bangkok were found that all 4 aspects had opinions



at a high level, the average value of 3.99. In terms of price, the average is 4.04 the most because it is affordable, very affordable and convenient. Long distances may be cheaper than a motorcycle taxi. We're at a high level in 3 aspects, namely product side with an average of 3.99, marketing

## บทนำ

สินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name จากต่างประเทศเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในประเทศไทย และเป็นที่ยอมรับสูงในกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนทำงาน และกลุ่มผู้บริหาร โดยสินค้าเหล่านี้ได้พยายามสร้างภาพลักษณ์ที่ดีโดยอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการสื่อสาร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ได้อย่างทั่วถึง เป็นที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่าสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name จากต่างประเทศที่นำเข้ามาขายในประเทศไทยส่วนใหญ่ จะเป็นสินค้าที่มีราคาแพงมาก และโดยส่วนใหญ่แล้วยังจัดว่า เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีอัตราการเสียหายีอากรนำเข้าค่อนข้างสูง และตามสภาพความเป็นจริงแล้ว สินค้าเหล่านี้ก็ได้จำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตการที่ประชาชนในประเทศใดให้ความสนใจในการบริโภคสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name จากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก นั้นย่อมเป็นดัชนีประการหนึ่งซึ่งชี้ให้เห็นถึงค่านิยมของคนไทยที่ได้เปลี่ยนไปนิยมใช้สินค้าจากต่างประเทศแทนการใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศของเราเอง และผลที่ตามมาอย่างแน่นอน คือการที่ประเทศจะต้องนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และทำให้ประเทศไทยเราจะต้องมีการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายสินค้าในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร

promotion with an average of 3.98, distribution channel with an average of 3.93

**Keywords:** Factors affecting fashion bag shopping habits Brand Name.

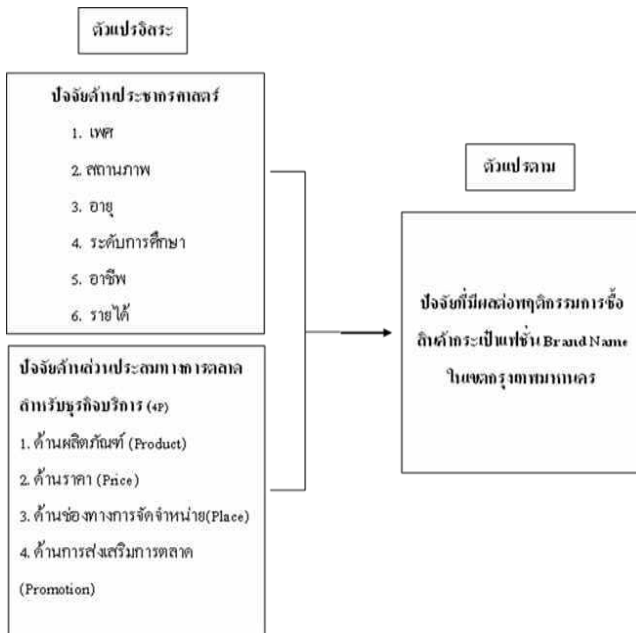
2. เพื่อทราบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานะภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน

3. เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

## ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. นำผลวิจัยที่ได้ ใช้เป็นประโยชน์ และเป็นข้อมูลพื้นฐานทางวิชาการให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้ากระเป๋าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้ที่สนใจต้องการศึกษา ในแง่ของการสื่อสารเพื่อการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค และทัศนคติของผู้บริโภค เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้ อย่างละเอียด



ภาพที่ 1. กรอบแนวความคิด

### 1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์แบรนด์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามรายด้านและโดยรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.99	0.60	มาก
ด้านราคา	4.04	0.67	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.93	0.72	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.98	0.72	มาก
รวม	3.99	0.68	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ Grab Bike พบว่าทั้ง 4 ด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ,  $SD = 0.68$ )

และ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.04$ ,  $SD = 0.67$ ) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.99$ ,  $SD = 0.60$ ) ด้านส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.98$ ,  $SD = 0.72$ ) และด้านสุดท้ายเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.93$ ,  $SD = 0.72$ )

### 2. ผลการวิเคราะห์ของข้อมูลกรซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์แบรนด์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์แบรนด์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลกรซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์แบรนด์ในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าจากราคายี่ห้อ	4.10	1.11	มาก
ท่านมีการหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรลุภัณฑ์ก่อนซื้อสินค้า	3.89	.90	มาก
ท่านซื้อสินค้าจากการบอกต่อจากเพื่อน	3.79	.95	มาก
ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ซื้อ	3.70	1.03	มาก
หากสินค้าที่ท่านซื้อดีและมีคุณภาพท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อตาม	3.69	1.04	มาก
รวม	3.83	1.0	มาก

จากตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์แบรนด์ในเขตกรุงเทพมหานคร

Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือ ( $\bar{X} = 4.10$ ,  $SD = 1.11$ ) ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าจากตราชื้อ รongลงมา, ( $\bar{X} = 3.89$ ,  $SD = .90$ ) ท่านมีการหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจุภัณฑ์ก่อนซื้อสินค้า รongลงมา, ( $\bar{X} = 3.79$ ,  $SD = .95$ ) ท่านซื้อสินค้าจากการบอกต่อจากเพื่อน ( $\bar{X} = 3.70$ ,  $SD = 1.03$ ) ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าจาก

### 3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป่าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่าน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป่าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized		standardized	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	SE	Beta			Tol	VIF
(Constant)	1.436	.24		5.7	.00		
Product	.211	.08	.179	2.6	.01	.626	1.597
Price	.171	.06	.162	3.1	.00	.619	1.639
Place	.150	.08	.153	3.1	.00	.654	1.529
Promotion	.062	.06	.063	2.8	.00	.670	1.492
		1		21	.00		1.529
		.05		2.7	.00		1.492
		.05		1.1	.25		1.923
		.04		4.8	.00		1.040

$$R = .440 \quad R^2 = .194 \quad \text{Adj } R^2 = .18$$

S.E.=.63727 F=23.739 p-value=.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ได้ทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือภาวะร่วมความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น (Multicollinearity) โดยทดสอบด้วยสถิติ Tolerance และ VIF เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์และความแปรปรวน ของตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ค่า Tolerance มากกว่า 0.19 และ ค่า VIF น้อยกว่า 5.3 แสดงว่า ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุเชิงเส้น จึงสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้คำสั่ง Enter โดยใส่ตัวแปรเรียงตามลำดับตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป่าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ค่าปัจจัยที่มีอิทธิพล  $R^2$  เท่ากับ .194 หรือ 19.4% กล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป่าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ 19.4% โดยพบของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป่าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ Product (Beta = .179) Price (Beta = .162) และ Place (Beta = .153) ตามลำดับ

ซึ่งสามารถพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้สมการดังนี้

#### สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 1.436 + 0.211 (\text{Product})^* + 0.171 (\text{Price})^* + 0.150 (\text{Place})^* + 0.062 (\text{Promotion})$$

#### สมการในรูปแบบมาตรฐาน

$$Z = 0.179 (\text{Product}) + 0.162 (\text{Price}) + 0.153 (\text{Place})$$

#### สรุปผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ากระเป่าแฟชั่น Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. จำแนกตามลักษณะเพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73 และเป็นเพศชาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถาม

2. จำแนกตามอายุส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รongลงมา อายุ

41-50 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ตามด้วย 20-30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามด้วย อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และลำดับสุดท้ายอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

3. จำแนกตามลักษณะสถานภาพส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาสมรส จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามด้วยหย่าร้าง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และลำดับสุดท้ายแยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ จำแนกตามลักษณะระดับการศึกษาสูงสุด

4. จำแนกตามลักษณะระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ระดับปริญญาโท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และลำดับสุดท้ายสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

5. จำแนกตามลักษณะอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาข้าราชการ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาเป็น ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และลำดับสุดท้ายอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

6. จำแนกตามลักษณะรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ตามด้วย 20,001-35,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ตามด้วย 35,001-40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และสุดท้าย 10,000-15,000 บาท มีจำนวนเท่ากับ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทั้ง 4 ด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมาก ( $\bar{x} = 3.99$ ,  $SD = 0.68$ ) และ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านราคา ( $\bar{x} = 4.04$ ,  $SD = 0.67$ ) รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.99$ ,  $SD = 0.60$ ) ด้าน

ส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 3.98$ ,  $SD = 0.72$ ) และด้านสุดท้ายเป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{x} = 3.93$ ,  $SD = 0.72$ )

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่าน ด้วยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ ได้ทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือภาวะร่วมความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น (Multicollinearity) โดยทดสอบด้วยสถิติ Tolerance และ VIF เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์และความแปรปรวนของตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ค่า Tolerance มากกว่า 0.19 และ ค่า VIF น้อยกว่า 5.3 แสดงว่า ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุเชิงเส้น จึงสามารถทำการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ โดยใช้คำสั่ง Enter โดยใส่ตัวแปรเรียงตามลำดับตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ค่าปัจจัยที่มีอิทธิพล  $R^2$  เท่ากับ .194 หรือ 19.4% กล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบาย ความแปรปรวนของตัวแปรตาม ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อ สินค้า กระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขต กรุงเทพมหานคร ได้ 19.4% โดยพบของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขต กรุงเทพมหานคร คือ Product (Beta = .179 ) Price (Beta = .162 ) และ Place (Beta = .153 ) ตามลำดับ

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้ากระเป๋าสตางค์ Brand Name ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทั้ง 4 ด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.04 มากที่สุด เนื่องจากมีราคาที่เหมาะสมไม่แพงมากและสะดวก ค่าบริการไปในแต่ละที่ ที่มีระยะทางไกลอาจมีค่าบริการถูก

กว่าวินมอเตอร์ไซค์รับจ้าง อยู่ในระดับมาก 3 ด้านได้แก่ ด้าน  
ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.98  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.93  
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

### เอกสารอ้างอิง

- [1] หวง อู๋ อี้. ภาพลักษณ์ประเทศฝรั่งเศส และการรับรู้  
ภาพลักษณ์ตราสินค้ากระเป๋าแบรนด์  
เนมต่อความภักดีในตราสินค้า กระเป๋าแบรนด์  
ฝรั่งเศสในเขตกรุงเทพมหานคร.
- [2] ชิตพล พฤษพิบูล. ค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี  
ของการเลือกใช้กระเป๋าแบรนด์  
เนมจากต่างประเทศของประชากรใน เขต  
กรุงเทพมหานคร.
- [3] ชญานนท์ ไซส์ง่า. ปัจจัยความไว้วางใจในตราสินค้า และ  
ชุมชนออนไลน์ของตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ซื้อกระเป๋าแบรนด์ เนมผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม  
ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร.
- [4] ไชยวิสุทธิกุล, & ผกามาศ. (2014). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์  
กับการตัดสินใจซื้อกระเป๋า เลียน แบบแบรนด์ เนม  
ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร  
บริหารธุรกิจ ศรีนครินทร์วิโรฒ, 5(1), 97-115.
- [5] ญัฐชิสสา อัฐศักดิ์. ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม  
ทางออนไลน์ประเภทกระเป๋า และ รองเท้า  
สุภาพสตรี.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา  
ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO STUDY AT LOGISTICS MANAGEMENT, A PRIVATE  
UNIVERSITY

นราวดี สมชาติ<sup>1</sup> พีรภูมิ รุ่งเรือง ดร.พิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup> คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาใน สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ประจำปี การศึกษา 2562 ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการศึกษาระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 214 คน เป็นเพศหญิง 116 คน เพศชาย 98 คน อายุส่วนใหญ่ อายุ 21-30 ปี การศึกษาประชาชนส่วนมากมีการศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. นักศึกษาส่วนมากมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน / รัฐ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านบุคลากร และด้านการประชาสัมพันธ์

**คำสำคัญ :** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

**Abstract**

This research aimed to study the factors affecting the students' decision to choose to study in Logistics Management A private university for the academic year 2019, the researcher has conducted a study of satisfaction levels in each area. Typical characteristics of 214 respondents were 116 female, 98 male, most aged 21-30 years old. Most

high school / Vocational students were employed by private companies / state.

The results of the study found that the factors affecting the students' decision to enter further education in the field of logistics management The private university overall is at a high level. The order in descending order is location side. In teaching management, curriculum, image of the university, personnel and public relations

*Keyword: Factors affecting the Decision.*

**บทนำ**

มหาวิทยาลัยเอกชนเป็นสถาบันศึกษาในระดับอุดมศึกษา สังกัดคณะกรรมการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการที่มีหน้าที่สำคัญ คือ การผลิตบัณฑิตเพื่อเป็นกำลังคนในสาขาวิชาการต่าง ๆ ในระดับอุดมศึกษา โดยส่งเสริมและมุ่งเน้นเพื่อพัฒนาสร้างสรรคักศึกษาให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีคุณธรรมระดับสูงในสาขาวิชาต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาประเทศและสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ สังคมการศึกษา วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งปัจจุบันมีการเปิดการเรียนการสอนทั้งภาคปกติ และภาคพิเศษ (วันอาทิตย์)สำหรับบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ หรือ ผู้ที่ต้องการเรียนไปด้วยทำงานไปด้วยเพื่อเพิ่มโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ สานสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายกับนักศึกษาและรุ่นพี่ ที่มาจากภาครัฐและเอกชน ปัจจุบันนี้สถาบันทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของ

ไทยมีมากมายถึง 169 สถาบัน ซึ่งจะจัดแยกกลุ่มตามสถาบันทางการศึกษาของทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชน แต่ละสถาบันก็มีการรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในวิธีที่แตกต่างกันไปในแต่ละสถาบัน มีคณะเปิดให้เรียนให้ศึกษาที่แตกต่างกันไป ตลอดไปจนถึงความโค้งงอและความโดดเด่นในคณะสาขาของในแต่ละสถาบันที่มีความแตกต่างกันออกไปอีกด้วย สำหรับคณะสาขาที่เปิดรับของในแต่ละสถาบันในปัจจุบันก็มีมาเพิ่มขึ้น คณะที่แปลกๆใหม่ๆก็เกิดขึ้นในบางสถาบัน และมีวิธีการเปิดรับนักเรียนนักศึกษาไทยที่แตกต่างและใหม่ๆเกิดขึ้นเรื่อย ๆ

ดังนั้นเพื่อต้องการให้ผู้สนใจที่จะศึกษาได้ศึกษาถึงสถาบันหรือมหาวิทยาลัยที่ตนเองต้องการที่จะเรียนและสนใจในคณะสาขาต่าง ๆ ที่ตนใฝ่ฝันไว้ในอนาคตได้มากขึ้น โดยทางผู้จัดทำได้จัดแยกแยะเป็นทั้งสถาบันทางการศึกษาในภาครัฐและภาคเอกชน จัดหมวดหมู่เป็นวิธีการรับสมัคร และคณะที่เปิดสอนในสถาบันนั้น ๆ เพื่อให้ผู้ศึกษาเข้าใจและปฏิบัติตามความต้องการที่จะศึกษาในสถาบันนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนอย่างแท้จริง

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยของนักศึกษา ประจำปีการศึกษา 2562 ที่ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการหลักสูตรให้เกิดผลดีแก่ผู้เรียนและทำให้ผู้เรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาใน สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ประจำปีการศึกษา 2562

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ใน สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

1. ประชากร : การวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาสาขาการจัดการ

โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 461 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 สิงหาคม 2562 : สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง)

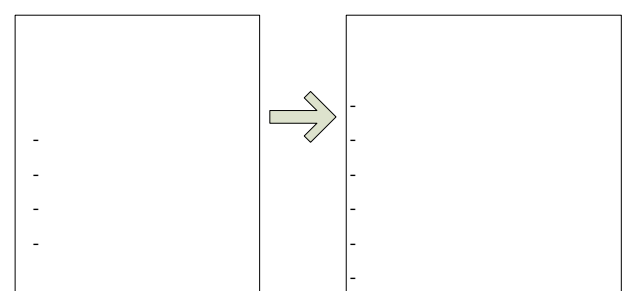
2. ประเด็นการศึกษา : เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

### กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาใน สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ผู้ศึกษาได้กรอบแนวคิดดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (independent variable) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

2. ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อประกอบด้วย 6 ด้าน 1. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 2.ด้านสถานที่ตั้ง 3.ด้านการจัดการเรียนการสอน 4. ด้านหลักสูตร 5. ด้านบุคลากร 6. ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยบูรณาการตัวแปรจาก Cubillo sanchez , and Cervino, 2006 โดยเขียนเป็นกรอบแนวคิดการศึกษา ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

### วิธีวิจัยดำเนินงาน

การศึกษาค้นคว้าการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในเขตปอดอาคารสุวรรณภูมิ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการศึกษา 2 รูปแบบดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลเอกสาร (documentary research) เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ หนังสือ ตำรา และเอกสารอ้างอิง

2. การศึกษาข้อมูลจากการสำรวจ (survey research) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักศึกษาสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 461 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 สิงหาคม 2562 : สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง)

3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ( Purposive sampling ) ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากการศึกษาทฤษฎีแนวคิดต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับค่าเฉลี่ย ความคิดเห็น โดยใช้สถิติ One-way ANOVA

## สมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการ

จัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. นักศึกษาที่เพศต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

2. นักศึกษาที่อายุต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

3. นักศึกษาที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

4. นักศึกษาที่อาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

5. ปัจจัยด้านสภาพลักษณะของมหาวิทยาลัยต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

6. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

7. ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

8. ปัจจัยด้านหลักสูตรต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

9. ปัจจัยด้านบุคลากรต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

10. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของ



นักศึกษาในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชน  
แห่งหนึ่ง แตกต่างกัน

### ประโยชน์ของการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก  
เข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์  
มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ประจำปีการศึกษา 2562

### ผลการวิเคราะห์

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ แก้ไขเพิ่มเติม  
จากผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาใน  
สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่  
ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงที่จะทำการวิจัยจำนวน 30 รายและนำมา  
คำนวณ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่า  
สัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบราค  
(Cronbach) ในการหาค่าอัลฟาของครอนบราคของ  
แบบสอบถามจะต้องได้คะแนนมากกว่า 0.7 ขึ้นไป

จากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม  
เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของ  
นักศึกษา ในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชน  
แห่งหนึ่ง ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.998 ซึ่งถือว่า  
แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.998	44

ภาพที่ 2 ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ความพึง  
พอใจของนักศึกษาทั้ง 6 ด้าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา  
(Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบราค (Cronbach) ซึ่งมี

ค่ามากกว่า 0.70 ดังนั้นจึงสามารถยอมรับแบบสอบถาม  
ดังกล่าวเพื่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปได้

### ดำเนินการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม และนำมา  
แสดงผลในรูปของการแปลผลทางสถิติและแปลความหมายที่  
ได้ในเชิงพรรณนา จะได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง  
เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการ  
ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการ โล  
จิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวมและราย  
ด้าน

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ  
ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการ โล  
จิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวม จำแนก  
ตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	98	45.8
หญิง	116	54.2
รวม	214	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
21-30 ปี	144	67.3
31-40 ปี	70	37.7
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	214	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอน ปลาย	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	134	62.6

ปวส./อนุปริญญา	80	37.4
ปริญญาตรี	-	-
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	214	100
4. อาชีพ		
เกษตรกร	-	-
ผู้ประกอบการ	61	28.5
พนักงานเอกชน/รัฐ	121	56.5
นักศึกษา	32	15.0
อื่นๆ	-	-
รวม	214	100

จากตารางที่ 1 พบว่านักศึกษาส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และรองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

เมื่อจำแนกตาม อายุ นักศึกษาส่วนมาก อายุ 21-30 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาได้แก่ อายุ 31-40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7

เมื่อจำแนกตาม ระดับการศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนมากมีการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 รองลงมา ได้แก่ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า นักศึกษาส่วนมากมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รัฐจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา ได้แก่ ผู้ประกอบการ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และอันดับสุดท้ายคือ นักศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ดังปรากฏตามตารางดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	4.00	.362	มาก
2. ด้านสถานที่ตั้ง	4.05	.425	มาก
3. ด้านการจัดการเรียนการสอน	4.04	.386	มาก
4. ด้านหลักสูตร	4.02	.345	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.99	.347	มาก
6. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.96	.501	มาก
โดยภาพรวม	4.01	.473	มาก

จากตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดการเรียนการสอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 อันดับที่ 3 ได้แก่ ด้านหลักสูตร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 อันดับที่ 4 ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 อันดับ 5 ได้แก่ ด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 และนักศึกษามีความพึงพอใจต่ำสุดใน ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวม จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ตัวแปร	N	Mean	S.D.	T	Sig
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ชาย	98	3.97	.348	- 954	0.341
	หญิง	116	4.02	.374		
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านสถานที่ตั้ง	ชาย	98	4.06	.354	- 119	0.905
	หญิง	116	4.06	.479		
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านการจัดการเรียนการสอน	ชาย	98	4.02	.372	- 825	0.410
	หญิง	116	4.06	.400		
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านหลักสูตร	ชาย	98	4.00	.318	- 941	0.348
	หญิง	116	4.05	.368		
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านบุคลากร	ชาย	98	3.99	.343	013	0.990
	หญิง	116	3.99	.352		
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านการประชาสัมพันธ์	ชาย	98	3.94	.508	- 684	0.495
	หญิง	116	3.99	.496		
ผลรวมทุกด้าน	ชาย	98	4.00	.325	- 659	0.511
	หญิง	116	4.03	.369		

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง จำแนกตาม เพศ พบว่าไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .511

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระหว่างกลุ่ม	.116	1	.116	.881	.349
	ภายในกลุ่ม	27.883	212	.132		
	รวม	27.999	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านสถานที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	.796	1	.796	4.473	.036**
	ภายในกลุ่ม	37.703	212	.178		
	รวม	38.498	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านการจัดการเรียนการสอน	ระหว่างกลุ่ม	.248	1	.248	1.663	.199
	ภายในกลุ่ม	31.647	212	.149		
	รวม	31.895	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านหลักสูตร	ระหว่างกลุ่ม	.201	1	.101	.833	.362
	ภายในกลุ่ม	25.291	212	.121		
	รวม	25.492	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.101	1	.101	.833	.362
	ภายในกลุ่ม	25.587	212	.121		
	รวม	25.688	213			

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	.023	1	.023	.092	.762
	ภายในกลุ่ม	53.495	212	.252		
	รวม	53.518	213			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	.195	1	.195	1.605	.207
	ภายในกลุ่ม	25.730	212	.121		
	รวม	25.925	213			

**\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

จากตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง จำแนกตามอายุ พบว่า โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.207 แต่มีด้านสถานที่ตั้ง มีค่า sig .036 แตกต่างกัน ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ด้านสถานที่ตั้ง จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	
	$\bar{X}$	-	4.10	3.97	-
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-	-	0.13	-
21 – 30 ปี	4.10	-	-	-	-
31 – 40 ปี	3.97	-	-	-	-
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 5 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ด้านสถานที่ตั้ง จำแนกตามอายุ พบว่า อายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างจาก อายุ 31 – 40 ปี

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	แหล่งแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระหว่างกลุ่ม	.293	2	.147	1.117	.329
	ภายในกลุ่ม	27.706	211	.131		
	รวม	27.999	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านสถานที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.339	2	.670	3.803	.024*
	ภายในกลุ่ม	37.159	211	.176		
	รวม	38.498	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านการจัดการเรียนการสอน	ระหว่างกลุ่ม	.248	1	.201	1.684	.196
	ภายในกลุ่ม	31.647	212	.119		
	รวม	31.895	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านหลักสูตร	ระหว่างกลุ่ม	.318	2	.159	.1332	.266
	ภายในกลุ่ม	25.171	211	.119		
	รวม	25.492	213			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	.311	2	.15	1.29	.27
	ภายในกลุ่ม	25.3	21	.12		
	รวม				6	3

ด้าน บุคคลากร	กลุ่ม	77	1	0		
	รวม	25.6	21			
ผลรวมปัจจัย ที่ส่งผลต่อ	ระหว่าง กลุ่ม	.476	2	.23	.947	.39
	ภายใน กลุ่ม	53.0	21	.25		
การตัดสินใจ ด้านการ ประชาสัมพันธ์	รวม	53.5	21			
		18	3			
ผลรวมทุก ด้าน	ระหว่าง กลุ่ม	.397	2	.19	1.64	.19
	ภายใน กลุ่ม	25.5	21	.12		
	รวม	25.9	21			
		25	3			

**\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

จากตารางที่ 6 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.196 แต่มีด้านสถานที่ตั้ง มีค่า sig .024 แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย	มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	$\bar{X}$	3.94	4.12	3.99	-	-
ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย	3.9	-	-0.18	-0.05	-	-
มัธยมศึกษาตอน	4.1	-	-	0.13	-	-

ปลาย/ ปวช.	2					
ปวส./ อนุปริญญา	3.9	-	-	-	-	-
ปริญญาตรี	9					
สูงกว่า ปริญญาตรี	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 7 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ด้านสถานที่ตั้ง จำแนกตามการศึกษา พบว่า การศึกษาระดับ ปวส/อนุปริญญา มีความพึงพอใจแตกต่างจาก ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่ ส่งผลต่อการ ตัดสินใจ	แหล่ง ความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
ผลรวมปัจจัย ที่ส่งผลต่อ	ระหว่าง กลุ่ม	.127	2	.06	.480	.62
	ภายใน กลุ่ม	27.87	21	.13		
การตัดสินใจ ด้านภาพ ลักษณ์ของ มหาวิทยาลัย	รวม	2	1	2		
		27.99	21			
		9	3			
ผลรวมปัจจัย ที่ส่งผลต่อ	ระหว่าง กลุ่ม	.415	2	.20	1.15	.31
	ภายใน กลุ่ม	38.08	21	.18		
การตัดสินใจ ด้าน สถานที่ ที่ตั้ง	รวม	3	1	0		
		38.49	21			
		8	3			
ผลรวมปัจจัย ที่ส่งผลต่อ	ระหว่าง กลุ่ม	.416	2	.20	1.39	.25
	ภายใน กลุ่ม	31.47	21	.14	5	0

ด้านการจัดการเรียนการสอน	กลุ่ม	9	1	9		
	รวม	31.89	21			
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านหลักสูตร	ระหว่างกลุ่ม	.137	2	.069	.570	.566
	ภายในกลุ่ม	25.35	21	.12		
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.167	2	.084	.691	.502
	ภายในกลุ่ม	25.52	21	.12		
ผลรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	.452	2	.226	.899	.409
	ภายในกลุ่ม	53.06	21	.25		
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	.147	2	.074	.603	.548
	ภายในกลุ่ม	25.77	21	.12		
	รวม	25.92	21			
		5	3			

**\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

จากตารางที่ 8 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.548

### อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา ในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. สมมุติฐานที่ 1 นักศึกษาที่เพศต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

2. สมมุติฐานที่ 2 นักศึกษาที่อายุต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

3. สมมุติฐานที่ 3 นักศึกษาที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

4. สมมุติฐานที่ 4 นักศึกษาที่อาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

5. สมมุติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

6. สมมุติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

7. สมมุติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอนต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

8. สมมุติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านหลักสูตรต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

9. สมมุติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านบุคลากรต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา

ในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

10. สมมุติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของ นักศึกษาในสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเอกชน แห่งหนึ่ง ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] จุริรัตน์-เสนาะกรรม, & วีรวรรณ จงจิตร สิริ จิรกาล. (2019). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก เข้า ศึกษาต่อ ระดับบัณฑิต ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ นคร ศรี ธรรม ราช . AL-NUR JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL, FATONI UNIVERSITY, 14(27), 93-126.
- [2] ชลกา ญาน์ ภาภูมิ. (2009). การศึกษาการตัดสินใจเลือก เข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการ ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัย ศิลปากร).
- [3] นันทิธ ภัส อัสวณั ภูธร. การรับรู้ต่อประชาสัมพันธ์ และ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก เข้าศึกษาต่อของ นักศึกษา คณะ บริหาร ธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราช มงคล ัญบุรี.
- [4] พรพรรณ ขาใจ (2550) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่างชาติในการเข้ามาเป็น นักศึกษาแลกเปลี่ยนในประเทศไทย กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [5] การดี อนันต์นาวี. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกเข้า ศึกษาต่อ สาขาวิชาการบริหารการศึกษาศูนย์ นวัตกรรมการบริหาร และ ผู้นำทางการศึกษา คณะ ศึกษา ศาสตร์ มหาวิทยาลัย บูรพา.
- [6] เมธาวิ สุขปาน (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ศึกษาต่อในหลักสูตร ระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน กรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี. วิจัยการศึกษา ระดับวิชาชีพ (ปวช.) ของวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี

- [7] เมเนนี่ และคณะ (Menne et al., 1970, pp. 110-118) อิทธิพล ที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาต่อ มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : บรรณนิทัศน์
- [8] ศศิวิมล แสนเมือง (2554) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือก มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารีของ นักเรียน ที่มี ผล การ เรียน ดี ใน เขต ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง.
- [9] Khantaku, W., Somudorn, J., & Chinacarawat, N. (2020). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับ ปริญญา ตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีปี การ ศึ ก ษา 2563. Journal of Modern Learning Development, 5(4), 28-39.
- [10] Potjanajaruwit, P. (2020). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ ที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเข้า ศึกษาต่อของนักศึกษาที่มหาวิทยาลัย ราชภัฏในประเทศไทย. Journal of the Association of Researchers, 22(2), 106-118.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร สไตล์เกาหลี  
ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

the study of the factors of marketing mix that affect the decision to use the restaurant. Korean style

ปณิษา อินทกาศ

E-Mail: kuk\_intha@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร สไตล์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลีในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่แบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลกระทบ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test และสถิติ F-Test

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลีในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านบุคคลให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ร้านอาหารสไตล์เกาหลี, ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ

**Abstract**

From the study of the factors of marketing mix that affect the decision to use the restaurant. Korean style of consumers in Lat Krabang district Bangkok University The objectives are as follows: (1) To study personal factors that decide to use a Korean-style restaurant in Lat Krabang District. (2) to study the factors of marketing mix that affect the decision to use the Korean-style restaurant. Of consumers in the Lat Krabang area Bangkok This research study is a quantitative research. By simple sampling Tools used Including questionnaires It consists of 2 parts: Part 1 Personal factors are gender, age, education level. Average income per month of occupation. Part 2 factors of marketing mix are product, price, distribution channel. Marketing



promotion Person or employee, process and physical appearance Statics for data analysis were mean, percentage, standard deviation, t-test and F-Test statistics..

The results of the study of personal factors of the respondents who decided to use the service of Korean-style restaurants in Lat Krabang District Bangkok found that most of them were female, aged 20-30 years with a bachelor's degree. Occupation of private company employee Monthly income 20,001-30,000 baht and marketing mix factors affecting consumers' decision to use Korean-style restaurants in Lat Krabang Bangkok It was found that overall, the respondents gave importance at a high level. With an average of 4.13 when considering each aspect, it was found that the product side Gave importance to the high level with an average of 4.24, followed by distribution channels. High level of importance, with mean of 4.19, Person-of-importance was at high level, average of 4.15 in price, gave high priority, with average of 4.12 in process. Gave importance to the high level with an average of 4.11 in marketing promotion. Give importance at a high level with an average of 4.09 and the physical aspect and presentation Gave importance to the high level with an average of 4.03, respectively.

**Keywords :** *Korean Restaurant, Marketing Mix, Buying decision*

## บทนำ

ปัจจุบันนี้กระแสของเกาหลีเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยเยอะมาก ไม่ว่าจะเป็น ซีรีส์ เพลง เสื้อผ้า หรือ แม้แต่การดำเนินชีวิต ซึ่งซีรีส์เกาหลีได้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตของคนเกาหลี โดยเฉพาะอาหารที่เป็นส่วนหนึ่งในซีรีส์เกาหลีแต่ละเรื่อง ส่งผลคนไทยในปัจจุบันสนใจรับประทานอาหารเกาหลีมากขึ้น สังเกตได้จากอาหารแช่แข็งของร้านสะดวกซื้อที่มีเมนู

เกาหลี บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสไลด์เกาหลี การดัดแปลงรสชาติของสแน็คยี่ห้อต่างๆ ให้มีสไลด์เกาหลี รวมทั้งร้านอาหารเกาหลีในประเทศไทยที่มีจำนวนมากขึ้น เช่น ร้านโก่ทอดบอนซอน ร้านหมอบไฟเกาหลี Red Sun หรือร้านบุฟเฟ่ต์ ปิ้งย่างเกาหลี เป็นต้น

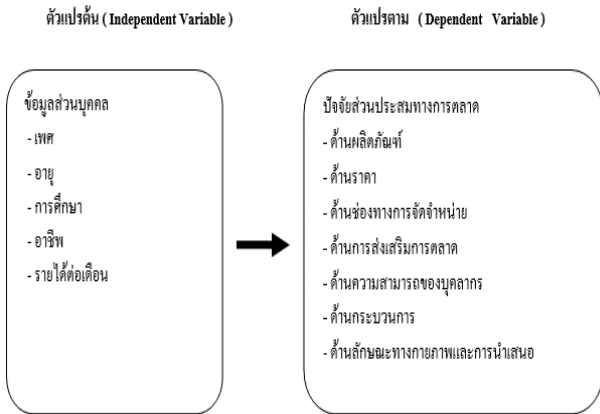
ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีร้านอาหารเกาหลีเปิดให้บริการหลากหลายร้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งเป็นร้านอาหารที่ได้รับความนิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งกลุ่มวัยเรียน วัยทำงาน และกลุ่มครอบครัวที่แวะเวียนมาใช้บริการร้านอาหารเกาหลี ในวันธรรมดา และวันหยุด ซึ่งร้านอาหารเกาหลีที่ได้รับความนิยมในเขตประเวศ ได้แก่ กังนัมบาบิคิว กังนัมตอกบอกกี บอนซอน นูตะโคเรียนบาบิคิวพอร์ค เป็นต้น โดยร้านอาหารเกาหลีแต่ละแห่งในลาดกระบังมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง สังเกตได้จากพยายามที่จะใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการดึงดูดลูกค้าที่นิยมอาหารเกาหลีเข้ามาใช้บริการให้มากที่สุด

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร สไลด์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนเปิดกิจการร้านอาหารเกาหลี และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจการให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร สไลด์เกาหลี ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร สไลด์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

**กรอบแนวความคิด**



**ผลการศึกษา**

**ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 อายุ 20-30 ปี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 ระดับการศึกษาาระดับปริญญาตรี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00

**ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสโตร์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร**

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสโตร์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ส่วนประสมทางการตลาด			

7P's	4.24	0.74	มาก
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.12	0.79	มาก
2. ด้านราคา (Price)			

**(ต่อ)**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสโตร์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.19	0.73	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.09	0.73	มาก
5. ด้านกระบวนการ (Process)	4.11	0.80	มาก
6. ด้านบุคคล (People)	4.15	0.81	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical)	4.03	0.77	มาก
รวม	4.13	0.76	มาก

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสโตร์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านบุคคล ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญ

ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 และด้านลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สมมติฐาน

จากการสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตส์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า

เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตส์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยมีค่า sig. 0.037\* 0.004\* และ 0.032\* ตามลำดับ เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า sig. น้อยกว่า 0.05

อายุ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตส์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า sig. 0.210\* และ 0.635\* ตามลำดับ เป็น ที่ปฏิเสธในสมมติฐาน เพราะมีค่า sig. มากกว่า 0.05

### 13. อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตส์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญ ได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตส์เกาหลีของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ **พินทุม รุ่งทองศรี (2558)** ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลีบอนซอน ซิกเก้น (BonChon Chicken) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 – 34 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร สไตส์เกาหลี ของผู้บริโภค ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ผลการวิจัยพบว่า

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากรูปลักษณ์และรสชาติของอาหาร ร้านอาหารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ความหลากหลายของอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ และวัตถุดิบมีความสด สะอาด ปลอดภัย รong ลงมาด้านช่องทางจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากความสะดวกของสถานที่ตั้ง ระยะเวลาเปิด-ปิดบริการมีความเหมาะสม ร้านอาหารอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน มีบริการจัดส่งเดลิเวอรี่ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ **ด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากพนักงาน อัจฉริยะ มีความเป็นมิตร พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหาร เกาหลี พนักงานมีความใส่ใจและความสุภาพในการให้บริการ พนักงานให้บริการรวดเร็ว ถูกต้อง และพนักงาน แต่งกายสะอาด เรียบร้อย **ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากราคาเหมาะสมกับรสชาติ และคุณภาพของอาหาร ราคาอาหารเป็นที่ยอมรับได้ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณที่ได้รับ ราคาอาหารมีความเป็นมาตรฐานเมื่อเทียบกับร้านอาหารรูปแบบอื่น และราคาอาหารคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย **ด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากความสะดวกในการจองคิว ขั้นตอนการสั่งอาหารเข้าใจง่าย ขั้นตอนการชำระเงินง่ายและรวดเร็ว ความรวดเร็วในการได้รับอาหารที่สั่ง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี **ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ

เช่น สื่อออนไลน์, ป้ายโฆษณา เป็นต้น มีการส่งเสริมการขายร่วมกับเครือข่ายมือหรือบัตรเครดิต มีพนักงานคอยแนะนำ เชิญชวนเข้าร้านอาหาร การให้ส่วนลดจากราคาปกติ เช่น ส่วนลดในช่วงเทศกาล และมีการให้คูปองสะสมแต้ม และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เนื่องจากเมนูอาหารมีการแสดงรูปภาพอาหารและราคาที่ชัดเจน บรรยากาศและการตกแต่งให้ความรู้สึกถึงความเป็นเกาหลี ความสะอาดภายในร้าน การจัดพื้นที่ภายในร้านกว้างขวางสะดวกสบายในการนั่งรับประทาน และรูปแบบการจัดโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์รับประทานเป็นระเบียบซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พินทุม รุ่งทองศรี (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลีบอนซอน ซิกเก้น (BonChon Chicken) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของภัตตาคารอาหารเกาหลีบอนซอน ซิกเก้น โดยภาพรวมพบว่าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์ชชา รักชาติ และกิติมา ทามาลี (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูซุซายาซึตี้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก

#### 14. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลี ของผู้บริโภคในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการปรับรสชาติของอาหารเกาหลีให้ตรงกับรสนิยมของคนไทยแต่ต้องคงรูปลักษณะอาหารเกาหลีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้า

ใช้บริการดังนั้นต้องมีการโฆษณาร้านอาหารให้เป็นที่รู้จัก มีการกระตุ้นให้ผู้มาใช้บริการร้านอาหารเกาหลีให้แนะนำบอกต่อเพื่อน หรือบุคคลทั่วไปได้รู้จักโดยการให้วีวผ่านสื่อโซเชียลและอาจมีรางวัลเป็นการตอบแทนสำหรับผู้ช่วยวีว รวมทั้งมีการนำเสนอเมนูอาหารเกาหลีหลากหลายเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภค และต้องคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร วัตถุประสงค์ในการประกอบอาหารต้องมีความสดใหม่ สะอาด ปลอดภัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลี

2. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการต้องจัดหาสถานที่ตั้งร้านอาหารสไตล์เกาหลีที่สะดวกต่อการมาใช้บริการของผู้บริโภคและมีการจัดหาสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ เช่น บริเวณห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าต่าง ๆ ตลาดนัด เขตชุมชนที่ผู้บริโภคอาศัยหรือทำงาน เป็นต้น มีการกำหนดระยะเวลาเปิด-ปิดบริการมีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ มีบริการจัดส่งเดลิเวอรี่สำหรับผู้บริโภคที่ไม่สะดวกมารับประทานที่ร้าน

3. ด้านบุคคล ผู้ประกอบการต้องมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักบริการ (Service Mind) ให้มีอัธยาศัยดี ความเป็นมิตร เอาใจใส่ มีความสุภาพต่อผู้มาใช้บริการ รวมทั้งมีการเพิ่มทักษะความรู้เกี่ยวกับอาหารเกาหลีสามารถอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับอาหาร รสชาติ และวัฒนธรรมการรับประทานอาหารเกาหลีให้ผู้มาใช้บริการได้เข้าใจ รวมทั้งฝึกทักษะให้พนักงานให้บริการรวดเร็ว ถูกต้อง ดูแลการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการร้านอาหารเกาหลี จะทำให้ผู้มาใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และมีการแนะนำบอกต่อกับเพื่อน หรือบุคคลทั่วไปให้มาใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลีด้วย

#### 15. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่นอกเหนือจากเขตตลาดกระบี่ คือเขตอื่นๆ กรุงเทพมหานคร หรือต่างจังหวัด เพื่อทำการเปรียบเทียบให้ทราบถึงข้อมูลที่หลากหลายของประชากรในแต่ละพื้นที่

เพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปนี้ ผู้วิจัยอาจศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพหรือเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาในเชิงลึกทางด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเกาหลีของผู้บริโภค

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานเขตลาดกระบัง. (2563). “สถิติประชากรและบ้าน”. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.bangkok.go.th/ladkrabang/page/sub/8948/สถิติประชากรและบ้าน>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2563]
- [2] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. “การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS”. กรุงเทพฯ. วี.อินเตอร์ พรินท์, 2549
- [3] ลีทฐากร ชูทรัพย์, “ปัจจัยส่วนบุคคล,” หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 1), นนทบุรี: บริษัท สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์จำกัด, 2553
- [4] กุลวดี คูหะโรจนานนท์, “ส่วนประสมทางการตลาด,” หลักการตลาด, ปทุมธานี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรี วิทยาลัยการณ, 2543
- [5] ลีทฐากร ชูทรัพย์ และสายชล วิสุทธิ์สุนทร, “พฤติกรรมผู้บริโภค,” พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1), นนทบุรี : บริษัท สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์ จำกัด, 2558
- [6] Top Best Brand, “10 อันดับร้านอาหารเกาหลีที่ดีที่สุดในประเทศไทย,” [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://topbestbrand.com/อาหารเกาหลี/> [ค้นหาเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2563]
- [7] พินทุม รุ่งทองศรี. (2558). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการภัตตาคารอาหารเกาหลีบอนชอน ชิคเก้น (BonChon Chicken) ในเขตกรุงเทพมหานคร,” [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :

<http://ithesis->

[ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/264/1/57](http://ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/264/1/57)

[602353%20พินทุม%20รุ่ง](http://ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/264/1/57)

[ทองศรี.pdf](http://ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/264/1/57) [ค้นหาเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2563]

- [8] ธัญญ์ริชา รักชาติ และกิติมา ทามาลี (2560) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้ายูเรเชียดีจังหวัดพระนครศรีอยุธยา,” [ออนไลน์]. สืบค้นจาก

[http: file:///C:/Users/Administrator/Downloads/1](http://file:///C:/Users/Administrator/Downloads/1)

[44248-Article%20Text-384390-1-10-](http://file:///C:/Users/Administrator/Downloads/1)

[20180905.pdf](http://file:///C:/Users/Administrator/Downloads/1). [ค้นหาเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2563]

- [9] Likert, Rensis A. (1961). New Patterns of Management. New York. McGraw-Hill Book Company Inc.

ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร  
ระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก

The attitude of the community towards the election of members of the House of Representatives  
Between Hua Takhe community and Nong Chok community.

ผศ.สุปัด ทองอินทร์<sup>1</sup> นางสนใจ รัชตวัฒน์กุล<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> คณะรัฐศาสตร์/มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, pakakong\_bsc@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นชุมชน จำนวน 200 คน โดยเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับมาก ชุมชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2) ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก ในรายชื่อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

**คำสำคัญ:** ทัศนคติ

**Abstract:**

The purpose of this research was to study the attitude of the community towards the right to vote for the members of the House of Representatives by using a sample of 200 people in the community by simple random selection. The research instruments were questionnaires which were analyzed by using percentage, mean, standard deviation and t-test. The results of the research were as follows: 1) The attitude of the community towards the

election of members of the House of Representatives was at a high level. Most communities attach importance to the election of members of the House of Representatives. 2) Community attitudes towards the right to elect members of the House of Representatives between Hua Takhe community and Nong Chok community. In the article, it was found that the community was different in public relations for others that they knew to go to the polls and in helping each other to monitor the elections in their own area with transparency. At the significant level of .05

**Keywords:** Attitude

**1. บทนำ**

ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้มุ่งเน้นให้เกิดการปฏิรูปการเมือง โดยการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามี บทบาททางการเมืองมากขึ้น ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของ ประชาชน วางโครงสร้างให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ โดยการพัฒนาปรับปรุงจากข้อบกพร่องของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาการเมืองนั้นยังเน้นประเด็นไปที่นักการเมือง หรือที่เรียกว่า “การเมืองของนักการเมือง” ประชาชนที่เป็นเจ้าของประเทศซึ่งเป็นผู้เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แต่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางการเมืองไม่มากนัก ดังนั้นเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ต้องการปรับเปลี่ยนการเมืองของนักการเมืองให้เป็นของพลเมือง โดยการเพิ่มสิทธิ เสรีภาพให้พลเมืองและปรับประชาธิปไตยแบบมีผู้แทนให้เป็นประชาธิปไตยโดยมีส่วนร่วม

ของพลเมือง และยังมีบทบัญญัติหลายมาตราที่ให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีเป้าหมายที่จะปฏิรูปการเมืองไปสู่การเป็นประชาธิปไตยอย่างยั่งยืนสร้างประชาธิปไตยที่พลเมืองทุกคนมีส่วนร่วมได้

การปกครองในระบอบประชาธิปไตยสิ่งสำคัญก็คือ “ประชาชน” และ ความสมบูรณ์แบบของระบอบประชาธิปไตยก็คือ ประชาชนสามารถ เข้ามามีสิทธิ มีเสียงในการปกครอง เนื่องจากความจำกัดหลายๆ จึงทำให้ประชาธิปไตยโดยอาศัยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการเลือกตัวแทน ทั้งฝ่าย นิติบัญญัติและฝ่ายบริหาร ดังนั้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จึงถือเป็นบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ ที่ให้ได้มาซึ่งตัวแทน การเลือกตั้งที่เสรีและยุติธรรม จะเพิ่มโอกาสการถ่ายโอนอำนาจการปกครองอย่างสันติเพราะจะเป็นหลักประกัน ประการหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ที่พ่ายแพ้การเลือกตั้งยอมรับผลของการเลือกตั้ง และยอมถ่ายโอนอำนาจไปสู่รัฐบาลใหม่อย่างราบรื่น การเลือกตั้งที่เสรีและ ยุติธรรมจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถกำหนดรูปแบบของรัฐบาล และทิศทางการนโยบายในอนาคตของรัฐบาล การยึดถือเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ในการเลือกตั้ง เป็นวิธีการในการจัดตั้งรัฐบาล และเป็นหลักในการตัดสินใจ ประเด็นสาธารณะต่างๆ แต่ไม่ใช่เป็นเหตุผลของการกีดกันเสียงข้างน้อย ไม่ว่าจะเพราะชาติพันธุ์ ความเชื่อทางศาสนา ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ระดับ รายได้ รัฐบาล หรือเสียงส่วนใหญ่ ที่มาจากการเลือกตั้งหรือการแต่งตั้งก็ตาม ไม่สามารถถดถอยสิทธิดังกล่าว (จิรพันธุ์, 2547 : 1)

จากเหตุผลดังกล่าวเพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักตื่นตัวในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยมุ่งหวังว่า ผลการศึกษาวิจัยจะเป็นการกระตุ้นการตื่นตัวทางการเมืองของชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงและเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการกระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และตรวจสอบการทุจริต ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและเข้าใจทัศนคติชุมชนมากขึ้นก่อนการเลือกตั้งที่จะมาถึง

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปและทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้

## 3. สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้แตกต่างกัน

## 4. ระเบียบวิธีวิจัย

### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ โดยได้ทำการวิจัยเก็บข้อมูล ใน วันที่ 2-3 ตุลาคม พ.ศ. 2562

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง ได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย จำนวน 200 คน ซึ่งแบ่งเป็น ชุมชนหนองจอก 100 คนและชุมชนตลาดหัวตะเข้ 100 คน

### 4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ ชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

## 5. ผลการวิจัย

### ผลการวิจัยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ระดับการศึกษา ได้ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 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
4. ระดับการศึกษา		
-มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	25	12.50
-อนุปริญญา	60	30.00
-ปริญญาตรี	86	43.00
-สูงกว่าปริญญาตรี	29	14.50
รวม		100.00

จากตารางที่ 1 ชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเพศหญิงมีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และระดับการศึกษาส่วนมากเป็นระดับปริญญาตรีมีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43

6.2 วิเคราะห์ระดับทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงระดับทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านไปใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้ง	3.88	0.67	มาก

2. ท่านติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ	3.92	0.76	มาก
3. ท่านเลือกผู้สมัคร โดยใช้ความคิดของตนเองเท่านั้น	3.90	0.87	มาก
4. ท่านชักชวนประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นๆที่รู้จักไปเลือกตั้ง	3.42	0.93	ปานกลาง
5. ท่านเลือกคนที่ไม่ชื่อเสียง	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. ท่านเลือกผู้สมัคร โดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ	4.47	0.49	มาก
10. ท่านมีความรู้ในการไปใช้สิทธิเป็นอย่างดี	3.36	0.14	ปานกลาง
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

จากตารางที่ 2 ภาพรวมทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องการเลือกผู้สมัคร โดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก แสดงว่าชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ มีความเห็นด้วยในเรื่องการเลือกผู้สมัคร โดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ รองลงมาในด้านการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ยถึง 3.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ซึ่งอยู่ใน



ระดับมาก และด้านการเห็นความสำคัญของการเลือกตั้งมีค่าเฉลี่ยถึง 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ซึ่งอยู่ในระดับมากตามลำดับ

5.3 การเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อคำถาม	$\bar{X}$				t	Sig.	แปลผล
	ชุมชนหัวตะเข้	ชุมชนหนองจอก	ชุมชนหัวตะเข้	ชุมชนหนองจอก			
1. ท่านไปใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้ง	3.8	3.9	0.6	0.6	1.3	0.1	ไม่แตกต่าง
2. ท่านติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ	3.8	3.9	0.7	0.7	0.	0.3	ไม่แตกต่าง
3. ท่านเลือกผู้สมัครโดยใช้ความคิดเห็น	3.5	4.2	0.8	0.9	0.3	0.7	ไม่แตกต่าง

ของตนเองเท่านั้น							
4. ท่านชักชวนประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่รู้จักไปเลือกตั้ง	2.9	3.8	0.8	1.0	1.	0.0	แตกต่างกัน
5. ท่านเลือกคนที่ไม่ชื่อเสียง	3.7	3.7	0.9	0.9	0.	0.9	ไม่แตกต่างกัน
6. ท่านเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา	3.9	3.9	0.7	0.8	0.	0.9	ไม่แตกต่างกัน
7. ท่านเคยช่วยบางพรรคหาเสียงหรือประชาสัมพันธ์	2.3	2.4	0.7	0.8	0.	0.8	ไม่แตกต่างกัน
8. ท่านช่วยสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองโปร่งใส	2.7	3.3	0.9	0.6	1.	0.0	แตกต่างกัน
9. ท่านเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึง	4.0	4.9	0.9	0.0	0.	0.5	ไม่แตกต่างกัน

นโยบาย เป็นสำคัญ							
10. ท่านมีความรู้ในการไปใช้สิทธิเป็นอย่างดี	3.2 9	3.4 3	0.2 0	0.0 8	0. 57	0.3 4	ไม่ แตก ต่าง
11. ท่านเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง	3.9 0	3.9 5	0.9 0	0.8 3	0. 48	0.7 0	ไม่ แตก ต่าง
12. ท่านแจ้งหน่วยงานทันทีเมื่อพบการทุจริต	3.1 0	3.1 5	0.8 0	0.8 4	0. 03	0.6 2	ไม่ แตก ต่าง
13. ท่านเชื่อมั่นในระบบการเลือกตั้ง ส.ส	3.7 8	3.9 8	0.6 9	0.8 1	1. 37	0.5 3	ไม่ แตก ต่าง

จากตารางที่ 3 เปรียบเทียบทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

## 6. อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในครั้งนี้พบว่า

1. ทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับดีมาก แสดงว่าชุมชนให้ความสนใจตื่นตัวรักสิทธิของตนเอง และเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ ตระหนักในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นหลัก มีการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา และให้ความสำคัญต่อการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชงยุทธ พงษ์ศรี (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษาใน ปี พ.ศ. 2562 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนชาวจังหวัดปทุมธานี ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อแล้ว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ สื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ตามลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร ด้านนโยบาย ด้านพรรคการเมือง ด้านการรณรงค์หาเสียงและด้านสื่อบุคคล การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี และเกียรติกรรพกิจเพียรศิลป์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร กรณีศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปราจีนบุรีพบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

2. ทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

## 7. สรุปผลการวิจัย

1. ทักษะคิดของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแตกต่างกัน ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส

2. ทักษะคิดของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายชื่อมีค่าสูงสุดในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

## 8. ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในพื้นที่นั้นมีความแตกต่างกัน

2. ควรศึกษาทัศนคติทางการเมืองระหว่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับประชาชนในพื้นที่ต่างจังหวัด

## 9. เอกสารอ้างอิง

[1] เกียรติกร พากเพียรศิลป์, 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร  
กรณีศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร  
จังหวัดปราจีนบุรี. สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต  
(สื่อสารการเมือง) วิทยาลัยสื่อสารการเมือง,  
มหาวิทยาลัยเกริก.

[2] ขงยุทธ พงษ์ศรี, 2562. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้ง  
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดปทุมธานี. สารนิพนธ์  
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารการเมือง) วิทยาลัย  
สื่อสารการเมือง, มหาวิทยาลัยเกริก.

[3] ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2553. เทคนิคการวิจัยทาง  
การศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

[4] สุขุม นวลสกุล, 2541. การเมืองและการปกครองไทย.  
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง.

[5] ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร:  
สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.

[6] อุดลย์ นิลปรอม, 2540. ทักษะคิดของผู้มีอายุระหว่าง 18-20 ปี  
ต่อการเลือกตั้งในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี.  
กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอน สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ  
Web Application Development for Registration Management System of Department  
Information Technology

อนันต์พล ชื่นชม<sup>1</sup> เทพพิทักษ์ อิ่มอาเทศ<sup>2</sup> ชุตติมา เกตุยา<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เพื่อให้นักศึกษา อาจารย์หัวหน้าสาขา และอาจารย์ฝ่ายวิชาการของมหาวิทยาลัย ได้ใช้เป็นระบบลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษา ซึ่งทำให้นักศึกษาสามารถทำการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาผ่านระบบบนเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งทำให้นักศึกษามีความสะดวก รวดเร็วในการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา รวมถึงเป็นการติดตามการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษา อีกทั้งยังสามารถประมวลผลรายงานสถานะการลงทะเบียน สถานะการสอบ และผลสอบได้

**คำสำคัญ:** การลงทะเบียน นักศึกษา

### Abstract

Web Application Development for Registration Management System of Department Information Technology. For students, Teacher and Academic teacher of The University. Used as a system for registration, calibration, and transfer of courses for students Which allows students to register, calibrate, transfer courses through the system on the web application Which makes students more comfortable Quick to register, calibrate, transfer courses Including tracking the registration, calibration, and transfer of student courses It can also process reports. Registration status, exam status and exam results.

**Keywords:** Registration students

### บทนำ

การลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาในปัจจุบันนั้น เมื่อนักศึกษาที่มีความประสงค์จะสอบเทียบโอนรายวิชา ต้องมารับเอกสารลงทะเบียนสอบเทียบโอนที่อาจารย์หัวหน้าสาขา จากนั้นทำการกรอกเอกสารด้วยลายมือ และดำเนินการส่งเอกสารให้อาจารย์หัวหน้าสาขา อาจารย์หัวหน้าสาขาก็จะดำเนินการนำเอกสารลงทะเบียนสอบเทียบโอนส่งให้อาจารย์ฝ่ายวิชาการ เพื่อดำเนินการต่อ อีกทั้งนักศึกษากับอาจารย์หัวหน้าสาขาช่วงเวลาที่ว่างอาจไม่ตรงกัน จึงทำให้เกิดความล่าช้าในการลงทะเบียนสอบเทียบโอนของนักศึกษา และการติดตามการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษา อีกทั้งยังเป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรกระดาษของมหาวิทยาลัย ในส่วนของการจัดเก็บเอกสารการลงทะเบียนสอบเทียบโอนจะเก็บในรูปแบบแฟ้มเอกสาร และในส่วนของข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาจะทำการบันทึกข้อมูลลงใน โปรแกรม Microsoft Excel ทำให้เกิดความล่าช้าในการค้นหาข้อมูลหรือการประมวลผลรายงานต่าง ๆ และเกิดข้อผิดพลาดในการหาเอกสารจากปัญหาที่กล่าวมาในข้อ 1.1 จึงเกิดแนวคิดในการแก้ปัญหาผ่านทางการนำระบบสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ดังต่อไปนี้

1. การลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาแบบเดิมนั้นจะต้องใช้เวลา หรือรอเวลาในการติดต่อกับอาจารย์หัวหน้าสาขา และอาจารย์ฝ่ายวิชาการ จะแก้ปัญหานี้โดยจัดทำเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อใช้ในการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา ซึ่งเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับนักศึกษาในการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา การติดต่อ

กับอาจารย์หัวหน้าสาขาและอาจารย์ฝ่ายวิชาการ อีกทั้งยังเป็นการลดการสิ้นเปลืองทรัพยากรกระดาษของมหาวิทยาลัยด้วย เนื่องจากนักศึกษาต้องพิมพ์ใบลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาด้วยตนเอง

2. ในการจัดเก็บข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาแบบระบบเดิมนั้น จะเป็นการเก็บข้อมูลลงในไฟล์เอกสาร Microsoft Excel ซึ่งทำให้เกิดความล่าช้าในการค้นหาข้อมูล หรือประมวลผลรายงานต่าง ๆ จะแก้ปัญหานี้โดยมีการเก็บข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาลงในระบบฐานข้อมูล และในระบบจะมีการบริหารจัดการข้อมูล ประมวลผลรายงานต่าง ๆ เพื่อความถูกต้องของข้อมูลด้วย

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสะดวกในการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษา
2. เพื่อสะดวกรวดเร็วในการจัดเก็บรวบรวม และค้นหาข้อมูลการสอบเทียบโอนรายวิชา
3. เพื่อสะดวกในการติดตามการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษา
4. เพื่อสะดวกรวดเร็วในการประมวลผลรายงาน (Report) สรุปข้อมูลการลงทะเบียน สอบเทียบโอน สถานะการสอบเทียบโอน และผลสอบเทียบโอนในแต่ละรายวิชาได้

#### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนของนักศึกษา ส่วนของอาจารย์ และส่วนของฝ่ายวิชาการ ดังนี้

##### 1. นักศึกษา

- สามารถเข้าสู่ระบบได้
- สามารถยื่นขออนุญาตลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาได้
- สามารถดูข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา

- สามารถดูข้อมูลสถานะการสอบเทียบโอนรายวิชา และผลสอบเทียบโอนรายวิชาของตนเองผ่านระบบได้

- สามารถประมวลผลรายงาน (Report) ข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอน รายวิชาข้อมูลสถานะการสอบเทียบโอนรายวิชา และผลสอบเทียบโอนรายวิชาของตนเองได้

- สามารถแก้ไขรหัสผ่านของตนเองได้

##### 2. อาจารย์หัวหน้าสาขา

- สามารถเข้าสู่ระบบได้

- สามารถดูข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา สถานะการสอบเทียบโอนรายวิชาและผลสอบเทียบโอนรายวิชา ของนักศึกษาในสาขาผ่านระบบได้

- สามารถประมวลผลรายงาน (Report) ข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาข้อมูลสถานะการสอบเทียบโอนรายวิชา และผลสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษาในสาขาได้

- สามารถแก้ไขรหัสผ่านของตนเองได้

- ค้นหาข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษาในสาขาได้

- สามารถอนุมัติ ไม่อนุมัติ การลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษาในสาขาได้

##### 3. ฝ่ายวิชาการ

- สามารถเข้าสู่ระบบได้

- สามารถดู ค้นหา ข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา สถานะการสอบเทียบโอนรายวิชา ผลสอบเทียบโอนรายวิชา ข้อมูลนักศึกษาได้ ข้อมูลอาจารย์ ข้อมูลรายวิชา ข้อมูลคณะ ข้อมูลสาขาวิชา ข้อมูลรายวิชาเทียบโอนได้

- สามารถประมวลผลรายงาน (Report) ข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา ข้อมูลสถานะ การสอบเทียบโอนรายวิชา ผลสอบเทียบโอนรายวิชาได้

- สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวของตนเองได้

- สามารถแก้ไขรหัสผ่านของตนเองได้

- ระบบสามารถรองรับการจัดการ

- สามารถอนุมัติ ไม่อนุมัติ การลงทะเบียนสอบเทียบ โอนรายวิชาได้

**Use Case Diagram**



ภาพที่ 1 Use case Diagram

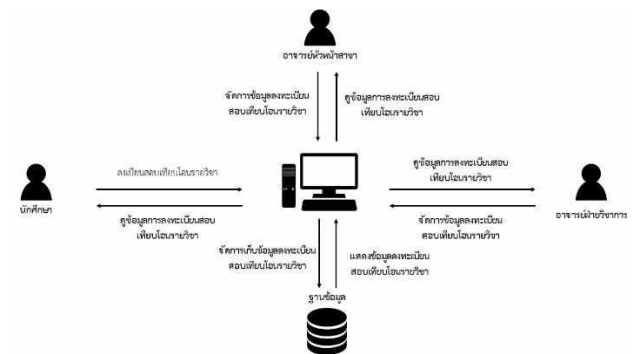
**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

วิจิระ วีระพลิน (2561) ระบบสารสนเทศงานทะเบียนและประมวลผลการศึกษา กล่าวถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศงานทะเบียนและประมวลผลการศึกษาขึ้น เนื่องจากรูปแบบการดำเนินงานของสำนักทะเบียนและวัดผลเดิม จะใช้การกรอกข้อมูลในเอกสารทั้งการรับสมัครเรียน การจัดการข้อมูลประวัตินักศึกษา และการลงทะเบียนเรียน ซึ่งในรูปแบบเดิมพบปัญหา 2 ส่วนคือ 1 อาจารย์ผู้สอนได้ประสบปัญหาการไม่เชื่อมโยงกันของข้อมูลประวัตินักศึกษาที่กรอกจากเอกสาร กับการนำข้อมูลไปใช้ต่อในระบบ

ประมวลผลการเรียน 2 เจ้าหน้าที่เกิดความไม่สะดวกในการสรุปรายงานเพื่อนำเสนอแก่ผู้บริหารมหาวิทยาลัย และสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา จึงพัฒนาระบบสารสนเทศงานทะเบียนและประมวลผลการศึกษา ซึ่งสามารถสนับสนุนการจัดการข้อมูลสารสนเทศทั้งในด้านการรับสมัครเรียน การจัดการข้อมูลประวัตินักศึกษา การลงทะเบียนเรียน การเทียบโอนหน่วยกิต การประมวลผลและการประกาศผลเรียน จะช่วยทำให้การดำเนินงานของสำนักทะเบียนและวัดผล เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น และมีความทันสมัยในยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศไร้พรมแดน

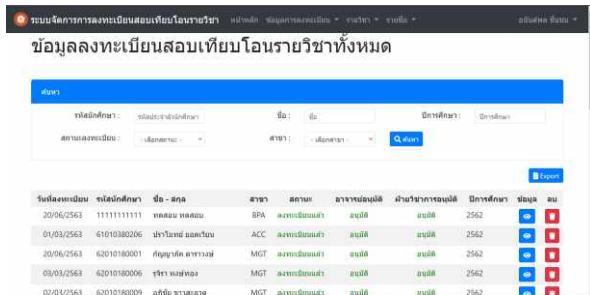
นายสวัสดิ์ วิชระ โภชน์ (2555) นำเสนอ สภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวทางการพัฒนาระบบการลงทะเบียนเรียน ทุกระบบการศึกษา จะต้องลงทะเบียนเรียนด้วยตนเองผ่านระบบเครือข่าย Internet ในทุกภาคการศึกษา จนกว่าจะสำเร็จการศึกษา และด้วยจำนวนนิสิตที่มีจำนวนมากขึ้นทุกปีการศึกษา จึงเป็นหน้าที่อันสำคัญ ที่มหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางด้านวิชาการที่จะต้องกำกับ ดูแล และพัฒนางานวิชาการให้สามารถบริการนิสิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาระบบการลงทะเบียนเรียนสำหรับนิสิตหรือผู้ใช้บริการ ให้สามารถรองรับการเข้าสู่ระบบและ การลงทะเบียนเรียนได้อย่างต่อเนื่องและไม่เกิดปัญหา

**ภาพรวมของระบบ**



ภาพที่ 2 ภาพรวมของระบบ

## หน้าจอ ระบบ

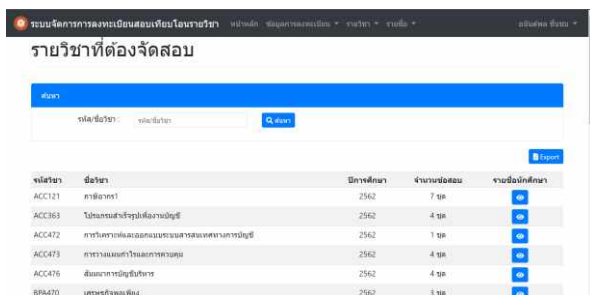


ระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาทั้งหมด

ข้อมูลลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาทั้งหมด

รหัสนักศึกษา	ชื่อ - สกุล	สาขา	สถาน	อายุข้อมู	จำนวนข้อมู	ปีการศึกษา	สอบ	
20/06/2563	1111111111	ทศสม ทศสม	BPA	ลงทะเบียนแล้ว	อนุมัติ	อนุมัติ	2562	🔍
01/03/2563	61019380206	นารีนาถ สอนาน	ACC	ลงทะเบียนแล้ว	อนุมัติ	อนุมัติ	2562	🔍
20/06/2563	62010180001	ศุภฤดี สาทาวง	MGT	ลงทะเบียนแล้ว	อนุมัติ	อนุมัติ	2562	🔍
05/03/2563	62010180006	สุรชา พงษ์ทอง	MGT	ลงทะเบียนแล้ว	อนุมัติ	อนุมัติ	2562	🔍
02/03/2563	62010180009	อภิสิทธิ์ ธรรมธาดา	MGT	ลงทะเบียนแล้ว	อนุมัติ	อนุมัติ	2562	🔍

ภาพที่ 3 หน้าจอข้อมูลสถานะการลงทะเบียน



ระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา

รายวิชาที่ต้องจัดสอบ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	ปีการศึกษา	จำนวนข้อสอบ	รายชื่อผู้ศึกษา
ACC121	ภาษาอังกฤษ 1	2562	7 ข้อ	🔍
ACC363	โทษและเสรีภาพในการปฏิบัติ	2562	4 ข้อ	🔍
ACC472	การบริหารและองค์ประกอบของสหภาพแรงงาน	2562	1 ข้อ	🔍
ACC473	การบริหารและองค์ประกอบของสหภาพแรงงาน	2562	4 ข้อ	🔍
ACC476	สัมมนาการปฏิบัติงาน	2562	4 ข้อ	🔍
BP4470	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	2562	3 ข้อ	🔍

ภาพที่ 4 หน้าจอรายวิชาที่จัดสอบ

## สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้ในการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาของนักศึกษา และสะดวกรวดเร็วในการจัดเก็บรวบรวม และค้นหาข้อมูลการสอบเทียบโอนรายวิชา มีสะดวกรวดเร็วในการประมวลผลรายงาน (Report) สรุปข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอน สถานะการสอบเทียบโอน และผลสอบเทียบโอนในแต่ละรายวิชา

ในขั้นตอนการใช้งานผู้ใช้บางส่วนไม่เข้าใจวิธีการใช้งานของระบบ เนื่องจากเป็นระบบใหม่เพิ่งนำมาใช้ หรือยังชินกับการใช้แบบฟอร์มในรูปแบบกระดาษเอกสารอยู่ ในส่วนของผู้ใช้ที่เป็นฝ่ายวิชาการและอาจารย์ ไม่มั่นใจเป็ระบบอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการพิจารณาอนุมัติการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา

แนวทางการแก้ไข

จัดให้มีการอบรม การใช้งานระบบ ขั้นตอนในการทำงานแบบละเอียด ไว้ในแต่ละหน้าจอ แก่นักศึกษา และอาจารย์หัวหน้าสาขา เพิ่มคลิปวิดีโอ แสดงขั้นตอนในการทำงานแบบละเอียด ไว้ในแต่ละหน้าจอเมนู เพื่อให้ผู้ใช้งานภายในเมนูนั้น ๆ สามารถเปิดดูขั้นตอนการจัดการข้อมูลได้ และเข้าใจการทำงานของระบบ

## อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคลอจจนการวางแผน ออกแบบและพัฒนาระบบจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำมาใช้ในการ ลงทะเบียนสอบเทียบ โอนรายวิชาของนักศึกษา และจัดการการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชา และใช้ในการจัดเก็บข้อมูลการลงทะเบียนสอบเทียบโอนรายวิชาลงระบบฐานข้อมูล และในระบบจะมีการบริหารจัดการข้อมูลประมวลผลรายงานต่าง ๆ เพื่อความถูกต้องของข้อมูลด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ วิชระ วีระพลิน ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับระบบสารสนเทศงานทะเบียนและประมวลผลการศึกษาไว้ และนายสวัสดิ์ วิชระโกชน (2555) นำเสนอ สภาพปัจจุบัน ปัญหา และแนวทางการพัฒนาระบบการลงทะเบียน โดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ให้สามารถใช้งานได้ต่อเนื่องไม่เกิดปัญหา เมื่อมีผู้ใช้จำนวนมาก

## เอกสารอ้างอิง

- [1] นายสวัสดิ์ วิชระโกชน (2555) . สภาพปัจจุบัน ปัญหา และแนวทางการพัฒนาระบบการลงทะเบียนเรียน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- [2] วิชระ วีระพลิน , พฤษชาติ ชาดิรังสรรค์ , สุรางค์ คงหมื่นรักษ์, เกศรินทร์ ทองหล้า (2561) . การพัฒนาระบบสารสนเทศงานทะเบียนและประมวลผลการศึกษา มหาวิทยาลัยพิษณุโลก . การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 1 Design and Management

การออกแบบและจัดการฐานข้อมูล

[4] อาจารย์ เขาวริน สกุลวรากลาง (2561) . ITEC0784

Object Oriented Design and Construction

การสร้างและออกแบบเชิงวัตถุ

[5] โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2560) . การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม) . กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น

[6] บัญชา ปะสีตะเตสัง (2562) . สร้างเว็บไซต์แบบ

Responsive ด้วย Bootstrap ร่วมกับ CSS และ JavaScript .

กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น

[7] โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2558) . ระบบฐานข้อมูล (Database Systems) ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม . กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น



# การพัฒนาระบบอัตโนมัติเพื่อการกระจายสินค้า

## Development of distribution automation system

พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร<sup>1</sup> นิตินัย โมทนา<sup>2</sup>

คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยใช้ระบบ AS/RS ในส่วนของการคัดแยกสินค้า 2) เพื่อศึกษาขั้นตอนการคัดแยกสินค้าก่อนนำเข้าระบบ (Automated Storage and Retrieval System, AS/RS) ผู้ทำวิจัยได้ได้ศึกษาพบว่า การคัดแยกสินค้า การกระจายสินค้าไปยังโซนต่าง ๆ มีความซับซ้อน มีความผิดพลาด และขาดความแม่นยำ อีกทั้งยังใช้บุคลากรเกินความจำเป็นในการคัดแยกสินค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าวในกระบวนการทำงานจึงจะพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการทำงานของศูนย์กระจายสินค้า ลดขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ โดยจำลองระบบโปรแกรมในการช่วยคัดแยกสินค้า

ผลงานวิจัยพบว่า การจำลองระบบการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้ามาช่วยในการกระจายสินค้า พบว่าการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้าสินค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73, S.D. = .453$ ) และเมื่อพิจารณาแต่ละรายการก็พบว่าเกณฑ์สำหรับรายการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ระบบมีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ซับซ้อน เป็นหมวดหมู่ รองลงมาคือ การเข้าใช้ระบบฯ มีความง่าย ไม่ซับซ้อนต่อการเข้าใช้ ( $\bar{x} = 3.93, S.D. = .365$ ) ส่วนรายการที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ระบบมีการประมวลผลที่ถูกต้องและรวดเร็ว ( $\bar{x} = 3.23, S.D. = .430$ )

**คำสำคัญ:** การกระจายสินค้า, ระบบอัตโนมัติ

### บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการขนส่งสินค้ามีความสำคัญการประกอบกิจการต่าง ๆ หน้าที่หลักของการขนส่งสินค้าคือกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ต่าง ๆ การทำงานของกระจายสินค้ามี

### Abstract

This research aims 1) to increase the efficiency of operation using AS/RS in the sorting section 2) to study the process of sorting products before importing the automated storage and retrieval system (AS/RS). Therefore, the researchers foresee the problem in the process to develop and improve the way the distribution center works. Reduce the process by simulating a program to help sort products.

The results of the research showed that the simulation of an automated system can help improve product distribution to help distribute products. It was found that the introduction of automation to improve the product distribution showed a high level of overall satisfaction ( $= 3.73, SD = .453$ ), and when considering each item, it was found that the criteria for the item were the most satisfactory. The system is easy to use, not complicated, is a category, followed by the access to the system is easy, uncomplicated to access ( $= 3.93, SD = .365$ ). The list with the lowest satisfaction is The system has accurate and fast processing ( $= 3.23, SD = .430$ ).

**Keywords:** Distribution, Automatics System

ความซับซ้อน หลากหลายขั้นตอน โดยใช้เวลาในการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนเป็นนาน จึงเกิดความล่าช้าในการทำงาน มีข้อผิดพลาด และขาดความแม่นยำในการส่งสินค้า คัดแยกสินค้า และส่งออกสินค้า อีกทั้งยังใช้บุคลากรเกิน

กว่าความจำเป็น จึงส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการบริหารการทำงานที่สุด

การศึกษาหาข้อมูลที่จะทำการลดการทำงานที่ซับซ้อนให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดหรือ เป็นศูนย์ โดยใช้ระบบ AS/RS เข้ามาทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความรวดเร็ว และมีความแม่นยำในการรับสินค้า คัดแยกสินค้า ส่งออกสินค้า ใช้นวัตกรรมลดลงแต่ประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ การบริหารจัดการ

จากการศึกษาปัญหาข้างต้นเพื่อที่จะพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของศูนย์กระจายสินค้า ลดขั้นตอนในการทำงานต่าง ๆ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการ รวมถึงการบริหารการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของศูนย์กระจายสินค้าและรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจ จึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงหาแนวทางในการ รับสินค้า คัดแยกสินค้า ส่งสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการคัดแยกสินค้าก่อนนำเข้าระบบ (Automated Storage and Retrieval System, AS/RS)
2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยใช้ระบบ AS/RS ในส่วนของการคัดแยกสินค้า

#### ประโยชน์ของการวิจัย

1. สามารถบริหารทรัพยากรบุคคลในการทำงาน
2. สามารถคัดแยกสินค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ
3. เพิ่มประสิทธิภาพในการคัดแยกสินค้า
4. ลดเวลาการทำงานและลดงานที่ซับซ้อน

#### ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

1.1 เพื่อศึกษาระบบการทำงานในส่วนของการคัดแยกสินค้า (Automated Storage and Retrieval System, AS/RS)

1.2 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของระบบการทำงานเดิมและระบบASRS

1.3 ขอบเขตของการทำงานระบบ AS/RS มี 2 ส่วน ดังนี้

1.3.1 ผู้ดูแลระบบ

- สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข เพิ่มข้อมูลพนักงานได้

- สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลสินค้าได้

- สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลระบบ

ตำแหน่งทิศทางของสินค้าและจัดเก็บได้

- สามารถดูข้อมูลรายละเอียดสินค้าได้

1.3.2 ผู้ใช้ระบบ

- สามารถดูออกรายการสินค้าผ่านระบบ AS/RS

- สามารถเพิ่มข้อมูลสินค้าได้ , ปรับพื้นที่ค้นหาข้อมูลสินค้าได้

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

บริษัทขนส่งในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ข้อมูลการคัดแยกสินค้าในช่วงเวลา เมษายน – กรกฎาคม 2563

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัญหาและกำหนดขอบเขตการคัดแยกสินค้า โดยเมื่อทราบถึงระบบงานเดิม ผู้วิจัยได้วางแผนการพัฒนา และออกแบบ โปรแกรมจำลอง ดังนี้

1. โครงสร้างของระบบลักษณะการทำงานที่เปลี่ยนแปลงคือในส่วนของการคัดแยกสินค้าจากการใช้พนักงาน และจากการจัดบันทึกข้อมูลจากพนักงาน มาเป็นการสแกนการคัดแยกสินค้า

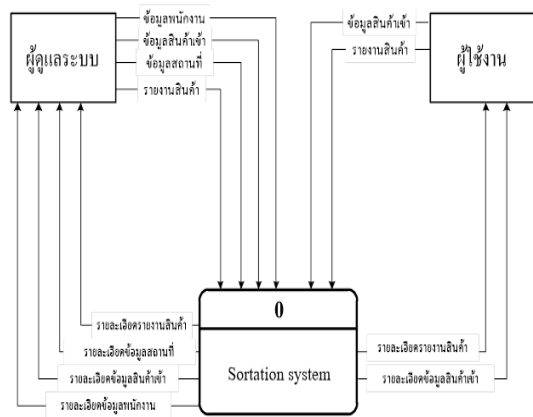
2. ในส่วนของสิทธิการเข้าถึงข้อมูลของผู้สร้างระบบสามารถเข้าถึงข้อมูลทุกอย่างได้

3. ในส่วนของผู้ใช้ระบบสามารถเพิ่ม แก้ไข ข้อมูลได้

กระบวนการดำเนินการคัดแยกสินค้าจากระบบงานปัจจุบันพบขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ดังนี้

- 1) โหลดสินค้าลงจากรถ
- 2) สแกนสินค้า
- 3) สแกนสินค้าแยกเส้นทาง
- 4) สแกนสินค้าเตรียมโหลดขึ้นรถ
- 5) โหลดสินค้าขึ้นรถ

**การออกแบบองค์ประกอบของระบบจำลอง**



**ภาพที่ 1** Context Diagram แผนภาพแสดงขั้นตอนของระบบจัดการคัดแยกสินค้า

คำอธิบาย แผนภาพแสดงขั้นตอนของระบบจัดการคัดแยกสินค้า

1. ผู้ดูแลระบบ ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบ จึงจะสามารถเข้าใช้งาน ดูรายละเอียดข้อมูลสินค้าเข้า ข้อมูลสถานที่ปลายทาง และดูรายงานงานสินค้า

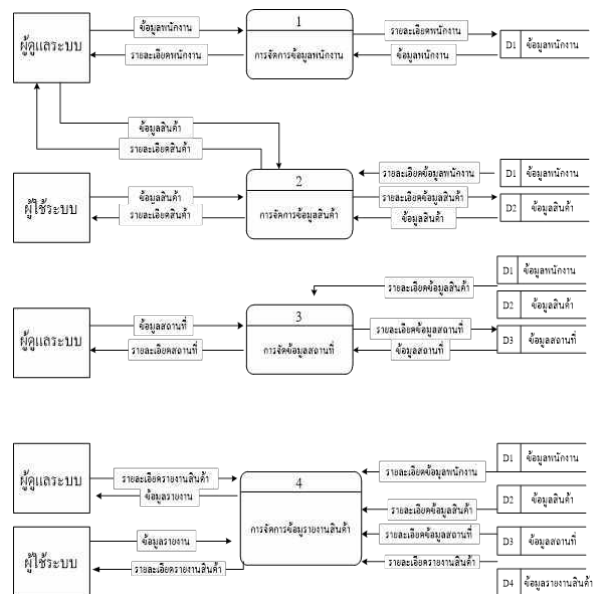
1.1 ผู้ดูแลระบบเข้าสู่ระบบเพื่อจัดการข้อมูลพนักงาน และได้รับรายละเอียดข้อมูลพนักงานจากระบบ

1.2 ผู้ดูแลระบบเข้าสู่ระบบเพื่อจัดการข้อมูลสินค้า และได้รับรายละเอียดข้อมูลสินค้าจากระบบ

1.3 ผู้ดูแลระบบเข้าสู่ระบบเพื่อจัดการข้อมูลสถานที่ปลายทาง และได้รับรายละเอียดข้อมูลสถานที่ปลายทางจากระบบ

**แผนภาพแสดงขั้นตอนกระบวนการทำงานหลักของระบบ**

ระบบ



**ภาพที่ 2** Data Flow Diagram Level 0 แผนภาพแสดงขั้นตอนกระบวนการทำงานหลักของระบบ

แสดงในตารางถึงกระบวนการทำงานหลักของระบบ โดยจะมีกระบวนการทำงานหลัก ๆ ทั้งสิ้น 4 กระบวนการด้วยกัน ได้แก่

กระบวนการที่ 1 การจัดการข้อมูลพนักงาน  
- ผู้ดูแลระบบสามารถ เพิ่ม แก้ไข ลบ เรียกดูข้อมูลพนักงาน

กระบวนการที่ 2 การจัดการข้อมูลสินค้า  
- ผู้ดูแลระบบสามารถ เพิ่ม แก้ไข ลบ ปริ้นท์สินค้า และเรียกดูข้อมูลสินค้า

- ผู้ใช้งานสามารถ เพิ่ม แก้ไข ปริ้นท์สินค้า และเรียกดูข้อมูลสินค้า

กระบวนการที่ 3 การจัดการข้อมูลสถานที่ปลายทาง

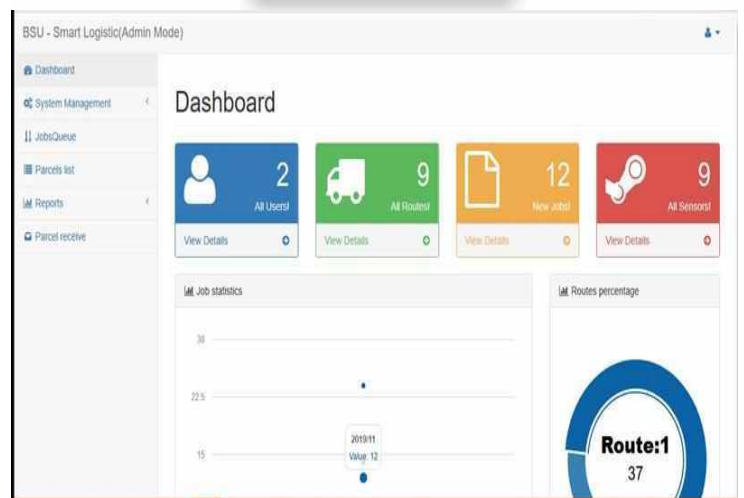
- ผู้ดูแลระบบสามารถ เพิ่ม ค้นหา แก้ไข ปลายทางที่ปลายทาง
- กระบวนการที่ 4 การจัดการข้อมูลรายงานสินค้า
- ผู้ดูแลระบบสามารถ ดึงรายงานแบบ กำหนดเดือน กำหนดวัน และรายงานสินค้าได้
- ผู้ใช้งานสามารถ ดึงรายงานสินค้าได้

**พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary)**

**ตารางที่ 1 พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary)**

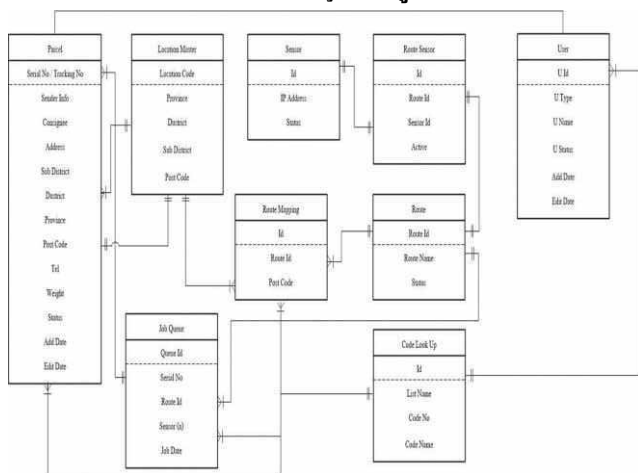
ตาราง (Sequence No.)	ชื่อตาราง (Name table)	รายละเอียด (Description)
1	Parcel	ข้อมูลพัสดุไปรษณีย์
2	Location Master	ที่ตั้ง
3	Job Queue	คิวงาน
4	Sensor	เซนเซอร์
5	Route Mapping	การทำแผนที่เส้นทาง
6	Route Sensor	เซนเซอร์เส้นทาง
7	Route	เส้นทาง
8	Code Look Up	รหัสโค้ด
9	User	ผู้ใช้งาน

**การพัฒนาระบบงาน**



**ภาพที่ 4 แสดงผลหน้าลือคอน และหน้าจอหลักของโปรแกรม**

**E-R Diagram ความสัมพันธ์ในฐานข้อมูล**



**ภาพที่ 3. E-R Diagram ความสัมพันธ์ในฐานข้อมูล**

สรุปผลการดำเนินงานวิจัยเรื่อง การนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้า ทดลองการใช้งานระบบโปรแกรมการกระจายสินค้าของบุคคลกรบริษัทการขนส่งในกรุงเทพมหานคร โดยการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้า เพื่อทำการวิเคราะห์การใช้งานของโปรแกรม เพื่อวิเคราะห์ข้อบกพร่องของระบบ

โดยการสรุปผลการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ ในการจัดงานวิจัยในครั้งนี้ ของบุคคลกรที่เกี่ยวข้องภายในบริษัทการขนส่ง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตารางที่ 2. ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (n=30)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	8	26.7
หญิง	22	73.3
รวม	30	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 30 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 เป็นเพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตารางที่ 3. ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของบุคคลกร	ระดับความพึงพอใจ		เกณฑ์ประเมิน
	N = 30		
	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	S.D.	
1.การเข้าใช้ระบบฯ มีความง่าย ไม่ซับซ้อนต่อการเข้าใช้	4.27	.640	มากที่สุด
2.ระบบมีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ซับซ้อน เป็นหมวดหมู่	4.53	.507	มากที่สุด
3. ระบบมีการประมวลผลที่ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.37	.615	มากที่สุด
4. รายงานต่าง ๆ มีความถูกต้อง สมบูรณ์และมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน	4.50	.572	มากที่สุด
5.ระบบมีประสิทธิภาพ ทันสมัย และเชื่อถือได้	4.30	.535	มากที่สุด
รวม	4.394	0.573	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจการประเมินความพึงพอใจ เรื่อง การนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้าสินค้า

พบว่าการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้ามาช่วยในการกระจายสินค้า พบว่าการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73, S.D. = .453$ ) และเมื่อพิจารณาแต่ละรายการก็พบว่าเกณฑ์สำหรับรายการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ระบบมีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ซับซ้อน เป็นหมวดหมู่ รองลงมาคือ การเข้าใช้ระบบฯ มีความง่าย ไม่ซับซ้อนต่อการเข้าใช้ ( $\bar{x} = 3.93, S.D. = .365$ ) ส่วนรายการที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ระบบมีการประมวลผลที่ถูกต้องและรวดเร็ว ( $\bar{x} = 3.23, S.D. = .430$ )

## สรุปผลการทำงาน

จากการดำเนินงานวิจัยเรื่องการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้า ซึ่งได้สร้างระบบ AS/RS เข้ามาทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความรวดเร็ว และมีความแม่นยำในการรับสินค้า คัดแยกสินค้า ส่งออกสินค้า ใช้นุ้กลการลดลงแต่ประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ การบริหารจัดการซึ่งการจัดทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยใช้ระบบ AS/RS ในส่วนของการคัดแยกสินค้า
2. เพื่อศึกษาขั้นตอนการคัดแยกสินค้าก่อนนำเข้าระบบ (Automated Storage and Retrieval System, AS/RS)

## อภิปรายผล

จากผลที่ได้ศึกษาเรื่องการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้า ผู้จัดทำมีประเด็นในการอภิปราย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้า มีความเหมาะสมกับการใช้

งาน และเมื่อพิจารณาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบความพึงพอใจในการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกข้อ มีประเด็นที่น่าสนใจนำเสนอ ดังนี้

พบว่า การนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้ามาช่วยในการกระจายสินค้า พบว่าการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยปรับปรุงการกระจายสินค้าสินค้ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73, S.D. = .453$ ) และเมื่อพิจารณาแต่ละรายการก็พบว่าเกณฑ์สำหรับรายการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ระบบมีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ซับซ้อน เป็นหมวดหมู่ รองลงมาคือ การเข้าใช้ระบบฯ มีความง่าย ไม่ซับซ้อนต่อการเข้าใช้ ( $\bar{x} = 3.93, S.D. = .365$ ) ส่วนรายการที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ระบบมีการประมวลผลที่ถูกต้องและรวดเร็ว ( $\bar{x} = 3.23, S.D. = .430$ )

#### ข้อเสนอแนะในการนำระบบไปใช้

1. ควรมีการอัปเดตข้อมูลสถานที่ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้สะดวกต่อการคัดแยกสินค้าและการตรวจสอบข้อมูลภายหลัง
2. ควรลดขั้นตอนการใช้ระบบโปรแกรมลดน้อยลง
3. ควรปรับปรุงระบบโปรแกรมและระบบฐานข้อมูลให้เกิดความเสถียรภาพมากขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] กิตติ ภัคดีวัฒน์กุล, (2546) ระบบฐานข้อมูล, ความหมายฐานระบบข้อมูล, ประโยชน์ของระบบจัดการฐานข้อมูล
- [2] จุไรวรรณ ขุนปริง พรทิพย์ ใจกล้า และรุ่งนภา เชื้อทอง (2552). ระบบบริหารงานร้านขายเฟอร์นิเจอร์ พัฒนาระบบบริหารงานร้านขายเฟอร์นิเจอร์ โดยใช้ เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยพัฒนาด้วยระบบจัดการฐานข้อมูล Microsoft Office Access 2003 และ ใช้ Microsoft Visual Studio 2005. ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยสยาม.

- [3] ปริชญ์วัฒน์ บุญสิงห์ (2559). การออกแบบและสร้างต้นแบบระบบจัดเก็บและค้นคืนอัตโนมัติ โดยสนับสนุนหลักการของระบบและสามารถทำงานกับข้อจำกัดของระบบการเคลื่อนที่อัตโนมัติที่มีการปรับเทียบจุดอ้างอิงเสมอ. สาขาวิชาวิศวกรรมการผลิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- [4] ภาณุภัทร เกตุเอี่ยม เขียวมาลย์ ธรรมรักษ์และสุเมธ แสนทวีสุข (2550). ได้ทำโครงการเรื่องระบบร้านซ่อม-ขายคอมพิวเตอร์ เพื่อพัฒนาระบบร้านซ่อม-ขายคอมพิวเตอร์โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยพัฒนาด้วยระบบจัดการฐานข้อมูล Microsoft Access 2003 และใช้ Microsoft Visual Studio 2005. ภาควิชาคอมพิวเตอร์ ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- [5] วันชนก สุวรรณรัตน์ (2551) แบบจำลองสถานการณ์ด้วยโปรแกรมตารางคำนวณสำหรับการวางแผนความต้องการการกระจายสินค้าโดยใช้การเขียนมาโครในโปรแกรม Spreadsheet เข้ามาช่วยลดเวลาในการทำงานซ้ำ ๆ กันในทุก ๆ สัปดาห์ของระบบดีอาร์พี การศึกษาได้จำลองสถานการณ์การบริหารสินค้าคงคลังของบริษัทกรณีศึกษาด้วยระบบดีอาร์พี เปรียบเทียบกับการดำเนินงานในปัจจุบัน สาขาวิชาการจัดการ ด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [6] วิทยา สุหฤตคำรัง และต่อศักดิ์ กิจชัยนุกูล. (2543, ธันวาคม) การกระจายสินค้า: เส้นทาง การนำคุณค่าสู่ลูกค้า

## โครงสร้างทางการเงินของบริษัทกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

### The Company's financial structure and audit fees

วฤตดา พิพัฒนกุล<sup>1</sup> คารารัตน์ สุริวงค์<sup>2</sup> ประทุม วงษ์วีระกุล<sup>3</sup> จันรรจ์ หลงกระจำง<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

#### บทคัดย่อ

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถูกแบ่งประเภทตามโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม ดังนั้นในแต่ละบริษัทที่มีกลุ่มอุตสาหกรรมต่างกัน ก็ย่อมมีรายการทางบัญชีที่แตกต่างกันออกไปด้วย ปัจจัยนี้เป็นองค์ประกอบที่จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้า สินทรัพย์ที่มีตัวตนบริษัทลูกค้า รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้บริหารในบริษัทลูกค้า รวมถึงกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตามมาตรฐานการบัญชีที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละบริษัท อาจส่งผลต่อการทำการตรวจสอบ ความซ้ำซ้อนของงาน ความผิดพลาดในการตรวจสอบ คุณภาพในการตรวจสอบบัญชีที่ต่างกัน งานวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยโครงสร้างทางการเงินของบริษัทที่มีอิทธิพลกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากรายงานประจำปี รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า เมื่อไม่มีตัวแปรควบคุม ไม่มีรายการใดที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี เมื่อมีตัวแปรควบคุม ประเภทของสำนักงานสอบบัญชีที่บริษัทลูกค้าใช้บริการ พบว่ามีรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้บริหารมีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

**คำสำคัญ:** ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

#### ABSTRACT

Companies listed on the Stock Exchange of Thailand Are categorized according to the industry group structure Therefore, in each company with different industry groups, there will be different accounting transactions as well. This is the element that will demonstrate the profitability of the client company, Tangible assets Client company, Accrual items subject to management judgment in the client company, including comprehensive income in accordance with the changing accounting standards. Which may have different characteristics for each company. May affect the inspection Work redundancy Check error Different audit qualities. The objective of this research was to study the financial structural factors of companies that influence audit fees of listed companies (SET). In this research using content analysis from the annual report, as well as analyzing the relationship between variables using multiple regression analysis. The study found that When there is no control variable no influence on the assignment of the auditing fees. When there is a control variable, It found that there were Accrual items subject to management judgment in the client company is positively influenced on the assignment of the auditing fees.

#### บทนำ

วิชาชีพหนึ่งที่สามารถมีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน คือ การสอบบัญชี เนื่องจากผู้สอบบัญชีเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านงบการเงิน ต้องแสดงความคิดเห็นต่อรายงานทางการเงินที่ผู้ทำบัญชีได้จัดทำขึ้นนั้นมีความ

ถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่ อีกทั้งผู้สอบบัญชียังเป็นผู้ที่ได้รับการไว้วางใจในการตรวจสอบ เพราะมีความเป็นอิสระส่งผลให้รายงานทางการเงินที่ผู้สอบบัญชีได้รับรองแล้วนั้นมีความน่าเชื่อถือ

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถูกแบ่งประเภทตามโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม ดังนั้นในแต่ละบริษัทที่มีกลุ่มอุตสาหกรรมต่างกัน ไปก็ย่อมมีรายการทางบัญชีที่แตกต่างกันออกไปด้วย ปัจจัยนี้เป็นองค์ประกอบที่จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรของบริษัททุกค่า สินทรัพย์ที่มีตัวตนบริษัทถูกค่า รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้บริหารในบริษัทถูกค่า รวมถึงกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จตามมาตรฐานการบัญชีที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละบริษัท อาจส่งผลต่อการทำการตรวจสอบ ความซ้ำซ้อนของงาน ความผิดพลาดในการตรวจสอบ คุณภาพในการตรวจสอบบัญชีที่ต่างกัน

#### วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านโครงสร้างทางการเงินของบริษัททุกค่า ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่ได้จากการศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัท สำนักงานสอบบัญชี รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ได้นำมุมมองที่ศึกษาเกี่ยวกับ โครงสร้างทางการเงินของบริษัทถูกค่า และเป็นแนวทางในการพิจารณาถึงความสอดคล้องกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและตรวจสอบได้

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

##### ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

กำไรของบริษัทนั้นถูกมองว่าเป็นตัวบ่งชี้การปฏิบัติงานและการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีและการทำกำไรอาจจะเป็นบวกหรือลบก็ได้ ทั้งรายได้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นรวมถึงการตรวจสอบในรายละเอียดเพิ่มเติม นำมาซึ่งค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่สูงขึ้น (Naser and Nuseibeh, 2008) การทำกำไรเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท การใช้งานสินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้มีผลตอบแทนสูง ดังนั้นบริษัทที่ทำกำไรได้มาก ย่อมส่งผลต่อการจ่ายค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น เนื่องจากกำไรที่สูงขึ้นอาจต้องใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องอย่างเข้มงวด (Joshi and Al-Bastaki, 2000) รวมถึงงานวิจัยของ Gul, Chen and Tsui (2003) เขาศึกษาผลกำไร โดยวัดจากอัตราส่วนผลตอบแทนของสินทรัพย์ ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี แต่กลับมีการค้นพบว่าความสามารถในการทำกำไรไม่มีนัยสำคัญต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (e.g., Francis & Simon, 1987 ; Chan, Ezzamel, & Gwilliam, 1993 ) และผลงานของ Mitra, Hossain, and Deis (2007) ที่พบว่าผลกำไรไม่มีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ตัวเลขของอัตราส่วนการทำกำไร คืออัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ถูกนำมาเป็นตัวบ่งชี้ของความสามารถในการทำกำไรในการศึกษานี้

จึงสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) : ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทถูกค่า โดยใช้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ส่งผลกระทบบนทางบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

สมมติฐานที่ 2 (H2) : ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทถูกค่า โดยใช้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ส่งผลกระทบบนทางบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี



### สินทรัพย์ถาวรที่มีตัวตน

อัตราส่วนของสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับสินทรัพย์อื่น ๆ อาจแตกต่างกันตามลักษณะของบริษัท เช่น ในอุตสาหกรรมการผลิต อาจมีอัตราส่วนของสินทรัพย์ถาวรมากกว่าบริษัทที่ซื้อสินค้ามาเพื่อขายไปเป็นต้น ในบริษัทที่มีอัตราส่วนของสินทรัพย์ถาวรสูง อาจส่งผลให้มีการทุจริตในรายการสินทรัพย์ถาวร และเพื่อป้องกันการทุจริตเกี่ยวกับสินทรัพย์ถาวร เพื่อแก้ไขรายการบัญชีที่ผิดอันเกิดจากการไม่บันทึกรายการ โอนหรือจำหน่ายสินทรัพย์ จึงควรมีการตรวจนับสินทรัพย์ถาวรที่มีอยู่จริงตรงกับที่บันทึกไว้ในบัญชีหรือไม่ การตรวจนับสินทรัพย์ถาวรอาจตรวจนับของจริงก่อนแล้วจึงทำรายการบัญชีสินทรัพย์ทั้งหมดที่ตรวจนับได้ หรือทำรายการบัญชีสินทรัพย์ถาวรที่มีอยู่ทั้งหมดก่อนแล้วจึงตรวจนับของจริง เมื่อได้มีการใช้งานสินทรัพย์มาแล้วระยะหนึ่งก็จะเข้าสู่การควบคุมในระยะที่สาม คือ การเลิกใช้ การจำหน่ายสินทรัพย์ จากเหตุผลข้างต้นจึงนำไปสู่ความคิดที่ว่าบริษัทที่มีสินทรัพย์ถาวรจำนวนแตกต่างกัน ผู้สอบบัญชีต้องทำหน้าที่ในการตรวจสอบรายการในบริษัทที่มีสินทรัพย์ถาวรมากกว่าบริษัทที่มีสินทรัพย์ถาวรจำนวนน้อย ซึ่งน่าจะส่งผลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งมีงานวิจัยของ Mitra, Hossain, and Deis (2007) ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของความเป็นเจ้าของกิจการกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก กล่าวถึงอัตราส่วนสินทรัพย์คงเหลือต่อสินทรัพย์รวม ว่ามีความสัมพันธ์กับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงงานของ Gul, Chen and Tsui (2003) เขาได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างตามดุลยพินิจของผู้บริหาร และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นข้อมูลที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ออสเตรเลีย ซึ่งได้พบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนสินทรัพย์คงเหลือต่อสินทรัพย์รวม กับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีว่ามีความสัมพันธ์กัน

จึงสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 3 (H3) : สินทรัพย์ถาวรที่มีตัวตนของบริษัทลูกค้า ส่งผลกระทบในทางบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

### อัตราส่วนวัดคุณภาพกำไร และรายการคงค้าง

แนวคิดคุณภาพกำไร เป็นเครื่องมือวัดการดำเนินงานของบริษัทอย่างหนึ่ง มีผลงานวิจัยระบุคุณภาพกำไรเป็นรายการคงค้างที่ควบคุมได้ ซึ่งงานวิจัยนี้เชื่อว่าคุณภาพกำไรเป็นปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการคงค้าง (Cormier, Magnan, and Morard, 2000) และในผลการวิจัยอื่นๆ พบว่า ระดับของรายการคงค้างรวมทั้งสูงขึ้น มีความสัมพันธ์กับการตกแต่งกำไรของบริษัท หากต้องการวัดการตกแต่งกำไรของบริษัทสามารถวัดได้จากรายการคงค้างที่ได้รับผลกระทบจากดุลยพินิจของผู้บริหาร ซึ่งเกิดจากรายการคงค้างรวม หักด้วย รายการคงค้างที่ไม่ได้รับผลกระทบจากดุลยพินิจของผู้บริหาร (Choi, Kim, Kim, and Zang, 2010) รวมถึงงานวิจัยของ Gul, Chen and Tsui (2003) เขาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งผลการศึกษพบว่า รายการคงค้างมีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในทางบวก

งานวิจัยต่างๆ ในอดีตนิยมใช้ตัวแบบในการประมาณรายการคงค้าง ซึ่งตัวแบบที่นิยมมากที่สุดคือ The Jones Model (Jones, 1991) ศึกษาถึงตัวแบบเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อรายการคงค้าง และต่อมาได้มีการพัฒนาตัวแบบเป็น The Modified Jones Model พัฒนาโดย Dechow, Sloan, and Sweeney (1995)

จึงสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 4 (H4) : รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทลูกค้า ส่งผลกระทบในทางบวกต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

### รายการของงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

จากการ ทบทวนวรรณกรรม เรื่องของความสามารถในการทำกำไรที่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี พบว่ามีทั้งผลงานที่ความสามารถในการทำกำไรนั้นมีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในงาน

ของ Naser and Nuseibeh (2008) Joshi and Al-Bastaki (2000) Gul, Chen and Tsui (2003) และผลการวิจัยที่ว่าความสามารถในการทำกำไรไม่มีอิทธิพลต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในงานของ Chan, Ezzamel, & Gwilliam (1993) และ Mitra, Hossain, and Deis (2007) ซึ่งทางผู้วิจัยจึงต้องการทำการวิจัยเพิ่มเติมถึงตัวกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จและการแสดงรายงานของงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จเพิ่มเติมว่ามีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีหรือไม่

“รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น ประกอบด้วยรายการรายได้และค่าใช้จ่าย (รวมถึง การปรับปรุงการจัดประเภทรายการใหม่) ซึ่งไม่อนุญาตให้รับรู้ในกำไรหรือขาดทุน โดยมาตรฐานการรายงานทางการเงินอื่นองค์ประกอบของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น ประกอบด้วย

1) การเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินทุนจากการตีราคาสินทรัพย์ (ดูในมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 16 (ปรับปรุง 2558) เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (เมื่อมีการประกาศใช้) และมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2558) เรื่อง สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (เมื่อมีการประกาศใช้))

2) การวัดมูลค่าใหม่ของโครงการผลประโยชน์ที่กำหนดไว้ (ดูมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 19 (ปรับปรุง 2558) เรื่อง ผลประโยชน์ของพนักงาน (เมื่อมีการประกาศใช้))

3) ผลกำไรและขาดทุนจากการแปลงค่างบการเงินของการดำเนินงานในต่างประเทศ (ดูมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 21 (ปรับปรุง 2558) เรื่อง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เมื่อมีการประกาศใช้))

4) ผลกำไรและขาดทุนจากการวัดมูลค่าเงินลงทุนเพื่อขาย (ดูมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 105 เรื่อง เงินลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุน)

5) ส่วนของผลกำไรและขาดทุนที่มีประสิทธิภาพจากเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงในการป้องกันความเสี่ยงในกระแสเงินสด (ดูมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 39 เรื่อง การรับรู้และการวัดมูลค่าเครื่องมือทางการเงิน (เมื่อมีการประกาศใช้))”

จากการเปลี่ยนแปลงในส่วนของงบกำไรขาดทุนเป็นงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จนี้ จึงเป็นที่น่าสนใจว่ารายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นส่งผลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีหรือไม่ จึงสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 5 (H5) : รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นของบริษัทลูกค้า ส่งผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

#### ตัวแปรควบคุม (Control Variables)

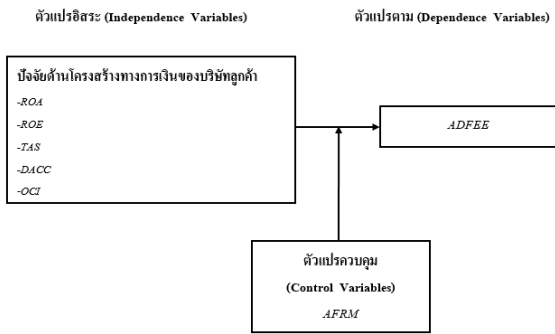
##### ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี

ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 อันดับแรก (Big 4) โดยบริษัทที่เป็นลูกค้าของ Big 4 มีค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีสูงอย่างมีนัยสำคัญ (Gonthier-Besacier and Schatt, 2007) อีกทั้ง Big 4 ยังให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น และสามารถลดต้นทุนการทำงานให้กับบริษัทที่เข้าทำการตรวจสอบได้ ดังนั้น Big 4 จึงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสอบ และค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมต่างๆ ได้มากกว่าสำนักงานสอบบัญชีอื่น (Hassan and Naser, 2013) รวมถึงผลการศึกษาของ Peel and Clatworthy (2001) เขาได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการควบคุมภายในตามหลักการกำกับดูแลกิจการ โดยมีตัวแปรควบคุมคือ ประเภทของสำนักงานสอบบัญชี (Big6) พบว่ามีอิทธิพลเชิงบวกกับค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ดังนั้นจึงสรุปได้เป็นสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 6 (H6) : ประเภทของสำนักงานสอบบัญชีที่บริษัทลูกค้าใช้บริการงาน สอบบัญชี (AFRM) มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

#### กรอบแนวคิดการวิจัย



**ตัวแปรตาม (Dependence Variables)**

ADFEE = ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ในกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ SET

**ตัวแปรอิสระ (Independence Variables)**

ROA = ความสามารถในการทำ

กำไรของบริษัท (ROA)

ROE = ความสามารถในการทำ

กำไรของบริษัท (ROE)

TAS = อัตราส่วนสินทรัพย์ถาวรที่

มีตัวตนต่อสินทรัพย์รวม

DACC = ค่าสัมบูรณ์ของรายการคง

ค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้บริหาร

OCI = รายการกำไรขาดทุน

เบ็ดเสร็จอื่น

**ตัวแปรควบคุม (Control Variables)**

AFRM = ประเภทของสำนักงานสอบ

บัญชีที่บริษัทลูกค้าใช้บริการ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยโครงสร้างทางการเงินของบริษัทลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method (ไม่มีตัวแปรควบคุม)

	b	SE b	Beta	T	Sig
<b>ตัวแปร</b>					
<b>พยากรณ์</b>					
ค่าคงที่	1.555	.331	-	4.695	.000
ROA	.006	.035	.037	.173	.863
ROE	.015	.013	.203	1.135	.259
TAS	.000	.007	.006	.058	.954
DACC	.011	.033	.040	.337	.737
OCI	-.014	.019	-.120	-.716	.476
R	= .186				
R <sup>2</sup>	= .034				
R <sup>2</sup> adj	= -.009				
F overall	= .791				
Sig	= .558				

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรโครงสร้างทางการเงินของบริษัทลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยไม่มีตัวแปรควบคุมพบว่า ตัวแบบนี้สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 3.40 (R<sup>2</sup> = 0.034) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ร้อยละ 18.60 (R = .186) เมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละตัวแล้วพบว่า ไม่มีตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยโครงสร้างทางการเงินของบริษัทลูกค้ำที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method (มีตัวแปรควบคุม)

	b	SE b	Beta	T	Sig
ตัวแปร					
พยากรณ์					
ค่าคงที่	.524	.339	-	1.543	.126
ROA	-.041	.031	-.083	-.440	.661
ROE	.004	.011	.052	.326	.745
TAS	.001	.006	.011	.127	.899
DACC	.066	.031	.234	2.145	.034
OCI	.009	.017	.079	.524	.601
AFRM	1.889	.322	.531	5.861	.000
R	= .514				
R <sup>2</sup>	= .264				
R <sup>2</sup> adj	= .224				
F overall	= 6.582				
Sig	= .000				

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรโครงสร้างทางการเงินของบริษัทลูกค้ำที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ซึ่งมีตัวแปรควบคุมพบว่า ตัวแบบนี้สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 26.40 ( $R^2 = .264$ ) สามารถพยากรณ์ได้มากกว่าตัวแบบในตารางที่ 3 (ไม่มีตัวแปรควบคุม) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามร้อยละ 51.40 ( $R = .514$ ) เมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละตัวแล้วพบว่า รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทลูกค้ำ และประเภทของสำนักงานสอบบัญชีที่ลูกค้ำใช้บริการมีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ตัวแปรโครงสร้างทางการเงินของบริษัทลูกค้ำที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี เมื่อมีตัวแปรควบคุม (ประเภทสำนักงานสอบบัญชีที่บริษัทลูกค้ำใช้บริการ) พบว่า รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทลูกค้ำ และประเภทของ

สำนักงานสอบบัญชีที่ลูกค้ำใช้บริการมีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นตัวแปรควบคุมทำให้รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทลูกค้ำ และประเภทของสำนักงานสอบบัญชีที่ลูกค้ำใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และสามารถอธิบายรายละเอียดของแต่ละตัวแปรตามสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ( $H_1$ ) : ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้ำ โดยใช้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์แล้วพบว่า ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้ำ โดยใช้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig มีค่าเท่ากับ 0.661 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

สมมติฐานที่ 2 ( $H_2$ ) : ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้ำ โดยใช้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์แล้วพบว่า ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้ำ โดยใช้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig มีค่าเท่ากับ 0.745 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

สมมติฐานที่ 3 ( $H_3$ ) : สินทรัพย์ถาวรที่มีตัวตนของบริษัทลูกค้ำ (TAS) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์แล้วพบว่า สินทรัพย์ถาวรที่มีตัวตนของบริษัทลูกค้ำ ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 (Sig มีค่าเท่ากับ 0.899 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

**สมมติฐานที่ 4 (H<sub>4</sub>) :** รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทลูกค้า (DACC) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์แล้วพบว่า รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทลูกค้า มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig มีค่าเท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05)

**สมมติฐานที่ 5 (H<sub>5</sub>) :** รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นของบริษัทลูกค้า (OCI) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์แล้วพบว่า รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นของบริษัทลูกค้า ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig มีค่าเท่ากับ 0.601 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

**สมมติฐานที่ 6 (H<sub>6</sub>) :** ประเภทของสำนักงานสอบบัญชีที่บริษัทลูกค้าใช้บริการงานสอบบัญชี (AFRM) มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์แล้วพบว่า ประเภทของสำนักงานสอบบัญชีที่บริษัทลูกค้าใช้บริการ มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05)

**ตารางที่ 3** สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแปรด้านโครงสร้างทางการเงินของบริษัทลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

ลำดับที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	Sig.
1	ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้า โดยใช้ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มี	ไม่มีอิทธิพล	0.661

ลำดับที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	Sig.
	อิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี		
2	ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้า โดยใช้ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ไม่มีอิทธิพล	0.745
3	สินทรัพย์ถาวรที่มีตัวตนของบริษัทลูกค้า (TAS) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ไม่มีอิทธิพล	0.899
4	รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทลูกค้า (DACC) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	มีอิทธิพลในทางบวก	0.034
5	รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นของบริษัทลูกค้า (OCI) มีอิทธิพลในทางบวกต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	ไม่มีอิทธิพล	0.601
6	ประเภทของสำนักงานสอบบัญชีที่บริษัทลูกค้าใช้บริการ (AFRM) มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี	มีอิทธิพลในทางบวก	0.000

### อภิปรายผลการศึกษา

**ตารางที่ 4** สรุปสมมติฐานการศึกษา ผลการวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปร	สมมติฐาน	ผลการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผล
ROA/ROE	ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้า โดยใช้ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม/ อัตราส่วน	ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทลูกค้า โดยใช้ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม/ อัตราส่วน	Gul, Chen and Tsui (2003) มีอิทธิพลทางลบ Naser and Nuseibeh (2008) มีอิทธิพลทางบวก	ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัย

ตัวแปร	สมมติฐาน	ผลการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผล
	ผลตอบแทน ต่อส่วนของผู้ ถือหุ้น <u>มี</u> <u>อิทธิพลใน</u> <u>ทางบวก</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	ผลตอบแทน ต่อส่วนของผู้ ถือหุ้น <u>ไม่มี</u> <u>อิทธิพล</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	Joshi and Al-Bastaki (2000) มีอิทธิพล ทางบวก  Francis & Simon (1987)\ ไม่มี อิทธิพล  Chan, Ezzamel, & Gwilliam, (1993) ไม่มี อิทธิพล  Mitra, Hossain, and Deis (2007) ไม่มี อิทธิพล	สอดคล้อง กันกับ ผลการวิจัย
TAS	สินทรัพย์ ถาวรที่มีตัวตน ของบริษัท ลูกค้ำ <u>มีอิทธิพลใน</u> <u>ทางบวก</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	สินทรัพย์ ถาวรที่มี ตัวตนของ บริษัทลูกค้ำ <u>ไม่มีอิทธิพล</u> ต่อการ กำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	Gul, Chen and Tsui (2003) มีอิทธิพล ทางบวก  Mitra, Hossain, and Deis (2007) มีอิทธิพล ทางบวก	ไม่ สอดคล้อง กัน กับ ผลการวิจัย
DACC	รายการคงค้าง ที่ขึ้นอยู่กับ ดุลยพินิจของ ผู้บริหารของ บริษัทลูกค้ำ <u>มี</u> <u>อิทธิพลใน</u> <u>ทางบวก</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	รายการคงค้าง ที่ขึ้นอยู่กับ ดุลยพินิจของ ผู้บริหารของ บริษัทลูกค้ำ <u>มี</u> <u>อิทธิพลใน</u> <u>ทางบวก</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	Cornier, Magnan, and Morard (2000) มีอิทธิพล  Gul, Chen and Tsui (2003) มีอิทธิพล ทางบวก	สอดคล้อง กัน กับ ผลการวิจัย
OCI	รายการกำไร ขาดทุน เบ็ดเสร็จอื่น	รายการกำไร ขาดทุน เบ็ดเสร็จอื่น	Gul, Chen and Tsui (2003)	ไม่ สอดคล้อง

ตัวแปร	สมมติฐาน	ผลการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผล
	ของบริษัทย ลูกค้ำ <u>มี</u> <u>อิทธิพลใน</u> <u>ทางบวก</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	ของบริษัทย ลูกค้ำ <u>ไม่มี</u> <u>อิทธิพล</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	มีอิทธิพล ทางลบ  Naser and Nuseibeh (2008) มีอิทธิพล ทางบวก  Joshi and Al-Bastaki (2000) มีอิทธิพล ทางบวก  Francis & Simon (1987)\ ไม่มี อิทธิพล  Chan, Ezzamel, & Gwilliam, (1993) ไม่มี อิทธิพล  Mitra, Hossain, and Deis (2007) ไม่มี อิทธิพล	กับ ผลการวิจัย             สอดคล้อง กันกับ ผลการวิจัย
ตัวแปรควบคุม				
AFRM	ประเภทของ สำนัก งานสอบบัญชี ที่บริษัทลูกค้ำ ใช้บริการ งานสอบบัญชี <u>มีอิทธิพล</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	ประเภท สำนักงาน สอบบัญชีที่ บริษัทลูกค้ำ ใช้บริการ <u>มี</u> <u>อิทธิพลใน</u> <u>ทางบวก</u> ต่อ การกำหนด ค่าธรรมเนียม การสอบบัญชี	Gonthier- Besacier and Schatt (2007) มีอิทธิพล ทางบวก  Hassan and Naser (2013) มีอิทธิพล ทางบวก  Peel and Clatworthy (2001)	สอดคล้อง กันกับ ผลการวิจัย

ตัวแปร	สมมติฐาน	ผลการวิจัย	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผล
			มีอิทธิพลทางบวก	

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้ศึกษาเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทที่มีขนาดใหญ่ แต่ไม่ได้ศึกษาในกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ (MAI) ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก ดังนั้นในการศึกษารั้งถัดไปอาจศึกษาในกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ (MAI) เพิ่มเติม เพื่อดูผลการศึกษาของทั้งหมดในประเทศไทย

### เอกสารอ้างอิง

- [1] Chan, P., Ezzamel, M., & Gwilliam, D. (1993). Determinants of audit fees for quoted UK companies. *Journal of Business Finance & Accounting*, 20(6), 765-786.
- [2] Choi, J. H., Kim, C., Kim, J. B., & Zang, Y. (2010). Audit office size, audit quality, and audit pricing. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 29(1), 73-97.
- [3] Cormier, D., Magnan, M., & Morard, B. (2000). The contractual and value relevance of reported earnings in a dividend-focused environment. *European Accounting Review*, 9(3), 387-417.
- [4] Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *Accounting review*, 193-225.
- [5] Francis, J. R., & Simon, D. T. (1987). A test of audit pricing in the small-client segment of the US audit market. *Accounting Review*, 145-157. 86-297.
- [6] Gonthier-Besacrier, N., & Schatt, A. (2007). Determinants of audit fees for French quoted firms. *Managerial Auditing Journal*, 22(2), 139-160.
- [7] Gul, F. A., C. J. P. Chen, and J. S. L. Tsui. (2003). Discretionary accounting accruals, managers' incentives, and audit fees. *Contemporary Accounting Research*, 20(3), 441-464.
- [8] Hassan, Y. M., & Naser, K. (2013). Determinants of audit fees: Evidence from an emerging economy. *International Business Research*, 6(8), 13.
- [9] Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of accounting research*, 193-228.
- [10] Joshi, P. L., & Al-Bastaki, H. (2000). Determinants of audit fees: evidence from the companies listed in Bahrain. *International journal of auditing*, 4(2), 129-138.
- [11] Mitra, S., Hossain, M., & Deis, D. R. (2007). The empirical relationship between ownership characteristics and audit fees. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 28(3), 257-285.
- [12] Naser, K., & Nuseibeh, R. (2008). Determinants of audit fees: empirical evidence from an emerging economy. *International Journal of Commerce and Management*, 17(3), 239-254.
- [13] Peel, M. J., & Clatworthy, M. A. (2001). The relationship between governance structure and audit fees pre-Cadbury: some empirical findings. *Corporate Governance: An International Review*, 9(4), 2

คุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับอัตราการจ่ายเงินปันผล  
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

EARNINGS QUALITY AND FIRM PERFORMANCE AND DIVIDEND PAYOUT RATIO OF THAI  
LISTED COMPANY

กัญญาวีร์ วงศ์เสื่อ<sup>1</sup> ดร.วฤตดา พิพัฒนกุล<sup>2</sup> มาลี เต็มไป<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตร มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผลของ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบของอัตราการจ่ายเงินปันผล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2562 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับอัตราการจ่ายเงินปันผล บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า ขนาดของบริษัท อายุของบริษัท อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนคุณภาพกำไร อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ พบว่าไม่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล

**คำสำคัญ :** คุณภาพกำไร ผลการดำเนินงาน อัตราการจ่ายเงินปันผล

**ABSTRACT**

This research has the objective to study the quality, profit and performance that influence the dividend payout rate of Companies listed on the Stock Exchange of Thailand Consumer products industry group as a guideline for those interested in the return on investment in the form of dividend payouts.

The sample groups used in the study were Listed companies in the Stock Exchange of Thailand in the Consumer Goods Industry during 2015 - 2019 analyzed data using descriptive statistics: mean, maximum, minimum, standard deviation. And inferential statistics to test the hypothesis. It consisted of the Pearson's correlation coefficient analysis and multiple regression analyzes at the statistical significance level of 0.05.

The results of the Study of Quality, Profit and Performance and Dividend Payout Rates Listed companies in the Stock Exchange of Thailand Consumer Goods Industry Multiple regression analysis revealed that the size of the company Age of the company Return on assets Had a significant influence on dividend payout at 0.05 level. Return on equity Net profit margin Return on assets It was found to have no influence on the dividend payout rate.

**Keywords:** Earning Quality , Firm Performance , dividend payout ratio



## ความสำคัญของปัญหา

การลงทุนนับเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างมากนับแต่อดีตที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนใน อสังหาริมทรัพย์ การลงทุนในทองคำ หรือการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ล้วนแต่สามารถสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าและมีประโยชน์ต่อการวางแผนทางการเงินได้ สิ่งที่น่าสนใจคือความต้องการผลตอบแทนสูงสุดภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาการคืนทุน ความเสี่ยง และปัจจัยอื่น ๆ จากการศึกษาเปรียบเทียบผลตอบแทนจากการลงทุนของสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ทั้งการถือหุ้นสามัญ พันธบัตร เงินฝากธนาคารและทองคำ ของประเทศไทยพบว่า หากผู้ลงทุนถือสินทรัพย์ในระยะยาวแล้วการลงทุนในหุ้นสามัญจะเป็นสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดแม้ว่าหุ้นสามัญจะเป็นสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนในระยะยาวสูงสุด แต่ก็มีกรณีผันผวนจากการตอบแทนสูงสุดเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันประชาชนเริ่มสนใจในเรื่องของการออมและการลงทุน เพื่อเตรียมไว้สำหรับวัยเกษียณเป็นจำนวนมากขึ้น เนื่องจากต้องเผชิญกับการขาดรายได้ประจำหลังเกษียณอายุการทำงาน ประชาชนส่วนใหญ่จึงเริ่มต้นการออมและการลงทุน เมื่อมีความพร้อมและก่อนถึงวัยเกษียณ เพื่อจะใช้เลี้ยงชีพในอนาคต นอกจากการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เพราะเชื่อว่าเป็นวิธีที่ปลอดภัยและได้รับอัตราดอกเบี้ยที่สูงมาก แต่ปัจจุบันการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์ได้รับอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างต่ำ จึงต้องมีการวางแผนการลงทุนควบคู่ไปด้วยเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีในอนาคต นักลงทุนมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาหรือหาวิธีการลงทุนใหม่ ๆ เพื่อที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่า (นิภานันท์, บุญช่วย, 2561) ซึ่งนักลงทุนส่วนใหญ่มักนิยมเลือกที่จะลงทุนในหุ้นสามัญ เนื่องจากหุ้นสามัญเป็นตราสารทุนที่บ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการนั้นๆ การถือหุ้นสามัญเป็นการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของบริษัท มีสิทธิในการออกเสียงในที่ประชุม มีสิทธิในการได้รับเงินปันผล หรือประโยชน์ในรูปแบบอื่น ๆ ตามที่ประชุมของผู้ถือหุ้นอนุมัติ การลงทุนในหุ้นสามัญ ซึ่งหมายถึงผู้ลงทุนจะมีสถานะเป็นเจ้าของกิจการจะมีส่วนเสียหรือมีสิทธิในทรัพย์สินและรายได้ของกิจการที่

เราเลือกลงทุนไปนั่นเอง และยังมีโอกาสที่จะได้รับกำไรจากส่วนต่างของราคา (Capital Gain) ผลตอบแทนที่ได้จากหุ้นก็คือเงินปันผล (Dividend)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้กำหนดให้บริษัทสามารถเลือกจ่ายเงินปันผลได้ 2 ลักษณะ คือ 1. การจ่ายเงินปันผลเป็นเงินสด หรือเรียกว่า เงินปันผล ซึ่งจะจ่ายเมื่อบริษัทได้กำไรหรือเงินสดส่วนเกิน และ 2. การจ่ายเงินปันผลในรูปหุ้นปันผล ในกรณีบริษัทมีความจำเป็นต้องรักษา

สภาพคล่องเพื่อใช้เงินทุนหมุนเวียน หรือ มีความจำเป็นต้องเก็บเงินสำรองไว้ใช้สำหรับลงทุนในอนาคต เงินปันผล คือ ส่วนแบ่งกำไรที่ผู้ถือหุ้นได้รับจากบริษัทตามสัดส่วนของเงินลงทุน การจ่ายเงินปันผลเป็นการจูงใจผู้ถือหุ้นอย่างหนึ่ง ผู้ลงทุนจึงให้ความสนใจกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลซึ่งอาจจ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาตามมูลค่าหรือเป็นจำนวนเงินต่อหุ้นก็ได้ ในแง่ของบริษัทการจ่ายเงินปันผลต้องคำนึงถึงสถานะทางการเงินของบริษัทว่ามีเงินสดเพียงพอ ที่จะจ่ายเงินปันผลได้หรือไม่ ผู้บริหารยังต้องพิจารณาว่าบริษัทมีเงินสดในอนาคตเพียงพอที่จะจ่ายเงินปันผลได้หรือไม่ ไม่ใช่พิจารณาเฉพาะเงินสดคงเหลือในปัจจุบันเท่านั้น หรือบริษัทอาจมีเงินสดได้มาหรือต้องใช้ไปในระยะใกล้นี้ซึ่งสามารถประมาณได้โดยการจัดทำงบประมาณเงินสด บริษัทควรจ่ายเงินปันผลก็ต่อเมื่อการจ่ายเงินปันผลนั้นไม่กระทบฐานะทางการเงินในปัจจุบันและอนาคตเท่านั้น ดังนั้นการที่ผู้ลงทุนจะเลือกลงทุนกับบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ควรศึกษาข้อมูลการลงทุนให้ดีก่อนที่จะทำการลงทุน การตัดสินใจลงทุนธุรกิจจะต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน การติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทวิเคราะห์ผลการดำเนินงานฐานะทางการเงินของบริษัทและการวิเคราะห์คุณภาพกำไรและเงินปันผลก็จะบ่งบอกถึงสถานะทางการเงินที่จะทำการลงทุน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนเพื่อป้องกันความเสียหายหรือป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการลงทุน การจ่ายเงินปันผลก็เช่นเดียวกันเป็นการตอบแทนชนิดหนึ่งซึ่งบอกได้ถึงความสามารถในการบริหารจัดการของธุรกิจได้เป็นอย่างดี

โดยถ้าพิจารณาถึงการบริหารกำไรแล้วก็น่าจะมีส่วนที่ส่งผลในการจ่ายเงินปันผลสำหรับผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่จะพิจารณาถึงผลตอบแทนที่จะได้รับจากการประเมินความเสี่ยงของธุรกิจที่ผู้ลงทุนสนใจที่จะลงทุน (กนกพร หัวใจเจริญ, 2559)

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกทั้งผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษารายการคงค้างจากการดำเนินงาน อายุของบริษัท ขนาดของบริษัท อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตรากำไรสุทธิ ว่ามีผลอย่างไรต่อคุณภาพกำไรกับผลการดำเนินงานและการจ่ายเงินปันผลของบริษัทกลุ่ม สินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพกำไรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล

#### ขอบเขตของงานวิจัย

##### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง คุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค โดยทำการทบทวนศึกษาทางด้านแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารวิชาการ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

##### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนและมีการค้าดำเนินงานในระหว่างปี พ.ศ. 2558 - 2562 จำนวน 176 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

##### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง คุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2558 - 2562 รวมระยะเวลา 5 ปี

#### สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่	รายละเอียดของสมมติฐาน
1	รายการคงค้างจากผลการดำเนินงานสุทธิมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล
2-1	อายุของบริษัทมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล
2-2	ขนาดของบริษัทมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล
3-1	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล
3-2	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล
3-3	อัตรากำไรสุทธิมีอิทธิพลอัตราการจ่ายเงินปันผล

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม

อุตสาหกรรมสินค้านำอุปโภคบริโภคให้เห็นความสำคัญกับนโยบายเงินปันผลของบริษัท

2. นักลงทุนหรือผู้ที่สนใจ สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อการศึกษาและตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้านำอุปโภคบริโภค

3. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทและผู้บริหารในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ นำไปสู่การเจริญเติบโตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ถือหุ้นระยะยาว

4. เป็นแนวทางให้คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับการกำกับดูแลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้านำอุปโภคบริโภค โดยอยู่ในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2558 - 2562 ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 41 บริษัท แต่ไม่รวมบริษัทที่มีข้อมูลรายงานทางการเงินไม่ครบ ซึ่งทำให้มีผลต่ออัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการวิเคราะห์

จำนวนบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้านำอุปโภคบริโภค	41	บริษัท
บริษัทที่มีข้อมูลรายงานทางการเงินไม่ครบ	(7)	บริษัท
ดังนั้น	จำนวนบริษัทที่นำมาศึกษา	
	34	บริษัท

#### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดคุณภาพกำไร เกิดจากความจำเป็นที่ผู้วิเคราะห์จะต้องเปรียบเทียบกำไรของแต่ละกิจการ และระหนังกถึงความมีคุณภาพกำไรของแต่ละกิจการ เมื่อมีการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ใน การวัดคุณภาพกำไร ผู้วิเคราะห์ไม่ควรพิจารณาเฉพาะตัวเลขในงบกำไรขาดทุนเท่านั้น แต่ควรให้ความสำคัญโครงสร้างทางการเงิน สภาพคล่องทางการเงิน ความพร้อมของแหล่งเงินทุน ตลอดจน โครงสร้างค่าใช้จ่ายดำเนินงานของกิจการด้วย การวิเคราะห์คุณภาพกำไรทำขึ้นเพื่อตรวจสอบความ น่าเชื่อถือของงบการเงิน ตลอดจนประเมินงบการเงินนั้น ได้มีการตกแต่งตัวเลขในงบการเงินหรือไม่ เพื่อป้องกันการตัดสินใจลงทุนอย่างผิดพลาดในกิจการที่มีการตกแต่งตัวเลขและข้อมูล

จากผู้วิเคราะห์หลายคนมองว่าคุณภาพกำไรอาจวัดจากคามมีเสถียรภาพโดยรวมของกำไร ที่เกิดขึ้นนั้น คือกำไรที่มีคุณภาพซึ่งจะสะท้อนให้เห็นในแง่ของกำไรที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน ในขณะที่ผู้วิเคราะห์บางคนมองว่าคุณภาพกำไรในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างกำไรกับ ผลตอบแทนของตลาด (Market Returns) ภายใต

แนวคิดนี้ ยิ่งกำไรมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของ ตลาด ไปในทางเดียวกันมากขึ้นเท่าไร กำไรก็ยิ่งมีคุณภาพมากขึ้น เท่านั้น (วรศักดิ์ ทูมมานนท์, 2549)

The Financial Accounting Standards Board (FASB) ได้ให้ความหมายของคุณภาพกำไรไว้ว่า คุณภาพกำไร หมายถึง กำไรที่แท้จริง หรือกำไรที่เกิดจากการดำเนินงานปกติ สามารถกลับเปลี่ยน มาเป็นเงินสดที่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงแทนสินทรัพย์ที่เสื่อมค่าได้ และเป็นกำไรที่ได้มาจาก รายได้ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ รวมทั้งกิจกรรมที่มีนัยสำคัญที่ก่อให้เกิดกำไรได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว (วรศักดิ์ ทูมมานนท์, 2543, 105)

Stickney, Clyde.P. (1996) ได้ให้คำนิยามของคำว่า คุณภาพกำไร หมายถึง ความสามารถของกำไร ในการสะท้อนกระแสเงินสดที่อยู่เบื้องหลังการเกิดกำไร (วรศักดิ์ ทูมมานนท์, 2543, น.103) คุณภาพกำไร หมายถึง กำไรที่เกิดจากการดำเนินงานตามปกติ สามารถเปลี่ยนกลับมาเป็นเงินสด ที่เพียงพอต่อการดำเนินงาน และเป็นกำไรที่ได้มาจาก รายได้ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ (ชนเดร์ อัสวประเทืองกุล, 2550)

คุณภาพกำไร หมายถึง กำไรที่เกิดจากการดำเนินงานตามปกติ สามารถเปลี่ยนกลับมาเป็น เงินสดที่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแทนสินทรัพย์ที่เสื่อมค่าได้ และเป็นกำไรที่มาจากรายได้ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ รวมทั้งกิจกรรมที่มีนัยสำคัญที่ก่อให้เกิดกำไรหรือระดับความระมัดระวังที่อยู่เบื้องหลังการ จัดทำตัวเลขกำไรของบริษัท (ศิริมา แก้วเกิด, 2559)

ตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 18 (สภาวิชาชีพบัญชีปรับปรุง 2560) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดผลการดำเนินงาน โดยทั่วไปจะวัดจากกำไรเป็นเกณฑ์หรือมักใช้กำไรเป็นฐาน สำหรับการวัดผลอื่น ๆ เช่น ผลตอบแทน จากการลงทุน หรือกำไรต่อหุ้น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการวัดกำไร คือ รายได้และ ค่าใช้จ่าย การรับรู้และการวัดมูลค่าของ รายได้และค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับแนวคิดเรื่องทุนและการรักษาระดับทุนที่กิจการใช้ในการจัดทำงบการเงิน คานิยามองค์ประกอบ ดังกล่าวกำหนดไว้ดังนี้

รายได้ (Revenues) หมายถึง การเพิ่มขึ้นของ ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในรอบระยะเวลาบัญชี ในรูปแบบ กระแสเข้าหรือการเพิ่มค่าของสินทรัพย์ หรือการลดลงของหนี้สิน อันส่งผลให้ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ไม่รวมถึงเงินทุนที่ได้รับจากผู้มีส่วนร่วมในส่วนของเจ้าของ

ค่าใช้จ่าย (Expenses) หมายถึง การลดลงของ ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในรอบระยะเวลาบัญชีในรูปกระแส ออกหรือการลดค่าของสินทรัพย์ หรือการเพิ่มขึ้นของหนี้สิน อันส่งผลให้ส่วนของผู้ถือหุ้นลดลง ทั้งนี้ ไม่รวมถึงการแบ่งปันให้กับผู้มีส่วนร่วมในส่วนของเจ้าของ

อัตราส่วนเพื่อการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) ใช้วัด ความสามารถในการทำกำไรของกิจการ กิจการที่มีกำไร สูงก็จะแสดงถึง ความสามารถในการชำระหนี้ แก่เจ้าหนี้ และตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ระยะยาวจะคำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้ทั้งเงิน ต้นและดอกเบี้ย และ อัตราส่วนนี้ก็ยังใช้วัด ความสามารถในการบริหารของฝ่ายบริหารด้วย

การจ่ายเงินปันผล คือ การจ่ายกำไรตามสัดส่วนของผู้ถือหุ้นที่นำมาลงทุนในกิจการ หลังจากที่บริษัทได้รับ เงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น เพื่อนำมาลงทุนจนเกิดกำไรขึ้น โดยสามารถจ่ายใน ผลตอบแทนในรูปของเงินสด หรือหุ้นปันผล

พรพรม ภักตร์เปี่ยม (2554) กล่าวว่า เงินปันผล หมายถึง ค่าตอบแทนที่บริษัทจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งมักเป็นการกระจายกำไร เมื่อบริษัทได้กำไรหรือส่วนเกิน บริษัทสามารถนำไปลงทุนในธุรกิจ ต่อ เรียก กำไรสะสม หรือสามารถจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นก็ได้ บริษัทอาจสงวนกำไรหรือ ส่วนเกินส่วนหนึ่ง และจ่ายส่วนที่เหลือเป็นเงินปันผล การจ่ายแก่ผู้ถือหุ้นอาจเป็นรูปเงินสด (มักเป็นการฝากเข้าบัญชีธนาคาร) หรือ หากบริษัทมีแผนนำเงินปันผลไปลงทุนต่อ ปริมาณค่าตอบแทนอาจจ่ายเป็นรูปหุ้นเพิ่ม หรือการซื้อหุ้นคืนได้

นโยบายที่บริษัทใช้ตัดสินใจว่าจะจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทเป็นจำนวนเงินเท่าไร ต่อหุ้นในปี การดำเนินงานนั้นๆ จ่ายแบบใดซึ่งมีผลกระทบจากการ

คาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในอนาคต (อ.พีรณัฐ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์)

เงินปันผลตอบแทน (Dividend Yield) นอกจากจะใช้เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทน จากเงินปันผลของหุ้น ที่มีราคาต่างกันแล้ว ยังสามารถใช้เป็นปัจจัยในการเปรียบเทียบหุ้นนั้นๆ กับการลงทุน ในหลักทรัพย์ประเภทอื่น เช่น หุ้นกู้ การฝากเงิน หรือพันธบัตร

### ตัวแปรที่ศึกษา

ในการศึกษาคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงาน กับอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำไปสู่การสร้างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ตัวแปรตาม (Dependence Variables)

DPO = อัตราการจ่ายเงินปันผล

### ตัวแปรอิสระ (Independence Variables)

NOA = คุณภาพกำไร

AGE = อายุของบริษัท

RSIZE = ขนาดของบริษัท

ROE = อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้

ถือหุ้น

ROA = อัตราส่วนผลตอบแทนต่อ

สินทรัพย์

NET = อัตรากำไรสุทธิ

### ผลการวิจัย

Correlations							
	NOA	AGE	SIZE	ROE	ROA	NPM	DPO
NOA Pearson	1						
Correlation							
Sig. (2-tailed)							
AGE Pearson		1					
Correlation	0.029						
Sig. (2-tailed)	0.708						
SIZE Pearson			1				
Correlation	0.033	0.054					
Sig. (2-tailed)	0.066	0.485					
ROE Pearson	0.124	0.215**		1			
Correlation			0.122				
Sig. (2-tailed)	0.107	0.005	0.112				
ROA Pearson				0.689**	1		
Correlation	0.006	0.206**	0.108				
Sig. (2-tailed)	0.933	0.007	0.162	0.000			
NPM Pearson	0.023	-0.073		0.143	0.255**	1	
Correlation			0.139				
Sig. (2-tailed)	0.764	0.346	0.070	0.062	0.001		
DPO Pearson		-0.151	0.142	0.051	0.178*	0.007	1
Correlation	0.110						
Sig. (2-tailed)	0.153	0.050	0.064	0.509	0.020	0.930	

หมายเหตุ : \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิจัยเรื่อง ของคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับอัตราการจ่ายเงินปันผล บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค มีวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพกำไรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านคุณภาพกำไร
2. ด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท
3. ด้านผลการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษากับ อัตราการจ่ายเงินปันผล (DPO)

จากตารางที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา รายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ อายุ ขนาด อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตรากำไรสุทธิ กับ อัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค บริโภค ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าสัมพันธระหว่างตัวแปรในแต่ละคู่ พบว่า

ลำดับที่	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	สัญลักษณ์ที่ใช้	ทิศทางความสัมพันธ์
1.	รายการคงค้างจากการดำเนินงาน	NOA	ทิศทางตรงกันข้าม (-)
2.	อายุของบริษัท	AGE	ทิศทางตรงกันข้าม (-)
3.	ขนาดของบริษัท	SIZE	ทิศทางเดียวกัน (+)
4.	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	ROE	ทิศทางเดียวกัน (+)
5.	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์	ROA	ทิศทางเดียวกัน (+)
6.	อัตรากำไรสุทธิ	NPM	ทิศทางเดียวกัน (+)

ตารางที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติถดถอยของตัวแปรด้านคุณภาพกำไรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (DPO)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.033	.838		6.005	.000
NOA	-.068	.047	-.110	-1.437	.153

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2.1 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ตัวแปรด้านคุณภาพกำไรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษพบว่า รายการคงค้างจาก

การดำเนินงาน ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลค่า sig 0.153

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติถดถอยของตัวแปรด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท ที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (DPO)

ตารางที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติถดถอยของตัวแปรด้านผลการดำเนินงาน ที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (DPO)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.719	1.944		.884	.378
AGE	-.427	.204	-.159	-2.095	.038
SIZE	.171	.086	.151	1.991	.048

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2.2 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ตัวแปรด้านลักษณะทั่วไปที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษพบว่า อายุของกิจการ มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า Sig = 0.038 และขนาดของกิจการ มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า Sig = 0.048

ตารางที่ 2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติถดถอยของตัวแปรด้านผลการดำเนินงาน ที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (DPO)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.541	.212		16.676	.000
ROE	-.140	.105	-.140	-1.335	.184
ROA	.359	.134	.287	2.671	.008
NPM	-.043	.073	-.046	-.589	.557

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2.3 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ตัวแปรด้านคุณภาพกำไรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า Sig = 0.008 ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตรากำไรสุทธิไม่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับการจ่ายเงินปันผล บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่าคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลและไม่มีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล ซึ่งแบ่งวิเคราะห์เป็นรายด้านคือด้านคุณภาพกำไร ด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท และด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท สามารถสรุปผลแต่ละประเด็นได้ดังนี้

### ด้านคุณภาพกำไร

รายการคงค้างจากการดำเนินงาน ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

### ด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท

อายุของบริษัท มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

ขนาดของบริษัท มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (DPO) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

### ด้านผลการดำเนินงาน

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (DPO) ของบริษัทจดทะเบียน

ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

อัตรากำไรสุทธิ ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานกับการจ่ายเงินปันผล บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่าคุณภาพกำไรและผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลและไม่มีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล ซึ่งแบ่งวิเคราะห์เป็นรายด้านคือด้านคุณภาพกำไร ด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท และด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

### ด้านคุณภาพกำไร

สมมติฐาน ที่ 1 รายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธินิมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษาพบว่า รายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิไม่มีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร หัวใจเจริญ (2559) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า คุณภาพกำไร อายุบริษัท ขนาดของบริษัท อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีอิทธิพล ต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งอาจเป็น

เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นละกลุ่ม รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาต่างกันด้วย

### ด้านลักษณะทั่วไปของบริษัท

สมมติฐาน ที่ 2-1 ขนาดของบริษัทมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษาพบว่าขนาดของบริษัทมีอิทธิพลกับการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานและงานวิจัยของ อรติษา อินทาบัจ (2559) เรื่องปัจจัยที่กำหนดการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากการศึกษาจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ และอัตราส่วนกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราเงินปันผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับอัตราการจ่ายเงินปันผล พบว่า ขนาดของกิจการเป็นปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อ อัตราการจ่ายเงินปันผล โดยมีความสัมพันธ์ ในเชิงบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุธิษฐ์ สวโรจน์กิจเดโช (2558) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กรณีศึกษาบริษัทใน SET High Dividend ของประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า อัตราความสามารถในการทำกำไร ขนาดขององค์กร มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐาน ที่ 2-2 อายุของบริษัทมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษาพบว่า อายุของบริษัทมีอิทธิพลกับการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานและงานวิจัยของ กนกพร หัวใจเจริญ (2559) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผล

การศึกษาพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างมี คุณภาพกำไร อายุบริษัท ขนาดของบริษัท อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีอิทธิพล ต่อการจ่ายเงินปันผล

### ด้านผลการดำเนินงานของบริษัท

สมมติฐาน ที่ 3-1 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีอิทธิพลกับการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานแต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาไลดา นิมมณี (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทย พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มูลค่าตามบัญชีผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น อัตราการเติบโต กระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อสินทรัพย์รวม ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และมูลค่าการส่งออก ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐาน ที่ 3-2 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีอิทธิพลกับการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยานี ภาคอิต,ชยงการ ภมรมาศ (2561) เรื่องเงินปันผลและผลตอบแทนหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ผลการศึกษา พบว่า กำไรสะสม (LRE) ความสามารถทำกำไร อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์รวม (ROA) และขนาดของกิจการ (LMCAP) มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล สังข์ลาย (2559) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวงจรธุรกิจกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า อัตราส่วนผลตอบแทนจาก



สินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชี (MTB) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในทิศทางตรงกันข้ามกับการจ่ายเงินปันผล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิกซ์นิภา บุญช่วย , สุพรรณภา สันป่าแก้ว (2561) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มหลักทรัพย์พลังงานและสาธารณูปโภค ผลการศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการจ่ายเงินปันผล

สมมติฐาน ที่ 3-3 อัตรากำไรสุทธิมีอิทธิพลกับอัตราการจ่ายเงินปันผล จากการศึกษาพบว่า อัตรากำไรสุทธิไม่มีอิทธิพลกับการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร หัวใจเจริญ (2559) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า คุณภาพกำไร อายุบริษัท ขนาดของบริษัท อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นกลุ่ม รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาต่างกันด้วย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนั้น ครั้งถัดไปควรศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมอื่นเพื่อเปรียบเทียบผลของการศึกษา

2. การศึกษาครั้งต่อไปอาจจะขยายผลของการศึกษาเช่น ทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรม

3. การศึกษาครั้งต่อไปอาจใช้แบบจำลองอื่นในการศึกษาคุณภาพกำไรของบริษัทซึ่งน่าจะทำให้ผลการวิจัยแตกต่างออกไปในอีกลักษณะหนึ่ง

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กนกพร หัวใจเจริญ (2559) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
- [2] กัลยาณี ภาคอืด, ชยงการ ภมรมาศ (2561) เงินปันผลและผลตอบแทนหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- [3] คณิศร์ เจียมดี (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลอย่างต่อเนื่องของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- [4] จุฑามาศ พวงสมบัติ (2558) การศึกษาลักษณะการจ่ายเงินปันผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- [5] จุติยงศ์ สวโรจน์กิจเดโช (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กรณีศึกษาบริษัทใน SET High Dividend ของประเทศไทย
- [6] ดารานาถ พรหมอินทร์ (2560) ความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานและคุณภาพกำไรต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี
- [7] ธัญพร จ้อยถนอม (2562) ศึกษาผลตอบแทนจากการประกาศจ่ายเงินปันผลของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- [8] นิกซ์นิภา บุญช่วย , สุพรรณภา สันป่าแก้ว (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลของกลุ่มหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มหลักทรัพย์พลังงานและสาธารณูปโภค

- [9] พรพรม ภัคตร์เปี่ยม (2554) การจ่ายปันผล. สืบค้นจาก <http://www.panphol.com>.
- [10] นพดล สังข์ลาย (2559) ความสัมพันธ์ระหว่างวงจรธุรกิจกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- [11] ปาลิดา นิ่มมณี (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ของประเทศไทย
- [12] วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2543). คุณรู้จัก Creative Accounting และคุณภาพกำไรแล้วหรือยัง. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ไอโอเน็คอินเตอร์เทรตริซอสเซส.
- [13] วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2549). มิติใหม่ของงบการเงินและการวิเคราะห์, กรุงเทพมหานคร : ชรรมนิติเพรส
- [14] ศิริมา แก้วเกิด (2559) การวัดคุณภาพกำไรจากการวิเคราะห์งบกระแสเงินสดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร
- [15] ศิริวรรณ แก้วศรี (2557) ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับอัตราผลตอบแทนการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2558
- [16] สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 8 (ปรับปรุง 2560) (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2563
- [17] อรติขา อินทาบัจ (2559) ปัจจัยที่กำหนดการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- [19] Ayres, F. L. (1994). Perceptions of earnings quality: What managers need to know. *Management Accounting*, 75, 27-29.
- [20] Chansarn, S., & Chansarn, T. (2016). Earnings Management and Dividend Policy of Small and Medium Enterprises in Thailand. *International Journal of Business and Society*
- [21] Sloan; Richard G. (1996) Do stock prices fully reflect information in accruals and cash flows about future earnings. *The Accounting Review* 71
- [22] Stickney, Clyde.P. (1996). *Financial Statement Analysis a Strategic Perspective*. Harcourt brace Jovanovich, Inc.
- [21] King'wara, R. (2015). Determinants of Dividend Payout Ratios in Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(1)
- [22] Barclay, M.J., Smith, C.W., & Watts, R.L. (1995). The Determinants of Corporate Leverage and Dividend Policies. *Journal of Applied Corporate Finance*. 7(4), 4- 19.
- [23] Miller and Modigliani (1961) Relationship between dividend policy and Value of common shares
- [24] White et al. (1998) Asymmetric papilledema in idiopathic intracranial hypertension: prospective interocular comparison of sensory visual function.

**การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง**  
**THE MANAGEMENT TO AFFECTS EMPLOYEE WORKMOTIVATION OF A PRIVATE**  
**COMPANY**

รัชนิกรณ์ คล่องแคล่ว<sup>1</sup> ธีรยุทธ แสงชื่อ<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, E-mail: rc\_bsu@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการที่มีต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองเป็นพนักงานฝ่ายผลิต จำนวน 250 คน ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionare) ในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36-45 ปี การศึกษาค่ากว่าอนุปริญญา(ปวส.)หรือเทียบเท่า สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และระยะเวลาทำงานในสถานประกอบการ 11-15 ปี

2. ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าระดับการบริหารจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการบังคับบัญชาสั่งการ ด้านวางแผน ด้านการประสานงาน ด้านการจัดรูปแบบงานหรือจัดรูปแบบของกิจการ และด้านการควบคุมตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยก้ำจุนของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าปัจจัยจูงใจทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยก้ำจุนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยมี ด้านสภาพภาพในการทำงาน ด้านวิธีการปกครองบัญชา ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านเงินเดือน ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** การบริหารจัดการ, แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, พนักงานบริษัทเอกชน

**ABSTRACT**

This research aims to: 1. to study management that affects the motivation of employees of a private company. 2. to study the relationship between management and the motivation of work. Employees of a private company this research is an experimental research. The samples used in the experiment were 250 production workers. The researcher used Yamane's sample size calculation formula, at a 95% confidence level. The instrument was questionnaire

to collect data. Statistical analyzes were mean, percentage, standard deviation, t-test, and Pearson's coefficient of coefficients.

The results of the data analysis showed that

1. The results of analysis of the general condition of the sample It was found that most of them were male 36-45 years old, education lower than Diploma (Vocational Certificate) or equivalent, marital status, average monthly income. 25,001-35,000 baht and working time in an establishment 11-15 years old.

2. The results of management analysis affecting the performance motivation of a private company manufacturing employee. It was found that the overall management level was at a high level. When considering each of the 5 aspects, it was found that it was at a high level with the command, command, planning, coordination in the format of work or organization format and control, respectively.

3. The result of an analysis of work motivation on motivation and support factors of a private company manufacturing employee. Found the overall motivation factor was at a high level and when considering each aspect, it was found that the five motive factors were at high level. With responsibility success in work to be respected the opportunity to receive future advances the nature of the work performed in order, the supporting factors in the overall were at a high level. when considering each aspect, it was found that all 7 aspects were at a high level with the working status. How to rule privacy policy and administration interpersonal relations security in work salary side, respectively.

**KEYWORDS:** SATISFACTION, THE QUALITY OF WORKING LIFE, EMPLOYEES

## ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนได้ให้ความสำคัญกับบุคลากร เพราะบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการทำงานที่ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ อีกทั้งยังมีผลต่อความก้าวหน้าและเสื่อมถอยขององค์กร บุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันภารกิจให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ สิ่งสำคัญนี้ ก็จะทำอย่างไรให้ทรัพยากรบุคคลขององค์กรทำงานอย่างเต็มความสามารถ มีความจงรักภักดีในองค์กร ทำงานได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการทำงานที่มุ่งเพิ่มปริมาณองค์กร จึงจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจ เนื่องจาก แรงจูงใจนั้นมีอิทธิพลต่อผลิตผลของงาน ซึ่งจะมีประสิทธิภาพที่ดีนั้นขึ้นอยู่กับ การจูงใจในการทำงาน ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายนักที่พนักงานจะตอบสนองต่องานโดยที่ขาดแรงจูงใจ

การบริหารเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์กร โดยอาศัยหน้าที่หลักทางการบริหารอย่างน้อย 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม ซึ่งกระบวนการดังกล่าว มีผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบที่จะให้มีการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (วิโรจน์ สารรัตนะ, 2545 อ้างถึงในวิษณุ ภูพันธ์, 2553)

การที่องค์กรไม่ว่าจะเป็นของภาครัฐหรือของภาคเอกชนก็ตามจะดำรงอยู่หรืออยู่รอดได้มีความเจริญเติบโตและก้าวหน้าได้นั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในองค์กรไปดำเนินการด้วยวิธีการใดๆ ก็ตามเพื่อที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการใดๆ เพื่อที่จะให้องค์กรอยู่รอดเจริญเติบโต และก้าวหน้าได้นั้นขึ้นอยู่กับการบริหารที่ดีมีประสิทธิภาพ (สมานรังสิโยกฤษฎ์ และ สุธี สุทธิสมบูรณ์, 2544:1)

ผู้บริหารยุคปัจจุบันต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่หลากหลายท้าทายและเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก จะต้องทำงานในแต่ละวันที่ยาวนาน ต้องแก้ปัญหาที่ยุ่งยาก

ซับซ้อนตลอดเวลาจะต้องเจอกับสภาพการแข่งขันทั้งระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับภายในประเทศ ต้องใช้เวลาติดตามระเบียบข้อบังคับของรัฐรวมทั้งถูกกดดันจากกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ มากมาย นับวันงานบริหารจะยิ่งยุ่งยากมากขึ้น อันสืบเนื่อง มาจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วโดยไม่คาดคิด ภาวะวิกฤติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง วัฒนธรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลาเหล่านี้ผู้บริหารจึงต้องเสี่ยงกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและความหลากหลายต่างๆ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องใช้ความสามารถ ทั้งศาสตร์และศิลป์แสวงหาโอกาสและความได้เปรียบให้เกิด ขึ้น แก่องค์กรที่ตนเองรับผิดชอบได้

ผู้บริหารจะต้องใช้สื่อหรือวิธีการจูงใจ ให้ถูกต้องตรงกับความต้องการของบุคลากรในองค์กรสิ่งตอบแทนในการจูงใจมีหลายประเภทแตกต่างกันไป ผู้บริหารจะต้องเลือกให้ถูกต้องและควรให้น้ำหนัก ต่อแต่ละสิ่งได้อย่างเหมาะสม และวิธีการจูงใจที่ถูกต้องจะต้องดำเนินไปอย่างสอดคล้องควบคู่กับความ สำเร็จ ขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ คือ เทคนิคควบคุมงาน ได้แก่ เทคนิคการควบคุมงานแบบเอาใจคนงาน (Positive Method) การใช้อำนาจหน้าที่การให้ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินหรือที่สามารถตีค่าเป็นเงินได้ และผลตอบแทนอื่นๆ ที่มีใช้ตัวเงิน (ชงชัย สันติวงษ์,2539)

การจูงใจเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน ตามปกติเรามีความสามารถในการทำสิ่งต่างๆ ได้หลายอย่าง มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน แต่พฤติกรรมเหล่านี้จะแสดงออกเพียงบางโอกาสเท่านั้น สิ่งที่จะผลักดันเอาความสามารถของคนออกมาได้ก็คือ แรงจูงใจ ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าการจูงใจเป็นการสร้างพลังความสามารถออกมาเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

การจูงใจมีส่วนสำคัญต่อความสำคัญองค์กร ในอันที่จะทำให้พนักงานแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ผลสำเร็จของงานหรือเป้าหมายขององค์กรมีความสำคัญต่อผู้บริหารทั้งในด้านการดำเนินการให้มีประสิทธิผล และความสำคัญต่อพนักงานให้มากที่สุดซึ่งผู้บริหารที่ดีและประสบ

ความสำเร็จจะต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหาร งาน เพื่อศึกษาผลที่อาจมีต่อการจูงใจในการปฏิบัติงานรวมทั้งพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลในองค์กร ลดปัญหาและข้อยุ่งยากในการบริหารงาน เพื่อเพิ่มความพอใจในการปฏิบัติงานของบุคคลและเพื่อการดำเนินงานที่ดี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารงานด้านการจูงใจที่เป็นสิ่งสำคัญ ที่ผู้บริหารจะต้องเลือกใช้วิธีการจูงใจให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของบุคคลและสอดคล้องกับองค์กร ซึ่งส่งผลให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรสืบต่อไป

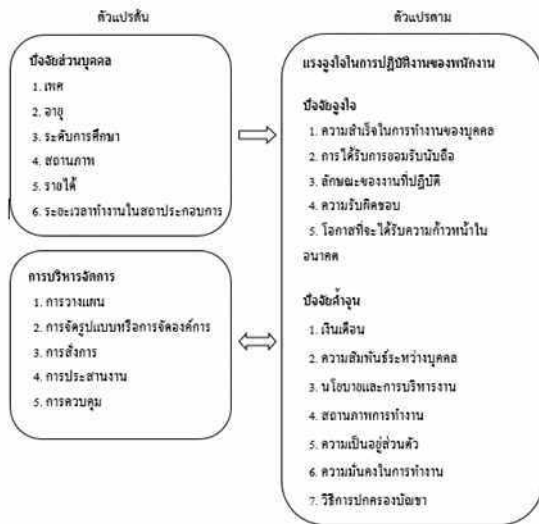
#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการที่มีต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้พัฒนาการบริหารจัดการในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
2. นำผลการศึกษารั้งนี้มาวางแผนพัฒนาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทได้

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาเรื่องการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 500 คน

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นพนักงานฝ่ายผลิต จำนวน 250 คน ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane, (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ .05

### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล การบริหารจัดการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ประกอบด้วย

2.1 ปัจจัยจูงใจ

2.2 ปัจจัยด้านจูงใจ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลหรือสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการบริหารจัดการในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยใช้ค่าเฉลี่ย เลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายลักษณะการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เพื่อบรรยายลักษณะแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด (Question-ended Questionnaire) ผู้ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการบรรยายพรรณนาสรุปเป็นประเด็นใช้ทฤษฎีและประสบการณ์ในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน ใช้ความแตกต่างเพื่อการอ้างอิงดังนี้ ในการทดสอบตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยใช้ (t-test)

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านปัจจัยจูงใจ

ด้านปัจจัยจูงใจ	เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านความสำเร็จในการทำงาน	ชาย	132	4.113	0.385	0.463	0.644
	หญิง	118	4.090	0.408		
ของบุคคล						
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	ชาย	132	3.972	0.342	-0.425	0.671
	หญิง	118	3.991	0.376		
ถือ						
ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	ชาย	132	3.906	0.380	0.445	0.656
	หญิง	118	3.884	0.414		
ด้านความรับผิดชอบ	ชาย	132	4.118	0.441	-1.353	0.177
	หญิง	118	4.192	0.412		
ด้านโอกาสที่จะได้รับ	ชาย	132	3.931	0.370	0.276	0.783
	หญิง	118	3.918	0.417		
ความก้าวหน้าในอนาคต						

จากตารางพบว่าเพศที่แตกต่างส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านปัจจัยจูงใจ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยค้ำจุน	เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านเงินเดือน	ชาย	132	3.846	0.362	1.553	0.122
	หญิง	118	3.774	0.369		
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ชาย	132	3.997	0.345	-0.116	0.908
	หญิง	118	4.002	0.386		
ด้านนโยบายและการบริหารงาน	ชาย	132	3.982	0.384	-1.268	0.206
	หญิง	118	4.042	0.360		
ด้านสถานภาพการทำงาน	ชาย	132	4.085	0.369	0.360	0.719
	หญิง	118	4.067	0.423		
ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว	ชาย	132	4.022	0.375	-0.357	0.721
	หญิง	118	4.039	0.367		
ด้านความมั่นคงในการทำงาน	ชาย	132	3.972	0.422	-0.351	0.726
	หญิง	118	3.991	0.447		
ด้านวิธีการปกครองบัญชา	ชาย	132	4.060	0.381	0.488	0.626
	หญิง	118	4.036	0.391		

จากตารางพบว่าเพศที่แตกต่างส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านปัจจัยค้ำจุน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ภาพรวมด้านปัจจัยจูงใจ

ด้านปัจจัยจูงใจ ภาพรวม	การบริหารจัดการ	ภาพรวมปัจจัยจูงใจ
การบริหารจัดการ	Pearson Correlation	1
	Sig.	0.826**
	n	250
ภาพรวมปัจจัยจูงใจ	Pearson Correlation	1
	Sig.	
	n	

จากตารางพบว่าปัจจัยจูงใจกับการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน มีความสัมพันธ์ระดับมาก ( $r=0.826$ ,  $Sig=0.000$ )

## สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุ 36-45 ปี จำนวน 185 คน ระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา (ปวส) หรือเทียบเท่า สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ระยะเวลาทำงานในสถานประกอบการ 11-15 ปี ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน พบว่าการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการสั่งการ ด้านการวางแผน ด้านการประสานงาน ด้านการจัดรูป แบบงานหรือจัดรูปแบบองค์การ ด้านการควบคุม ตามลำดับ

3. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่าในภาพรวมของด้านปัจจัยจูงใจ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านโอกาสที่จะได้รับ

ความก้าวหน้าในอนาคต ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ตามลำดับ ด้านปัจจัยค้ำจุน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสภาพภาพในการทำงาน ด้านวิธีการปกครองบัญชา ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านเงินเดือนตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการที่มีผล ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบว่า การบริหารจัดการที่ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ใน ภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก และปัจจัยจูงใจ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้าน ความรับผิดชอบ และด้าน โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า ในอนาคตอยู่ในระดับกลาง ส่วนด้านความสำเร็จในการ ทำงานของบุคคลอยู่ในระดับน้อยมาก การบริหารจัดการที่ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของปัจจัยค้ำจุนด้าน วิธีการปกครองบัญชาและด้านเงินเดือนพบว่าอยู่ในระดับ ปานกลาง ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและด้านความ มั่นคงในการทำงานพบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย และ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านสภาพภาพการทำงาน และด้านความเป็นอยู่ส่วนตัวอยู่ในระดับน้อยมาก

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการที่ส่งผล ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน สามารถ อภิปรายผลได้ดังนี้

1. การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า

ด้านการวางแผน (Planning) องค์กรจะต้องมีการ จัดทำแผนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการ ดำเนินงาน ต้องมีการทบทวนแผนการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และมีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการ

ดำเนินงานตามแผน เพื่อให้องค์กรบรรลุความสำเร็จตาม เป้าหมายในการดำเนินงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎี ของ Henri Fayol, (1916) อธิบายไว้ว่าภาระหน้าที่ของ ผู้บริหารที่จะต้องทำการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ ต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ และกำหนดขึ้นเป็นแผนการ ปฏิบัติงานหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติเอาไว้ เพื่อสำหรับเป็น แนวทางของการทำงานในอนาคต

ด้านการจัดรูปแบบหรือการจัดองค์การ (Organizing) องค์กรจะต้องมีการแบ่งงานภายในที่ชัดเจน มีการแบ่งงาน ตามความชำนาญเฉพาะด้านของพนักงาน และมีการแบ่ง ปริมาณงานที่เหมาะสมกับจำนวนบุคลากรเพื่อ ที่องค์กรจะ ได้กำหนดหรือมอบหมายให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการตาม ที่ ต้องการได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ Henri Fayol, (1916) อธิบายไว้ว่า เป็นภาระหน้าที่ที่ผู้บริหารจำเป็นต้องให้ มีโครงสร้างของงานต่างๆ และอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อให้ เครื่องจักร สิ่งของ และตัวคน อยู่ในส่วนประกอบที่ เหมาะสม ในอันที่จะช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผล สำเร็จได้

ด้านการสั่งการ (Commanding) องค์กรจะต้องมีการ มอบหมายงานให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการตามเป้าหมายที่ ต้องการได้ สามารถขจัดจัดการผู้ที่ไร้ความสามารถออกไป จากองค์กรได้ และสามารถเชื่อมโยงงานและบุคคลเข้า ด้วยกันได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ Henri Fayol, (1916) อธิบายไว้ว่า หน้าที่ในการสั่งงานต่างๆ ของ ผู้ได้บังคับบัญชา ซึ่งกระทำให้สำเร็จผลด้วยดี โดยที่ผู้บริหาร จะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี จะต้องเข้าใจคนงานของ ตนได้เป็นอย่างดี

ด้านการประสานงาน (Coordinating) องค์กร จะต้องมีการทำงานให้เชื่อมโยงกันเพื่อบรรลุเป้าหมายใน การดำเนินงาน มีการติดต่อขอข้อมูลจากหน่วยงานอื่นที่อยู่ ในความรับผิดชอบได้เป็นอย่างดี และมีการประสานงานที่ เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ทฤษฎีของ Henri Fayol, (1916) ได้กล่าวไว้ว่า ภาระหน้าที่ เป็นสิ่งที่จะต้องเชื่อมโยงของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับให้ ไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน



ด้านการควบคุม (Controlling) องค์กรจะต้องมีการตรวจสอบการดำเนินการให้เป็นไปตามแผน มีการควบคุมพิจารณาข้อผิดพลาดและจุดอ่อนเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขและได้รับการตรวจสอบ และควบคุมกระบวนการทำงานจากหน่วยงานอื่น ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ Henri Fayol, (1916) อธิบายไว้ว่า การควบคุม เป็นการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย จะต้องกำกับให้สามารถประกัน ได้ว่า กิจกรรมต่างๆ ที่ทำไปนั้นสามารถเข้ากันได้กับแผนที่ได้วางไว้ล่วงหน้า

## 2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า

ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล บุคลากรได้รับความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชาและได้รับคำชมเมื่อทำงานสำเร็จและสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายเสร็จสิ้นตามกำหนด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชิต เข้มยีนง, (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ สถานีภูธรเมืองตราด จังหวัดตราด พบว่า ความสำเร็จในการทำงานอยู่ในระดับมาก เพราะพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ในขณะที่ปฏิบัติงานในหน้าที่ได้สำเร็จลุล่วงด้วยดีและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

ด้านการได้รับการยอมรับนับถือบุคลากรได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา ได้รับการยกย่องเมื่อปฏิบัติงานดีเด่น และผลงานเป็นที่ยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ มาสโลว์ (1954) กล่าวว่า ความต้องการได้รับการยอมรับนับถือเป็นความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากสังคม รวมทั้งองค์ประกอบต่างๆ ที่แสดงว่าได้รับการยกย่องนับถือ

ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ บุคลากรทำงานได้เหมาะสมกับลักษณะงาน ตรงกับความถนัด ความรู้ความสามารถ สามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบตามลำพังผู้เดียว และได้รับมอบหมายงานที่มีความสำคัญกับหน่วยงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย โถสุวรรณ, (2535) กล่าวว่า งานที่ท้าทาย ความรู้ ความสามารถ มีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจมากกว่า และผู้ปฏิบัติงานได้ใช้

ความคิดสร้างสรรค์ หรือได้ใช้ความพยายามเพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

ด้านความรับผิดชอบ บุคลากรทุ่มเทความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ และสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้ทันตามเวลาที่กำหนดและยอมรับข้อผิดพลาดหากงานที่ได้รับมอบหมายไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎี ปัจจัยจูงใจของ Herzberg, (1960) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

ด้าน โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ได้มีโอกาสเข้าร่วมประชุม ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ และได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่สูงขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ Gilmer, (1975) ได้กล่าวไว้ว่า ความก้าวหน้าของคนทำงาน ต้องการมีรายได้สูงขึ้น มีความรับผิดชอบมากขึ้น มีทักษะมากขึ้น ฐานะและเกียรติภูมิสูงขึ้น

ด้านเงินเดือน บุคลากรได้รับเงินเดือนที่เหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติอยู่ มีการเลื่อนขึ้นเงินเดือนที่เป็นธรรม และเงินเดือน ค่าตอบแทน ที่ได้รับช่วยส่งเสริมให้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นางเยาว์ แก้วมรกต, (2542) และฉัฐวรรณ แก้วมณี, (2556) กล่าวว่า ค่าตอบแทนมีความสอดคล้องกันและสามารถ แข่งขันกับตำแหน่งงานที่คล้ายคลึงกัน และที่สำคัญต้องมีความเป็นธรรมเชื่อมโยงกับความสามารถและผลงาน และเชื่อมโยงกับตำแหน่งงาน ความพึงพอใจด้านค่าตอบแทนสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้บังคับบัญชามีมนุษยสัมพันธ์ดีและเอาใจใส่พนักงาน เพื่อนร่วมงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎี ปัจจัยจูงใจของ Herzberg, (1960) ได้กล่าวว่า การ

ติดต่อสื่อสารระหว่างกันต้องมีกิริยาและวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างบุคคลและเพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชาควรรีด้วยความเคารพผู้บังคับบัญชา

ด้านนโยบายและการบริหารงาน องค์กรมีการกำหนดนโยบายที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้เป็นอย่างดี และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงานตามนโยบายอย่างชัดเจน ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีปัจจัยใจของ Herzberg, (1960) กล่าวว่า การบริหารขององค์กรจะต้องการจำแนกบทบาท อำนาจหน้าที่ การกำหนดนโยบาย และแนวทางการปฏิบัติ ให้เด่นชัดเพื่อให้บุคคลดำเนินงานได้ถูกต้อง เพื่อให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ

ด้านสถานภาพในการทำงาน องค์กรมีการจัดเตรียมอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ อย่างเพียงพอในการปฏิบัติงาน มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดและมีการจัดพื้นที่ทำงานที่เป็นสัดส่วนและมีพื้นที่เพียงพอ ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีปัจจัยใจของ Herzberg, (1960) กล่าวว่า สภาพทางกายภาพของสถานที่ทำงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ที่เหมาะสม รวมทั้งสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่จำเป็น เช่น อุปกรณ์ หรือ เครื่องมือต่างๆ ย่อมมีผลทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว บุคลากรได้รับความรู้สึกที่ดีในหน้าที่การงาน มีความภาคภูมิใจในงานที่ทำอยู่ รวมทั้งมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีปัจจัยใจของ Herzberg, (1960) กล่าวว่า ความรู้สึกซึ่งเป็นผลที่ได้รับจากการปฏิบัติงานในหน้าที่อย่างมีความสุข หรือพอใจกับสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน จะทำให้คนเกิดความพอใจในงานที่ทำและมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี

ด้านความมั่นคงในการทำงาน บุคลากรรู้สึกว่าจะงานที่ทํายู่มีความมั่นคงยั่งยืน มีโอกาสที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงานอย่างเสมอภาค และได้รับการประเมินผลความดี

ความชอบอย่างเป็นธรรมชาติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ แดงเครื่อง, (2549) กล่าวว่า ความมั่นคงทางอาชีพการงานนั้นคือ การมีงานทำ มีรายได้และผลตอบแทนที่เพียงพอแก่การยังชีพ มีหลักประกันในการดำเนินชีวิต รวมทั้งได้รับสวัสดิการอย่างสม่ำเสมอ การมีสภาพแวดล้อมของการทำงานที่ปลอดภัย ไม่มีความเสี่ยง ในชีวิตและทรัพย์สิน การได้รับการยอมรับจากสังคมมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพรวมถึงการมีอิสระ เสรีภาพในการทำงาน

ด้านวิธีการปกครองบัญชา บุคลากรได้รับความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชามีความยุติธรรมในการบริหารงาน และให้อิสระในการทำงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Herzberg, (1960) กล่าวว่า ผู้บังคับบัญชาควรรีด้วยความยุติธรรมในการบริหารหรือการดำเนินงานรวมถึงให้ความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 การศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในการพัฒนาองค์กรสามารถนำปัจจัยการบริหารจัดการมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

1.2 ผลจากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก องค์กรควรพัฒนาแรงจูงใจในด้านอื่นเพิ่มเติมเพื่อนำมาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

### 2. ข้อเสนอแนะในการการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควร มีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการด้านอื่นๆ ที่คาดว่าจะสามารถนำมาพัฒนาการบริหารจัดการในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น เช่น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม การยกระดับความสามารถของบุคลากร และนำมาพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กร

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในบริษัทเอกชนอื่นๆ ต่อไป

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] ฉวีวรรณ แก้วมณี. (2556). การจัดการทรัพยากรบุคคล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] ชงชัย สันติวงษ์. (2533). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- [3] ชงชัย สันติวงษ์. (2540). การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 9, กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- [4] ชงชัย สันติวงษ์. (2541). องค์การ ทฤษฎีและการออกแบบ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [5] ชงชัย สันติวงษ์. (2545). การจัดการ พิมพ์ครั้งที่ 10, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [6] นางเยาว์ แก้วมรกต. (2542). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 10, กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- [7] ทองใบ สุดชาติ. (2539). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- [8] วันชัย โกสุวรรณ. (2535). การบริหารองค์การ พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [9] วิษณุ ภู่มั่น. (2553). ความสามารถด้านการจัดการของผู้ออกแบบชิ้นส่วนยานยนต์ประเภทโคมไฟ: กรณีศึกษา บริษัทไทยสแตนเลย์การไฟฟ้า จำกัดมหาชน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- [10] วีรบุษ ตรีลักษณ์อานนท์. (2546). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับต้น : กรณีศึกษา กรณีผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสิน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [11] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม.
- [12] ศิริวัฒน์ แดงเครื่อง. (2549). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- [13] สมาน รังสิโยภักดิ์. (2540). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : กรมสามัญศึกษา.
- [14] สมาน รังสิโยภักดิ์ และ สุธี สุทธิสมบูรณ์. (2540). หลักการบริหารเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 19, กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์.
- [15] สุธี สุทธิสมบูรณ์. (2544). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลตำบลจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [16] อนุชิต เข้มยืนยง. (2557). หลักการบริหาร พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

# แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน

## กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

### MOTIVATION THAT CREATES STRESS IN THE EMPLOYEE'S PERFORMANCE

#### A CASE STUDY OF PRIVATE COMPANY

รัชนิกรณ์ คล่องแคล่ว<sup>1</sup> สมศักดิ์ สุริยโน โนนทัย<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, E-mail: rc\_bsu@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 120 คน ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test (Independent – Samples)

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าส่วนใหญ่มีแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = .387) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสัมพันธภาพในการทำงานอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ , S.D. = .519) รองลงมาด้านลักษณะงานอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ , S.D. = .568) ด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กรอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} =$

3.44, S.D. = .587) และด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = .635) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานของพนักงานบริษัท กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าพนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดแตกต่างกัน พบว่าผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดแตกต่างกัน

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัท กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ( $r = .468$ , Sig. = .000) รองลงมาปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ( $r = .375$ , Sig. = .000) และปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานกับปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ( $r = .280$ , Sig. = .002) ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** แรงจูงใจ, ความเครียดในการปฏิบัติงาน, พนักงานบริษัทเอกชน

#### ABSTRACT

This research aims to: 1. to study the motivation causing stress in the work performance of employees. A case study of a private company 2. to study the relationship between motivation and stress of employees a

case study of a private company, and the samples used in this research are 120 employees of a private company, which determines the sample size the researchers used Yamane's sample size calculation formula with a confidence level of 95%. Using a statistical data analysis software package, statistics used in data analysis consist of descriptive statistics were percentage, mean, and standard deviation. And the inferential statistics were t-test (Independent - Samples).

The results of the data analysis

1. The analysis of the personal data of the respondents showed that most of them are male, aged 31-40 years old have a bachelor's degree. Have a period of work 1-5 years and have an average monthly income of 15,001 - 20,000 baht.

2. The results of an analysis of the motivation causing stress in the employee's performance a case study of a private company. It was found that most of them had motivation causing overall work stress at a high level ( $\bar{X}$  = 3.48, SD = .387). When considered on a single side, it was found that the working relationship was at a high level. ( $\bar{X}$  = 3.57, SD = .519), followed by job characteristics at a high level ( $\bar{X}$  = 3.52, SD = .568), roles and functions in the organization were at a high level ( $\bar{X}$  = 3.44, SD = .587), and the success and career advancement were at a moderate level ( $\bar{X}$  = 3.40, SD = .635), respectively.

3. Analysis results of company employee assumptions a case study of a private company It was found that employees with different personal factors had different effects on their motivation for stress. It was found that the results of analysis of different personal factors had effect on motivation causing stress.

4. The results of analysis of the relationship between motivation and stress of company employees A case study of a private company. It was found that job-related factors

and work-relational factors were found to be related at low levels ( $r$  = .468, Sig = .000), followed by job characteristics and success and progress factors. Occupation was very low correlated ( $r$  = .375, Sig = .000), and the work relationship factor with the success and career progression factor was very low ( $r$  = .280, Sig = .002), respectively.

**KEYWORDS:** motivation, operational stress, private company

### ความสำคัญของปัญหา

ทรัพยากรมนุษย์ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นบุคลากรที่จะเข้ามาช่วยพัฒนาองค์กรให้มีการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องเป็นบุคลากรมีความรู้ความสามารถและสร้างคุณค่าให้กับองค์กร

ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ต่างให้ความสำคัญต่อทรัพยากรมนุษย์ซึ่งถือว่าคนเป็นทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญที่สุดองค์กรจะสามารถทำงานบรรลุเป้าหมายได้หรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นผู้กำหนดเป้าหมายวางแผนและลงมือปฏิบัติ ดังนั้นงานสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารก็คือการเอาใจใส่ดูแลและกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนทำงานอย่างดีที่สุด ส่วนผู้ปฏิบัติงานก็ต้องทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและองค์กรแต่การที่จะทำงานให้ได้ผลการปฏิบัติดีนั้นผู้ปฏิบัติงานแต่ละบุคคลย่อมทำได้แตกต่างกันไปแม้ว่าพวกเขาจะมีความสามารถเท่าเทียมกันและอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เหมือนกันแต่ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ควรละเลยในองค์กร คือ ความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ความเครียดจากที่ทำงาน คือ ผลเสียต่อสุขภาพทางร่างกาย และจิตใจเนื่องจากงาน โดยเฉพาะงานที่ไม่เหมาะสมกับความสามารถของพนักงาน ทรัพยากร และความต้องการของคนงาน สำหรับคนทำงานมีค่าหนึ่งที่สุดกันมากคือความท้าทาย Challenge คือภาวะทั้งทางร่างกาย และจิตใจที่กระตุ้นให้เราเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เกี่ยวกับงานเพื่อผลสำเร็จ

ของงาน เมื่องานนั้นสำเร็จก็จะเกิดการผ่อนคลาย และพอใจ Challenge เป็นสิ่งที่ดีทำให้สุขภาพจิตดีและสร้างงานจึงเป็น คำกล่าวที่ว่า ความเครียดเล็กน้อยเป็นสิ่งที่ดีสำหรับชีวิต แต่ หากความท้าทายนั้น ได้กลายเป็นงานที่ต้องทำหรือหน้าที่ ประจำและไม่สามารถทำให้สำเร็จก็จะกลายเป็นความเครียด จากที่ทำงาน

งานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมากกว่าเป็นการ ดำรงชีวิตให้ผ่านพ้นไปวันๆ งานมิได้เพียง ครอบครองเวลา ส่วนใหญ่ของเราแท้จริงแล้วงาน ได้ครอบครองช่วงเวลาใน ชีวิตที่เราได้อยู่มากเสียจนกระทั่งความสุขในงานมิใช่เป็น เพียงสิ่งดีๆ ในชีวิตเท่านั้น แต่กลับเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดที่ทา ให้ชีวิตของเรามีความหมายในทางกลับกันงานยังมีความ สำคัญมากเท่าไรหรือก็ยิ่งสร้างความกดดันหรือ ความเครียดมากขึ้นเท่านั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็น ตรงกันว่า งานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความเครียดและมี แนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น ผลการสำรวจ สถานการณ์และแนวโน้มความเครียดของคนไทย ช่วง เมษายน 2552 - มกราคม 2555 โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร พบว่า เป็นพื้นที่เสี่ยงที่พบผู้ที่มีความเครียดสูงมากที่สุด โดยมีสาเหตุหลักมาจากปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านการงาน

บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นบริษัทที่ก่อตั้งในปี คริสต์ศักราช 2008 และ เป็นบริษัทที่มีโครงสร้างผู้ถือหุ้น ภายในประเทศไทย 100 เปอร์เซ็น เป็นบริษัทที่ประกอบ ธุรกิจ การผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์หลักคือ ชิ้นส่วนตู้เย็น ชิ้นส่วนยานยนต์ แม่พิมพ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์ ถูกนำไปใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรม ยานยนต์ ไฟฟ้า/ อิเล็กทรอนิกส์และอื่นๆ จากการก่อตั้งของบริษัทฯที่ผ่านมา นั้นกล่าวได้ว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในความยั่งยืนก็คือ ทรัพยากรมนุษย์ซึ่งองค์กรจะเจริญก้าวหน้าและอยู่รอดได้ เน้น บุคลากรในองค์กรจะต้องมีประสิทธิภาพในการทำงาน และไม่ควรมีสิ่งจูงใจหรือเหตุที่ก่อให้เกิดความเครียดอัน เป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานลาออกมากที่สุด

จากข้อมูลข้างต้นเป็นที่สังเกตว่าอัตราการลาออก ของพนักงานบริการนั้นจะค่อนข้างสูงมาก หากเปรียบเทียบกับอาชีพอื่นๆ เพราะนอกจากความเครียดที่เกิดจากการ

ทำงานแล้ว พนักงานยังต้องเผชิญกับความเครียดจาก สภาพแวดล้อมต่างๆภายนอกอีกมากมายเริ่มตั้งแต่การ ออกมาทำงาน ตอนเช้าก็ต้องพบกับปัญหาการจราจรติดขัด ในการเดินทางมาทำงาน เมื่อมาถึงที่ทำงานก็พบกับปัญหาที่ เกิดจากการทำงาน ซึ่งอาจเกิดจากตัวเนื้องาน เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน เหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นล้วนก่อให้เกิด ความเครียดได้ทั้งสิ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงแรงจูงใจที่ก่อให้เกิด ความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชน แห่งหนึ่ง เพื่อจะได้นำผลจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นแนวทาง ในการปรับปรุงให้พนักงานมีทั้งสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ ดีมีความพร้อมในการปฏิบัติงานและพัฒนาการปฏิบัติงาน ของพนักงานให้มีความสุขในการทำงานเกิดขวัญกำลังใจ รวมถึงมีคุณภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่ม มากขึ้น ซึ่งจะนำผลสำเร็จให้แก่องค์กรต่อไป

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการ ปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับ ความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

#### สมมติฐานการวิจัย

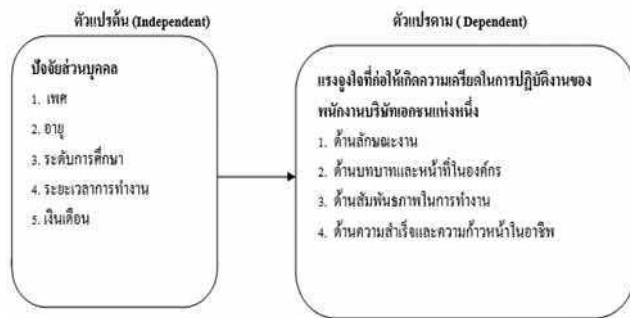
พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่มีปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดแตกต่างกัน

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย สามารถนำมาใช้เพื่อ เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อลดระดับความเครียดจาก การปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางการปรับปรุง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของ พนักงานในองค์กร

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีและผลงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดในการศึกษาแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ดังนี้



## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นพนักงานประจำ จำนวน 172 คน

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 120 คน ได้มาด้วยวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่สามารถยอมรับได้ว่าเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1973)

### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

1. ด้านลักษณะงาน
2. ด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร
3. ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน

4. ด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ

## การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ด้วย ระดับแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอ็ม แอนด์ เอ็นแมนูแฟกเจอร์ริง จำกัด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสมมติฐาน t-test (Independent-Samples -t test) กรณีที่ความแปรปรวนของ 2 กลุ่ม และ F-test วิเคราะห์หาค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) และในกรณีที่พบว่ามีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method)

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอ็ม แอนด์ เอ็น แมนูแฟกเจอร์ริง จำกัด โดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงผลการสรุปผลวิเคราะห์สมมติฐานแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน	ยอมรับ/ Sig. ี	
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 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งจำแนกตามเพศ พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน เงินเดือน แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

		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				

จากตารางพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ( $r = .468, \text{Sig.} = .000$ ) รองลงมาปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ( $r = .375, \text{Sig.} = .000$ ) และปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานกับปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ( $r = .280, \text{Sig.} = .002$ ) ตามลำดับ



## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เรื่องแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

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

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยรวมทุกด้านที่จะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ด้านลักษณะงาน พบว่าด้านลักษณะงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง การงานที่ได้รับไม่ตรงกับความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน งานที่ได้รับมีลักษณะที่ยาก อยู่ภายใต้แรงกดดัน และการปริมาณงานที่ทำในแต่ละวันมาก ตามลำดับ

ด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร พบว่าด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กรจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ ผู้บังคับบัญชามีการปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาแบบไม่ยุติธรรมเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง การแบ่งงานที่รับผิดชอบอย่างไม่เป็นธรรม การได้รับมอบหมายงานนอกเหนือจากงานในหน้าที่หลัก และนโยบายในการบริหารงานมีความไม่ชัดเจน ตามลำดับ

ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน พบว่าด้านสัมพันธภาพในการทำงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ ขาดบุคคลที่มีความสามารถในการแนะนำ

สำหรับการแก้ปัญหาเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง บรรยากาศในการทำงาน ไม่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดความขัดแย้งในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมปฏิบัติงาน และผู้ร่วมงานมักใช้อารมณ์ในการปฏิบัติมากกว่าการใช้เหตุผล ตามลำดับ

ด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ พบว่าด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ การขาดโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งในการปฏิบัติงาน เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมอบหมาย ไม่มีความท้าทายและส่งเสริมการแสดงออกซึ่งความสามารถ ไม่ได้รับส่งเสริมให้ปฏิบัติงานในงานสำคัญๆ และขาดการสนับสนุนหรือส่งเสริมในการพัฒนาทักษะความรู้ สำหรับความก้าวหน้าในตำแหน่ง ตามลำดับ

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดแตกต่างกัน พบว่าผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดไม่แตกต่างกัน

## สรุปผลความสัมพันธ์

พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ รองลงมาปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านมีความความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับและปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานกับปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ตามลำดับ

## อภิปรายผลการวิจัย

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

ด้านลักษณะงาน พบว่าด้านลักษณะงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง การงานที่ได้รับไม่ตรงกับความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน งานที่ได้รับมีลักษณะที่ยาก อยู่ภายใต้แรงกดดัน และการปริมาณงานที่ทำในแต่ละวันมาก เพราะด้านลักษณะงานส่วนใหญ่เป็นปัจจัยหลักๆที่ก่อให้เกิดความเครียดได้ง่ายของพนักงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ซิน ไอสต หักบาราเอ (2525) และอมรากุล อิน โธซานนท์ (2532) กล่าวว่าลักษณะงาน ปริมาณงานที่น้อยเกินไปทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองไม่มีคุณค่าความมั่นใจในตนเอง ปริมาณงานที่มากเกินไป หรือคุณภาพงานสูง เช่น การได้รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาในงานที่ไม่สามารถทำได้ แต่จำเป็นต้องทำจึงเกิดความวิตกกังวล หรือ งานหนักเกินไป คนๆ เดียวต้องรับผิดชอบงานหลายอย่าง ล้วนแล้วแต่ก่อให้เกิดความเครียด

ด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร พบว่าด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กรจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือผู้บังคับบัญชามีการปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาแบบไม่ยุติธรรมเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง การแบ่งงานที่รับผิดชอบอย่างไม่เป็นธรรม การได้รับมอบหมายงานนอกเหนือจากงานในหน้าที่หลัก และนโยบายในการบริหารงานมีความไม่ชัดเจน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด Mclean Alan A. (1988) ว่าตัวการสำคัญที่นำมาซึ่งความเครียดในการปฏิบัติงานได้แก่ การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานความไม่แน่ใจ

เกี่ยวกับขอบเขตของตนเองและความรับผิดชอบในการควบคุมบังคับบัญชาผู้อื่น

ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน พบว่าด้านสัมพันธภาพในการทำงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ ขาดบุคคลที่มีความสามารถในการแนะนำสำหรับการแก้ปัญหาเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง บรรยากาศในการทำงาน ไม่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดความขัดแย้งในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมปฏิบัติงาน และผู้ร่วมงานมักใช้อารมณ์ในการปฏิบัติมากกว่าการใช้เหตุผล ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด Robbins (1991) ว่า ความต้องการระหว่างบุคคล (Interpersonal Demand) คือการขาดความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงาน การขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ไม่สามารถติดต่อสื่อสารหรือประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ได้ย่อมสามารถส่งผลกระทบต่อความเครียดเช่นกัน

ด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ พบว่าด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ การขาดโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งในการปฏิบัติงาน เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมอบหมาย ไม่มีความท้าทายและส่งเสริมการแสดงออกซึ่งความสามารถไม่ได้รับส่งเสริมให้ปฏิบัติงานในงานสำคัญๆ และขาดการสนับสนุนหรือส่งเสริมในการพัฒนาทักษะความรู้สำหรับความก้าวหน้าในตำแหน่ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด Alan A. Mclean (1988) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงในงานที่ปฏิบัติสามารถทำให้เครียดได้เท่าๆ กับงานที่ซ้ำซากจำเจ งานที่กำกวมหาขอบเขตแน่นอนไม่ได้ มักมีปัญหาข้อขัดแย้งบ่อยๆ มักนำมาซึ่งความเครียดสถานการณ์ที่นำมาซึ่งความเครียดมาก มักจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลและองค์กร

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สามารถนำมาใช้การปรับปรุงกระบวนการและการจัดแผนงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

1.2 สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อลดระดับความเครียดจากการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

### 2. ข้อเสนอแนะในการการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากข้อมูลที่รวบรวมได้นั้นเป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง บางส่วนเท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมมากขึ้น จึงควรทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของจำนวนพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

2.2 ควรวางแผนทำแบบสอบถามไว้ล่วงหน้า เพื่อความรวดเร็วในการทำวิจัยเพราะการแจกแบบสอบถามและการสีย์ข้อมูลในโปรแกรมเพื่อคำนวณนั้นต้องใช้เวลาพอสมควร

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมกรมสุขภาพจิต. (2541). คู่มือคลายเครียด. ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ดีไซน์คอนดักชั่น.
- [2] ชิน โอสธ หัสบำเรอ. (2525). สุขภาพจิตในการทำงานและพฤติกรรมของมนุษย์. เอกสารกองกลางพยาบาล, 10(3), ธันวาคม 15-17.
- [3] ดวงพร หุตะเสวี. (2544). การศึกษาจุดหมายในอาชีพแรงจูงใจในการบริหารและพฤติกรรมการทำงานของผู้บริหารระดับกลางในธนาคารไทยพาณิชย์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย จิตวิทยาอุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [4] ดิน ปรัชญพฤกษ์. (2535). การบริหารการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ 204 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

[5] นเรศ ภูโลกสูง. (2541). การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด. (มหาชน).งานนิพนธ์การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการศึกษาผู้ใหญ่, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[6] บุญมั่น ธนาสุภวัฒน์. (2537). จิตวิทยาองค์การ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

[7] ปรีชาพร วงศ์นุตร์โรจน์. (2544). จิตวิทยาบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.

[8] พงศ์ หรดาล. (2540). จิตวิทยาอุตสาหกรรมองค์การเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.

[9] พรทิพย์ แจ่มพงษ์. (2546). ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานด้านยาเสพติดที่ผนวกกับงานประจำของข้าราชการส่วนภูมิภาคพื้นที่ภาคกลาง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร..

[10] เพลินพิศ วิบูลย์กุล. (2558). แรงจูงใจ Motives การจูงใจ Motivation. ฝ่ายแผนงาน ส่วนแผนงานและส่งเสริมความรู้

[11] วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อ การ ให้ บริการ ของ หน้ วย งาน กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.

[12] ศิริพร โอพาธรรมรัตน์. (2546). การเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน : ศึกษากรณี บริษัท อติเทพ จำกัด. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

[13] สมพงษ์ เกษมสิน (2521). การบริหาร. กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช. สมยศนาวิกการ.

- [14] สุระ หีบ โอสด. (2540). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายบริหารโครงการองค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย. งานนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขา การบริหาร การศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [15] อมราภุค อิน โอชานนท์. (2532). ความเครียดในการทำงานในกองสุขภาพจิต : กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขในสุขภาพจิต. กรุงเทพฯ การศาสนา.
- [16] ไมเคิลคอมแจน. (1996). การจูงใจ. [ออนไลน์]. [http://www.gotoknow.org/posts/492000%20\(12](http://www.gotoknow.org/posts/492000%20(12)
- [17] Anita E. Woolfolk. (1995). Motivation and Personality. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วีเลียร์น.
- [18] Berry, M. J. A., & Gordon, L. (2002). Data mining techniques: For marketing, sales, and customer relationship management. Indianapolis: Wiley.
- [19] Domjan, M. (1996). The Principles of Learning and Behavior Belmont. California: Thomson Wadsworth.
- [20] Feldman, D. & Arnold, H. (1983). Management individual and group behavior in organizations. Tokyo : McGraw-Hill.
- [21] Frederick, Herzberg et al. (1959). The Motivation of work. New York: John Wiley & Sons.
- [22] Ghiselli, E. E., and Clarence W. B. (1955). Personnel and industrial psychology. New York: McGraw-Hill.
- [23] Gilmer, Von Haller B. (1971). Industrial psychology. New York: McGraw-Hill.
- [24] Good, C.V. (1973). Dictionary of education. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- [25] Loudon, David and Bitta, Albert. (1988). Consumer Behavior: Concepts and Applications. 3rd ed. New York: McGraw Hill.
- [26] Maw, W.H. & Maw, E.W. (1964). Differences between children with high and low curiosity: a summary. Moravia, New York: Chronicle Guidance Publications.
- [27] Maw, W.H. & Maw, E.W. (1965). Differences in preference for investigatory activities, by school children who differ in curiosity level. Psychology in the Schools, 2, 263-266.

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง  
INCENTIVES AFFECTING PERFORMANCE IN THE ORGANIZATION A CASE STUDY  
OF A PRIVATE COMPANY

รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว<sup>1</sup>

<sup>1</sup>สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, E-mail: rc\_bsu@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร 2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 204 คน ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test (Independent – Samples) F-test (One-Way ANOVA)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30-40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อายุงาน 5 ปี เป็นพนักงานระดับผู้ปฏิบัติงาน และมีเงินเดือนไม่เกิน 15,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านองค์กรพบว่า แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พนักงานมีแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร ในส่วนของปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยจูงใจ โดยรวมทั้ง 13 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่ง

หนึ่ง พบว่าส่วนใหญ่มีแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีระดับแรงจูงใจปานกลางทุกด้าน คือ ด้านความสุขในการทำงาน ( $\bar{X}=3.30$ , S.D =.290) รองลงมาคือด้านความมีประสิทธิภาพ ( $\bar{X}=3.25$ , S.D =.210) และด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ( $\bar{X}=3.20$ , S.D =.220) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าพนักงานบริษัทเอกชนมีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** แรงจูงใจ, ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, พนักงานบริษัทเอกชน

### ABSTRACT

This research aims to: 1. to study the factors affecting the performance of employees in the organization 2. to study the performance of employees in the organization the samples used in this research are employee of a private company of 204 people who determine the sample size. The sample size calculation formula, with a confidence level of 95%. Using a statistical data analysis software package, statistics used in data analysis consist of descriptive statistics were percentage, mean, and standard deviation. and the inferential statistics were t-test (Independent - Samples) F-test (One-Way ANOVA).

The results of the data analysis showed that

1. The analysis of personal data of the respondents showed that most of them are male, aged 30-40 years. Low education, bachelor's degree, 5 years of work. Employee level staff. And have a salary not exceeding 15,000 baht.

2. The analysis of organizational factors showed that Incentives affecting the performance of the organization of employees of a private company employees are motivated that affect the performance of their operations in the organization. In the part of supporting factors and the overall motive factors in 13 aspects were at a moderate level.

3. The results of an analysis of motivation affecting the performance of the organization of employees of a private company It was found that most of them had motivation affecting the performance of the organization as a whole in moderate level. When considering each It was found that there were moderate levels of motivation in all aspects. It is the happiness in work ( $\bar{X} = 3.30$ ,  $SD = .290$ ), followed by efficiency ( $\bar{X} = 3.25$ ,  $SD = .210$ ) and creativity ( $\bar{X} = 3.20$ ,  $SD = .220$ ) respectively.

4. The results of analysis of assumptions of employees of a private company It was found that employees of companies and private companies have different personal factors which affect their performance in different ways.

**keywords:** incentives, performance in the organization, private company

### ความสำคัญของปัญหา

การบริหารองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ อาทิ บุคลากร เงิน วัสดุ อุปกรณ์ และการบริหารจัดการที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การบริหารงานบุคคล” เพราะบุคคล หรือ บุคลากรในองค์กร ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการบริหารงาน เนื่องจากหากปราศจากบุคลากรที่ทำหน้าที่เป็นตัวขับเคลื่อนแล้วการ

บริหารจัดการต่างๆ ก็ไม่เกิดขึ้น และ องค์กรก็จะไม่บรรลุเป้าหมายได้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าองค์กรจะมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดีเพียงใด หากบุคลากรเหล่านั้น ขาดความตั้งใจ ขาดความกระตือรือร้น ในการปฏิบัติงาน ผลการปฏิบัติงานก็จะไม่ดี และทำให้องค์กรประสบความล้มเหลว ดังนั้น เพื่อให้ องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวัง จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารจะต้องทราบถึงแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานของบุคลากร และจำเป็นต้องบริหารจัดการให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงาน ทั้งนี้เมื่อบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจะทำให้เกิดผลดีแก่องค์กร ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ในที่สุด แม้ว่าเรื่องของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรจะมีการศึกษาอย่างมาก ในช่วงครึ่งศตวรรษที่ผ่านมาแล้ว แต่ในปัจจุบันก็ยังมีผู้ให้ความสนใจศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง และยังเป็นเรื่อง ที่ทันสมัยอยู่เสมอ สาเหตุอาจเนื่องจากว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นได้แทบทุกองค์กร และยังคงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งการศึกษาที่สามารถดำเนินการได้อย่างหลากหลายแนวทางนี้ จึงเป็น สิ่งจูงใจให้มีการศึกษาเรื่องนี้ตลอดมา สำหรับการศึกษาในครั้งนี้มีสาเหตุสำคัญหลายประการ 12 สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา เรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร เป็นเรื่องที่เป็น พื้นฐานที่ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสนใจและควรตระหนักว่า แรงจูงใจของพนักงานส่งผลให้ เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาตามสภาพการณ์หรือจังหวะ เวลา

ดังนั้น การได้มีโอกาสสำรวจประเด็นของปัญหาไม่ว่าจะใช้แนวทางหรือวิธีการใด ก็จะทำให้ วิเคราะห์สภาพขององค์กรได้ชัดเจนมากขึ้นและจะช่วยให้สามารถแก้ไข ปัญหาได้ตรงจุด ซึ่งจะนำมาวางแผนการพัฒนาองค์กรในเรื่องต่างๆ ได้ นอกจากนั้น การศึกษาครั้งนี้ยังอาจจะช่วยกระตุ้น ให้ผู้บริหารหันมาให้ความสนใจปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ จะช่วยเสริมสร้างปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรได้ รวมทั้ง

ผู้วิจัยยังเห็นว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจะมีประโยชน์อย่างแท้จริง หากสามารถนำไปใช้ เพื่อการวางแผนในเชิงปฏิบัติการปัจจุบัน การผลิตในปัจจุบันมีขั้นตอนมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้พนักงานระดับปฏิบัติการทำงานยากกว่าเดิม โดยหลายครั้งที่กระบวนการผลิตส่งของที่ไม่ได้มาตรฐานไปให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้บริษัทต้องกำหนดมาตรฐานในการตรวจสอบ และมาตรการในการลงโทษเพิ่มขึ้น เช่น พนักงานไหนที่ทำของเสียปล่อยผ่านไปสู่กระบวนการถัดไปจะถูกหน่วยงานต้นสังกัดลงโทษ ไม่ว่าจะเป็นออกเป็นหนังสือเตือน หรือถึงพักงาน จากปัญหาดังกล่าวทำให้พนักงานที่ปฏิบัติงาน เกิดแรงกดดันในการทำงาน ซึ่งเป็นปัญหาในเรื่องของการบริหารงานภายในที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ทำให้ส่งผลต่อพนักงานที่ปฏิบัติงานโดยตรง นอกเหนือจากงานด้านการผลิตแล้ว ยังมีปัจจัยอีกหนึ่งอย่างที่ทำให้พนักงาน ปฏิบัติงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ คือ ช่องว่างระหว่างพนักงานปฏิบัติการ หัวหน้างาน และระดับ ผู้บริหาร โดยเนื่องมาจากสายการบังคับบัญชาที่เน้นการสั่งการแบบบนสู่ล่าง ทำให้พนักงาน ปฏิบัติการไม่เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเท่าที่ควร จากความแตกต่างกันของตำแหน่งงานทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรายได้ หน้าที่ความรับผิดชอบ สวัสดิการ รวมถึง เงินโบนัสประจำปี ซึ่งมีความแตกต่างกันมาก ระหว่างพนักงานปฏิบัติงาน และ หัวหน้างาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล ขององค์กรโดยรวม

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและทำการวิจัยในหัวข้อเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง มีความคิดเห็นอย่างไร พร้อมทั้งข้อเสนอแนะจากพนักงาน จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารของบริษัทใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการทำงานของพนักงานให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร

2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร

**สมมติฐานการวิจัย**

พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร แตกต่างกัน

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนาพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการสร้างแผนด้านการจูงใจให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**

ในการศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ศึกษาได้ความรู้จากการศึกษาดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้



## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประสิทธิภาพในปฏิบัติงานของพนักงาน ประกอบด้วย ปัจจัยค่าจูนและปัจจัยจิตใจ ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ประสิทธิภาพใน ปฏิบัติงานของพนักงาน	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
1. ด้านความสุขในการ ทำงาน	ชาย	176	3.334	.283	4.109*	.000
	หญิง	28	3.100	.258		
2. ด้านความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์	ชาย	176	3.181	.227	-	.000
	หญิง	28	3.335	.095	6.194*	
3. ด้านความมี ประสิทธิภาพ	ชาย	176	3.281	.207	9.605*	.000
	หญิง	28	3.057	.092		

จากตารางพบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านความสุขในการทำงาน (Sig = .000) ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Sig = .000) และ ด้านความมีประสิทธิภาพ (Sig = .000)

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานเอกชนแห่งหนึ่ง

ปัจจัยด้านองค์กร (ปัจจัยค่าจูน)	$\bar{X}$	S.D.	ผลการ แปล
1. ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์	2.97	.225	ปานกลาง
2. ด้านนโยบายบริษัทและการบริหาร	3.20	.210	ปานกลาง
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร	3.19	.287	ปานกลาง
4. ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	2.73	.306	ปานกลาง
5. ด้านการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน	3.22	.255	ปานกลาง
6. ด้านสภาพในการทำงาน	3.07	.410	ปานกลาง
7. ด้านความมั่นคงในงาน	3.21	.232	ปานกลาง

จากตารางพบว่า ข้อมูลประสิทธิภาพในปฏิบัติงานของพนักงานในส่วนของปัจจัยค่าจูน พบว่าใน ภาพรวมแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน แล้ว พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน คือด้านการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน ( $\bar{X}$  = 3.22, S.D = .255) รองลงมาคือด้านความมั่นคงในงาน ( $\bar{X}$  = 3.21, S.D = .232) ด้านด้านนโยบายบริษัทและการบริหาร ( $\bar{X}$  = 3.20, S.D

= .210) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ( $\bar{X}$  = 3.19, S.D = .287) ด้านสภาพในการทำงาน ( $\bar{X}$  = 3.07, S.D = .410) ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ( $\bar{X}$  = 2.97, S.D = .225) และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ( $\bar{X}$  = 2.73, S.D = .306) ตามลำดับ

## สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30-40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี อายุงาน 5 ปี เป็นพนักงานระดับผู้ปฏิบัติงาน และมีเงินเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ตามลำดับ

ปัจจัยด้านองค์กรประกอบด้วยปัจจัยค่าจูนและปัจจัยจิตใจ พบว่า

ด้านปัจจัยค่าจูน

ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ พบว่า รายชื่อแล้ว พบว่ามีระดับแรงจูงใจปานกลาง อันดับได้รับค่าทำงานในเวลากลางคืน และค่าชดเชยการผลัดต่อเดือน (Incentive) เหมาะสมกับจำนวนชิ้นงานที่ผลิตต่อเดือนปัจจุบันการจ่ายค่าทำงานล่วงเวลา โดยคำนวณเป็นชั่วโมงทำงานมีความเหมาะสมกับงานที่ท่านทำและเงินเดือนที่ได้รับ มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ท่านทำในปัจจุบัน

ด้านนโยบายบริษัทและการบริหาร พบว่า มีความเข้าใจในการประยุกต์หลักการของวิสัยทัศน์ Best Thinking เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ท้าทาย ได้รับทราบนโยบายการบริหารตามหลักการของ Grow Beyond และนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและทราบนโยบายการบริหารตามหลักการของ AGC Way เป็นอย่างดี

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร พบว่า ได้เข้าร่วมกิจกรรมภายในหน่วยงานเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างบุคลากรในองค์กร กิจกรรมความปลอดภัยภายในหน่วยงานของท่าน ช่วยส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงาน และบรรยากาศและความสัมพันธ์ที่ดี ส่งผลให้มีความกระตือรือร้นในการทำงานมากยิ่งขึ้น



ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า พื้นที่ปฏิบัติงานของ มีการจัดการที่เหมาะสม สะดวกและง่ายต่อการปฏิบัติงาน พอใจในมาตรฐานการควบคุม แสงสว่าง ความร้อน กลิ่น ที่ได้รับจากการทำงานและพอใจในการจัดรถรับ-ส่ง ให้พนักงาน เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพื่อความสะดวกในการเดินทาง

ด้านการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน พบว่า ได้เรียนรู้เทคนิคในการทำงานจากหัวหน้างาน อยู่เป็นประจำ มีโอกาสเข้าพบ และปรึกษาหารือกับหัวหน้างานได้อย่างสะดวก และหน่วยงานของมี การกำหนดสายการบังคับบัญชาที่เหมาะสมและเป็นระบบ

ด้านสภาพในการทำงาน พบว่า พื้นที่ปฏิบัติงานมีจำนวนบุคลากรเหมาะสมกับจำนวนงานที่ทำ หน่วยงานของมีการจัดสถานที่ทำงานเป็นสัดส่วนเหมาะสมกับการปฏิบัติงานและพอใจ โรงจอดรถ และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ทางบริษัทจัดไว้ให้

ด้านความมั่นคงในงาน พบว่า พอใจในระบบเกษียณอายุก่อนเกณฑ์คือ 45 ปีและ ผลประโยชน์ที่ได้รับพอใจในสวัสดิการขั้นพื้นฐานด้านการรักษาพยาบาลที่บริษัทจัดไว้ให้ และหน่วยงานเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในการทำงาน

ด้านปัจจัยจูงใจ

ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการ ทำงานของท่าน และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี งานที่ได้รับมอบหมายให้ทำมักสำเร็จตามเป้าหมายที่ KPI ของหน่วยงานกำหนดไว้ และมีสามารถวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น

ด้านการได้รับการยอมรับ พบว่า ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานเมื่อทำงานสำเร็จ รองลงมาคือได้รับการยกย่องและชมเชยจากหัวหน้างาน เมื่อทำงานบรรลุผลสำเร็จ และได้รับการประกาศยกย่อง จากหน่วยงานเมื่อทำงานสำเร็จ

ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พบว่า งานที่ทำเป็นงานที่ต้องใช้ความคิด และคิดค้นสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

รองลงมาคืองานที่มีคุณค่าทางด้านผลิตภัณฑ์สูง (Quality) และลักษณะของงานที่ทำเป็นงานที่มีระบบและท้าทาย

ด้านความรับผิดชอบในงาน พบว่า ได้รับมอบอำนาจและความรับผิดชอบในการทำงานเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ ที่ได้รับความไว้วางใจในการทำงานจากทีมงานและที่ท่านทำมีความอิสระในการตัดสินใจตามขอบเขตที่หน่วยงานกำหนดให้

ด้านการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง พบว่า มีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งงานตามความรู้ความสามารถ มีการเลื่อนตำแหน่งงานของหน่วยงานของท่านมีความเป็นธรรมและเหมาะสม และพอใจในการปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี

ด้านความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน พบว่า รู้สึกภาคภูมิใจ ในการเจริญก้าวหน้าในการทำงาน ที่บริษัทมอบให้ ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาความรู้ความสามารถ เช่น ฝึกอบรม สัมมนา เป็นต้น และได้รับโอกาสที่จะพัฒนาความรู้ความสามารถ เพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า

ด้านความสุขในการทำงาน พบว่า มีความสุขในการทำงาน เมื่องานที่ท่านั้นบรรลุเป้าหมาย รองลงมาคืองานที่ท่านทำเป็นงานที่มีความสุข และได้ประโยชน์ต่อตนเองและบริษัท มีความสนุกสนานและรู้สึกที่ดีกับงานที่ท่านทำมีความรู้สึกชื่นชอบและมีความสุขกับงานที่ท่านทำอยู่ปัจจุบันและสุดท้ายไม่รู้สึกลับข้องใจ เบื่อหน่าย หรือไม่สบายใจกับงานที่ท่านทำ

ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พบว่า สามารถต่อยอดความรู้ และสร้างสรรค์งานได้เป็นอย่างดี มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้างานที่ท่านทำเป็นงานสร้างสรรค์ ที่ส่งผลดีต่อสังคม งานผลิตภัณฑ์ที่ท่านทำสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรและงานที่ท่านทำสามารถ สร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

ด้านความมีประสิทธิภาพ พบว่า สามารถทำงานได้ตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานที่ท่านทำไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งงานที่ท่านทำมีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับ มีส่วนช่วยในการลด

ต้นทุนให้กับบริษัท และที่นำไปตามโครงการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Saving)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในองค์กร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านองค์กรประกอบด้วยปัจจัยค่าจ้างและปัจจัยจูงใจ พบว่า

ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ พบว่า รายข้อแล้ว พบว่ามีระดับแรงจูงใจปานกลาง อันดับได้รับค่าทำงานในเวลากลางคืน และค่าขอดการผลัดต่อ เดือน (Incentive) เหมาะสมกับจำนวนชิ้นงานที่ผลิตต่อเดือนปัจจุบัน การจ่ายค่าทำงานล่วงเวลา โดยคำนวณเป็นชั่วโมงทำงานมีความเหมาะสมกับงานที่ท่านทำและเงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ท่านทำในปัจจุบันมีความสอดคล้องกับแนวคิด กินสัน และคณะ (Gibson and et.al., 1982) ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นที่ต้องมีแรงจูงใจในตัวแปรต่างๆ เช่น ความรู้ความสามารถภูมิหลัง ของแต่ละบุคคลรวมทั้งผลตอบแทนต่างๆ มีส่วนทำให้ผลการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลมีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้บุคคลเพิ่มความพยายามในการทำงาน

ด้านนโยบายบริษัทและการบริหาร พบว่า มีความเข้าใจในการประยุกต์หลักการของวิสัยทัศน์ Best Thinking เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ท้าทาย ได้รับทราบนโยบายการบริหารตามหลักการของ Grow Beyond และนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและทราบนโยบายการบริหารตามหลักการของ AGC Way เป็นอย่างดี มีความสอดคล้องกับแนวคิดแนวคิดของสตีลส์และพอร์เตอร์ (1979) ที่กล่าวว่า นโยบายและแนวทางปฏิบัติของฝ่ายบริหาร มีอิทธิพลอย่างมากต่อบรรยากาศขององค์กรผู้บริหารที่ใช้ข้อมูลย้อนกลับ(Feedback)

กับ พนักงานให้พนักงานทำงานอย่างอิสระ ย่อมจะสร้างบรรยากาศในการทำงานที่มุ่งผลสำเร็จและทำให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อวัตถุประสงค์ของกลุ่มมากยิ่งขึ้น

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร พบว่า ได้เข้าร่วมกิจกรรมภายในหน่วยงาน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างบุคลากรในองค์กร กิจกรรมความปลอดภัยภายในหน่วยงานของท่าน ช่วยส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงาน และบรรยากาศและความสัมพันธ์ที่ดี ส่งผลให้มีความกระตือรือร้นในการทำงานมากยิ่งขึ้น มีความสอดคล้องกับแนวคิด นันทกัทร อักษรดิษฐ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นลักษณะของความสัมพันธ์ของสมาชิกที่มีต่อองค์กร

ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า พื้นที่ปฏิบัติงานของ มีการจัดการที่เหมาะสม สะดวกและง่ายต่อการปฏิบัติงาน พอใจในมาตรฐานการควบคุม แสงสว่าง ความร้อน กลิ่น ที่ได้รับจากการทำงานและพอใจในการจัดรถรับ-ส่ง ให้พนักงาน เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพื่อความสะดวกในการเดินทาง มีความสอดคล้องกับแนวคิด Moos (1986) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่รวมเป็นบรรยากาศในการทำงาน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการทำงาน ความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน การนิเทศงาน สายการบังคับบัญชา ความมีอิสระในการทำงาน แรงกดดันในการทำงาน

ด้านการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน พบว่า ได้เรียนรู้เทคนิคในการทำงานจากหัวหน้างาน อยู่เป็นประจำ มีโอกาสเข้าพบ และปรึกษาหารือกับหัวหน้างานได้อย่างสะดวก และหน่วยงานของมี การกำหนดสายการบังคับบัญชาที่เหมาะสมและเป็นระบบ มีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Louis A. Allen หนังสือ Management and Organi (ค.ศ.1958) ทฤษฎี POLC

ด้านสภาพในการทำงาน พบว่า พื้นที่ปฏิบัติงานมีจำนวนบุคลากรเหมาะสมกับจำนวนงานที่ท่านทำ หน่วยงานของมีการจัดสถานที่ทำงานเป็นสัดส่วนเหมาะสมกับการปฏิบัติงานและพอใจ โรงจอดรถ และเจ้าหน้าที่รักษาความ

ปลอดภัย ที่ทางบริษัทจัดไว้ให้ มีความสอดคล้องกับแนวคิด Moos (1986) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่รวมเป็นบรรยากาศในการทำงาน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการทำงาน ความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน การนิเทศงาน สายการบังคับบัญชา ความมีอิสระในการทำงาน แรงกดดันในการทำงาน

ด้านความมั่นคงในงาน พบว่า พอในใจระบบเกษียณอายุก่อนเกณฑ์คือ 45 ปีและ ผลประโยชน์ที่ได้รับ พอใจใน สวัสดิการขั้นพื้นฐานด้านการรักษาพยาบาลที่บริษัทจัดไว้ให้ และหน่วยงานเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในการทำงาน มีความสอดคล้องกับแนวคิด วิกรม อัครวิกุล (2541) ได้กล่าวว่าความมั่นคงในการทำงานเป็นสภาพจิตใจและความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้ หรือประเมินปัจจัยต่างๆ ในองค์กรที่แสดงถึงการจ้างงานที่แน่นอน การให้ความคุ้มครองป้องกันการมีหลักประกันในการทำงาน และมีผลตอบแทนจากการทำงานทั้งในขณะที่ยังปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรและหลังจากที่บุคคลออกจากองค์กรไปแล้ว

#### ด้านปัจจัยจิตใจ

ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานของท่าน และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี งานที่ได้รับมอบหมายทำสำเร็จตามเป้าหมายที่ KPI ของหน่วยงานกำหนดไว้ และสามารถวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีความสำเร็จ (Achievement Needs (Ach)) เมคเคลแลนด์ (McClelland, 1953) อธิบายว่า มนุษย์เรามุ่งจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ให้สำเร็จลุล่วงไป เมคเคลแลนด์ ได้สร้างแบบทดสอบ เพื่อแยกประเภทของมนุษย์ ออกเป็น พวกที่มีความต้องการความสำเร็จสูงต่ำ เรียกว่า Thematic Appreciation Test (TAT) TAT จะประกอบด้วย ภาพต่างๆ ภาพเหล่านี้ จะไม่มีคำบรรยายกำกับไว้ ผู้ทดสอบ จะเป็นผู้บรรยายว่า ภาพเหล่านั้น เกี่ยวกับ สิ่งใด หรือคนในภาพนั้น มีความรู้สึกอย่างไร เช่น ภาพวาดหนึ่ง มีเด็กหนุ่ม กำลังพรวนดินกลางทุ่งนา ที่ปลายนา มีพระอาทิตย์กำลัง จะลับ

ขอบฟ้า แสดงถึง เวลาเย็น ผู้ทดสอบ จะต้องบรรยายว่า เด็กหนุ่มคนนั้น มีความรู้สึก อย่างไร คำบอกเล่า ของผู้ทดสอบ จะได้รับ การตีความจากผู้ตัดสินว่า เขามีแรงจูงใจ ในความสำเร็จ สูงหรือต่ำ โดยได้รับ การเปรียบเทียบ คำตอบของผู้ทดสอบต่างๆ

ด้านการได้รับการยอมรับ พบว่า ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อทำงานสำเร็จ รองลงมาคือได้รับการยกย่องและชมเชยจากหัวหน้างาน เมื่อทำงานบรรลุผลสำเร็จ และได้รับการประกาศยกย่อง จากหน่วยงานเมื่อทำงานสำเร็จ มีความสอดคล้องกับแนวคิดอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษยนิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งมีเบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ มาสโลว์มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นเมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนอง

ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พบว่า งานที่ทำเป็นงานที่ต้องใช้ความคิด และคิดค้นสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ รองลงมาคืองานที่ทำมีคุณค่าทางด้านผลิตภัณฑ์สูง (Quality) และลักษณะของงานที่ทำเป็นงานที่มีระบบและท้าทาย มีความสอดคล้องกับแนวคิด นูร์กีร์ คุณชล และคณะ (2543) กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญที่สามารถเอื้ออำนวยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายซึ่งก็คือความเจริญเติบโตขององค์กรนั่นเอง ทั้งนี้เพราะงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นงานที่มุ่งเลือกสรรคนที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงาน และเมื่อคนเหล่านี้เข้ามาอยู่ในองค์กรแล้วงานของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ก็ยังไม่ได้สิ้นสุดเพียงเท่านั้นแต่ยังดำเนินการอยู่ในองค์กรอย่างเป็นระบบด้วยการประสานงานกับฝ่ายหรือแผนกต่างๆ ในองค์กรทำการฝึกอบรมพัฒนาปรับปรุงให้พนักงานเหล่านี้มีความรู้ความสามารถทันสมัยต่อสภาพสังคมที่แปรเปลี่ยนไป

ด้านความรับผิดชอบในงาน พบว่า ได้รับมอบอำนาจและความรับผิดชอบในการทำงานเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ได้รับความไว้วางใจในการทำงานจากทีมงานและที่ท่านทำมีความอิสระในการตัดสินใจตามขอบเขตที่หน่วยงานกำหนดให้ มีความสอดคล้องกับแนวคิด Good (1973) อธิบาย ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง คุณธรรมซึ่งแสดงออกความคิดรวบยอดในความรู้สึกผิดชอบชั่วดี อันเป็นเครื่องเหนี่ยวรั้งควบคุมพฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อสนองความปรารถนา สามารถมองเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของคนกลุ่มใหญ่ และพร้อมที่จะแสดงเมื่อมีเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมมากระตุ้น

ด้านความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน พบว่า รู้สึกภาคภูมิใจ ในการเจริญก้าวหน้าในการทำงาน ที่บริษัทมอบให้ ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาความรู้ความสามารถ เช่น ฝึกอบรม สัมมนา เป็นต้น และได้รับโอกาสที่จะพัฒนาความรู้ความสามารถ เพื่อ ความก้าวหน้าในการทำงาน มีความสอดคล้องกับแนวคิด ความก้าวหน้า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของเดิมให้ดีขึ้นตามลำดับ เจริญเติบโตเร็วกว่าปกติ มีความสอดคล้องกับ แนวคิดของ ปานทิพย์ บุญยสุด (2540) อธิบายว่า ความก้าวหน้าคือการเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นในที่นี้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการประสบผลสำเร็จในการทำงาน ทำให้เกิดความก้าวหน้าในการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งและเลื่อนเงินเดือน อำนาจหน้าที่และสถานภาพในการทำงาน การยกระดับตำแหน่งให้สูงขึ้น

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า

ด้านความสุขในการทำงาน พบว่า มีความสุขในการทำงาน เมื่องานที่ท่านั้นบรรลุเป้าหมาย รองลงมาคืองานที่ท่านทำเป็นงานที่มีความสุข และได้ประโยชน์ต่อตนเอง และบริษัทที่มีความสนุกสนานและความรู้สึกที่ดีกับงานที่ท่านทำ มีความรู้สึกชื่นชอบและมีความสุขกับงานที่ท่านทำอยู่ในปัจจุบันและสุดท้ายไม่รู้สึกลบช้อใจ เบื่อหน่าย หรือไม่สบายใจกับงานที่ท่านทำ มีความสอดคล้องกับแนวคิด Diener (2003) อธิบายว่า ความสุขในการทำงาน คือ การรับรู้ของบุคคลกรถึงอารมณ์ ความรู้สึกชื่นชอบหรือเป็นสุขกับภารกิจ

หลัก อันเป็นผลมาจากการทำงาน สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของตนเองให้ชีวิตมีคุณค่า ได้ทำงานที่เกิดประโยชน์เกิดความสมหวังในประสบการณ์ที่ได้รับองค์ประกอบของความสุข

ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พบว่า สามารถต่อยอดความรู้ และสร้างสรรค์งานได้เป็นอย่างดี มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า งานที่ท่านทำเป็นงานสร้างสรรค์ ที่ส่งผลดีต่อสังคม งานผลิตภัณฑ์ที่ท่านทำสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร และงานที่ท่านทำสามารถ สร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสอดคล้องกับแนวคิดแมคคินนอน (Mackinnon, 1960) ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ พบว่าผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จะเป็นผู้ที่ ตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา มีความสามารถในการใช้สมาธิ มีความสามารถในการพินิจวิเคราะห์ความคิด ถิ่นถ้วนเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและมีความสามารถในการสอบสวน

ด้านความมีประสิทธิภาพ พบว่า สามารถทำงานได้ตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานที่ท่านทำไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ชิ้นงานที่ท่านทำมีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับ มีส่วนช่วยในการลดต้นทุนให้กับบริษัท และที่ท่านทำเป็นไปตามโครงการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Saving) มีความสอดคล้องกับแนวคิด อุดม ทุมโฆสิต (2544) หรือ ประสิทธิภาพ หมายถึง การมีสมรรถนะสูง สามารถมีระบบทำงานสร้างสมทรัพย์พยากรและความมั่งคั่งเก็บไว้ภายในเพื่อขยายตัวต่อไป และเพื่อเอาไว้สำหรับรองรับสถานการณ์ ที่อาจเกิดวิกฤติการณ์จากภายนอกได้ด้วย หรืออาจหมายถึงการเปรียบเทียบทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลที่ได้จาก การทำงานว่าดีขึ้นอย่างไร

#### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สามารถนำมาใช้การปรับปรุงกระบวนการและการจัดแผนงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

1.2 สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

## 2. ข้อเสนอแนะในการการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากข้อมูลที่รวบรวมได้นั้นเป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง บางส่วนเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมมากขึ้น จึงควรกระทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของจำนวนพนักงาน

2.2 ควรวางแผนทำแบบสอบถามไว้ล่วงหน้า เพื่อความรวดเร็วในการทำวิจัยเพราะการแจกแบบสอบถามและการคืนข้อมูลในโปรแกรมเพื่อคำนวณนั้นต้องใช้เวลาพอสมควร

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กิติมา ปรีดีดีลิก. (2529). ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ: ชนะการพิมพ์.
- [2] จิตต์สินี สัมผัสสุข (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กลุ่มวิจัยและพัฒนา: กรณีศึกษาสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย สถาบันพัฒนาศาสตร์.
- [3] ชาลุดเชช วีรกุล. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับขวัญในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินภูมิภาคที่ 5 (จังหวัดอุบลราชธานี).วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- [4] ธนวรรษ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2547). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์
- [5] ฐนิตา บัตตานี. (2546). ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การศึกษาค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [6] ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. (2532). ทฤษฎีการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [7] ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2527). ทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์
- [8] ชงชัย สันติวงษ์. (2531). การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- [9] บุญมั่น ธนาศุกวิวัฒน์. (2537). จิตวิทยาองค์การ. พิมพ์ลักษณ์: กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- [10] พยอม วงศ์สารศรี. (2528). การจัดการทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: หจก.อักษรศาสตร์.
- [11] กิติมา ปรีดีดีลิก. (2529). ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ: ชนะการพิมพ์.
- [12] วาสนา กล้ารัศมี. (2553). ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความทุ่มเทในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัททอส่งปีโตเลียมไทย จำกัด (แทปไลน์). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [13] วาสนา พัฒนนานันท์ชัย. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์.รายงาน วิชาการค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- [14] ศิริพร โอพาธรรมรัตน์. (2546) การเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน: ศึกษากรณี บริษัท อดินพ จำกัด. มหาวิทยาลัยบูรพา:ชลบุรี.
- [15] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- [16] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ:
- [17] สมพงษ์ เกษมสิน. (2531). การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 8, กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- [18] สมพงษ์ เกษมสิน. (2526). การบริหาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

## องค์ประกอบของนักบัญชียุคไทยแลนด์ 4.0

### COMPONENTS OF ACCOUNTING IN THAILAND 4.0

สโรชา ศรีบุญ<sup>1</sup>, ดร.พัทธ์ธีรา จิระอุดมสาร<sup>2</sup>, ดร.นิรันชา ลีวเฉลิมวงศ์<sup>3</sup>

SAROCHA SEEBUN<sup>1</sup>PHATTEERA JIRAUDOMSAROD<sup>2</sup>NIRANCHA LIUCHALERMWONG<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> อาจารย์ประจำ หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Master of Accountancy Program Master Faculty of Business Administration

Bangkok Suvarnabhumi University Phattheera.n@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของนักบัญชียุคไทยแลนด์ 4.0 โดยประชากรคือ นักศึกษาสาขาการบัญชีในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงชั้น ผลการศึกษา องค์ประกอบของนักบัญชีในยุคไทยแลนด์ 4.0 ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงชั้น พิจารณาความเหมาะสมของข้อมูลนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ ในภาพรวมของข้อมูลทั้งหมด ค่า KMO เท่ากับ 0.917 ค่า Chi-Square เท่ากับ 6766.957 ค่า Bartlett's Test of Sphericity ค่า Sig เท่ากับ 0.000 ผู้วิจัยได้ทำการหมุนแกนองค์ประกอบ พบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 ด้านการปฏิบัติงานบัญชี องค์ประกอบที่ 2 ด้านความสัมพันธ์และการใช้เทคโนโลยี องค์ประกอบที่ 3 ด้านความรู้บัญชี องค์ประกอบที่ 4 ด้านจรรยาบรรณและมาตรฐานการบัญชี

**คำสำคัญ :** การวิเคราะห์องค์ประกอบ, นักบัญชี

#### ABSTRACT

This research study The objective is to study the composition of the accountants of Thailand 4.0 era. The population is students in Accounting in Lat Krabang District. Bangkok The samples used in the study were 400

persons. The tools used for data collection were questionnaires, data analysis using confirmatory factor analysis, the study of accountants in Thailand 4.0 era. Consider the appropriateness of the data and analyze the composition. In the overall data, the KMO value was 0.917, Chi-Square value was 6766.957, the Bartlett's Test of Sphericity value, the Sig value of 0.000. Element 2 Relationships and Technology Use Element 3 Accounting Knowledge Element 4 Ethics and Accounting Standards

**Keywords:** Component analysis, Accountant

#### บทนำ

สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันหลายกิจการต้องเผชิญกับการแข่งขันหลากหลายรูปแบบ และต้องทำการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้เป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงการความอยู่รอดและโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจของกิจการ (กาญจนา มงคลนิพัทธ์และนิศยา มณีนาถ, 2559) ข้อมูลทางด้านบัญชีจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยในการตัดสินใจ ตามข้อบังคับใช้พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 วิชาชีพบัญชีจึงถูกแบ่งออก ได้แก่ การทำบัญชี การสอบบัญชี การบัญชีบริหาร การวางระบบบัญชี การบัญชีภาษีอากร การศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี และการบริหารเกี่ยวกับการบัญชีด้านอื่นตามที่กำหนด ในการจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีหรือมาตรฐาน

การรายงานทางการเงินนั้น สิ่งหนึ่งที่เป็นคุณลักษณะอันส่งผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Schoenfeld et al,2017; Brouard et al,2018) คุณ สม บั ดิ ของ ผู้ ทำ บัญ ชี ตาม พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 มีการกำหนดหลักเกณฑ์ความรู้ความสามารถและจริยธรรมของผู้ทำบัญชี การศึกษา งานวิจัยด้านความต้องการของนักบัญชีของ ธกมร เกื้อกูล วงศ์ (2554) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการของนักบัญชีใน วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดเชียงใหม่ในการ พัฒนาทักษะทางวิชาชีพ” พบว่า มีความต้องการในการ พัฒนาทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและ หน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะ ทาง การปฏิบัติระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และทักษะ ทาง การบริหารองค์กร

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของนักบัญชียุคไทย แลนด์ 4.0 ในเขตลาดกระบัง

#### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาสาขาการบัญชี เขต ลาดกระบัง มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้น ปีที่ 4 ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษ จำนวน 652 คน ได้แบ่งกลุ่ม ตัวอย่างไว้โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ใช้เกณฑ์จำนวนตัว แปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010, pp.100-102) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวน พารามิเตอร์หรือ ตัวแปร เพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัด ควรเป็นอย่างน้อย 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มี 20 ตัวแปร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จึงมีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะแสดงถึงความ เชื่อมั่นของผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้ทำการวิเคราะห์ องค์ประกอบมี 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) เป็นรูปแบบเพื่อใช้ค้นหาองค์ประกอบร่วมหรือปัจจัย

ร่วมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัว แปรทั้งหมด โดยที่องค์ประกอบร่วมที่ค้นหาได้มีจำนวน น้อยกว่าจำนวนตัวแปร และ 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบ เชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เป็น รูปแบบที่ใช้ในการทดสอบเกี่ยวกับโครงสร้างของ องค์ประกอบ ว่าองค์ประกอบแต่ละตัวประกอบด้วย อะไรบ้าง และตัวแปรแต่ละตัวควรมีน้ำหนัก ความสัมพันธ์ มากน้อยเพียงใด ตรงกับโมเดลหรือทฤษฎีที่ใช้พิสูจน์ หรือไม่ ซึ่งในบทความนี้จะใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง สำรองแบบ PCA (Principal Component Analysis) (ธีระดา ภิญาญ,2561)

#### ผลการวิจัย

จากข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง แสดงค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรจำนวน 20 ตัวแปร แสดง ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัว แปร

สัญลักษณ์	ตัวแปร	Mean	SD
A1	มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ	4.27	0.767
A2	ความซื่อสัตย์	4.28	0.740
A3	มีความรู้ความสามารถ ด้านมาตรฐานบัญชี	4.08	0.776
A4	สามารถใช้โปรแกรม สำเร็จรูปทางด้านบัญชี	4.04	0.761
A5	มีความรู้ความสามารถ เกี่ยวกับบัญชีต้นทุน	3.97	0.781
A6	บันทึกรายการบัญชีได้ อย่างถูกต้อง	3.96	0.769
A7	มีความรู้ความสามารถ ด้านภาษีอากร	3.85	0.830
A8	ความสามัคคีและทำงาน เป็นทีม	4.00	0.824

สัญลักษณ์	ตัวแปร	Mean	SD
A9	ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ	3.99	0.836
A10	มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.95	0.825
A11	การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	3.94	0.865
A12	มีความรู้ความสามารถด้านภาษาอังกฤษ	3.75	0.906
A13	มีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบบัญชี	3.80	0.867
A14	สามารถใช้โปรแกรม Excel ในการทำงานบัญชีได้เป็นอย่างดี	3.82	0.863
A15	มีความสามารถในการจัดแบ่งหน้าที่ และมีภาวะเป็นผู้นำ	3.81	0.882
A16	มีความชำนาญทางตัวเลข (การใช้คณิตศาสตร์และสถิติ)	3.73	0.913
A17	ติดตามข่าวสารทางด้านธุรกิจ	3.67	0.949
A18	จัดทำงานการเงินได้อย่างถูกต้องเชื่อถือได้	3.64	0.976
A19	สามารถอธิบายงบการเงินทางบัญชีให้คนอื่นเข้าใจได้	3.61	0.997
A20	มีความสามารถในการสืบหาค้นคว้าได้มาของข้อมูลที่หลากหลายจากแหล่งข้อมูลต่างๆ	3.61	1.034

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรทั้งหมด 20 ตัวแปร เช่น A2 มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.28 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.740 หมายความว่า ความซื่อสัตย์ของนักศึกษาสาขาการบัญชีเป็นตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากกว่าตัวแปรอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.28 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.740

ตารางที่ 2 แสดงค่า KMO และการทดสอบ Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.917
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6766.957
	df	190
	Sig.	0.000

จากตารางที่ 2 ค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นค่าวัดความเหมาะสม (adequacy) ของข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.917 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 และเข้าใกล้ 1 (Kerlinger, 1986) สรุปได้ว่า ข้อมูลที่นำมาศึกษามีความเหมาะสมในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ

สำหรับการทดสอบ Bartlett (Bartlett's Test of Sphericity) ได้ตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ตัวแปร 20 ตัวแปร (A1,A2,...A20) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_1$  : ตัวแปร 20 ตัวแปร (A1,A2,...A20) มีความสัมพันธ์กัน

จากตารางได้ค่าสถิติทดสอบ (Chi-Square) เท่ากับ 6766.957 และค่า p-value เท่ากับ 0.000 แสดงว่าตัวแปร 20 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันจึงมีความเหมาะสมในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือปัจจัยต่อไป

ตารางที่ 3 แสดงค่า Communalities



ตัวแปร	Initial	Extraction
A1	1.000	0.848
A2	1.000	0.880
A3	1.000	0.800
A4	1.000	0.789
A5	1.000	0.788
A6	1.000	0.733
A7	1.000	0.672
A8	1.000	0.748
A9	1.000	0.799
A10	1.000	0.775
A11	1.000	0.728
A12	1.000	0.631
A13	1.000	0.637
A14	1.000	0.596
A15	1.000	0.693
A16	1.000	0.766
A17	1.000	0.797
A18	1.000	0.790
A19	1.000	0.776
A20	1.000	0.712

จากตารางที่ 3 ค่า Communalities เป็นสัดส่วนของค่าความแปรปรวนที่สามารถอธิบายได้โดย common factor (Factor ทั้งหมด F1,F2,.....F20) หรือค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) ของตัวแปรกับองค์ประกอบหรือ Factor

ตารางที่ 4 แสดง Total Variances Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9.802	49.008	49.008	9.802	49.008	49.008	5.368	26.842	26.842
2	2.587	12.934	61.943	2.587	12.934	61.943	3.372	16.861	43.704
3	1.378	6.888	68.831	1.378	6.888	68.831	3.377	16.851	60.554
4	1.193	5.964	74.794	1.193	5.964	74.794	2.848	14.240	74.794
5	0.882	4.408	79.202						
6	0.665	3.324	82.526						
7	0.439	2.193	84.719						
8	0.406	2.031	86.750						
9	0.380	1.902	88.653						
10	0.303	1.516	90.168						
11	0.284	1.419	91.588						
12	0.268	1.338	92.926						
13	0.226	1.132	94.057						
14	0.209	1.046	95.104						
15	0.204	1.020	96.124						
16	0.184	0.922	97.045						

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
17	0.169	0.845	97.890						
18	0.158	0.788	98.678						
19	0.148	0.739	99.417						
20	0.117	0.583	100.000						

จากตารางที่ 3 และ 4 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. Component คือ องค์ประกอบของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาซึ่งโดยทั่วไปจะสกัดให้มีจำนวนเท่ากับจำนวนตัวแปร ในงานวิจัยนี้มีจำนวน 20 ตัวแปร จึงมี 20 ปัจจัย หรือ 20 Component นั้นเอง

2. Initial eigenvalues โดย Total เป็นการพิจารณาเฉพาะองค์ประกอบ จากตาราง Initial eigenvalues ของวิธี Principal Component จะกำหนดค่าของตัวแปรทุกตัวเท่ากับ 1 ส่วนค่า Extraction Communalities ของตัวแปรหลังจากได้สกัดปัจจัย พบว่า ตัวแปร A2 มีค่า Communalities สูงสุดเท่ากับ 0.880 และตัวแปร A14 มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.596 นั่นก็แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่นำมาทำการศึกษาในการวิเคราะห์องค์ประกอบสามารถเป็นส่วนขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งได้ และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรได้ร้อยละ 59.6 – 88.0 และค่า eigenvalues มากกว่า 1 ซึ่งพบว่า มี 4 องค์ประกอบคือ Component ที่ 1,2,3 และ 4 ส่วนค่า % of Variance แสดงเปอร์เซ็นต์แต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปร

ได้โดยมีจำนวนตัวแปรทั้งหมด 20 ตัวแปร ตัวแปรแต่ละตัวมีค่า Community เริ่มต้นเป็น 1 ทุกตัว ตัวแปรจึงมีความผันแปรทั้งหมดจำนวน 20 ตัวแปร จึงคำนวณได้เปอร์เซ็นต์สัดส่วนของค่า eigenvalues กับความผันแปรทั้งหมด 20 ได้ดังนี้

$$\% \text{ of Variance ขององค์ประกอบที่ 1} = \frac{9.802 \times 100}{20} = 49.01\%$$

หมายความว่า องค์ประกอบที่ 1 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 49.01%

$$\% \text{ of Variance ขององค์ประกอบที่ 2} = \frac{2.587 \times 100}{20} = 12.94\%$$

หมายความว่า องค์ประกอบที่ 2 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 12.94%

$$\% \text{ of Variance ขององค์ประกอบที่ 3} = \frac{1.378 \times 100}{20} = 6.89\%$$

หมายความว่า องค์ประกอบที่ 3 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 6.89%

$$\% \text{ of Variance ขององค์ประกอบที่ 4} = \frac{1.193 \times 100}{20} = 5.97\%$$

หมายความว่า องค์ประกอบที่ 4 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 5.97%

- Cumulative % หมายถึง ผลรวมสะสมของ % of Variance เช่น % of Variance

ของ 2 องค์ประกอบ = 49.01 + 12.94 = 61.95 และ % of Variance ของ 4 องค์ประกอบ = 49.01 + 12.94 + 6.89 + 5.97 = 74.81

ตารางที่ 5 Component Matrix

ตัวแปร	Component			
	1	2	3	4
A1	0.768	-0.278	0.161	0.011
A2	0.766	-0.395	0.156	-0.021
A3	0.754	0.150	-0.283	0.323
A4	0.753	0.091	-0.310	0.239

A5	0.739	-0.134	-0.167	-0.213
A6	0.727	-0.247	0.084	-0.012
A7	0.722	0.000	-0.247	-0.220
A8	0.722	0.184	-0.282	0.405
A9	0.715	-0.486	0.168	0.019
A10	0.712	-0.506	0.171	0.078
A11	0.709	-0.515	0.144	-0.027
A12	0.702	0.142	-0.383	-0.112
A13	0.696	0.244	-0.239	-0.362
A14	0.691	0.203	-0.258	0.404
A15	0.686	0.308	-0.048	-0.470
A16	0.681	0.471	0.114	-0.300
A17	0.677	-0.439	0.190	0.157
A18	0.624	0.525	0.334	-0.155
A19	0.564	0.506	0.482	0.205
A20	0.547	0.540	0.482	0.240

จากตารางที่ 5 Component Matrix แสดงค่าสัมประสิทธิ์ หรือที่เรียกกันว่า Factor loading เป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรกับองค์ประกอบหรือ Factor ทั้ง 4 Factor โดยที่ยังไม่มีการหมุนแกนปัจจัยซึ่งในตัวอย่างนี้ใช้เทคนิค Principal Component Analysis ซึ่งทำให้ Factor ตั้งฉากกัน หรือเป็นอิสระกันซึ่งทำให้ค่า Factor loading เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรกับองค์ประกอบ เช่น ค่า Factor loading ของตัวแปร A5 กับ องค์ประกอบที่ 1, 2, 3 และ 4 เท่ากับ 0.739, -0.134, -0.167 และ -0.213 ตามลำดับ ค่า Factor loading ของตัวแปร A13 กับ องค์ประกอบที่ 1, 2, 3 และ 4 เท่ากับ 0.696, 0.244, -0.239 และ -0.362 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 Rotated Component Matrix

ตัวแปร	Component			
	1	2	3	4
A1	0.863	0.106	0.200	0.046
A2	0.859	0.151	0.166	0.029

A3	0.850	0.175	0.135	0.072
A4	0.813	0.199	0.221	0.131
A5	0.799	0.241	0.020	0.126
A6	0.733	0.240	0.230	0.212
A7	0.662	0.254	0.262	0.159
A8	0.239	0.806	0.192	0.235
A9	0.213	0.780	0.175	0.252
A10	0.283	0.763	0.260	0.211
A11	0.317	0.713	0.315	0.142
A12	0.202	0.123	0.795	0.317
A13	0.195	0.293	0.762	0.167
A14	0.133	0.169	0.659	0.555
A15	0.383	0.353	0.598	0.045
A16	0.226	0.516	0.593	0.048
A17	0.513	0.295	0.535	0.026
A18	0.110	0.252	0.086	0.893
A19	0.145	0.231	0.111	0.872
A20	0.125	0.119	0.466	0.744

จากตารางที่ 6 Rotation Component Matrix แสดงค่า Factor loading เมื่อมีการหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax ซึ่งพบว่า ค่า Factor loading เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับค่า Factor loading เมื่อยังไม่มีการหมุนแกนแล้วทำให้ค่า Factor loading ของบาง Factor มีค่ามากเมื่อเทียบกับของ Factor อื่นๆขององค์ประกอบของนักบัญชีในยุคไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

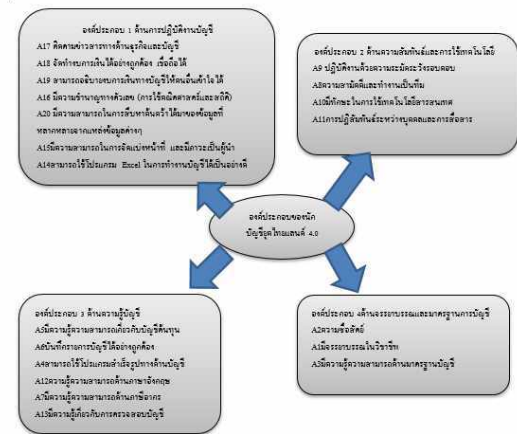
องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ได้แก่ A17, A18, A19, A16, A20, A15 และ A14

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ A9, A8, A10 และ A11

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ A5, A6, A4, A12, A7 และ A13

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ A2, A1 และ A3 โดยองค์ประกอบทั้ง 4

อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรได้ 26.842%, 16.861%, 16.851% และ 14.240% ตามลำดับ สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของนักบัญชียุคไทยแลนด์

4.0

เอกสารอ้างอิง

[1] กาญจนา มงคลนิพันธ์ และ นิตยา มณีนาค (2559). คุณสมบัตินักบัญชีที่พึงประสงค์สำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โกลินทร์

[2] ชุมพล รอดแจ่ม และ รุ่งระวี มั่งสังข์ (2560). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสมรรถนะของนักบัญชี ตามคุณลักษณะนักบัญชีที่พึงประสงค์. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

[3] ธกมล เกื้อกุลวงศ์ (2554). ความต้องการของนักบัญชีในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดเชียงใหม่ในการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[4] สรัชนุช บุญวุฒิ และ ไพฑูรย์ อินตะจัน (2559). การศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. บทความวารสารวิชาการจัดการสมัยใหม่วารสาร. คณะ

วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2559

[5] อินทิรา วราพิทักษ์กุล (2558). การศึกษาองค์ประกอบความเป็นมืออาชีพของผู้ปฏิบัติงานในระบบสารสนเทศทางการบัญชีของหน่วยงานรัฐสภา. สารนิพนธ์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

[6] Brouard, F., Bujaki, M., Durocher, S., & Neilson, L. C. (2017). Professional accountants' identity formation: An integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 142(2), 225-238.

Schoenfeld, J., Segal, G., & Borgia, D. (2017).

[7] Social cognitive career theory and the goal of becoming a certified public accountant. *Accounting Education*, 26(2), 109-126.

# แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญ เขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

The Guidelines Development of Activities for Tourism of Mon Canal Community Ladkrabang Distric to be Creative  
Tourism.

ภณสิทธิ์ อ้นยะ<sup>1</sup>, ณัฐมล หวังเป็น<sup>2</sup>

Panasit Onya<sup>1</sup>, Natthamon Wangpen<sup>2</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

*Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University*

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

*Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University*

E-mail: jabjune\_jabjune@hotmail.com

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษา  
กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญ  
เขตลาดกระบังและเพื่อศึกษาแนวทางการจัด  
กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญ  
เขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
ผ่านกระบวนการการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บ  
รวบรวมข้อมูลด้วย การสำรวจภาคสนาม และการ  
วิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าริมคลองมอญเขต  
ลาดกระบังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น  
การเดินทางเรือ และถ่ายภาพในตลาด การนั่งเรือชม  
คลองประเวศบุรีรมย์ และการทำขนมไทยโบราณ  
เป็นต้น และจากการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า มี  
กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยว  
กับเจ้าของบ้าน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการ  
ท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้  
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มี  
ค่าเฉลี่ย 4.14 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย

สิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการ  
ท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญให้เป็นแหล่ง  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย  
4.09และมีการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน เป็น  
แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน  
ริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว  
เชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95  
ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** กิจกรรมทางการท่องเที่ยว , ชุมชนริม  
คลองมอญเขตลาดกระบัง, การท่องเที่ยวเชิง  
สร้างสรรค์

## Abstract

This research aims to study tourism  
activities in Mon Canal Community and to organize  
the tourism activities of the community in order to  
contribute creative tourism. Qualitative and  
Quantitative were used as the methods of this study.

Interview, field survey, and questionnaire were used to collect data. The result found that there were various activities in Mon Canal Community, for example, window shopping, photographing, boat trip in Pravat Burirom canal, and making ancient Thai desserts. Environmental friendly tourism activities was the support way to organize the tourism activities in Mon Canal Community as creative tourism, 4.14 in average. Disseminating culture of the community was also the support way to organize the tourism activities in Mon Canal Community as creative tourism, 4.09 in average. To be careful and prevent the impact on the traditional profession of the community was also the support way to organize the tourism activities in Mon Canal Community as creative tourism, 3.95 in average.

**Keyword :** tourism activities, Mon Canal Community, creative tourism

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์ และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวแบบเดิมในยุคแรก ๆ ที่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อน หย่อนใจ มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สอง ที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว และยุคที่สาม ในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึง ความยั่งยืนเป็น สำคัญโดยเน้น

เข้าถึงความผูกพัน ของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Visitor , Guest) กับ ผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำ ประทับใจอย่างลึกซึ้ง ในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,ออนไลน์)

ยูเนสโกยังได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รวมถึงการจัดให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ โดย เน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้คน ในชุมชนนั้น ๆ โดยมีเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เป็นเพียง นักท่องเที่ยว (Tourist) แต่จะเป็นสมาชิกของชุมชนที่ได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกัน (องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ,ออนไลน์)

ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มอบหมายให้กรมการท่องเที่ยวกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้รับผิดชอบบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวใช้เป็นแนวทางใช้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญต่อการบริหารจัดการพื้นที่ ที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวคือ การวางแผนการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่าการศึกษาวิจัยจำนวนมากได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการ

ดำเนินการและส่งเสริมให้การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีการระบุวิธีการ และกระบวนการอย่างไรให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กระทรวงกำหนด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งข้อมูลจากการศึกษาคั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชนองค์กรท้องถิ่น ในการการพัฒนากิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางนโยบายและแผนการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง และแผนปฏิรูปการตลาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม (Keller, 1987) อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างงานสร้างอาชีพ เพื่อเป็นการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของเมืองเศรษฐกิจและเมืองชนบท (Christaller, 1963; Murphy and Andressen, 1988)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

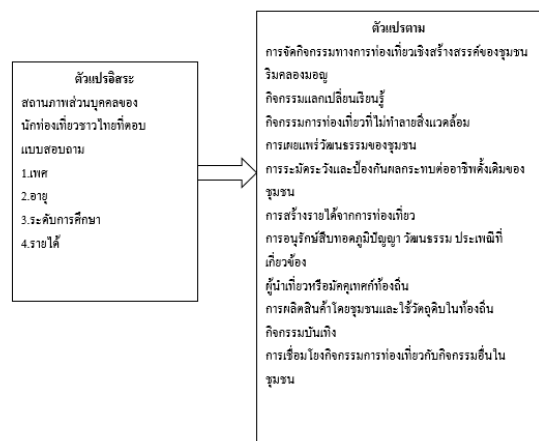
1. การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ การจัดกลุ่มหรือลดจำนวนตัวแปร เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนว

ทางการประยุกต์พัฒนาเป็น นโยบายปฏิบัติการต่อไป

2. นำมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างแรงจูงใจในการส่งเสริม ผลักดัน แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบัง

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารต่าง ๆ โดยอาศัยพื้นฐานทฤษฎีแนวความคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบการทำวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

## แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา ชุมชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้ การทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของ UNESCO (2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่โดยผ่าน ประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ การเติบโตของการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นในทุก ๆ ปี นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ โดยบริโภคทรัพยากรต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ยิ่งจะได้รับผลกระทบมากเป็นพิเศษ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่ล้นหลามเข้ามา หากไม่ได้วางแผนการ จัดการในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างเป็นระบบ อาจจะทำให้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นตกต่ำลงส่งผล กระทั่งถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่องเที่ยวที่มาเยือน ให้เกิดผลทางด้านลบ และสุดท้ายทำให้แหล่ง ท่องเที่ยวนั้นหมดคุณค่าในที่สุด (Russo, 2002) เนื่องจาก แหล่ง ท่อง เทียว เปรียบเสมือน ทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีตัวตนจับต้องได้(Tangible product) จึงมีโอกาที่จะสูญสลาย และหมดไป หากมีการใช้ทรัพยากรไปอย่าง ต่อเนื่อง (Prentice & Andersen, 2003) แนวคิดของการขาย ประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเป็นดัง

สินค้าเป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เนื่องด้วย ประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างใหม่ขึ้นได้เรื่อย ๆ เสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอโดย Raymond และ Richards โดยให้คำนิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งจากคำนิยามนั้น ผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพันกับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมาย ปลายทางของการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่นการร่วมในการทำงาน ฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น (Richards & Raymond, 2000) โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะ มาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ (Romana KOREZ-VIDE,2013) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Creative Tourism ก็คือรูปแบบของ Experience Tourism นั่นเอง (Smith, 2006) จากที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการ ใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่นการเดินรำ การร้องเพลง งานฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะ เชิงกระบวนการจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้ แหล่งท่องเที่ยว ปลายทางนั้น ๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ ๆ ได้ โดยจะไม่ขาดแคลนหรือหมดไปดังการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่เป็นการ



ท่องเที่ยวในลักษณะจับต้องได้ ซึ่งหากถูก ใช้ไปอย่างต่อเนื่องก็จะหมด สูญสลาย เสื่อมคุณค่าไป ดังนั้นในการศึกษาที่จะพัฒนา สร้างคุณค่าให้แก่แหล่ง ท่องเที่ยว สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน และสามารถสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้ นั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในแนวคิดที่ จะต้องตระหนักถึง

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed methodology research) ซึ่งเป็นเทคนิควิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่ใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธี สัมภาษณ์ ภาคสนาม ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

1. ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวริมคลองมอญเขตลาดกระบังตั้งแต่เดือนมกราคม -กันยายน 2561 ซึ่งมีจำนวนประมาณ 4,876 คน (อ้างอิงจากสำนักงานเขตลาดกระบัง, 2560)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่มีจำนวนสามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาทั้งหมดได้ ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างชนิดทราบความน่าจะเป็น ทำการสุ่มโดยใช้ วิธีการสุ่มอย่างง่าย ดังนั้น ผลที่ได้  $n = 400$  ตัวอย่าง จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2. กำหนดกรอบแนวคิด และขอบเขตของคำถามในการวิจัยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายและความสำคัญของการวิจัย

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากได้พิจารณาและตรวจสอบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว จำนวน 30 ชุด นำไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นต้องได้ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จากการทดสอบแล้วพบว่า Alpha ของแบบสอบถามในภาพรวมเท่ากับ .951

### ผลการวิจัยการและอภิปรายผล

#### ผลการวิจัย

1. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบัง

จากการสำรวจภาคสนามของผู้วิจัยพบว่า ริมคลองมอญเขตลาดกระบังนั้นมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลักๆ คือ ศึกษาวิถีชีวิตของชาวมอญ การเดินชมบรรยากาศของตลาดโบราณ การทดลองทา

ขนมและอาหารของชาวมอญ และการนั่งเรือชมทัศนียภาพของคลองหลวงแพ่ง และคลองประเวศบุรีรมย์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญคือวัดสุทธาโกชน์

**2. แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

ตารางที่ 1 แสดงกิจกรรมเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กิจกรรมเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน	4.14	ระดับมาก
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.09	ระดับมาก
การเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน	3.95	ระดับมาก
มีการระมัดระวังและป้องกันผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน	3.93	ระดับมาก
ชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว	3.88	ระดับมาก
การอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีที่เกี่ยวข้อง	3.86	ระดับมาก
มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน	3.72	ระดับมาก
มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น	3.68	ระดับมาก

มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	3.62	ระดับมาก
มีการผลิตสินค้าโดยชุมชนและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น	3.42	ระดับมาก
มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือก	3.42	ระดับมาก
มีกิจกรรมบันเทิง	3.40	ระดับมาก
มีการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับกิจกรรมอื่นในชุมชน	3.37	ระดับมาก

จากตารางที่ 1 พบว่าแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุดคือมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือมีการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 และมีการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับกิจกรรมอื่นในชุมชน เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองมอญเขตลาดกระบังให้

เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.37 เป็นลำดับสุดท้าย

### อภิปรายผล

แนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวสามารถบริหารจัดการได้ ดังนี้ การกิจกรรมท่องเที่ยวโดยมีการจัดฐานเรียนรู้ มีการทดลองปฏิบัติ ลงมือจริง เช่น มีกิจกรรมฝึกหัด ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถกลับไปใช้งานได้จริง ควรมีการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น คือการผลิตสินค้าโดยชุมชนและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น กิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น การอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นการที่ทำให้คนในชุมชนได้มาร่วมตัวกันทำกิจกรรมเกิดความสามัคคี และมีคนนอกชุมชนเดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมอีกด้วยเป็นต้น มีการดึงดูดของกิจกรรมของชุมชน การจัดงานศิลปะ สอนศิลปะ สอนการทำขนมไทย โดยเน้น กลุ่มครอบครัว , กลุ่มวัยรุ่น , กลุ่มชาวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ ปิรันธ์ ชินโชติ และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) ซึ่งจากการวิจัยพบว่าหากจะพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องเกิดความร่วมมือจาก ทุกฝ่าย ในส่วนของผู้ประกอบการ ต้องตระหนักถึงการเป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ เสนอสินค้าและบริการในราคา ที่คุ้มค่าเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยว สร้างเอกลักษณ์จุดขายของธุรกิจของตนให้ชัดเจน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ ตระหนักถึงการบำรุงรักษา รวมถึงการมีสัมพันธ์ที่ดีใกล้ชิดกับชุมชน แต่สิ่งสำคัญที่จะสร้างให้เกิดความยั่งยืนได้นั้นคือชุมชน ต้องสร้างให้ชุมชนมีความภูมิใจใน วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของตน และสนับสนุน

ให้วัฒนธรรม ประเพณีนั้น โดดเด่นเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน สามารถนำเสนอเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวต่อไปได้ นอกจากนี้ชุมชนเองต้องมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว ต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจ ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ประโยชน์ต่างๆที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และเกิดพฤติกรรมความถี่ในการท่องเที่ยวจะต้องจัดกิจกรรมหลักดังต่อไปนี้ โดยให้ความสำคัญเรื่องโครงสร้างทางกายภาพ คือ การมีป้ายบอกกิจกรรม ฐาน สังเกตชัดเจน มีการกำหนดเส้นทางในการทำกิจกรรมแต่ละฐาน รวมถึงเวลาในการทำกิจกรรมแต่ละฐาน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ทำกิจกรรมครบทุกฐาน
2. ชุมชนควรมีอากาศสดชื่น ปราศจากฝุ่นละออง มีต้นไม้ร่มรื่น และคนในชุมชนควรมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อนักท่องเที่ยว ปัจจุบันเหล่านี้จะส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของนักท่องเที่ยว
3. ควรเพิ่มกิจกรรมทางเลือกให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพราะจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้การสัมภาษณ์ตรงกันคือ กิจกรรมของริมคลองมอญเขตลาดกระบังยังคงเหมือนเดิมทุกครั้งที่มาท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชน องค์กรท้องถิ่น ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางนโยบายและ

แผนการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง และแผนปฏิรูปการตลาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม (Keller, 1987) อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างงานสร้างอาชีพ เพื่อเป็นการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของเมืองเศรษฐกิจและเมืองชนบท (Christaller, 1963; Murphy and Andressen, 1988) รวมถึงนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและตรงตามมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อประชาชนในท้องถิ่นให้มีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขโดยไม่ต้องอพยพแรงงาน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการว่างงาน ปัญหาสังคม (Moore, 1994) ใช้เป็น Model แบบอย่างแก่ชุมชนอื่นและมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า Best Practice สามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมของทุกชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ออนไลน์ [http://www.dasta.or.th/creativetourism/attachments/article/112/20\\_9271.pdf](http://www.dasta.or.th/creativetourism/attachments/article/112/20_9271.pdf) สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ส.ค. 2560
- [2] ปิรันธ ชินโชติ และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง , E-Journal, Silpakorn University , ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – เมษายน 2559
- [3] รัชฎา จิระธรรมคุณ แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม ในชุมชน บ้านเขนน อำเภอดงหลวง จังหวัดสุพรรณบุรี สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 20 ต.ค. 2560 [http://www.kmutt.ac.th/jif/public\\_html/Download/Format\\_Checker/2/5.pdf](http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/Download/Format_Checker/2/5.pdf)
- [4] วิเชียร เกตุสิงห์ (2543) คู่มือการวิจัย: การวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผลองค์การพัฒนาศึกษาเพื่อการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออนไลน์ , สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ส.ค. 2560 [http://www.dasta.or.th/th/News/detail\\_knowledge.php?ID=1046](http://www.dasta.or.th/th/News/detail_knowledge.php?ID=1046)
- [5] สำนักงานเขตลาดกระบัง (2560) สถิตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวริมคลองมอญเขตลาดกระบังออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ส.ค. 2560 <http://www.bangkok.go.th/ladkrabang/page/sub/3680>
- [6] Christaller, W. (1963). "Some Considerations of Tourism Location in Europe: The Peripheral Regions-Under-Developed Countries-Recreation Areas." Regional Science Association; Papers XII. 95-105.
- [7] Goeldner, C. R. and Ritchies, B. J. (2006). Tourism: Principles, practices and philosophies. New Jersey: John Wiley and Sons.

- [8 ] Keller, C. P. (1987). "Stages of Peripheral Tourism Development- Canada's Northwest Territories." *Tourism Management*. 20-32.
- [9] Moore, T. G. (1994). "Core-Periphery Models, Regional Planning Theory and Appalachian Development." *The Professional Geographer*. 46(3): 316-331.
- [10 ] Murphy, P. E. and B. Andressen. (1988). "Tourism Development on Vancouver Island: An Assessment of the Core-Periphery Model." *The Professional Geographer*. 40(1): 32- 42.
- [11 ] Prentice, R. and Andersen, V. (2003), Festival as Creative Destination. *Annals of Tourism Research*. 30(1), 7-30.
- [12 ] Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R. (Ed.). *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. (pp. 78–90). New Mexico. USA.
- [13] Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research* 38 : 1225-1253.
- [14] Richards, G. and Raymond, C. (2000), Creative Tourism. *ATLAS News* 23, 16-20.
- [15 ] Romana KOREZ-VIDE.(2013), Creative tourism as a source of innovativeness and sustainability in tourism.1307-1320.
- [16] Russo, P. (2002), The vicious circle of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*. 29(1), 165-182.
- [17 ] Smith, L.W. (2006), Experiential Tourism around the World and at Home: Definitions and Standards. *International Journal of Services and Standards*. 2(1), 1-14.
- [18 ] UNESCO. (2006). Towards sustainable strategies for creative tourism discussion report of the planning meeting for 2008. International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, USA. October 25-27, 2006.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง  
เขตลาดกระบัง

Marketing Mix Factors Affecting The Selection of Thai Tourists in Loung Pang Market  
Ladkrabang Distric

ภณสิทธิ์ อ้นยะ<sup>1</sup>

Panasit Onya<sup>1</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

E-mail: jabjune\_jabjune@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ คือ หาค่าความถี่ ร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการสำรวจวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ที่มาซื้อสินค้าในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง พบว่าด้านสินค้าและบริการ อยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ของตลาด อยู่ในระดับมาก ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

**คำสำคัญ:** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, นักท่องเที่ยวชาวไทย, ตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง

**Abstract**

This research aims to study marketing mix of buying decision of Thai tourist in Loung Pang Market Ladkrabang Distric. 400 participants were selected by purposive sampling method. Questionnaire was used for collecting data. Frequency, percentage, and mean were statistic to analyze data. The result showed that Most participants were female, 26-35 years old, married status, office job, bachelor degree, and income around 10,000-15,000 baht. To analyze marketing mix was found that product and service was at the high level. Place was at the high level. Price was at the high level. Promotion was at the moderate level.

**Keyword:** marketing mix, Thai tourist, Loung Pang Market

**บทนำ**

ตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังเป็นตลาดของฝากที่มีชื่อเสียงมากของเขตลาดกระบัง จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จัก หรือเคยได้ยื่นซื้อตลาดแห่งนี้บ่อยครั้งด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวที่มาแวะตลาดแห่งนี้ จึงไม่ใช่แค่กลุ่ม

นักท่องเที่ยวที่มาชายหาดบางแสนเท่านั้น แต่คนที่มาเที่ยวทางย่านภาคตะวันออก อย่าง ระยอง จันทร์ ตราด ก็ยังแวะมาซื้อของที่นี้กันมากเช่นกัน

ตลาดหลวงแพ่งมีความเก่าแก่ ตั้งขึ้นในตั้งแต่รัชกาลที่ 5 ในอดีตเป็นแหล่งการค้าสำคัญที่มีความคึกคักมาก เพราะชาวบ้านบริเวณทุ่งแสนแสบ (หรือในปัจจุบัน คือตำบลคลองหลวงแพ่ง ลาดกระบัง) ล้วนแต่ทำนาเป็นหลัก ขนข้าวใส่เรือล่องผ่านคลองประเวศฯ ทำให้ตลาดหลวงแพ่งที่ตั้งริมคลองประเวศบุรีรมย์กลายเป็นศูนย์กลางชุมชน ตลาดมีร้านค้าเรียงรายเป็นคูหาอยู่ทั้ง 2 ฝั่งคลอง ฝั่งใต้มี 120 คูหา ฝั่งเหนือมี 30 คูหา มีร้านขายของ ร้านตัดผม ร้านตัดสูท ร้านขายยา เรียงรายต่อมา เมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว ตลาดเริ่มเงียบเหงาลง เพราะการเดินทางทางบกเข้าถึงพื้นที่โดยรอบ ทำให้คนใช้เรือสัญจรไปมาน้อยลง รวมทั้งชาวบ้านหันไปทำอาชีพอื่นกันหมด จึงทำให้ร้านค้าลดลงไปเรื่อยๆ ตลาดหลวงแพ่งเลยกลายเป็นที่อยู่อาศัยเต็มรูปแบบ แต่ก็ยังคงสภาพสิ่งปลูกสร้างเหมือนเดิมตั้งแต่อดีตเมื่อประมาณ 4-5 ปีที่แล้ว ชาวหลวงแพ่งรวมกันฟื้นฟูอาชีพค้าขาย และปลูกตลาดให้มีชีวิตชีวาดีสิน โดยชวนคนในชุมชนเปลี่ยนบ้านเป็นร้านขายของ ขายอาหาร ด้วยการนำวัตถุดิบจากชุมชนมาผลิตเป็นอาหาร ขนม หรือสร้างบรรยากาศ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว (สืบค้นออนไลน์, 2561)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง เพื่อนำข้อสรุปที่ได้มาพัฒนาและส่งเสริมสินค้าในตลาดต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง

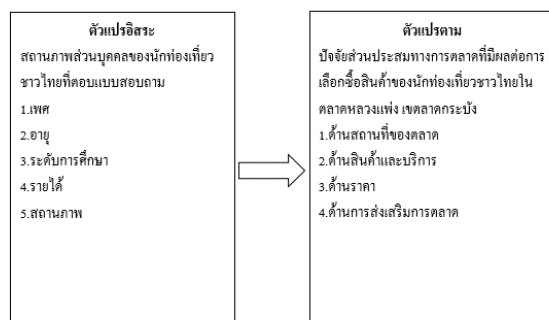
### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานและลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวอันเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบังมากยิ่งขึ้น

2. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง และนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือหมายถึง “ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาดซึ่งบริษัทนำมาผสมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย” (Kotler, 1997, p. 92) แนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญในทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาด

ทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการ ของตลาดเป้าหมาย เราเรียก ส่วนประสมทางการตลาดว่า “4P’s” ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ ผู้รับข่าวสาร ทั้งมวล ได้อย่าง มี ประสิทธิภาพ นอกเหนือไปจากการใช้โฆษณาหรือกิจกรรมการส่งเสริม การตลาด Philip Kotler ได้ให้ความหมายของส่วนประสม ทางการตลาด หรือ 4Ps ไว้ดังนี้

1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดย ธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้านี่พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แจ้งให้กับ ผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบ และสีสันทนของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาด รูปร่างของสินค้า เครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายและความ เข้าใจให้กับผู้รับข่าวสาร โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ สอดคล้องเป็นไปตาม ความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงตามความ ต้องการ การทุ่มงบประมาณไปเท่าใดก็ไม่สามารถกระตุ้น พฤติกรรมผู้บริโภคได้

2 ราคา (Price) หมายถึง เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วน หนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เขา คาดหมายว่าจะได้รับ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้า เป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้งราคาสูง อาจเป็นเครื่องหมายจูงใจให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชอบซื้อ ผลิตภัณฑ์ เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อหรือ การใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง ๆ แต่บางครั้งมีการ โฆษณา คุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็น ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

3 การจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัด จำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางหลังจากผู้บริโภค ทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้วจนเกิด ความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถจะหาซื้อ

ได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจแล้ว เปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า การจัดจำหน่ายยัง แบ่งได้อีก 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่อง ทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจผ่าน คนกลางหรือไม่ก็ได้

3.2 การกระจายสินค้า (Physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย ตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทาง อุตสาหกรรม

4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการ ติดต่อดูสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้าง ทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ การติดต่อดูสารอาจเป็นการ ขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดย ไม่ใช้พนักงานขาย (No personal selling) ประกอบด้วย การ โฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ดังนี้

4.1 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจาก การโฆษณาการขาย โดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทาง

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจ ตลาดโดยบุคคล งานในขั้นนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (Sales force management)

4.3 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอ ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการ



จ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งการให้ข่าว เป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.4 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) เป็นติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้นี้ประกอบด้วย(1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

4.5 การ โฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ(หรือ)ผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy) (2) กลยุทธ์สื่อ

(Media strategy) ปัจจุบันการโฆษณาพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งอัตราการแข่งขันสูงขึ้นตลอดเวลา การโฆษณาและธุรกิจกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่คู่กันเพราะโฆษณาเป็นหนึ่งในอาวุธสำคัญที่จะใช้ช่วงชิงส่วนครองตลาดที่ดีให้กับสินค้า ขณะเดียวกันการโฆษณาจะคงอยู่ได้ด้วยธุรกิจ (เสรี วงษ์มณฑา, 2535, หน้า 25)

### วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการแบบสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) นำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่มาซื้อสินค้าในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบัง ตามข้อมูลสถิติประชากรเท่ากับ 62,852 คน

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่มีจำนวนสามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาทั้งหมดได้ ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างชนิดทราบความน่าจะเป็น ทา การสุ่มโดยใช้ วิธีการสุ่มอย่างง่าย ดังนั้น ผลที่ได้  $n = 400$  ตัวอย่าง จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาชุมชนให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2. กำหนดกรอบแนวคิด และขอบเขตของคำถาม ในการวิจัยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายและความสำคัญของการวิจัย

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนาให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากได้พิจารณาและตรวจสอบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงเรียบร้อยแล้วจำนวน 35 ชุด นำไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นต้องได้ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จากการทดสอบแล้วพบว่า Alpha ของแบบสอบถามในภาพรวมเท่ากับ .895

## ผลการวิจัยการและอภิปรายผล

### ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาผู้มาเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 มีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 148 คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบี่ โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยดังรายละเอียดต่อไป

ผู้มาท่องเที่ยวตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบี่ ในด้าน ปัจจัยการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวรวมทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีปัจจัยที่แตกต่างกันในระดับคะแนนเฉลี่ยที่แตกต่าง ตามลำดับดังนี้

ด้านสินค้าและบริการ พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบี่

ด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยโดยรวมเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การบริการของพ่อค้า – แม่ค้าในตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับมาก มีจำนวนร้านค้าเพียงพอสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก ความหลากหลายของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 อยู่ในระดับมาก คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมาก สินค้ามีความสะอาดถูกหลักอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 อยู่ในระดับมาก สินค้ามีความแตกต่างและแปลกใหม่จากตลาดอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านสถานที่ พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบี่ด้านสถานที่ของตลาด การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยมีปัจจัยโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก สถานที่มีทำเลที่ง่ายต่อการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 อยู่ในระดับมากที่สุด มีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมาก มีความสะอาดของสถานที่ที่จัดจำหน่ายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบี่ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยโดยรวม เท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับปริมาณของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับมากมีการแจ้งราคาอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบี่ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยโดยรวม เท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้,ชิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมาก มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำและสาธิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

### อภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาผู้มาเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 262 คน มีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 148 มีสถานภาพโสด จำนวน 169 คน มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 184 คน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 153 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 148 คน ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของศิริพร คุ่มกล้า ซึ่งได้ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา โบราณสถานจังหวัดอ่างทอง การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโบราณสถาน จังหวัดอ่างทอง จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพ โสด/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 10,000-15,000 บาทต่อเดือน

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบ้ง สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสถานที่(ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบ้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ(ด้านผลิตภัณฑ์) เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบ้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านราคา พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบ้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบ้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติพงษ์ ภูมิสาขา ซึ่งได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้มาเยี่ยมชมเขื่อนชาวไทยจำนวน 400 ตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของที่ระลึกมาจากประสบการณ์ส่วนตัวและคำแนะนำของเพื่อน/ญาติพี่น้อง นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า

ของที่ระลึกสามารถสรุปได้ดังนี้ คุณภาพของสินค้า มาตรฐานของสินค้า ความเป็นสมัยนิยมและรสชาติที่ดี(ด้านผลิตภัณฑ์) ราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพของสินค้า (ด้านราคา) การเข้าถึงและสถานที่ตั้งของร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดรายการพิเศษและการบอกต่อ (ด้านการส่งเสริมการตลาด) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นตามลำดับ

### ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมตลาดหลวงแพ่ง เขตตลาดกระบ้ง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา ดังนี้

1. สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอต่อปริมาณของรถในช่วงวันหยุด
2. ห้องน้ำไม่เพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว
3. ควรแบ่งโซนของสินค้าออกเป็นแต่ละประเภท

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ที่ขายสินค้าภายในตลาดในการกำหนดทิศทางนโยบายและแผนการพัฒนาสินค้าของตนเองให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างงานสร้างอาชีพ รวมถึงนำข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและตรงตามเพื่อประชาชนในท้องถิ่นให้มีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุข สามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมของทุกชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กิติพงษ์ ภูมิสาขา, (2550) ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสินค้าของที่ระลึกกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น :ปริญญาานิพนธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- [2] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 25 พ.ย. 2560  
<https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/2499>
- [3] ประวัติความเป็นมาของตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง (2560) สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 25 พ.ย. 2560  
<http://www.sawasdee-padriew.com/8riew-khlongsoun.html>
- [4] ประวัติความเป็นมาของตลาดหลวงแพ่ง เขตลาดกระบัง (2560) สืบค้นออนไลน์ เมื่อวันที่ 25 พ.ย. 2560  
[http://www.paiduaykan.com/76\\_province/central/chachoengsao/KlongSuanMarket.html](http://www.paiduaykan.com/76_province/central/chachoengsao/KlongSuanMarket.html)
- [5] วิเชียร เกตุสิงห์ (2543) คู่มือการวิจัย:การวิจัยเชิงปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่4) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล
- [6] ศิริพร คุ่มกล้า (2552) การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา โบราณสถานจังหวัดอ่างทอง :ปริญญาานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- [7] เสรี วงษ์มณฑา (2535) การวิจัยสำหรับนักโฆษณา พิมพ์ลักษณ์, สามก๊กสีสาส์น, กรุงเทพฯ
- [8] Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning implementation and control. (9 th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่ม  
วัยรุ่น

ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

COMPOUND FACTOR MARKETING EFFECTIVE PER DECISION BUY PRODUCTS  
ONLINE OF CONSUMER TEENAGERS IN LADKRABANG DISTRICT , BANGKOK

จตุพร ศรีผึ้ง<sup>1</sup>, ผศ. ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>2</sup> ดร.ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์<sup>3</sup>

<sup>1</sup>สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2,3</sup>สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในเขตลาดกระบัง จังหวัดได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด พนักงาน และด้านกระบวนการกับตัวแปรตาม ด้านรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสัมพันธ์มากที่สุดคือด้านกระบวนการ ( $\beta = .287$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\beta = .192$ ) ด้านส่งเสริมการตลาด ( $\beta = .169$ ) ด้านราคา ( $\beta = .143$ ) พนักงาน ( $\beta = .128$ ) และด้านการจัดจำหน่าย ( $\beta = .108$ ) ตามลำดับ

กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่นในเขต ลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล  
คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, กระบวนการตัดสินใจ, ผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น

**ABSTRACT**

This research to study Marketing mix factors that affect decisions buy online of consumers TeenagersIn Ladkrabang District, Bangkok Sample used In this research Is Consumer Teenagers Ladkrabang District, Bangkok 400 peoples and using a simple random method. Tools used The research was a

questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation (S.D) and multiple regression analysis Using the Enter method. From test Relationship between Early variant Including Product aspect Price Distribution Employee marketing promotion and Process aspect with Dependent variable Total side. When considering each side Found that Inquiry

## 1. บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินชีวิตของคนได้มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสภาพแวดล้อมของชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นั้น วิธีการดำรงชีวิตก็ต้องเปลี่ยนไปตามสภาพสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น โดยสังคมปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็นสังคมยุคโลกาภิวัตน์ คือ เป็น สังคมที่ไร้พรมแดน มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารกันอย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ รวมไปถึงระบบเครือข่าย และสัญญาณต่าง ๆ ทำให้มนุษย์ได้รับความสะดวกจากเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก[1] ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ความบันเทิง และทางด้านธุรกิจต่าง ๆ จากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ระบบการค้าในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งในอดีตการทำการค้าจะเป็นการขายสินค้าผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น และร้านค้าจะเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงได้เฉพาะลูกค้าในพื้นที่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้าใช้ในการทำธุรกิจ ซึ่งเรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

have degree Most relationships are Process aspect( $\beta = .287$ ) Product side ( $\beta = .192$ ) Marketing promotion( $\beta=.169$ )Price( $\beta=.143$ )Employee( $\beta=.128$ )and Distribution ( $\beta = .108$ ) Respectively.

Keyword : Compound factor Marketing, Decision-making process, Consumer groups of teens.

(E-Commerce) โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง การค้าระหว่างผู้ค้ากับกลุ่มลูกค้า ทำให้เป็นธุรกิจการค้าที่ไร้พรมแดน ไม่มีขีดจำกัดของเวลาและสถานที่ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และรวดเร็ว โดยเฉพาะกับกลุ่มวัยรุ่นที่มีการตอบสนองต่อการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในเชิงธุรกิจ ดังนั้น การศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพและกระบวนการ[2] จะมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มวัยรุ่นที่จะต้องตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่นในเขต ลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ ในการวางแผนทางการตลาดต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่นในเขต ลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 3. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ตัวแปรต้น คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์และนักการตลาดสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุง วางแผนทางการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ให้ได้ผลดียิ่งขึ้นต่อไป

### 5. วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยคือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์ และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบการวิเคราะห์การถดถอย [3]

### 6. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกออกเป็น

**เพศ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมา เป็นเพศชาย มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2

**อายุ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุอยู่ในช่วง 16-19 ปี จำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 15 ปีหรือ 15 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 อายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส. จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมา ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

**รายได้** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมา มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

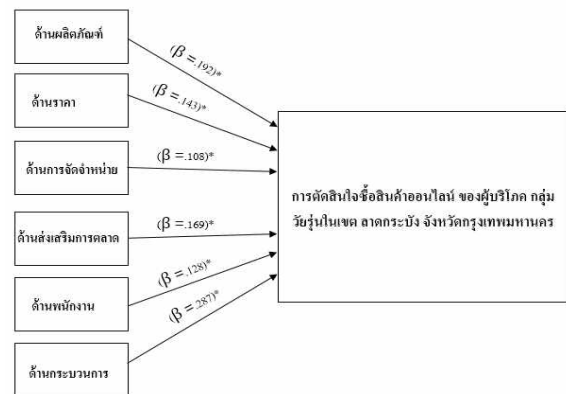
ความถี่ในการสั่งซื้อสินค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อตามความต้องการซื้อสินค้าจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาซื้อเดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 143 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 เดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวน 56 คนคิดเป็นร้อยละ 14.0 มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนจำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจำนวน 147 คนคิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมา อาหารและเครื่องดื่มจำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 24.0 เครื่องประดับ รองเท้า กระเป๋า จำนวน 75 คนคิดเป็นร้อยละ 18.8 อุปกรณ์ไอที/อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 15.4 อื่น ๆ (โปรดระบุ) จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อแบบไม่แน่นอนจำนวน 143 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาซื้อ 100-300 บาทต่อครั้งจำนวน 140 คนคิดเป็นร้อยละ 35.0 ซื้อ 301-500 บาทต่อครั้งจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 ซื้อ 701-1,000 บาทต่อครั้งจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8 ซื้อ 501-700 บาทต่อครั้งจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ภาพสรุปการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่นในเขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ กับตัวแปรตาม ภาพรวมทุกด้านสามารถนำมาเขียนเป็นภาพสรุปได้ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่นในเขต ลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร



จากภาพที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ

## 7. ทิศติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จล่วงลู่ไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

[1] รัม ปิยะเกตุ และคณะ, “โครงการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของ ผู้ประกอบการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์



“เข้าถึงจาก:

[https://www.dbd.go.th/images/content/total\\_01.html](https://www.dbd.go.th/images/content/total_01.html),  
2547.

[2] วาธุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ, Philip Kotler,  
Gary Armstrong “หลักการตลาด.

(แปลจาก Marketing management ปัจจัยส่วนประสม  
ทางการตลาด”, กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ด ดูเคชั่นอิน โด  
ไชน่า, 2546.

[3] กัลยา วาณิชย์บัญชา ,” การวิเคราะห์ถดถอย  
พหุคูณ”, สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัด  
สมุทรปราการ

THE SATISFACTION OF CAR CARE USERS IN PHRAEKASA  
SUBDISTRICT, SAMUT PRAKAN

วรัญญา ควระประเสริฐ<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup> ผศ.ดร.ศศิธร งามพันธ์<sup>3</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2,3</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ (2) ศึกษาความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ (3) เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ ของผู้ให้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มคนวัยทำงาน นักศึกษาหรือ ผู้มาใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ Independent Sample t-test, F-test และ Welch test ที่ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 15,001-20,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

(1) เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ

(2) อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์

(3) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

(4) สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

(5) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

(6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, คาร์แคร์, ส่วนประสมทางการตลาด

**Abstract**

This research purpose (1) to study the demographic affecting the satisfaction of car care users in Phraeksa Subdistrict, Samut Prakarn. (2) to study the satisfaction with marketing mix factors of car care users in Phraeksa Subdistrict, Samut Prakarn. And (3) to guide the development and improvement of services of car care in Phraeksa Subdistrict, Samut Prakarn.

This research is a quantitative research. The samples used in this research are group of working-age people, students or people who use car care services in Phraeksa Subdistrict, Samut Prakarn, 400 people. The researchers use the questionnaire as a tool to store data from a sample group. The data was collected from the questionnaire for data analysis using frequency, percentage, mean, and standard deviation, and hypothesis testing using, Sample t-test f-test and welch test statistical significance level at 0.05.

The research found that the majority of survey respondents were female, Aged between 30 - 39 years, Most of them graduated from bachelor's degree, Marital status, Professional employees of private companies, And have an average monthly income of 15,001 - 20,000 baht.

The results of testing hypothesis is found that:

(1) Different genders affecting the satisfaction of car care users in Phraeksa Subdistrict in terms of product, price, place, people and process.

(2) Different age affecting the satisfaction of car care users in Phraeksa Subdistrict in term of product.

(3) Different education affecting the satisfaction of car care users in Phraeksa Subdistrict in terms of promotion, people, physical environment and process.

(4) Different status affecting the satisfaction of car care users in Phraeksa Subdistrict in terms of price and promotion.

(5) Different career affecting the satisfaction of car care users in Phraeksa Subdistrict in terms of product, price and physical environment.

(6) Different income affecting the satisfaction of car care users in Phraeksa Subdistrict in terms of product.

KEY WORD: SATISFACTION, CAR CARE, MAEKETING MIX

## 1. บทนำ

ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้ยานพาหนะในกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวนมากและผู้ที่ใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานครค่อนข้างจะมีชีวิตที่เร่งรีบไม่ค่อยมีเวลา [1]ในการดูแลรักษารถยนต์ของตนเองจึงทำให้มีธุรกิจคาร์แคร์เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มีรถยนต์เป็นของตัวเองและเมื่อมีจำนวนรถยนต์ที่มากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ธุรกิจคาร์แคร์เป็นกิจการที่นำลงทุนธุรกิจประเภทนี้มีตั้งแต่รูปแบบที่ลงทุนเพียงหลักหมื่นจนถึงหลักล้านมีรูปแบบการ [2] ให้บริการที่หลากหลาย ธุรกิจคาร์แคร์บางร้านให้บริการเพียงแค่ล้างรถอย่างง่ายใช้เพียงอุปกรณ์การทำความสะอาดไม่กี่ชนิดแต่ธุรกิจคาร์แคร์บางร้านมีการลงทุนด้านอุปกรณ์เครื่องมือมีการให้บริการแบบล้างทำความสะอาดครบวงจร [3] ซึ่งทำให้ในปัจจุบันเกิดการแบ่งส่วนตลาดมากขึ้นทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกที่จะเลือกใช้บริการจากร้านที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเองมากที่สุดและในปัจจุบันมีธุรกิจคาร์แคร์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเมื่อมีจำนวนของธุรกิจคาร์แคร์มากขึ้นทำให้มีคู่แข่งทางธุรกิจมากขึ้นผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์จึงควรมีแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการให้เกิดความประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการซ้ำหรือมีความจงรักภักดีต่อธุรกิจคาร์แคร์ในระยะยาว

ธุรกิจคาร์แคร์เป็นธุรกิจประเภทการให้บริการ การสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากเพราะความพึงพอใจของลูกค้าจะก่อให้เกิดความภักดีต่อกิจการและยังสามารถสร้างการกลับมาใช้บริการซ้ำ [4] ซึ่งการมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าจะส่งผลดีต่อธุรกิจคาร์แคร์โดยตรงทั้งเรื่องของการรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ได้และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกิจการในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ ซึ่งการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการในครั้งแรกได้นั้นจะต้องอาศัยปัจจัยหลายๆอย่างที่กิจการคาร์แคร์ควรให้ความสำคัญทั้งในเรื่องของคุณภาพของงานเช่นคุณภาพงานด้านการ

ล้างทำความสะอาด ล้างและเช็ดรถยนต์ภายนอกและภายในห้องโดยสารรวมถึงการดูแลฝุ่นเศษขยะภายในรถยนต์งานจะต้องออกมาดีได้คุณภาพเหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าจะต้องเสียหรือความใส่ใจของผู้ให้บริการที่ใส่ใจทุกรายละเอียด ดูแลรถยนต์ของผู้มาใช้บริการอย่างระมัดระวังและใส่ใจในตัวของผู้มาใช้บริการเช่นมีที่นั่งรถสะดวกสบายหรือให้บริการเครื่องดื่ม เป็นต้น และสิ่งทีกิจการคาร์แคร์ควรคำนึงถึงอีกประการคือความรวดเร็วในการให้บริการถ้ากิจการสามารถให้บริการที่รวดเร็วและเป็นบริการที่มีคุณภาพลูกค้าที่มาใช้บริการก็จะเกิดความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการ

ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้เจ้าของกิจการคาร์แคร์นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการและเกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และส่งผลให้ผู้มาใช้บริการมาใช้บริการซ้ำและเกิดความภักดีต่อกิจการ

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

ประชากร คือประชากรที่ใช้ในวิจัยซึ่งได้แก่กลุ่มคนวัยทำงาน นักศึกษาหรือ ผู้มาใช้บริการคาร์แคร์ในเขตแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากร โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran,( 1 9 5 3 :886 อ้างถึงใน อ ง อ า จ นัยพัฒน์,2548:125) โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ราย เพื่อความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 5% ดังนั้นควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นประมาณ 400 ราย

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในด้านการบริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกและสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ t-test , F-test.[5]

## 7. ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### แบบสอบถาม

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 อายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 มีอาชีพ



จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในตำบลแพรกษา จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

#### 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จาก มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

#### เอกสารอ้างอิง

- [1]กฤษณา ทัพวงษ์, “ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจคาร์แคร์ที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกการตลาด, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2559.
- [2]ปานิศรา เอกศาสตร์ศิริ, “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลาเส้นของผู้บริโภค.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2556.
- [3]พิมพ์ฉัฐษา สีเพียง, “ศึกษารูปแบบร้านคาร์แคร์และการตัดสินใจเลือกรับบริการคาร์แคร์ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี.” งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558.
- [4]ภาคภูมิ บุญประเสริฐ, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.
- [5]กัลยา วานิชย์บัญชา, “การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

ความพึงใจของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

THE STUDY OF CONSUMER SATISFACTION IN TRADITIONAL STORES IN WAT  
KLONGTOEY NAI 1 COMMUNITY AREA,  
KLONGTOEY DISTRICT, BANGKOK

วชิรญาณ์ อ่อนขวี<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>2</sup>, ดร.วิภา วงศ์พูลสิน<sup>3</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2,3</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตคลองเตย ที่ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทาววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T Test) การเปรียบเทียบความแตกต่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way Anova) ผลจากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ

51.50 มีส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 20-30 ปีจำนวน 205 คนคิดเป็น ร้อยละ 51.25 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 และส่วนใหญ่มิได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และมีรายได้น้อยที่สุดอยู่ที่ มากกว่า 30,000 บาทจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม  
**Abstract**

This study aims to (1) study the demographic factors of consumers from traditional retail stores in Wat Khlong Toei community area in 1 Khlong Toei, Bangkok, (2) to study consumer satisfaction from traditional retailers in Wat Khlong Toei community area in 1 Khlong Toei, Bangkok (3). Study the difference in the level of consumer satisfaction from traditional retail stores in Wat Khlong Toei community area in 1 Khlong Toei, Bangkok. This research is quantitative research. The demographic used in this study was that 400 people used to use traditional retail services in The Khlong Toei Community area in Klongtoey, Bangkok, as a tool to collect data, and then used the data obtained from the questionnaire to analyze the data using statistics: percentage, average, standard deviation, comparison of differences between two variables (Independent-Samples T Test) comparing more than two variable differences with one-way analysis of variance: One-way

Anova. The results of the study showed the most of the 20-year-olds were male, 51.50 percent of whom were aged 20-30, 51.25% of whom had a personal business career, 149, 37.25% and 37.25% The average monthly income is 10,001-20,000 baht, 146 persons, equivalent to 36.50% and the least income is more than 30,000 baht for 55 persons, equivalent to 13.75%

KEY WORD: RETAIL SALES THE ORIGINAL BANGING,BEHAVIORS

### 1. บทนำ

ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา มีเหตุการณ์ของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงธุรกิจของไทยอย่างมาก ทั้งการเปิดการค้าเสรี ธุรกิจและการบริการการค้าปลีกของไทย โครงสร้างสังคมและครอบครัวที่เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตของคนในสังคม ความต้องการและรสนิยม ทำให้การค้าปลีกดั้งเดิมที่มีขนาดเล็กมีการยุบเลิกกิจการจำนวนมาก [1]การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค วิถีชีวิตที่ปรับเปลี่ยนตามโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ร้านค้าปลีกต้องหันมาสร้างรูปแบบไปสู่ร้านค้าที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อมากยิ่งขึ้น [2] ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมประเภทบุคคลทั่วไป ที่ใช้พื้นที่เล็กสุดประมาณ 15 ตารางเมตรจนถึงใหญ่ที่สุดไม่เกิน 500 ตารางเมตร เน้นการบริหารจัดการที่ทันสมัย สินค้าที่วางจำหน่ายมักเป็นสินค้าประเภทอาหารและของใช้ประจำวัน จำนวนน้อยกว่า 1,000 รายการ ซึ่งร้านสะดวกซื้อแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่จะกระจายไปตามชุมชนหรือแหล่งชุมชนของคนทั่วไป

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม จึงเป็นร้านค้าขายสินค้าเข้าถึงผู้บริโภคโดยผ่านบุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ไม่มีระบบการจัดการบริหารงาน มีรูปแบบที่หลากหลาย ขายสินค้าในพื้นที่ฐานความจำเป็นในการดำรงชีวิต ลักษณะการดำเนินงาน แสดงลักษณะวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของประชาชนในถิ่นนั้น และในการเจรจาต่อรอง ความเป็น

มิตร ความเห็นอกเห็นใจกัน และความเป็นกันเอง ลักษณะการดำเนินงาน สามารถสังเกตเห็นวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่นความเป็นพื้นเมือง ความสามารถในการเจรจาต่อรอง ความเป็นมิตร ความเห็นอกเห็นใจกันและความเป็นกันเองในการสนทนาซักถามสารทุกข์สุขดิบ เช่น คนในสังคมเดียวกันด้วยความสนิทสนมและการที่ตลาดหรือร้านค้าเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมและมีความคุ้นเคยกันระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า การดำเนินธุรกิจจึงมีทั้งขายเงินสดและเงินเชื่อ มีความยืดหยุ่นเรื่องสินค้าราคา และสถานที่ ซึ่งเป็นลักษณะการดำรงชีวิตของคนส่วนใหญ่ในประเทศไทย ความน่าสนใจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ กลยุทธ์การบริหารการจัดการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม การสามารถปรับตัวของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและแข่งขัน ในตลาดได้อย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนารูปแบบร้านค้าให้ดูสดใสและ การบริการที่รวดเร็ว การคัดเลือกสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค การจัดวางสินค้าภายในร้านให้ดูสะอาดเรียบร้อยและทันสมัย การสร้างคุณค่าในการบริการ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ภายในร้าน การปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในร้านที่ทันสมัยตลอดเวลาและความปลอดภัยภายในร้าน ตลอดจนการควบคุม มาตรฐานคุณภาพสินค้าและการบริการให้เป็นสากล ดังนั้นรูปแบบร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จึงมีการปรับตัวเพื่อให้ สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งสถานการณ์เป็นสิ่งที่กระตุ้นความสำคัญที่ทำให้เกิดรูปแบบ ร้านสะดวกซื้อแบบใหม่รวมถึงสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกเปลี่ยนแปลงไปในพื้นที่ชุมชน วัดคลองเตย ใน 1 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่เก่าแก่และมีประวัติอย่างยาวนาน พลวัตทางสังคมส่งผลให้เขตพื้นที่คลองเตยต้องปรับตัวอยู่เสมอ อันเนื่องด้วยความเจริญทางฝั่งเมืองของกรุงเทพมหานคร และกระแสทุนนิยมที่ถาโถมเข้ามา นับได้ว่า คลองเตย คงต้องถือเป็นอภิมหานครใหญ่โตที่สุด โดยมีที่ตั้งขม่นั่นบนที่ดินของ การท่าเรือแห่งประเทศไทย (กทท.)บริเวณท่าเรือคลองเตยริมแม่น้ำเจ้าพระยามา



นมนาน กว่า 50 ปีถือกำเนิดขึ้นเมื่อครั้งที่ประเทศไทยกำลังเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับแรก ๆ อันเป็นช่วงที่ภาครัฐ คุมด้านควบคุมทิศทางการเคลื่อนย้ายเข้ารัฐบาลต้องตั้งสินค้าเครื่องจักรและระยะจากต่างประเทศทำเรือคลองเตยซึ่งเป็นหน่วยงานการขนส่งทางน้ำไว้ความจำเป็นต้องใช้แรงงานคนจำนวนมากในการขนถ่ายสินค้าเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าที่เป็นคนสัญชาติแรกที่ทำให้เกิดชุมชนคลองเตย ชุมชนคลองเตยเป็นชุมชนที่มีขนาดใหญ่และมีประชากรอาศัยอย่างหนาแน่น ทั้งประสบปัญหาการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมที่พักอาศัยค่อนข้างมาก ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาทางตอนกลางก่อนไปทางตะวันตกของฝั่งพระนคร มีอาณาเขตติดต่อกับเขตต่าง ๆ เขตวัฒนา เขตพระประแดง เป็นต้น จากการที่มีประชากรค่อนข้างที่จะหนาแน่น และบริเวณที่อยู่อาศัยที่เป็นชุมชนแออัด[3] และมีขนาดใหญ่อีกชุมชนหนึ่ง ดังนั้นจึงมีร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอยู่จำนวนมากในบริเวณชุมชน คลองเตย เพื่อให้มีความสะดวกสบายและมีมากพอต่อจำนวนความต้องการซื้อสินค้าประเภทต่าง ๆ ของคนภายในชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านค้าแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร หากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถทราบถึงความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค จะทำให้สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามบริบทของสภาพแวดล้อมที่กำลังเผชิญอยู่ และสามารถพัฒนากลยุทธ์การดำเนิน ธุรกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่อยู่คู่กับคนในชุมชน รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย มาเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการธุรกิจและหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนารูปแบบร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและการเข้ามาช่วยเหลือได้ดียิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

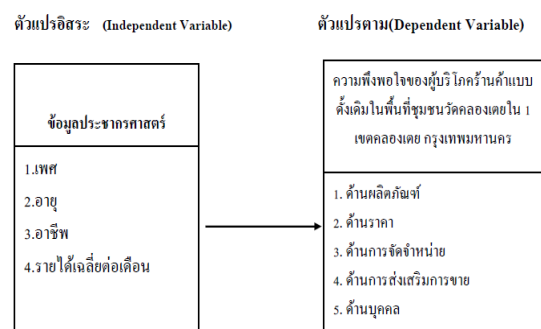
1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ชุมชนวัดคลองเตยใน 1 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

ประชากรในเขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร จากการศึกษารายงาน สถิติประชากรในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 100,956 คน แบ่งเป็นเพศชาย 48,037 คน และ เพศหญิง 52,919 คน ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายได้จำนวน 400 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อใช้เป็นแนวทางในการร่วมพัฒนาเศรษฐกิจภายในชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาดัชนีที่เกี่ยวกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [4]

## 7. ผลการวิจัย

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีส่วนใหญ่มียุอยู่ในช่วง 20-30 ปี จำนวน 205 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.25 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และมี

รายได้น้อยที่สุดอยู่ที่ มากกว่า 30,000 บาทจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ปัจจัยความพึงพอใจ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ทั้งหมดอยู่ในระดับความสำคัญระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ตามลำดับ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรณิกา สุริยะกมล, “ร้านค้าโชห่วยกับการอยู่รอดในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล” หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา, 2562.
- [2] สิริภา กิจประพฤษกุล, “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทักษะคิด และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร”. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.
- [3] รัตนาภรณ์ คลังกักดี, “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า ธนาคาร ออมสินเขตศิริราช กรุงเทพมหานคร”, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันเกษม, 2554.

- [4] มนสิข สิทธิสมบุรณ์. “ระเบียบวิธีวิจัย”, พิมพ์ครั้งที่ 8, มหาวิทยาลัยนเรศวร, คณะศึกษาศาสตร์, 2548.

การศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของ เภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
STUDY OF MOTIVATION TO INFLUENCE THE JOB EXPECTATION OF PHARMACIST  
PHARMACIES BANGKOK PROVINCE.

อินทิรา บาดสุวรรณ<sup>1</sup> , ดร.เฉลิมชัย ผู้พัฒน์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา เขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เภสัชกร ร้านขายยา เขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 182 คน โดยใช้วิธีการแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter

1. จากการศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 25 -35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพ โสด มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45000 บาท

2. จากการศึกษาความสำคัญของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และ ด้านเงินเดือนและ

สวัสดิการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ด้านนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท อยู่ในระดับมาก ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับมาก และ ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ อยู่ในระดับปานกลาง

3. จากการศึกษาความคาดหวังในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วยความคาดหวัง 3 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังด้านการปฏิบัติงาน ความคาดหวังด้านรางวัลที่จะได้รับ ความคาดหวังด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากที่สุด คือ ความคาดหวังด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความคาดหวังด้านการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก และคือ ความคาดหวังด้านรางวัลที่จะได้รับ อยู่ในระดับปานกลาง

4. จากการศึกษาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และ ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ กับตัวแปรตามด้านรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ด้านนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท ( $\beta = .485$ ) ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ( $\beta$

= .471) ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ( $\beta = .192$ )  
ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ( $\beta = -.072$ ) ด้านความสัมพันธ์  
กับเพื่อนร่วมงาน ( $\beta = -.005$ ) ตามลำดับ

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, ความคาดหวังใน  
การปฏิบัติงาน, เกษีชรร้านขายยา

### Abstract

This research aims to study Incentives Influencing Work Expectations of Pharmacists Bangkok Province. The sample used in this research was a pharmacist, pharmacy, Bangkok Province, number 182 people using a simple random method. The research instruments were statistical questionnaires used in data analysis, namely frequency, percentage, mean, standard deviation (S.D), and multiple regression analysis using the Enter method.

1. From the study of Incentives Influencing Work Expectations of Pharmacists Bangkok Province Most of the respondents were female. They are in the range of 25 - 35 years, have a bachelor's degree, are single, have 1 - 3 years of work experience and have an average monthly income of 35,001 - 45000 baht,

2. The study of the importance of working motivation of pharmacy pharmacists. Bangkok Province Overall, the level of importance is at a high level. Which consists of Performance incentives in five areas: operational success. The nature of the work performed Company policies, relationship with colleagues, and salary and benefits Most of the respondents were highly motivated. When considered individually, it was found that Respondents had the highest level of motivation, performance success. At a high level, followed by the nature of the work performed Very level the policies of

the company are at a high level. Relationship with colleagues Very level and in terms of salary and benefits Is moderate

3. From the study of the operational expectations of pharmacists, pharmacies Bangkok Province Overall, the level of expectation was at a high level. It consists of 3 expectations: operational expectations. Expectations for the rewards Operational safety expectations Most of the respondents had expectations at a high level. When considered individually, it was found that Respondents had the highest level of expectation, namely the operational safety expectation. Is at a high level, followed by operational expectations It is very high and is the reward expectation to be received. Is moderate

4. From the test of the relationship between the primary variables, namely, operational success. The nature of the work performed Company policies, relationship with colleagues, and salary and benefits with variables according to the total side When considered individually, it was found that the most relevant are company policies

( $\beta = .485$ ), salary and welfare ( $\beta = .471$ ), operational success ( $\beta = .192$ ), work characteristics ( $\beta = -.072$ ), performance aspects ( $\beta = -.072$ ). Relationships with colleagues ( $\beta = -.005$ ), respectively.

KEYWORD: Operational Motivation, Performance Expectations, Pharmacist Pharmacy.

### 1. บทนำ

บุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและสำคัญอย่างยิ่งที่ทุกองค์กรต้องการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงในด้านธุรกิจและผลประโยชน์ประกอบการทุก ๆ องค์กรจึงทุ่มเทงบประมาณรวมทั้งทรัพยากรด้านต่าง ๆ สำหรับพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร และเพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับบุคลากรภายนอกสนใจ เข้ามาปฏิบัติงานในองค์กร และคาดหวังว่า

บุคลากรเหล่านั้น จะใช้ความรู้ความสามารถในการพัฒนาศักยภาพในทุก ๆ ด้านให้แก่องค์การ และปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้เป็นระยะเวลาที่ยาวนานเท่าที่องค์กรต้องการ ดังนั้นบุคลากรจึงถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในหลาย ๆ ด้าน เพราะเป็นตัวผลักดันที่จะทำให้องค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การที่บุคลากรจะปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพนั้น บุคลากรต้องมีความสามารถที่จะทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจในการทำงาน ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญที่องค์กรต่าง ๆ ต้องหาวิธีเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน การที่บุคลากรจะปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทนั้น สิ่งแรกที่ผู้บริหารต้องสร้างให้เกิดขึ้นในตัวบุคลากร คือการสร้างแรงจูงใจที่จะไปกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นที่จะทำงานในสิ่งที่องค์กรต้องการอย่างเต็มที่ การจัดการทรัพยากรบุคคลที่ดีจะเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิกในองค์กรอีกทางหนึ่ง [1]

ร้านขายยา ก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูง จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบัน (พ.ศ.2563) มีร้านขายยาเกิดขึ้นจำนวนมาก จากข้อมูลการขออนุญาตเปิดร้านขายยา ร้านใหม่ นับจาก เดือน ม.ค 2562 – พ.ค 2563 (กลุ่มพัฒนาระบบกองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พ.ศ.2563) ทั้งขององค์กรที่เป็นนิติบุคคล และเป็นร้านขายยาที่เป็นบุคคลธรรมดา เพราะธุรกิจร้านขายยาสามารถช่วยบรรเทาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นได้ โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปโรงพยาบาล อีกทั้งอาชีพเภสัชกรประจำร้านขายยา ก็ยังเป็นอาชีพที่ใฝ่ฝันของเยาวชนจำนวนมากไม่น้อย สภาพการแข่งขันทางธุรกิจร้านขายยาที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้บริหารองค์กร และผู้ประกอบการร้านขายยา ต้องการบุคลากรที่เป็นเภสัชกรเพื่อมาปฏิบัติงานเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ บรรลุเป้าหมายขององค์กร ความก้าวหน้าในการทำงาน

ปัญหาการขาดแคลนบุคลากร และการลาออกของพนักงานในองค์กร ก็เป็นอีกปัญหาอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารและเจ้าของกิจการต้องนำมาพิจารณา เพื่อสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรภายนอก สนใจและพร้อมจะร่วมงานกับองค์กรและอยู่กับองค์กรได้นาน อัตราค่าตอบแทนที่สูงเพียงพอต่อการครองชีพ จึงเป็นสิ่งที่บุคลากรทุก ๆ สาขาอาชีพมุ่งหวังและคาดว่าจะได้รับจากองค์กร ดังนั้นปัจจัยด้านแรงจูงใจ คือ ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ลักษณะงานที่ปฏิบัติ นโยบายต่าง ๆ ของบริษัท ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ และความคาดหวังในการปฏิบัติงาน คือ ความคาดหวังด้านการปฏิบัติงาน ความคาดหวังด้านรางวัลที่จะได้รับ และความคาดหวังด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องคำนึงถึง [2]

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อนำผลจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของเภสัชกรในองค์กร ทั้งในส่วนของนโยบายการบริหารงานบุคคล รวมไปถึงสวัสดิการของเภสัชกร เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้เภสัชกรมีพฤติกรรมการทำงานที่ดี และมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนแนวทางในการวางนโยบายและแผนการพัฒนากุศลการขององค์กร รวมถึงการสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรมีความคาดหวังและความตั้งใจในการทำผลงาน และความก้าวหน้าที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อบุคลากรในการพัฒนาตนเอง สร้างความก้าวหน้าในอาชีพการงานของตนเอง และมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 3. ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษา “แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร” งานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

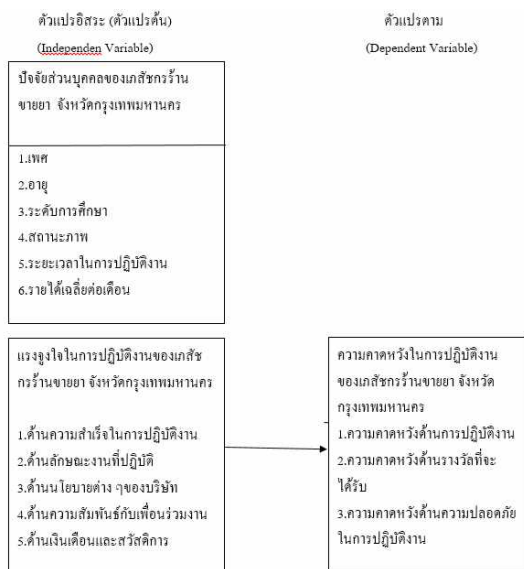
#### 3.1 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ศึกษาในครั้งนี้คือบุคคลากรเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในองค์กรแห่งหนึ่งพบว่า มีจำนวนกลุ่มประชากรทั้งหมด 333 คน (ข้อมูลจากระบบทรัพยากรมนุษย์ HR online บริษัทร้านขายยา ณ วันที่ 15 พฤษภาคม 2563) ซึ่งเป็นจำนวนประชากรที่ทราบจำนวนประชากร (Finite Population)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยการใช้สูตรคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 182 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม

### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับความต้องการ หรือความพึงพอใจของเภสัชกรที่ปฏิบัติงานในองค์กร

### 6. วิธีดำเนินการวิจัย

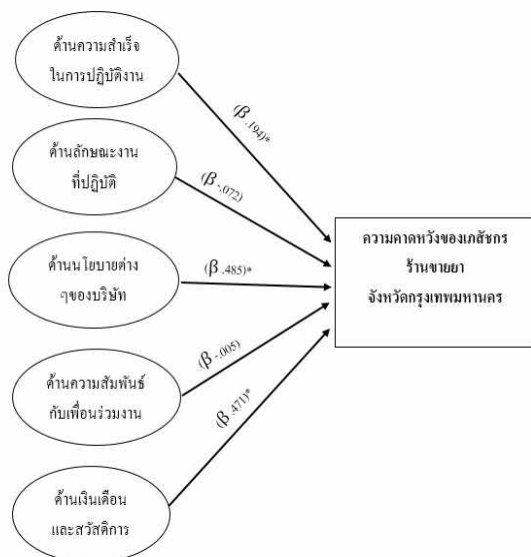
ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 182 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย[3]

### 7. ผลการวิจัย

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 มีอายุอยู่ในช่วง 25 -35 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 รองลงมา คือช่วงอายุ 36 –45 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 รองลงมาคือระดับ ปริญญาโท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 มีสถานภาพ โสด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมาคือสถานภาพ สมรส จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 สถานภาพ แยกกันอยู่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และสถานภาพ หย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมามีประสบการณ์ในการทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาประสบการณ์ในการทำงาน 3 – 5 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และประสบการณ์ในการทำงาน

5 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 25,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ภาพสรุปการทดสอบความคาดหวังของเภสัชกรร้านขายยา จังหวัดกรุงเทพมหานครระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านนโยบายต่างๆของบริษัท ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ กับตัวแปรตาม ภาพรวมทุกด้าน แสดงดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของเภสัชกรร้านขายยา เขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร



จากภาพที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระมีผลต่อความคาดหวังของเภสัชกรร้านขายยา ยกเว้น ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ และ ด้าน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1] จุฑามาศ ศรีบำรุงเกียรติ. "ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียม จำกัด" ,2555.
- [2] จุฑามาศ ศรีบำรุงเกียรติ, " ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg และทฤษฎีความคาดหวัง" , 2555
- [3] กัลยา วานิชย์บัญชา, " การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows" , กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

แรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี  
จังหวัดสมุทรปราการ

THE STUDY THE MOTIVATION THAT AFFECTS THE WORKING ATTITUDE OF THE  
PRODUCTION STAFF OF SPRING MANUFACTURING COMPANY IN BANGPHLI DISTRICT,  
SAMUT PRAKAN PROVINCE.

พูนชาติ จารุภูมิ<sup>1</sup> ,ศศ.วัลลภ นิมมานนท์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท หยางซิง เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด จำนวน 129 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติ ผลการวิจัยพบว่า

1. จากการศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี มีการศึกษาดำรงมัธยมศึกษาตอนปลาย มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี

2. จากการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วยแรงจูงใจ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสุขในการทำงาน ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านความมีประสิทธิภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจมาก

ที่สุดคือด้านความมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความสุขในการทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง

3. จากการศึกษาทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมระดับทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วยทัศนคติ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติมากที่สุดคือด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านลักษณะงานอยู่ในระดับปานกลาง และด้านโอกาสก้าวหน้าในงานอยู่ในระดับปานกลาง

4. ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตสปริง ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ 78 % โดยแรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตสปริง ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มากที่สุด ได้แก่มากที่สุด คือ ด้านความสุขในการทำงาน( $\beta = .341$ ) ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์( $\beta = .304$ )และด้านความมีประสิทธิภาพ( $\beta = .258$ ) คำสำคัญ: แรงจูงใจ, ทัศนคติ, พนักงานฝ่ายผลิต, สปริง



## Abstract

The purpose of this research was to study the motivation that affects the working attitude of the production staff of Spring Manufacturing Company in Bang Phli District, Samut Prakan Province. The sample group used in this research is 129 production staff of Yang Ching Enterprise Company Limited by using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used for data analysis were Percentage, Mathematical averages, Standard deviation, Reliability of research instruments, Pearson's correlation coefficient, multiple regression analysis, by using computer programs and the results of the research are as follows:-

1. The study of motivation that affects the work attitude of the production staff of the Spring Production Company in Bang Phli district, Samut Prakan Province, most of the respondents are female, aged between 30-39 years, have lower than secondary education, marital status, average monthly income 10,000-20,000 Baht with work experience less than 5 years.

2. The study of work motivation of the production staff of the Spring Production Company in Bang Phli district, Samut Prakan Province, In general, the motivation level is at a medium level, which consists of 3 motives are happiness in working, Creativity, and Efficiency. Most respondents were at medium level of motivation. The considering each aspect found that the respondents had the highest level of motivation is efficiency, followed by happiness in work is at a medium level, and creativity also is at a medium level.

3. The study of working attitudes of the production staff of the Spring Production Company in Bang Phli district, Samut Prakan Province, In general, the attitude level is at a medium level. Which consists of 3 attitudes, job characteristics, career advancement

opportunities and relations with co-workers and supervisors. Most of the respondents had a moderate level of attitude. The considering each aspect found that respondents had the highest level of attitude namely relations with co-workers and supervisors, followed by the job characteristics at a medium level, and the career advancement opportunities were at a moderate level.

4. The research results were found that The incentive variable motivation affecting work attitudes of the production staff of Spring Manufacturing Company in Bang Phli district, Samut Prakan Province multiple of 78 % the motivation have affecting the performance attitude of the production staff of Spring Manufacturing Company in Bang Phli district, Samut Prakan Province the highest level happiness of work ( $\beta = .341$ ) the creativity ( $\beta = .304$ ) and the efficiency ( $\beta = .258$ )

KEYWORD: Motivation, Attitude, Production staff, Spring

## 1. บทนำ

ปัจจุบันองค์กรบริษัทเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ด้วยวิธีการแบ่งงาน และหน้าที่ซึ่งกันทำตามสายงานที่กำหนดตามลำดับชั้นอำนาจและหน้าที่[1] โดยมีลักษณะเป็นกระบวนการประกอบไปด้วยมิติโครงสร้างมติกะบวนการบริหาร มิติพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งในระดับเอกบุคคล ระหว่างบุคคลและระดับกลุ่มซึ่งมีแนวความคิด[2] เช่นมีการบริหารจัดการคน ได้แก่ลำดับสายการบังคับบัญชาความพึงพอใจของพนักงานมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กร เมื่อพนักงานมีความสุขในการทำงานก็ส่งผลบวกต่อการปฏิบัติงานและผลงานก็มีคุณภาพ [3]ดังนั้นหากผู้นำระดับสูงขององค์กรให้ความสำคัญกับการสร้างความผาสุก และความพึงพอใจในการทำงานก็มักจะได้ผลลัพธ์และผลการดำเนินการที่น่าพอใจปัจจุบันพบว่าองค์กร หลาย ๆ แห่งที่ได้รับการระบุนมากที่สุดก็

คือปัญหาในเรื่อง “คน” ในองค์กรใหญ่ๆ ที่มีนโยบายให้ความสำคัญในเรื่องทรัพยากรมนุษย์จะกำหนดให้มีผู้บริหารระดับสูงสุดแลรับผิดชอบงานด้านนี้โดยเฉพาะมีระบบการสรรหาว่าจ้างการพัฒนาบุคลากร การประเมินผลการจัดสวัสดิการไปจนถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งในรูปแบบของกิจกรรมวิชาการ และกิจกรรมสัมพันธ์ซึ่งเป้าหมายสูงสุดก็คือการทำให้พนักงานทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพผลผลิตคือน้องการไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ [4] ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารสามารถสร้างแรงจูงใจและทัศนคติในการปฏิบัติงาน ทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น และยังเป็นข้อมูลประกอบเพื่อเสนอแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกและรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรสืบนานเท่านาน

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตสปริง ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท หยางซิง เอ็น

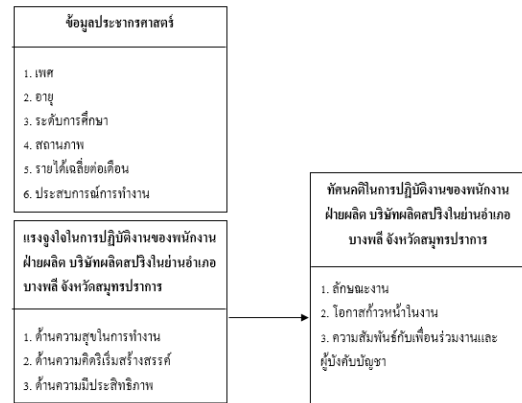
เดอรัไพรส์ จำกัด พบว่ามีจำนวน 193 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคลของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตสปริง ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ณ. วันที่ 14 พฤษภาคม 2563 ) ซึ่งจำนวนประชากรเป็นประชากร ที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) [5] โดยใช้สูตรคำนวณ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความ

เชื่อมั่น 95 % สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 129 คนเพื่อตอบแบบสอบถาม

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อนำไปพัฒนาองค์การในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

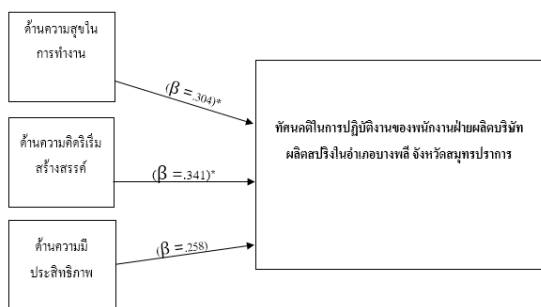
ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 193 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกและสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย[5]

## 7. ผลการวิจัย

แรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 มีอายุอยู่

ในช่วง 30-39 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 มีการศึกษาค่ากว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 มีสถานภาพ สมรส จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตสปริงในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.3579 ซึ่ง ประกอบด้วยแรงจูงใจ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสุขในการทำงาน ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านความมีประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจมากที่สุดคือด้านความมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6163 รองลงมาคือ ด้านความสุขในการทำงาน และด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.2506 และ 3.2067 ตามลำดับ สรุปผลภาพการทดสอบแรงจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติ ได้แก่ ด้านความสุขในการทำงาน ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และด้านความมีประสิทธิภาพกับตัวแปรตาม **ด้านรวม** สามารถนำมาเขียนเป็นภาพสรุปได้ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านความสุขในการทำงาน ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และด้านความมีประสิทธิภาพกับตัวแปรตาม **ด้านรวม**



จากภาพที่ 2 พบว่า ทุกด้านส่งผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานยกเว้นด้านความมีประสิทธิภาพที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กานดา จันทรย์แย้ม , “จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร” , กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์. 2556.
- [2] เกศณรินทร์ งามเลิศ , “แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและลูกจ้างองค์การคลังสินค้า” , การค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2559.
- [3] จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ , “ ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมการวัดการพยากรณ์และการเปลี่ยนแปลง” , มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, กรุงเทพฯ ๑.2536.
- [4] ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ , “จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล” , กรุงเทพมหานคร : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด, 2554.
- [5] บุญชุม ศรีสะอาด , “วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัยเล่ม 1” , กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น. 2543.

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียน สายอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

Motivation to influence Vocational education Decisions First year vocational certificate level at The Private College Bangphli District, Samutprakan Province

ณัฐวุฒิ จิตแหลม<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ เกรจซี และมอร์แกน จำนวน 175 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter จากการศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 มากกว่าเพศหญิง มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 49.10 มีอายุอยู่ในช่วง 16-19 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 อยู่สาขางานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 53.14 อยู่รอบเช้า จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 81.14 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 40.60

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรแรงจูงใจมีความสามารถอธิบายตัวแปรตามของกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ 79.7% โดยแรงจูงใจที่มี

อิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มากที่สุด ได้แก่ 1. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า ( $\beta = .418$ ) 2. ด้านความต้องการความสัมพันธ์ ( $\beta = .332$ ) และ 3. ด้านความต้องการทางด้านพื้นฐาน ( $\beta = .187$ ) ตามลำดับ

คำสำคัญ: แรงจูงใจ กระบวนการตัดสินใจ สายอาชีวศึกษา

### Abstract

This research The objective is to study the motivation that influences the process of choosing to study for Vocational education at the Vocational level in the first year. This research Have a purpose to study the motivation of influence with The process of deciding on Vocational Certificate education level in the first year Of The Private College Sample Used in research number Of the sample according to the method of Krejcie and Morgan Amounted 175 persons and using a simple random method. Tools used The research was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation (S.D) and multiple regression analysis Using the Enter method.

From a study of motivation influencing the process of choosing to study in vocational education at the vocational education level in the first year of the private college, Bang Phli District, Samut Prakan

Province, most of the respondents were male, totaling 49 people, 50.90% more than females. 86 people, representing 49.10 percent, aged between 16-19 years, number 87, or 19.70 percent, in the field of business computer, 93 people, or 53.1 percent, in the morning cycle 142 people or 81.14 percent have Average monthly income 10,000-20,000 baht, 1 person, equivalent to 40.60 percent

The research results were found that The incentive variable has the ability to describe the dependent variable of Decision Process for Vocational Education Year 1 Vocational Certificate Level Of the Private College Has a multiple of 79.7% correlation coefficient By motivation influencing the process of choosing to study vocational education The first year vocational certificate level of most Private Colleges. Including 1. The need for progress ( $\beta = .418$ ) 2. Relationship demand ( $\beta = .332$ ) and 3. Basic requirements ( $\beta = .187$ ), respectively.

KEYWORD: Motivation, Decision Process Vocational education

### 1. บทนำ

ปัจจุบันสถานบันการศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนต่างได้รับผลกระทบจากอัตราการเกิดของประชากรที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ระดับ 30 – 50 % [1]ส่งผลกระทบต่อสถาบันการศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนในทุกๆระดับ อีกทั้งพฤติกรรมของนักเรียนที่เปลี่ยนไป ลดระดับความสำคัญการเรียนจากสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนมากขึ้น นอกจากนั้นทางภาครัฐบาลได้มีการสนับสนุนให้นักเรียนมาศึกษาสายอาชีพมากขึ้น แต่เป็นการสนับสนุนให้ศึกษาในอาชีวศึกษาของรัฐบาล[2] จึงส่งผลกระทบต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จากข้อมูลดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่าการศึกษาในวิทยาลัยเอกชนจะมีลักษณะสู้เชิงธุรกิจอย่างชัดเจนมากขึ้น โดยสังเกตได้จากการขายสถาบันการศึกษาเอกชนให้กับนักลงทุนต่างชาติ [3] โดยเฉพาะนักลงทุนจากประเทศจีนที่ต้องการพลิกวิกฤตเป็นโอกาสใช้ศักยภาพของประเทศไทยในการรองรับนักศึกษาจากประเทศจีน ที่พลาดจากการสอบเข้ามหาวิทยาลัยในประเทศจีนไม่ได้ และเข้ามา

เรียนที่ประเทศไทย (ประชาชาติธุรกิจ, มองภาพธุรกิจการศึกษาเดินเกมหันค่าทอมของตัวเด็ก. วันที่ 3 มกราคม 2563)

การแข่งขันในธุรกิจการศึกษาซึ่งมีกลุ่มนักลงทุนขนาดใหญ่เข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางตลาด กับสถาบันศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนจำนวนมาก และสถาบันศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนตกอยู่ในภาวะเสี่ยงที่จะปิดตัว ปัญหานี้เกิดจากอะไร "พบว่าในส่วนของวิทยาลัยเอกชนที่มีจำนวนนักศึกษาต่ำกว่า 200 คน ถือเป็นวิทยาลัยขนาดเล็ก มีอัตราเสี่ยงหรือมีแนวโน้มที่ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ "คำยืนยันจาก" กฤตชัย อรุณรัตน์ "เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (ทางรอด วิกฤตวิทยาลัย 913 โรงเรียน เอกชน. 29 มกราคม พ.ศ. 2560) การแข่งขันทางการศึกษาเป็นสิ่งที่สำคัญเพราะส่งผลต่อคุณภาพการเรียนการสอนในปัจจุบันมีวิทยาลัยเอกชนของประเทศไทยจำนวน 454 แห่ง และอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการมีจำนวน 7 แห่ง [4] ซึ่งจากข้อมูลจำนวนที่ได้กล่าวมาแล้วส่งผลทำให้มีการแข่งขันเป็นอัตราที่สูง ดังนั้นผู้ประกอบการด้านสถาบันการศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนจำเป็นต้องใช้วิธีการจูงใจ เช่น ความต้องการทางด้านพื้นฐาน ความต้องการมีสัมพันธภาพ และความต้องการความเจริญก้าวหน้า ซึ่งเป็นทฤษฎีแนวคิดทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer) มีพื้นฐานความคล้ายคลึงกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow [4]

ผู้วิจัยต้องการทราบว่า แรงจูงใจด้านใดที่มีผลต่อการจูงใจให้มาศึกษาต่อ และแรงจูงใจเหล่านั้นส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษาได้อย่างไร ซึ่งกระบวนการตัดสินใจที่นำมาวิเคราะห์ประกอบด้วย 1. การรับรู้ถึงปัญหา 2. การแสวงหาข้อมูล 3. การประเมินผลและด้านการตัดสินใจเลือก เป็นทฤษฎีของคอตเลอร์ [4]

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา เรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

ชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการของสถาบันการศึกษา ให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลไปกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก ในการเพิ่มปริมาณนักเรียนอาชีวศึกษา และสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน ผู้ปกครองและความต้องการของตลาดแรงงาน

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการชุมชนวัดคลองเตย ใน 1 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

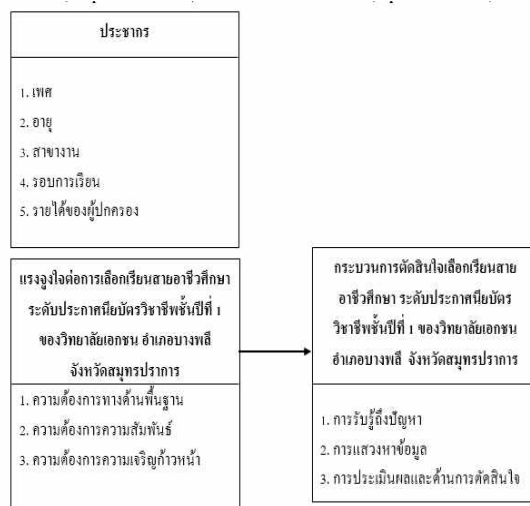
## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 321 คน (ข้อมูลจากฝ่ายส่งเสริมการศึกษาของวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563) ซึ่งเป็นที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ เกรจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) โดยใช้สูตรคำนวณ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95 % สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 175 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารวางแผนการบริหารจัดการวิทยาลัยในการสร้างด้านแรงจูงใจและกระบวนการตัดสินใจการเลือกเรียนสายอาชีวศึกษาเอกชน

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 175 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกและสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอย [5]

## 7. ผลการวิจัย

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 มากกว่าเพศหญิง มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 49.10 มีอายุอยู่ในช่วง 16-19 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 อยู่

สาขางานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 53.14 อยู่รอบเช้าจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 81.14 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 40.60

แรงจูงใจในการเลือกเรียนสายอาชีพศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น

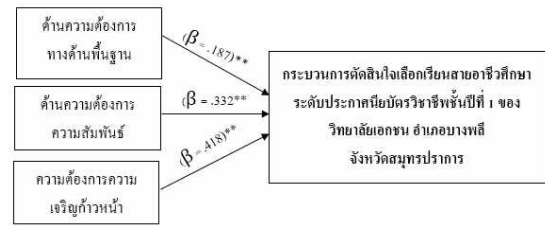
ปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0362 ซึ่งประกอบด้วยแรงจูงใจ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการทางด้านพื้นฐาน ด้านความต้องการความสัมพันธ์ และด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจมากที่สุดคือ ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2114 รองลงมา ระดับมาก ด้านความต้องการทางด้านพื้นฐาน และด้านความต้องการความสัมพันธ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9486 เท่ากัน

กระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมระดับกระบวนการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9968 ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการตัดสินใจ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล และ ด้านการประเมินผล และด้านการตัดสินใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับกระบวนการตัดสินใจ มากคือ ด้านการประเมินผลและด้านการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0695 รองลงมา ระดับมาก ด้านการรับรู้ถึงปัญหา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0324 และด้านการแสวงหาข้อมูล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8886 ตามลำดับ

ภาพสรุปการทดสอบแรงจูงใจต่อการเลือกเรียนสายอาชีพศึกษามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสาย

อาชีพศึกษากับตัวแปรตาม ภาพรวมทุกด้าน สามารถนำมาเขียนเป็นภาพสรุปได้ดังนี้

ภาพที่ 2 แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเอกชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



จากภาพที่ 2 พบว่า แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนสายอาชีพศึกษาทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางกรวิจัยจนสำเร็จลงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- [1] เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง, “การบริหารทรัพยากรมนุษย์”, ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา, 2550.
- [2] กุลชลี ไชยนันดา, “กระบวนการตัดสินใจ“ (พิมพ์ครั้งที่ 1), กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ประยูรวงศ์, 2539.
- [3] จำลอง เงินดี, “จิตวิทยาสังคม“, (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: โอเคียนสโตร์, 2552.

[4]ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ ,“ การวางแผนและพัฒนา  
ตลาดการท่องเที่ยว”, (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพฯ: คณะ  
มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2548.

[5] กัลยา วานิชย์บัญชา ,“ สถิติสำหรับงานวิจัย”  
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.



ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER BEHAVIORS IN USING FOOD DELIVERY  
SERVICES ON THE APPLICATION KLONG TOEI, BANGKOK.

จิระประภา รักรสงบ<sup>1</sup> , ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรในเขตคลองเตย ที่ใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นได้นำข้อมูลที่รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้  $X^2$  - test (Chi-Square Test) การหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ (Spearman rank correlation หรือ Spearman's rho) ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 16 - 25 ปี สถานภาพโสด จำนวนบุคคลที่ใช้บริการในแต่ละครั้งจำนวน 1 คน โดยส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,001 - 20,000 บาท ใช้บริการขณะอยู่บ้าน ใช้บริการหมวดหมู่อาหาร

ไทย เหตุผลเนื่องจากไม่สะดวกเดินทางไปร้านอาหาร ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการคือแฟน ใช้บริการ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการช่วงเวลา 16:00น. - 19:59น. ผลจากการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน โดยรวมสรุปได้ว่า ด้านสถานที่ใช้บริการ สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนบุคคลที่ใช้บริการ อายุและเพศ ตามลำดับ ด้านประเภทอาหารที่ใช้บริการ สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุและเพศ ตามลำดับ ด้านเหตุผลในการใช้บริการ ไม่สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านผู้มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนบุคคลที่ใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนบุคคลที่ใช้บริการ

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์, พฤติกรรม, ฟู้ด เดลิเวอรี, แอปพลิเคชัน

**Abstract**

This study Objective (1) To study the demographic data of consumers using food delivery service on application in Klong Toei District, Bangkok Province (2) to study consumer behavior in using food delivery service. On an application in Klong Toei

District, Bangkok Province (3) studied the relationship between demographic data and consumer behavior in using food delivery service in Klong Toei District, Bangkok Province. This research is a quantitative research.

The population groups used in this research is the population in Klong Toei district who used the food delivery service on Klong Toei District, Bangkok Province, totaled 400 people as a tool to collect the data, and then the data obtained from the questionnaire were analyzed by using statistics. Percentage: Tested hypothesis using  $X^2$  - test (Chi-Square Test). The correlation was determined using (Spearman rank correlation or Spearman's rho), statistical significance level of 0.05, in descending order. And discuss the results.

The results of the study showed that most of the service users were female, aged between 16-25 years old, the number of persons who used the service at each time, 1 person, most of them graduated from high school education / vocational certificate. Work in private companies and have an average monthly income of 10,001 - 20,000 baht. Use the service while at home Use the Thai food category the reason is because it is inconvenient to go to the restaurant. People who have an influence on service selection are fans who use the service 1 - 3 times a month. The service is between 16:00 - 19:59. The results of the hypothesis testing on the relationship between consumer behavior in using the food delivery service on the application Overall, it can be concluded that. Service locations Correlated with demographic data for number of people using the service, age and sex, respectively. The type of food served Correlated with age and gender demographic data, respectively. Reasons for using the service not correlated with demographic data. Influencers on the use

of services Correlate with demographic data on the number of people using the service. The frequency of use of the service per month Correlate with age demographic data. The time of using the service Correlate with demographic data on the number of people using the service.

KEYWORD: RELATIONSHIP, BEHAVIORS, FOOD DELIVERY, APPLICATION

## 1. บทนำ

ปัจจุบันคงไม่มีใครไม่รู้จักผู้ให้บริการ ฟู๊ด เดลิเวอรี่ (Food Delivery) ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ อาทิเช่น Grab food, Food panda, Line Man และ Get food [1] โดยผู้ให้บริการทั้งหลายเหล่านั้นจะไปติดต่อธุรกิจร้านอาหารและเสนอให้เข้ามาอยู่บนแอปพลิเคชันซึ่งเปรียบเสมือนคนกลางและทำการรับส่งอาหารให้กับลูกค้าของร้านอีกทีหนึ่ง ธุรกิจประเภทนี้นับว่ามีแนวโน้มการเติบโตสูงมาก พบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจนี้มีการขยายตัวต่อเนื่องเฉลี่ยปีละ 10% ซึ่งเติบโตสูงกว่าธุรกิจร้านอาหารเอง ที่เติบโตเฉลี่ยปีละ 3-4% ต่อปี [2] ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกสบายและประหยัดเวลามากขึ้น ส่งผลให้แต่ละแอปพลิเคชันพยายามสร้างเครื่องมือหรือคุณสมบัติเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับแอปพลิเคชันของตนเองและเป็นผู้นำด้าน ฟู๊ด เดลิเวอรี่ บนแอปพลิเคชัน [3] ที่ลูกค้าจะนึกถึงเป็นบริษัทต้นๆ และเป็นตัวเลือกเมื่อต้องการจะสั่งอาหารไม่ว่าจะเป็นการตอบโต้ด้วยโปรโมชันค่าส่งอาหาร ความรวดเร็วในการจัดส่ง จำนวนร้านอาหารบนแอปพลิเคชันที่มีความหลากหลายแต่ละบริษัทต่างพยายามนำมาใช้เพื่อสร้างจุดเด่นจุดแข็งให้กับแอปพลิเคชันของตนเองสถานการณ์ในตลาด ฟู๊ด เดลิเวอรี่ [4] ไม่แตกต่างกันมากนักกับสิ่งที่เกิดขึ้นในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จะดึงดูดลูกค้าด้วยโปรโมชันไม่ว่าจะเป็นสิทธิพิเศษ โค้ดส่วนลด หรือการมีโปรโมชันค่าส่งราคาพิเศษในพื้นที่ที่กำหนดเพื่อให้แอปพลิเคชันของตัวเองเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของลูกค้าโดยส่วนใหญ่ผู้ที่จะได้ผลประโยชน์มากที่สุดจากบริการในรูปแบบนี้จะ

เป็นหุ้นส่วนร้านค้าหรือบริษัทต่างๆ ทำให้บางราย ขอดขายเต็บ โต ได้อย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะ ร้านอาหารรายเล็กๆ หรือกลุ่มสตรีทฟู้ด เพราะหากเป็น รูปแบบธุรกิจแบบเดิมๆ การจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เป็นได้ไปยากซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญของธุรกิจเล็กๆ ที่ ไม่ได้มีเงินในการลงทุนมากนัก ทำให้ไม่สามารถแข่งขัน กับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ [5]

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าขณะที่ลูกค้ามีโอกาสในการเข้าถึงร้านอาหารใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น แม้จะไม่สะดวกในการเดินทางหรือบางร้านที่ต้องรอคิวนาน ก็สามารถใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันเหล่านี้ได้ ถึงแม้ว่าจะมีค่าส่งอาหารแต่ส่วนใหญ่ก็มักจะมีสิทธิพิเศษ หรือให้ โปรโมชันส่วนลด ทำให้โดยรวมแล้วประหยัดกว่าการเดินทางไปที่ร้านด้วยตนเอง ซึ่งธุรกิจรับส่งอาหารเหล่านี้ เข้ามาลดข้อจำกัดในการส่งอาหารให้กับธุรกิจร้านอาหาร ต่างๆ และเพิ่มโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายง่ายขึ้น

ดังนั้นพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ผู้ประกอบการควรต้องทราบถึงข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านของสถานที่ใช้บริการ ประเภทอาหารที่ใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และช่วงเวลาในการใช้บริการ เพื่อใช้ในการวางแผนทางธุรกิจได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีความมุ่งหวังว่าการศึกษา ในครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขต คลองเตยที่มีต่อการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรีบน แอปพลิเคชัน ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ, หุ้นส่วน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาบริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชันต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล ประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้

บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรใน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา รายงาน สถิติประชากรในเขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 100,956 คน ซึ่งเป็นประชากร ที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา เลือกจากประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ ทา โร ยามานะ (Taro Yamane) โดยวิธีแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร และนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจ ฟู้ด เดลิเวอรี ให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการอย่าง สูงสุด

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกและสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) หาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Spearman's rho [6]

## 7. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาคั้งนี้มีจำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

**เพศ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 และ เพศชาย จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ตามลำดับ

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16 – 25 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อายุ 36 - 45 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอายุระหว่าง มากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

**สถานภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

**จำนวนบุคคลที่ใช้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีจำนวนบุคคล 1 คน จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมามีจำนวนบุคคล 2 คน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีจำนวนบุคคล 3 – 5 คน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 มีจำนวนบุคคล 6 คนขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา มีการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง – ปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

**อาชีพ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และมีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี่บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ข้อมูลประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ, อายุ, สถานภาพ, จำนวนบุคคลที่ใช้บริการ, ระดับการศึกษา, อาชีพและรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย จำแนกตามด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านประเภทอาหารที่ใช้บริการ ด้านเหตุผลในการใช้บริการ ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ และด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) หาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Spearman's rho สรุปได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลประชากรศาสตร์	ระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร					
	สถานที่ใช้บริการ	ประเภทอาหารที่ใช้บริการ	เหตุผลในการใช้บริการ	ผู้ที่มีต่อการเลือกใช้บริการ	ความถี่ในการใช้บริการ	ช่วงเวลาในการใช้บริการ
1. เพศ	น้อยที่สุด (-0.122)	น้อยที่สุด (-0.105)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
2. อายุ	น้อยที่สุด (-0.216)	น้อยที่สุด (-0.137)	ไม่มี	ไม่มี	น้อยที่สุด (-0.191)	ไม่มี
3. สถานภาพ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
4. จำนวนบุคคลที่ใช้บริการ	น้อยที่สุด (0.254)	ไม่มี	ไม่มี	น้อยที่สุด (0.197)	ไม่มี	น้อยที่สุด (0.140)
5. ระดับการศึกษา	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
6. อาชีพ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
7. รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

จากตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ข้อมูลประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ, อายุ, สถานภาพ, จำนวนบุคคลที่ใช้บริการ, ระดับการศึกษา, อาชีพและรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย จำแนกตามด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านประเภทอาหารที่ใช้บริการ ด้านเหตุผลในการใช้บริการ ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ และด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) หาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Spearman's rho สรุปได้ดังนี้

**ด้านสถานที่ใช้บริการ** พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย จำนวนบุคคลที่ใช้บริการ มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = 0.254$ ) รองลงมาอายุ มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.216$ ) และเพศ มีค่าความสัมพันธ์กัน

ในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.122$ ) ตามลำดับ แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านสถานที่ใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน

**ด้านประเภทอาหารที่ใช้บริการ** พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย อายุมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.137$ ) และเพศมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.105$ ) ตามลำดับ แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย สถานภาพ จำนวนบุคคลที่ใช้บริการ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ไม่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านสถานที่ใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน

**ด้านเหตุผลในการใช้บริการ** พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนบุคคลที่ใช้บริการ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านสถานที่ใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน

**ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ** พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย

จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย จำนวนบุคคลที่ใช้บริการมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = 0.197$ ) แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ไม่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านสถานที่ใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน

**ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน** พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย อายุมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.191$ ) แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ไม่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านสถานที่ใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน

**ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ** พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย จำนวนบุคคลที่ใช้บริการมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.140$ ) แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ไม่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของ

ผู้บริโภค ด้านสถานที่ใช้บริการ ฟู้ด เดลิเวอรี บนแอปพลิเคชัน

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จจล่งลงไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1]กัญยวี ชัยเวียน, “การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ กรณีศึกษาผู้สูงอายุบ้านบางโลน ตำบลเมืองแก อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์” มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 2553.
- [2]กมลภ ทิพย์ปาละ, “กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อ กอล์ฟสะท่อน ภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555.
- [3]กอบกาญจน์ เจริญทอง, “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม.” มหาวิทยาลัยสยาม, 2556.
- [4]ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร, “การศึกษาการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ที่มีต่อกระเบื้องเซรามิกที่ผลิตในประเทศ” บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.
- [5]ฉัตรยาพร เสมอใจ, “ การจัดการและการตลาดบริการ” กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549.
- [6]Bartz, Albert E, “ Basic Statistical Concept” New Jersey: Prentice-Hall, Inc , 1999.

การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

The Development of the Augmented Reality Application for Advertising on Information Technology  
Program Nakhon Pathom Rajabhat University

ศุขสวัสดิ์ แซ่ลี้<sup>1</sup>, ศิริชัย พรหมหอม<sup>2</sup>, เอกพันธ์ เหล่าลิม<sup>3</sup>

<sup>123</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 ถ.มาลัยแมน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทรศัพท์ : 098-1379646

<sup>1</sup>E-mail: s.suksawat@webmail.npru.ac.th

<sup>2</sup>E-mail: 604230018@webmail.npru.ac.th

<sup>3</sup>E-mail: 604230042@webmail.npru.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2) ประเมินคุณภาพของแอปพลิเคชัน และ 3) ประเมินผลความพึงพอใจต่อการใช้งานของผู้ใช้ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยประยุกต์โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยหลักการ System Development Life Cycle (SDLC) เครื่องมือในการพัฒนาประกอบด้วย โปรแกรม Sketchup โปรแกรม Unity โปรแกรม Visual Studio โปรแกรม Android Studio โปรแกรม Adobe Premiere Pro และ เว็บไซต์ Vuforia ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้ใช้ได้ 2) แอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมในภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และ 3) กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อการใช้งานอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ประชาสัมพันธ์, ความเป็นจริงเสริม, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

#### Abstract

The objectives of this research were to 1) develop the augmented reality for advertising on Information Technology Program, Nakhon Pathom Rajabhat University, 2) evaluate the quality of the application and 3) evaluate the satisfaction of the users. This applied research was developed by System Development Life Cycle (SDLC) and using Sketchup, Unity, Visual Studio, Android Studio, Adobe Premiere Pro and Vuforia Web. The results of the research were as follows: 1) the augmented reality for advertising on Information Technology Program, Nakhon Pathom Rajabhat University can motivate the interest of the user, 2) the overall quality of the application were at a high level, and 3) The target group was satisfied with the application at a high level.

Keywords: Public Relations Media, Augmented Reality, Information Technology Program

#### 1. บทนำ

การโฆษณาเป็นการกระทำการใด ๆ อันเป็นการชักจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

การจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่อาศัยสื่อในการส่งผ่านข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารที่มีความสำคัญขององค์กรนอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน สามารถใช้อุปกรณ์สมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตในการทำงานต่าง ๆ ร่วมกับแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ และช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้โดยไม่จำกัดทั้งเวลาและสถานที่ นอกจากนี้ยังนำเสนอได้ทั้งข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว วิดิทัศน์ และเสียง รวมเข้าไว้ด้วยกัน ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้ใช้ให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งปัจจุบันยังมีเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีความสามารถในการแสดงภาพเสมือนจริง 3 มิติ ซึ่งเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเป็นระบบที่ตอบสนองคุณสมบัติพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ การรวมกันของโลกเสมือนและโลกความจริง การมีปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ และการแสดงผลในรูปแบบที่เป็น 3 มิติอย่างถูกต้องของวัตถุเสมือนและวัตถุจริง [1-2] ก็ยังสร้างความน่าสนใจให้กับสื่อต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้นไปอีก

โดยสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรของสาขาวิชาโดยผ่านทาง การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ การนำเสนอข้อมูลผ่านโบชัวร์หรือแผ่นพับต่าง ๆ ดังนั้นถ้ามีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข้อมูลของสาขาวิชาให้อยู่ในรูปแบบสื่อที่น่าสนใจก็จะสามารถดึงดูดให้คนทั่วไปเข้ามารับชมข้อมูลมากขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่การให้ความสนใจเข้าศึกษาในหลักสูตรที่มีของสาขาวิชา

ดังนั้นทีมผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมร่วมกับสื่อแผ่นพับในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศขึ้นมา

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

2. ประเมินคุณภาพของแอปพลิเคชัน

3. ประเมินผลความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้

## 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภกิต ฉาวรนิติกุล (2557) [3] ทำการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ แบบประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ และแบบสอบถามความคิดเห็น ผลการวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ แบนเนอร์บนเว็บเพจ ป้ายประชาสัมพันธ์ ขนาดใหญ่ และโปสเตอร์ องค์กรประกอบในการออกแบบ ใช้สี โทนเย็น ใช้ภาพ ถ่าย ใช้ตัวอักษรแบบมีหัว การจัดองค์ประกอบงานกราฟิก ใช้แบบเรียบง่ายสบายตา สื่อความหมายสอดคล้องกับบริบท มีลูกเล่นที่แปลกตา การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ จัดวางในสัดส่วนที่เหมาะสม มีจุดสนใจอย่างใดอย่างหนึ่ง

วงเดือน พลอยงามและ สุภพัชร์ จารุเสริม (2561) [4] ทำการพัฒนาสื่อโฆษณาบนแผ่นพับเสมือน 3 มิติ ผ่านทางสมาร์ตโฟน สำหรับจัดแสดงในนิทรรศการ โดยใช้เครื่องมือในการพัฒนาคือ Unity, Vuforia, Autodesk MAYA ผลที่ได้จากการพัฒนา ช่วยกระตุ้นความสนใจและดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดีโดยวิเคราะห์ข้อมูลจากจำนวนผู้เข้าชมที่มากขึ้นจากการให้ความสนใจร่วมกิจกรรมสองแผ่น พับเสมือน 3 มิติ และผู้ที่สนใจจองที่พักสามารถตัดสินใจจองห้องพักตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้าชม หลังจาก ทดลองสองแผ่นพับเสมือน 3 มิติและรับข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่เร็วขึ้นจากครั้งก่อนหน้านี้ ที่ยังไม่มีการนำ สื่อโฆษณา แผ่นพับเสมือน 3 มิติมาใช้

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่า การนำแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมมาประยุกต์ใช้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ ทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกสนุก ตื่นเต้น ดังนั้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงการนำเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเข้ามาผสมผสานเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับผู้ใช้ สร้างประสบการณ์ใหม่ และดึงดูดความสนใจของผู้ใช้



#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

##### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนโพรงมะเดื่อวิทยาคม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนโพรงมะเดื่อวิทยาคม จำนวน 60 คน

##### 4.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ด้วยหลักการ System Development Life Cycle (SDLC) ซึ่งประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาและการศึกษาความเป็นไปได้ โดยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง กำหนดความต้องการ และองค์ประกอบในการพัฒนาแอปพลิเคชัน

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ นำปัญหาและการศึกษาความเป็นไปได้ มาวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้และเลือกใช้เครื่องมือการพัฒนาแอปพลิเคชันที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบ โดยได้ทำการออกแบบผังงานเพื่อแสดงการทำงานของแอปพลิเคชัน ออกแบบหน้าจอแอปพลิเคชัน ออกแบบแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลหลักสูตร ออกแบบโมเดล 3 มิติ เขียน Storyboard เพื่อจัดทำสื่อวิดีโอ และออกแบบมาร์คเกอร์โดยนำรูปภาพมาพัฒนาและรวมไว้ในแผ่นพับ

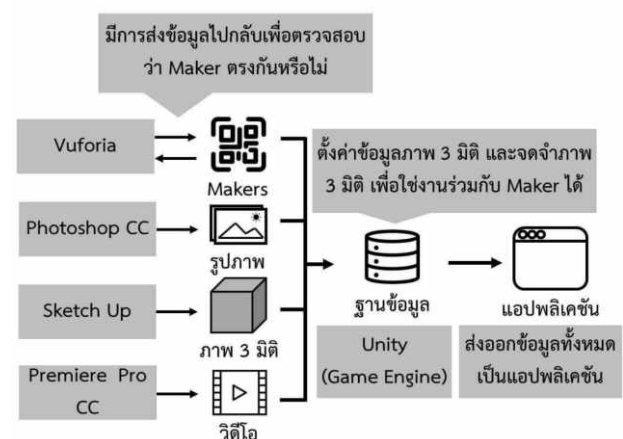
ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา ประกอบด้วย 1) แผ่นพับ ข้อมูลหลักสูตรสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำเนื้อหาที่ได้จากการออกแบบมาพัฒนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับออกแบบจัดทำแผ่นพับ 2) แอปพลิเคชัน โดยนำรูปภาพที่จะทำเป็นมาร์คเกอร์ซึ่งได้ออกแบบเรียบร้อยแล้วทำการอัปโหลดไปยังฐานข้อมูลของเว็บไซต์ Vuforia แล้วจึงดาวน์โหลดและติดตั้งมาร์คเกอร์เพื่อนำไปใช้กับโปรแกรม Unity จากนั้นใช้โปรแกรม Unity เชื่อมโยงมาร์คเกอร์กับโมเดล 3 มิติและสื่อวิดีโอ โดยมีการเขียนคำสั่งควบคุมการทำงานต่าง ๆ ผ่าน

Visual Studio จากนั้นจึงพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ด้วยโปรแกรม Android Studio ทำยาคสร้างไฟล์ให้มีนามสกุลเป็น .apk เพื่อให้สามารถนำไปติดตั้งบนแท็บเล็ตหรือโทรศัพท์สมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ได้

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบ เป็นการทดสอบการทำงานเบื้องต้นของแอปพลิเคชันก่อนนำไปใช้งานจริง โดยทดสอบแบบ Black Box Testing เพื่อดูความถูกต้องของข้อมูลนำเข้าและผลลัพธ์ที่ได้ โดยมีการประเมินในด้านความถูกต้องในการทำงานของระบบ (Functional Test) ด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานของระบบ (Usability Test) และด้านความเร็วในการทำงานของระบบ (Performance Test) ซึ่งจะทดสอบโดยผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้งาน

ขั้นตอนที่ 6 การติดตั้ง โดยนำแอปพลิเคชันอัปโหลดเข้าสู่โทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และใช้งานแอปพลิเคชันกับกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 7 การบำรุงรักษา เป็นการตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้องระหว่างที่ได้ดำเนินการใช้งานแอปพลิเคชัน พร้อมทั้งทำการปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องอยู่เสมอ



ภาพที่ 1 : เครื่องมือการพัฒนาแอปพลิเคชัน

##### 4.3 เครื่องมือการวิจัย

1) แอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

2) ประเมินคุณภาพของแอปพลิเคชัน

3) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สำหรับแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

#### 4.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน Likert-Scale [5] ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายความว่า ระดับน้อยมาก

#### 5. ผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัย

1) ได้แอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้ผ่าน QR Code ในแผ่นพับ โดยนำสมาร์ทโฟนไปสแกนบริเวณ QR Code ตัวแอปพลิเคชันก็จะถูกดาวน์โหลดและติดตั้งเข้ากับสมาร์ทโฟน จากนั้นให้เปิดแอปพลิเคชันดังกล่าว เมื่อแอปพลิเคชันถูกเปิดแล้วก็ให้นำสมาร์ทโฟนไปสแกนภาพยังจุดต่าง ๆ บนแผ่นพับที่มีตัวมาร์คเกอร์อยู่ ก็จะปรากฏข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ บนหน้าจอสมาร์ทโฟน เช่น การแนะนำประวัติความเป็นมาของสาขาวิชา แนะนำอาจารย์ประจำสาขาวิชา แนะนำอาชีพที่สามารถทำได้ แนะนำกิจกรรมที่จัดให้กับนักศึกษา เช่น กิจกรรมสานสัมพันธ์ กิจกรรมบายศรีสู่ขวัญ กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมกีฬา การแนะนำอาคาร หอเรียนของสาขาวิชา และคลิปสัมภาษณ์นักศึกษารุ่นพี่ที่กำลังเรียนอยู่ และจบไปแล้ว รวมถึงบรรยากาศต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะแสดงผลผ่านหน้าจอสมาร์ทโฟนในรูปแบบของคลิปวิดีโอ คลิปเสียง และ โมเดล 3 มิติ ดังตัวอย่างภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2 : หน้าจอเมนูหลักแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 3 : แผ่นพับสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ



ภาพที่ 4 : โมเดลอาคารปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ โดยใช้เทคโนโลยี AR แสดงผลบนสมาร์ทโฟน



ภาพที่ 5 : คลิปวิดีโอแนะนำกิจกรรม โดยใช้เทคโนโลยี AR แสดงผลบนสมาร์ทโฟน

2) คุณภาพของแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ มีคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.39$ , S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าสูงสุด คือ ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.53$ , S.D. = 0.66) รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.47$ , S.D. = 0.69) ด้านการออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้ มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.33$ , S.D. = 0.66) และด้านประสิทธิภาพของระบบ มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.11$ , S.D. = 0.72) ตามลำดับ

3) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สำหรับแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า จากการประเมินโดยผู้ใช้ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.42$ , S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าสูงสุด คือ ด้านเนื้อหา มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.64$ , S.D. = 0.48) รองลงมาคือ การใช้งานแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.43$ , S.D. = 0.51) ด้านการออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้ มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.31$ , S.D. = 0.50) และด้านประสิทธิภาพของระบบ มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.24$ , S.D. = 0.51) ตามลำดับ

## 6. สรุปผล

ในงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัญหาของการประชาสัมพันธ์หลักสูตรสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ จากการสัมภาษณ์อาจารย์ประจำสาขาวิชา พบว่ามีปัญหาหลักคือ ขณะที่ออกประชาสัมพันธ์หลักสูตร จะมีการแจกเอกสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรประกอบ แต่จะพบว่าเมื่อนักเรียนได้รับเอกสารเหล่านั้น นักเรียนมักไม่ค่อยให้ความสนใจกับเอกสารเหล่านั้น อันได้แก่ แผ่นพับหรือโบปลิว ซึ่งเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบเดิม ๆ ดังนั้นจึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อ

ประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมขึ้น เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ และสร้างแรงดึงดูดให้นักเรียนมาให้ความสนใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้แจกไป ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและให้ความสนใจกับการใช้แอปพลิเคชันที่พัฒนาด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมมากขึ้น สามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบของความจริงเสริมได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของวงเดือน พลอยงาม และศุภพัทธ์ จารุเศรษฐ์ [4] โดยทำงานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อโฆษณาบนแผ่นพับเสมือน 3 มิติ ผ่านทางสมาร์ตโฟนสำหรับจัดแสดงในนิทรรศการ พบว่าช่วยกระตุ้นความสนใจและดึงดูดผู้ใช้ให้ดูสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้นได้

## เอกสารอ้างอิง

- [1] Azuma, R. (1997). A Survey of Augmented Reality. Presented at the Teleoperators and Virtual Environments, Canada.
- [2] Wu, H., Lee, S.W., Chang, H. and Liang, J. (2013). "Current Status, Opportunities and Challenges of Augmented Reality in Education", Computers & Education. 62 (March 2013), 42-49.
- [3] สุภัค อวารนิตกุล, "การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน", วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, ปีที่ 7, ฉบับที่ 2, หน้า 1137-1148, พฤษภาคม- สิงหาคม, 2557
- [4] วงเดือน พลอยงาม และศุภพัทธ์ จารุเศรษฐ์, "การพัฒนาสื่อโฆษณาบนแผ่นพับเสมือน 3 มิติ ผ่านทางสมาร์ตโฟนสำหรับจัดแสดงในนิทรรศการ", วารสารวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ (JIST), ปีที่ 8, ฉบับที่ 2, หน้า 37-45, กรกฎาคม- ธันวาคม, 2561
- [5] K. Pairoj. (2563, มีนาคม 9). Likert-Scale คืออะไร? (มาตรวัดของลิเคิร์ต) [Online]. แหล่งที่มา: <https://greedisgoods.com/likert-scale-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน  
ในเขตอำเภอ สังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

THE STUDY OF FACTORS AFFECTING OF ETHICAL OPERATION IN THE PUBLIC  
PERFORMANCE FOR BORDER PATROL POLICE OFFICERS SANGKHLABURI DISTRICT,  
KANCHANABURI PROVINCE

นักสันนัท กิตติญาจิราวัชร<sup>1</sup> , ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอ สังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี (3) เสนอแนวทางการส่งเสริมหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนให้แก่ ข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานได้แก่ สถิติทดสอบค่าที(t-Test) สถิติทดสอบค่าเอฟ (F-Test) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า

1. จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละ

บุรี จังหวัดกาญจนบุรี ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และมีเชื้อสายมอญ

2. จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน จำนวน 9 ด้าน ได้แก่ด้านคุณธรรมและจริยธรรม ด้านการมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริตและรับผิดชอบ ด้านการยึดถือประโยชน์ของประเทศชาติ ด้านการยื่นหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง ด้านการให้บริการแก่ประชาชน ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ด้านการยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตย ด้านการยึดมั่นในหลักจรรยาวิชาชีพ

ประชาชนส่วนใหญ่มีปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดนอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าประชาชนให้ความสำคัญระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านการยึดมั่นในหลักจรรยาวิชาชีพในระดับมากที่สุด รองลงมาปัจจัยด้านการให้บริการแก่ประชาชน ปัจจัยด้านการยื่นหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง ปัจจัยด้านการยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตย ปัจจัยด้านคุณธรรมและจริยธรรม ปัจจัยด้านการมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์ สุจริต และรับผิดชอบ ปัจจัยด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน

ปัจจัยด้านการยึดถือประโยชน์ของประเทศชาติ และ  
ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ตามลำดับ

3. จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการ  
ปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของ  
ข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละ  
บุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีสมมติฐาน 9 ข้อ โดยทดสอบ  
สมมติฐานของข้อมูลประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย  
เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และกลุ่มเชื้อสายที่  
แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตาม  
หลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจ  
ตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัด  
กาญจนบุรี จำนวน 9 ข้อ พบว่าผลการเปรียบเทียบความ  
แตกต่างประชาชนระดับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตาม  
หลักจริยธรรมของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ไม่  
แตกต่างกันทั้งหมด

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน,หลักจริยธรรม,  
มุมมองประชาชน, ข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน

#### Abstract

The purposes of this research are to the study  
of factors affecting of ethical operation in the public  
performance for border patrol police officers  
Sangkhlaburi District, Kanchanaburi Province. The  
sample group used in this research was 400 people in  
Sangkhlaburi District, Kanchanaburi Province. The  
study of this purposes for (1) study of demographic data  
affecting of ethical operation in the public performance  
for border patrol police officers Sangkhlaburi District,  
Kanchanaburi Province. (2) study of factors affecting of  
ethical operation in the public performance for border  
patrol police officers Sangkhlaburi District,  
Kanchanaburi Province. (3) To propose guidelines for  
promoting ethical principles in people's perspective to  
Border Patrol Police in Sangkhlaburi District,  
Kanchanaburi Province. This research is a quantitative  
research. The questionnaire was used as a tool for  
collecting data. The statistics used for data analysis were

percentage value, arithmetic mean, Reliability standard  
deviation of research instruments and the statistics used  
for hypothesis testing are statistical t-Test (t-Test),  
statistical F-Test (F-Test) by using a computer program.  
The research results were found that

1. The study found that of factors affecting of  
ethical operation in the public performance for border  
patrol police officers Sangkhlaburi District,  
Kanchanaburi Province the majority of the population is  
female, aged over 41 years old, have an elementary  
education level, has a professional trade / business and  
Mon lineage.

2. The study found that of factors affecting of  
ethical operation in the public performance for border  
patrol police officers Sangkhlaburi District,  
Kanchanaburi Province include 9 aspects such as moral  
and ethical, good governance honest and responsible,  
hold the national benefit, standing for the right thing,  
serving people, providing information to people,  
achievement of work, adherence to democracy,  
adherence to ethical principles and the majority of the  
population is adherence to ethical principles at the  
highest level and serving people, standing for the right  
thing, adherence to democracy, moral and ethical, good  
governance honest and responsible, achievement of  
work, hold the national benefit, providing information to  
people respectively.

3. The study found that of factors affecting of  
ethical operation in the public performance for border  
patrol police officers Sangkhlaburi District,  
Kanchanaburi Province include hypothesis 9 section by  
testing the hypothesis of demographic data this includes  
sex, age, education level, occupation, and ethnic group  
are different of ethical operation in the public  
performance for border patrol police officers  
Sangkhlaburi District, Kanchanaburi Province found

that the results of comparing people levels of factors affecting the ethical performance of the border patrol police officers not all different.

KEYWORD: FACTORS AFFECTING OF OPERATION, ETHICAL, PUCBILC PERFORMANCE, BORDER PATROL POLICE OFFICERS

## 1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญปัญหาจากสถานการณ์การก่อการร้ายและภัยคุกคามตามแนวชายแดนโดยปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นได้มีการขยายตัวเข้าสู่พื้นที่ที่ขึ้นอยู่ในระดับพื้นที่ชายแดนซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่และมีความเชื่อมโยงในมิติต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความมั่นคงของประเทศโดยรวม จึงทำให้ไม่สามารถป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ [1] รัฐบาลจึงเร่งเห็นถึงความสำคัญที่จะมีแนวทางในการจัดการพื้นที่ชายแดนพร้อมทั้งมีการบังคับใช้มาตรการทางกฎหมายอย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันสกัดกั้นปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติและระงับยับยั้งการกระทำที่ผิดกฎหมาย [1] จึงทำให้มีการพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานกองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการในสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการเป็นกองบังคับการหรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นในสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2552 โดยมีข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดนที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติพระราชกฤษฎีกาตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2547 และแบ่งส่วนราชการสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2552 นั้น [2]

เนื่องจากข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดนเข้ามามีบทบาทในการเป็นกองกำลังเสริมแทนการใช้กำลังทหารในการรักษาความสงบตามช่องแนวตะเข็บชายแดน โดยอยู่ภายใต้ขอบเขตกฎหมายของรัฐและมีหน้าที่ป้องกันการเข้ามารุกรานจากประเทศเพื่อนบ้านหรือประเทศอื่น ๆ ที่ต้องการเข้ามาแสวงผลประโยชน์

ภายในประเทศ และปราบปราม แก้ไขปัญหา

อาชญากรรมเกี่ยวกับความมั่นคง และการให้บริการแก่ประชาชน ปัจจัยเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดปัญหาด้านต่าง ๆ

เมื่อมีปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้น คณะกรรมการตรวจสอบและติดตามการบริหารงานตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้สร้างเครื่องมือมาบังคับการประพฤติการปฏิบัติตนให้แก่ข้าราชการตำรวจซึ่งอาศัยอำนาจตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 และพระราชบัญญัติตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2547 ในคณะกรรมการตรวจสอบและติดตามการบริหารงานตำรวจว่าด้วยประมวลจริยธรรมและจรรยาบรรณของตำรวจ พ.ศ. 2553 (ฉบับที่ 2) ส่วนที่ 2 มาตรฐานทางจริยธรรมและจรรยาบรรณของตำรวจ (1) มาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ ข้อ 15 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกรอบมาตรฐานในการประพฤติปฏิบัติตนของข้าราชการตำรวจให้มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นธรรมและเป็นตัวจริง หลักเกณฑ์การประเมินเพื่อประกาศเชิดชูเกียรติหน่วยงานและการปฏิบัติงานของข้าราชการให้ได้รับการยอมรับจากประชาชน ซึ่งมีทั้งหมด 9 ด้าน (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 128 ตอนที่ 15 ก หน้า 14 ประกาศใช้ ณ วันที่ 11 มีนาคม 2554 )

- 1) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม
- 2) ด้านการมีจิตสำนึกที่ดี ซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบต่อ
- 3) ด้านการยึดถือประโยชน์ของประเทศชาติ
- 4) ด้านการยื่นหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง
- 5) ด้านการให้บริการแก่ประชาชน
- 6) ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน
- 7) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน
- 8) ด้านการยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตย
- 9) ด้านการยึดมั่นในหลักจรรยาวิชาชีพ

ซึ่งเป็นกฎระเบียบข้อบังคับว่าด้วยประมวลจริยธรรมและจรรยาบรรณของตำรวจ พ.ศ. 2553 (ฉบับที่ 2) [2] จำนวน 9 ด้านนี้ เป็นกฎระเบียบข้อบังคับที่ถูกนำไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลในการเสริมสร้างหลักจริยธรรมในมุมมองของประชาชนให้มีความศรัทธาและเชื่อมั่น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษางานวิจัยเรื่องศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ได้สามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

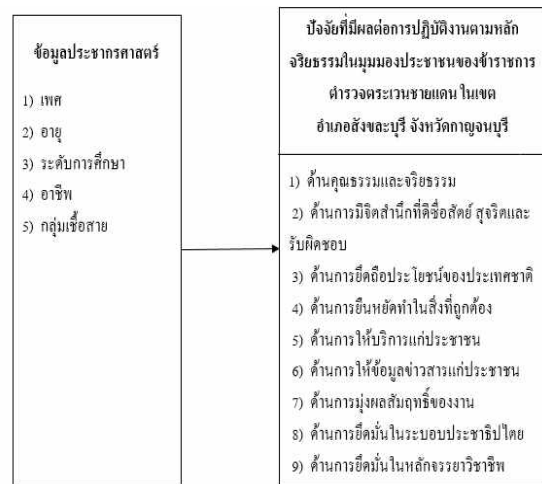
## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 48,694 คน (ระบบฐานข้อมูลประชากรที่ว่าการอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ณ วันที่ 15 มกราคม 2563) ซึ่งเป็นจำนวนประชากรที่ทราบจำนวนประชากร (Finite Population)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% และมีระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5% ( $e=0.05$ ) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบถึงข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

5.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

5.3 ทำให้ทราบถึงแนวทางการส่งเสริมหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ t-test , F-test [3]

## 7. ผลการวิจัย

พบว่าเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 ปี ขึ้น ไป จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาคือระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และมีระดับการศึกษานอกระบบ/ปวส. จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคืออาชีพเกษตรกร จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และมีอาชีพพนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ กลุ่มเชื้อสาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเชื้อสายมอญ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือเชื้อสายกระเหรี่ยง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และมีเชื้อสายไทยดั้งเดิม จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรม ในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดย

มีสมมติฐาน 9 ข้อ โดยทดสอบสมมติฐานของข้อมูลประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และกลุ่มเชื้อสายที่แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมในมุมมองประชาชนของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 9 ข้อ พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างประชาชนระดับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ.05

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จล่วงคู่ไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน , “ประวัติ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน ”, จาก <http://www.bpp.go.th/index/มารู้จักตำรวจตระเวนชายแดน> , 2563.
- [2] จารินี รุทธะกาญจน์ , “การศึกษาพฤติกรรมเชิงจริยธรรมในการปฏิบัติงานของนักทรัพยากรบุคคลในสังกัดกรุงเทพมหานคร ” , วารสารมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2560.
- [3] กัลยา วานิชย์บัญชา, “ การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows ”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.



# ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศจังหวัดกรุงเทพมหานคร

## Study the relationship between behavior of health lovers in prawet District Bangkok

ชนากานต์ ชงศรี<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานครการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตประเวศ ที่เป็นกลุ่มคนที่รักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้  $X^2$  - test (Chi-Square Test) การหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ (ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 238 คน มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 149 คน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 225 คน รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 165 คน วิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการจัดการกับความเครียด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.988 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการพัฒนาทางจิตวิญญาณ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.986 ด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.826 ด้านโภชนาการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.812 ด้าน

การมีสัมพันธ์กับบุคคลอื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 3.800 และ ด้านกิจกรรมทางร่างกาย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.613

โดยสรุปได้ว่า ด้านความรับผิดชอบต่อร่างกายสัมพันธ์กันกับ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านกิจกรรมด้านร่างกายสัมพันธ์กันกับ อายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านโภชนาการสัมพันธ์กันกับ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการมีสัมพันธ์กับบุคคลอื่นสัมพันธ์กันกับ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการพัฒนาทางจิตวิญญาณสัมพันธ์กันกับ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนด้านการจัดการกับความเครียดสัมพันธ์กันกับ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์, พฤติกรรม, สุขภาพ

### Abstract

This study is aimed to study the demographic data of groups of health-lovers in the Prawet District, Bangkok Province and to study their behavior. To study the relationship between demographic data and the behavior of health-loving people in Prawet District, Bangkok Province.

This research was a quantitative research. The group of population used in this research are the population of people in Prawet District, which is a group of people who love to take care of their health. A number of 400 people were used for collecting data, and the data obtained from different questionnaires were analyzed by using percentage statistics, (Percentage), hypothesis

testing using - test (Chi -Square Test) to find correlation using (Statistical significance level of 0.05 in descending order and discussion.

The results of this the study showed that the majority of respondents were male, 238 people were in the ages of 30-39, 149 people were occupation of private company employees and 255 of the people have an average monthly income of 20,001-30,000 baht. The data analyzed from the sample group was found that the majority of the respondents emphasized stress management. With an average of 3.988, followed by spiritual development. With an average of 3.986 in health responsibility. With an average of 3.826 in nutrition, with an average of 3.800 and physical activity, with an average of 3.613.

In conclusion, physical responsibility is related to age, occupation and average monthly income, nutrition is also related to age, occupation, and average monthly income. In different relationships with other people, all correlate with age, occupation and average monthly incomes. Spiritual development is also related to age, occupation and average monthly income.

KEYWORD: Relationship, Behavior, Health

## 1. บทนำ

ปัจจุบันสุขภาพเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของบุคคลและเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยี ทำให้บุคคลมีการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ ดึงเครียด หรือแข่งขันเพื่อความอยู่รอด การมีสุขภาพดีจะทำให้บุคคลมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีอายุที่ยืนยาวขึ้น การมีสุขภาพที่ดีจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีการป้องกันการเกิดโรคและการดูแลสุขภาพ [1] ดังนั้น สุขภาพที่ดีจึงมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลแต่ละคน ครอบครัว ชุมชน สิ่งแวดล้อม ซึ่งปัญหาสุขภาพที่ไม่ดีเกิดขึ้นจาก พฤติกรรมบริโภคอาหารไม่ถูกต้อง สุขนิสัยในการรับประทานอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น งดอาหารมื้อเช้า รับประทานอาหารจานด่วนเป็นประจำรวมทั้งวิถี

ชีวิตที่เร่งรีบทำให้ครอบครัวไม่มีเวลาในการปรุงอาหาร [2]บุคคลส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปมาบริโภคมากขึ้นนอกจากนี้อาหารสำเร็จรูปซึ่งมีไขมันสูงสัดส่วนอาหารไม่เหมาะสมและยังไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของอาหารด้วยวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปเหล่านี้ อาจทำให้พฤติกรรมสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ไม่ดีขาดการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ นอนหลับพักผ่อนไม่เพียงพอ การดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้นทั้งเพศหญิงและเพศชายขาดทักษะการจัดการความเครียด การป้องกันและรักษาโรคเรื้อรังประจำตัว เช่น ความดันโลหิตสูง และเบาหวาน เป็นต้น [3] จากข้อมูลดังกล่าวจะพบว่า การดูแลสุขภาพเป็นที่นิยมในบางกลุ่มบุคคลไม่ว่าจะเป็นด้าน การดูแลสุขภาพ การรับประทานอาหารที่ถูกต้อง การออกกำลังกายในเวลาที่เหมาะสม การนอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ การจัดการอารมณ์และความคิด เป็นต้น การดูแลสุขภาพจะมีผลในการลดอัตราการเจ็บป่วยได้โดยตรง ซึ่งเมื่อบุคคลมีสุขภาพดี ชุมชนหรือท้องถิ่นในเขตนั้นๆ จะมีความเข้มแข็งและปราศจากปัญหาสุขภาพส่วนบุคคลสรุปได้ว่าการที่มีสุขภาพที่ดีเป็นผลมาจากการปฏิบัติพฤติกรรม การดูแลสุขภาพที่ดีและถูกต้องสม่ำเสมอ ดังนั้นการปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพจึงมีความสำคัญอย่างมากและมีอิทธิพลต่อสุขภาพของบุคคล พฤติกรรมสุขภาพที่ดีจะช่วยป้องกันการเกิดโรค ลดความพิการของสภาพร่างกาย ลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลทำให้บุคคลมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุขซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาทางด้านสังคมเศรษฐกิจของประเทศชาติ ดังนั้นพฤติกรรมของกลุ่มคนที่ผู้วิจัยสนใจในเรื่องของพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพได้แก่ ด้านทางเลือกของคนรักสุขภาพด้านสุขภาพด้านโภชนาการด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพด้านความคิดและอารมณ์ และด้านเวลา เป็นต้น[4]

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงว่าแต่ละบุคคลในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพอย่างไร และใช้เกณฑ์ในการดูแลสุขภาพ

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการรักสุขภาพ สร้างกลยุทธ์เสริมแรงใจเพื่อให้บุคคลมีพฤติกรรมดูแลสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพด้านอื่นๆ ให้มีสุขภาพที่ดีและแข็งแรงต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

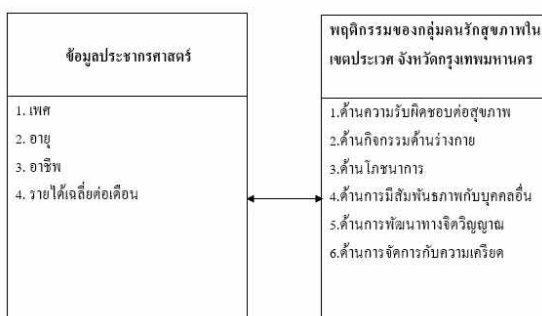
## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

**3.1 ประชากร** ที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในเขตประเวศจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการศึกษารายงาน สถิติประชากรในเขตประเวศจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 181,096 คน ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population)(ข้อมูล ณ เดือนเมษายน 2563, แหล่งที่มา : สำนักงานเขตประเวศ )

**3.2 กลุ่มตัวอย่าง** ที่ใช้ศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแจกแบบสอบถาม ขนาด 400 คน ซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้สูตรคำนวณของ Yamane(1973)

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

5.2 ทำให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

5.3 เพื่อให้ทราบแนวทางพัฒนาพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ  $\chi^2$  - test (Chi-Square Test) หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson [5]

## 7. ผลการวิจัย

พบว่าเพศ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 และ เพศหญิง จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ตามลำดับ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคืออาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจ

ส่วนตัว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ลำดับถัดมาคือ อาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

**ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลที่มีผลต่อความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ** โดยรวมเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8792 เมื่อพิจารณาในด้านนี้

**ด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8263 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านแสวงหาความรู้เพื่อดูแลสุขภาพตนเองอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือท่านให้ความสำคัญในการตรวจสุขภาพประจำปี อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และ มีการตามข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพผ่านสื่อต่างๆอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

**ด้านกิจกรรมทางร่างกาย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.613 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านระบบร่างกายของท่านมีความสมบูรณ์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือสนใจการเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกายทุกรูปแบบ อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และ ความสม่ำเสมอในการออกกำลังกายในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ

**ด้านโภชนาการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8125 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการรับประทานอาหารครบ 5 หมู่ อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และ รับประทานอาหารเสริมที่เน้นเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

**ด้านการมีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8000 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือท่านมีอิทธิพลในการจูงใจให้คนในครอบครัว เพื่อน ดูแลสุขภาพ อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และบุคคลอื่นยกย่องท่านให้เป็นທີ່ปรึกษาในด้านต่างๆ เกี่ยวกับสุขภาพ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ

**ด้านการพัฒนาทางจิตวิญญาณ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9863 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านมีการกำหนดเป้าหมายในชีวิต อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

**ด้านการจัดการกับความเครียด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9888 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านมีการพักผ่อนที่เพียงพอและเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือหลีกเลี่ยงบรรยากาศที่เกิดความเครียด อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

และการปฏิบัติกิจกรรมที่ช่วยทำให้เกิดการผ่อนคลายเสมอ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ตามลำดับ

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศจังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลประชากรศาสตร์	ระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสุขภาพ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร					
	ด้านความ รับผิดชอบต่อ สุขภาพ	ด้าน กิจกรรม ด้านร่างกาย	ด้าน โภชนาการ	ด้านการใช้ สัมพันธ์กับ บุคคลอื่น	ด้านการ พัฒนาทาง จิตวิญญาณ	ด้านการ จัดการ ความเครียด
1. เพศ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
2. อายุ	น้อยที่สุด (0.204)	น้อยที่สุด (0.106)	น้อยที่สุด (0.252)	น้อยที่สุด (0.147)	น้อยที่สุด (0.219)	น้อยที่สุด (0.270)
3. อาชีพ	น้อยที่สุด (0.172)	ไม่มี	น้อยที่สุด (0.141)	น้อยที่สุด (0.117)	น้อยที่สุด (0.112)	ไม่มี
4. รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	น้อยที่สุด (0.178)	น้อยที่สุด (0.106)	น้อยที่สุด (0.175)	น้อยที่สุด (0.088)	น้อยที่สุด (0.149)	น้อยที่สุด (0.097)

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

[1]กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, “แนวทางการดำเนินงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพระดับจังหวัด”, 2556.

[2]กรรณิการ์ กาวีสรพร, “ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพความรู้เกี่ยวกับการควบคุมโรคความดันโลหิตสูง และพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่เป็นโรคความดันโลหิตสูง ” คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี,มหาวิทยาลัยมหิดล,2561.

[3]กฤษฎา พรหมสุวรรณ, “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองไม้แก่นจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองไม้

แก่นจังหวัดฉะเชิงเทรา”หลักสูตรสาขาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์,2560.

[4]คณะกรรมการสุขภาพ, “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสุขภาพและการดูแลสุขภาพ” เข้าถึงได้จาก :[http://www.elearning.nsruc.ac.th/2550/ebook\\_4000104/lesson1/resources/resource\\_1/content/screen11.htm](http://www.elearning.nsruc.ac.th/2550/ebook_4000104/lesson1/resources/resource_1/content/screen11.htm) 24 พฤษภาคม 2563.

[5] กัลยา วานิชย์บัญชา, “การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

ศึกษาการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์  
อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา

PERFORMANCE AFFECTS THE QUALITY OF LIFE OF INDUSTRIAL EMPLOYEES IN  
GATEWAY CITY INDUSTRIAL ESTATE PLANGYAO DISTRICT CHACHOENGSAO  
PROVINCE

พรทิพย์ อุดมศักดิ์<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา (2) ศึกษาการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา (3) พัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T Test) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way Anova)

ผลจากการศึกษาการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรมพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 30 ปีขึ้นไป มีสถานภาพสมรส มีอายุการทำงาน มากกว่า 4 ปี ตำแหน่ง

งานเป็นพนักงานประจำ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป และมีช่วงเวลาในการทำงานในช่วงเวลาปกติ 7.30-16.30 น.

คำสำคัญ: การปฏิบัติงาน, คุณภาพชีวิต, อุตสาหกรรม

**Abstract**

The study of this purposes for (1) study of demographic data affecting of the quality of life for industrial employees in gateway city industrial estate Plangyao District Chachoengsao Province. (2) study of the quality of life for industrial employees in gateway city industrial estate Plangyao District Chachoengsao Province. (3) to develop and adjust for good performance in quality of life for industrial employees in gateway city industrial estate Plangyao District Chachoengsao Province. This research is a quantitative research.

The study of this population lived in Plangyao District Chachoengsao Province using for 400 people. The data was collected from the questionnaire for data analysis using Percentage value, arithmetic mean, Reliability standard deviation of research instruments and the statistics used for hypothesis testing are statistical t-Test (t-Test), statistical F-Test (F-Test)

The results of the study showed that most of the majority of the population is male, aged over 30 years old, have marital status, has a working age of more than

4 years, work position as a permanent employee, have income of month more 20,001 bath , have time for working in normal time is 7.30 – 16.30.

KEYWORD: PERFORMANCE, QUALITY OF LIFE, INDUSTRIAL

## 1. บทนำ

การดำเนินงานของทุกองค์การ ไม่ว่าจะเป็น องค์กรภาครัฐหรือเอกชน การที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงาน ที่บุคลากรทุกคน ทุกระดับ ร่วมกันปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การตามที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งในปัจจุบันการขาดแรงงานกำลังเป็น ปัญหาใหญ่สำหรับองค์กร และการสรรหาบุคลากรทดแทนพนักงานที่ลาออก[1]นั้นยากมากขึ้น ดังนั้นเพื่อ ป้องกันการลาออกของพนักงาน องค์กรหลายๆแห่งจึง จำเป็นที่จะให้ความสนใจกับการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานให้พนักงาน แต่การที่จะบรรลุเป้าหมายตามที่ องค์กรได้ตั้งไว้ องค์กรควรให้ความสนใจเรื่องลักษณะ การปฏิบัติงานของพนักงานและคุณภาพชีวิตของ พนักงานมากเป็นพิเศษ[2]

ปัญหาอันดับต้นๆ ของสาเหตุการลาออกก็คือ เรื่องคน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาระหว่างเพื่อนร่วมงาน ความขัดแย้งกับเจ้านาย การมีปากเสียงกับลูกน้อง หรือ แม้กระทั่งทะเลาะกันด้วยเรื่องไม่เป็นเรื่องตลอดจนเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับงานเลยแม้แต่น้อย แต่เมื่อมีความขัดแย้งกัน แน่นนอนว่าย่อมมีผลกระทบต่อการทำงาน ไม่มากก็น้อย หรืออาจจะทำให้ไม่อยากทำงานที่นี้ต่อปัญหาเรื่องคนอีก กรณีอาจจะไม่ได้เกิดการกระทบกระทั่งกันโดยตรง แต่ อาจจะเกิดจากการนินทาว่าร้าย โยนความผิด หรือมี พฤติกรรมที่บั่นทอนสุขภาพจิตคนอื่น ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้ ไม่อยากร่วมงานได้เช่นกัน[2] Work Life Balance หรือ สมดุลชีวิต เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องมี แต่บางคนก็ทำงานหนัก จนทำให้สมดุลชีวิตหายไป หมายความว่า ต้องแยก

เรื่อง งาน กับ ชีวิต ออกจากกันให้ได้ ในกรณีที่ทำงาน อย่างหนัก จนไม่มีเวลาพักผ่อน จึงส่งผลให้ร่างกายไม่ แข็งแรง เกิดปัญหาสุขภาพตามมาในกรณีที่ทำงานหนัก สวัสดิการพนักงาน ที่บริษัทมีให้ คือสิทธิประโยชน์ที่คน ในองค์กรจะได้รับ โดยส่วนมากจะเป็นสวัสดิการ พื้นฐานที่บริษัทนั้นๆ ควรมี หากไม่มีสวัสดิการอะไรให้ เลย พนักงานลาออกบ่อยๆ จึงเกิดขึ้นได้ คือการ แสดงออกถึงความใส่ใจที่บริษัทมีให้พนักงาน ซึ่ง สวัสดิการพยาบาลก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่พนักงานเลือก ทำงาน ความเจ็บป่วย ทำให้ความสามารถในการทำงาน ลดลง

คุณภาพชีวิตของพนักงานนั้นประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ การ พัฒนาความสามารถของบุคคล ความก้าวหน้าและมั่นคง ในการทำงาน ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว จากการศึกษา ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ก็ เกิดจากการเปรียบเทียบค่าตอบแทนจากการทำงานใน ตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบที่คล้ายคลึงกัน หรือ เปรียบเทียบจากผลการปฏิบัติงานที่เท่าเทียมกัน ด้าน สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ สถานที่ ทำงานที่ต้องดีทั้งต่อร่างกายและการทำงาน เป็นไปตาม มาตรฐาน[3] ซึ่งรวมถึงการควบคุมเกี่ยวกับเสียง การ ควบคุมทางสายตา นอกจากนี้การที่พนักงานได้ทำงานอยู่ ในสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพและจิตใจที่ปลอดภัย และมีความเหมาะสม ด้านการพัฒนาความสามารถของ บุคคล คือโอกาสในการพัฒนาและการใช้ความสามารถ ของพนักงาน ในการปฏิบัติงานตามทักษะและความรู้ที่มี ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าและรู้สึกท้าทาย ในการทำงาน ได้ใช้ความสามารถในการทำงานเต็มที่ ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน การให้ พนักงานได้เพิ่มความสามารถในการทำงานของเขา

มากกว่าที่จะคอยเป็นผู้ทำให้เขาทำตาม จะต้องมีการมอบหมายงานใหม่ หรืองานที่ต้องใช้ความรู้ และทักษะที่เพิ่มขึ้นอีกในอนาคต จะต้องเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาภายในองค์กร ในสายงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว คือบุคคลจะต้องจัดความสมดุลให้เกิดขึ้นในชีวิต โดยจะต้องจัดสรรบทบาทให้สมดุลได้แก่การแบ่งเวลา อาชีพ การเดินทาง ซึ่งต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างการใช้เวลาว่างของตนเองและครอบครัว รวมทั้งความก้าวหน้าในอาชีพ คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากร เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพผลการปฏิบัติงานของบุคลากร เพราะหากคุณภาพชีวิตของพนักงานเป็นไปในทิศทางที่ดีนั้นย่อมส่งผลให้การปฏิบัติงานในหน้าที่เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในองค์กร องค์กรจะมีคุณภาพและประสิทธิภาพได้ส่วนหนึ่งต้องเกิดจากบุคลากรทุกคน ทุกระดับ [3]

จากสภาพการณ์ดังกล่าว ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอลำปาง จังหวัดพะเยา อันจะทำให้การทำงาน of พนักงานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน of พนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอลำปาง จังหวัดพะเยา

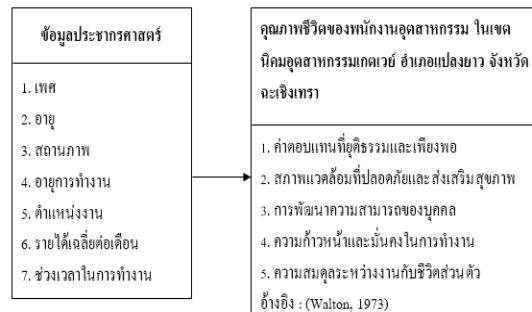
## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ จังหวัดพะเยา ซึ่งจำนวนประชากรเป็นประชากรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Infinite Population)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการ โดยใช้สูตรของคอกแรนจะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทราบข้อมูลระดับความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอลำปาง จังหวัดพะเยา

5.2 ทราบถึงการปฏิบัติงานในปัจจุบันที่ส่งผลกับคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอลำปาง จังหวัดพะเยา ในด้านใดมากที่สุด

5.3 ใช้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอลำปาง จังหวัดพะเยา

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติทดสอบ t-test, F-test [4]

## 7. ผลการวิจัย



**เพศ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา เป็นเพศหญิง มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8

**อายุ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง อายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือมีอายุในช่วง อายุ 25 – 30 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และมีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

**สถานภาพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือมีสถานภาพโสด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 และมีสถานภาพอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

**อายุการทำงาน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุงานมากกว่า 4 ปีขึ้นไป จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือมีอายุงาน 1-3 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

**ตำแหน่งงาน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีตำแหน่งเป็นพนักงานประจำ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมาคือมีตำแหน่งเป็นพนักงานชั่วคราว จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และมีตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือมีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และมีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ

**ช่วงเวลาในการทำงาน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานช่วงเวลาปกติ 7:30-16:30 น. จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมาทำงานในช่วงเวลาเป็นกะ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ

ช่วงเวลาอื่นๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีผลต่อระดับปัจจัยความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมของพนักงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณารายด้าน ได้ดังนี้

**ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจใน ค่าตอบแทนอื่นๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล กอง ทุนสำรองเลี้ยงชีพ และ วันลาพักร้อน ลาป่วย ลากิจ มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาคือ เงินเดือนและผลตอบแทนที่ได้รับคุ้มค่ามีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานและภาระหน้าที่รับผิดชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ได้รับการปรับเงินเดือนที่เหมาะสมและยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และค่าตอบแทนที่ได้รับเพียงพอต่อการใช้จ่ายในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ตามลำดับ

**ด้านสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมีการจัดการตรวจสอบความปลอดภัยทุกปี อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในหน่วยงาน สะอาด และเพียงพอต่อการใช้งาน เช่น ห้องน้ำ โรงอาหาร ที่จอดรถ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สภาพแวดล้อมที่ทำงาน เช่น แสงสว่าง อุณหภูมิ กลิ่น เสียง อยู่ในสภาพที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น การเล่นกีฬา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ตามลำดับ

**ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในองค์กรการส่งเสริมการพัฒนาทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เช่น การฝึกอบรม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รองลงมาคือ เมื่อท่านมีปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน สามารถขอคำแนะนำได้จากเพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ตามลำดับ

**ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีความมั่นคง และกิจการเจริญเติบโตต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมาคืองานที่ได้รับมอบหมายมีความท้าทายกับตำแหน่งหน้าที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ท่านมีโอกาสในการแสดงความสามารถและความคิดเห็นต่อการแก้ไข ปัญหาในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และระบบการประเมินเลื่อนขั้นตำแหน่งหน้าที่ของหน่วยงาน มีความยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ตามลำดับ

**ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นในเวลาทำงาน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือการทำงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มีเวลาพักผ่อนและมีเวลาดูแลสุขภาพของตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และมีเวลาให้ครอบครัวอย่างเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

ผลจากการศึกษาการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานอุตสาหกรรมพบว่า

ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 30 ปีขึ้นไป มีสถานภาพสมรส มีอายุการทำงาน มากกว่า 4 ปี ตำแหน่งงานเป็นพนักงานประจำ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป และมีช่วงเวลาในการทำงานในช่วงเวลาปกติ 7.30-16.30 น.

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

[1]กาญจนาพร พันธุ์เทศ, "วัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานธนาคารภาครัฐแห่งหนึ่ง", วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2560.

[2]กรณิการ์เหมือนประเสริฐ, "ทัศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร บริษัท ภูเก็ตปิโตรเลียม (ประเทศไทย) จำกัด" สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะสังคมศาสตร์, 2548.

[3]ฉัฐพร ฉายประเสริฐ, "คุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดปทุมธานี" วารสารบัณฑิตศึกษา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2557.

[4] มนสิข สัทธสมบุรณ์, "ระเบียบวิธีวิจัย", พิมพ์ครั้งที่ 8, มหาวิทยาลัยนเรศวร, คณะศึกษาศาสตร์, 2548.

# The Association between Online Buying Behavior and Online Buying Risk

Before the COVID-19 situation

Wasun Khan-am<sup>1</sup>, Kritiya Rangsom<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Information Systems dept.  
Faculty of Business Administration, RMUTT  
Pathum Thani, Thailand  
e-mail: wasun\_k@rmutt.ac.th  
<sup>2</sup> Information Systems dept.  
Faculty of Business Administration, RMUTT  
Pathum Thani, Thailand  
e-mail: grititya\_r@rmutt.ac.th

**บทคัดย่อ**—การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลก่อนสถานการณ์การแพร่กระจายของโควิด 19 ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าออนไลน์ 3) เพื่อวิเคราะห์ภาวะความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์กับการรับรู้ความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยกำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่ทำงานทั้งในภาครัฐและเอกชนที่มีการซื้อสินค้าออนไลน์ก่อนการสำรวจนี้ อย่างน้อยหนึ่งปี ซึ่งไม่สามารถจะทราบจำนวนของประชากรที่ชัดเจนได้ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาเป็นเกณฑ์ในการเก็บข้อมูลโดยกำหนดช่วงเวลาไว้เป็นระยะเวลา 3 เดือน รูปแบบการรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา คือ การวิเคราะห์ความถี่ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมุติฐาน ใช้การทดสอบไคส์-สแควร์ และสัมประสิทธิ์คอมเมอร์วี ผลการศึกษาแยกออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 รายการต่อปี สำหรับมูลค่าของการสั่งซื้อสินค้าต่อรายการสั่งซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีมูลค่าการสั่งซื้อต่อครั้ง ไม่เกิน 1,000 บาท ผลการศึกษาส่วนที่สองเมื่อทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง

พฤติกรรมการซื้อสินค้า กับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์พบมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อกับการรับรู้ความเสี่ยงในทุกด้าน ที่นัยสำคัญ .05 และมีสัมประสิทธิ์คอมเมอร์วีในระดับต่ำ

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์, ความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าออนไลน์, ความเสี่ยงของอินเทอร์เน็ต

**Abstract**— This study was conducted before the COVID-19 outbreak situation in Thailand and aim to 1) study online shopping behaviors, 2) study an online buying risk perception, and 3) analyze the association between online buying behavior and the perception of online buying risk. The population of this study is an employee of both public and private section who commit an online purchasing within one year previous to the survey. Since the population number is unknown, the survey used three months as a time limit period of data collection. The respondents' data was collected by a convenient method. The survey's instrument is a questionnaire was developed by the researcher. Data analysis was done by using statistical means including descriptive statistics such as frequency, percent, average, and standard deviation; and hypothesis test statistics including chi-square and Cramer's V coefficient value. The output of this study split into two sections. In the first section, half of respondents purchase product less than 10 orders per year, and half of the respondent has a value of each order less than 1,000 baht. In the second section, there is an association between the number of orders per year and all perceptions of online purchasing risk at the .05 significant with a low Cramer's v coefficient.

**Keywords:** online buying behavior; online buying risk; Internet risk

## I. INTRODUCTION

In today's business world, there is a lot of traditional shops and electronic commerce shops that are provided their services for consumers. Consumers are convenient to obtain a service from everywhere. For taking a competitive edge, a big company needs to have a part of the business is acting in an e-commerce platform. Not only are the traditional businesses that have to turn to electronic commerce but also there a number of new businesses launching to do only electronic commerce transactions. This is an answer to why the expansion of e-commerce is growing rapidly. This can be seen from the opening of large e-commerce companies, Lazada, and Shopee; which are full-service. They have both traditional sell and sell on consignment. They do their business as a physical shopping mall model, but it seems to be easy when it implements an internet platform.

Although the growth rate of e-commerce in Thailand is still high, not all establishments or businesses are successful in e-commerce business. If they need to be a successful e-commerce business, they need to take into account a multitude of factors. Those successful factors may be products, websites, and so on. But one of the factors that important to make an entrepreneur successful in e-commerce is the consumer factor. Although there are a lot of issues in consumer factors to focus on, one important issue is the online shopping risk. Due to a lot of research on electronic commerce that said shoppers always worry about e-commerce system risk when doing electronic commerce transactions.

According to the previous paragraph, this research is setup and aims to study online buying behavior and online buying risk issues in the e-commerce business from a consumer perspective. The objectives of this study are:

1. To study online shopping behaviors.
2. To study online buying risk perception.
3. To analyze online shopping behaviors on online buying risk perception.

Since there are two variable in this study, this research has only one hypothesis. The hypothesis of this research is:

H1: Online buying behaviors is associate with online buying risk.

## II. LITERTURE REVIEW

### A. Online Consumer Behavior [1-2]

In the context of Internet technology, traditional consumers have been developing themselves to be an online shopper. This development takes two stages, the first stage, they changed themselves from an ordinary consumer to dual shopper (do shopping both ordinary and internet). Then, after they increase more online shopping experience, their status will be changed again. In the last stage, they turn themselves to an online shopper who uses the internet as a tool for shopping. With two stages of

transformation, the ordinary shopper has been completely becoming the full online shopper.

Regardless of the shopper category, both the traditional shopper and the online shopper, the essential fundamental buying behavior is buying behavior patterns. They consist of place of purchase, item purchased, time and frequency of purchase, and method of purchase.

In this study, the buying behavior is defined by the frequency of purchase and the average value of order per purchase.

### B. Perception of online buying risk

In 1997, [3-4] there are a five types of perceived risks of online shopping in those research: economic risk, social risk, functional risk, personal risk, and privacy risk [4] defines the perceived risk of online shopping as "the degree to which consumers believe that they will suffer losses if they buy products or services over the Internet." In [5] the perceived risk of online shopping is defined as "an online consumer's subjectively determined expectation of loss when considering a specific online purchase behavior."

Since there are several risks in previous research on e-commerce, the online buying risk in this study defined as "the product risk and privacy risk".

## III. RESEARCH METHODOLOGY

### A. Population and sample

The population of this study was an employee of the public and private section who used the internet as a tool for purchasing products. Since the exact number of the population is don't known, the number of samples was drawn from a Yamane sample table. The convenient method will use in the survey.

### B. Time peroid and Place

The data collection time was limit to 3 months. The place was used in this survey was Bangkok Metropolitans which are Bangkok province, Samutprakarn province, Nontaburi province, and Pathum Thani province. The operation was done in the public area such as transportation junction or discount store.

### C. Questionnaire

The scale of the number of orders per year question is a nominal scale. Its value is divided into 3 groups are less than 10 purchases, during 11 - 20 purchases, and more than 20 purchases.

The scale of the average ordering value question is a nominal scale. Its value is divided into four groups: less than 1000, 1001 - 2000, 2001 - 3000, and more than 3000.

The scale of the online buying risk questions is an ordinal scale. Its value is divided into 5 levels including 1 strongly worried, 2 worried, 3 moderate, 4 not worried, and 5 strongly not worried.

**D. Data Analysis**

There are two types of statistics that were implemented in this data analysis including descriptive statistics and hypothesis testing statistics. The descriptive statistics analysis, frequency, percent, mean, standard deviation; are used for demonstrating online buying behavior. The hypothesis testing statistics are chi-square and Cramer's V coefficient. Chi-square is a tool for test an association between online buying behavior and online buying risk. After the association between those variables is defined, the Cramer's V coefficient is computed for finding the weight of those associations. The Cramer's V values criteria are in the following table.

TABLE I. DEFINE RANGE AND VALUE OF CRAMER'S V

Range	Meaning
Less than .34	Low
.34 - .66	Middle
More than .66	high

**IV. RESULT**

At the end of the 3-month data collection period, there were only 248 questionnaires that could be processed. Then, all complete questionnaires were brought to process. Statistics analysis produce a result that was split into two sections including demographic descriptive results and hypothesis testing results.

**A. descriptive output**

In the first part, this section shows the results obtained from descriptive statistics processing. It consists of two segments. The first segment is split into two topics; the first topic is the frequency and percentage results of the number of consumer's online purchases per year, the second topic is the frequency of average value per one order transaction. The second segment is the mean and standard deviation of online purchase risk.

Firstly, the description of a consumer buying behavior showed in follow table:

TABLE II. NUMBER OF ORDERS PER YEAR

Number of Orders	N	Percent
Less than 10	132	53.2
11 -20	28	11.3
More than 20	88	35.5

According to Table 2, more than 50 percent of respondents purchase products less than 10 times. 35.5 percent of respondents purchase products more than 20 times. Finally, 11.3 percent of respondents purchase products between 11 and 20 times.

Secondly, this segment demonstrate respondent behavior was an average value of buying a product for one

time of buying. The result of this factor show in the following table:

TABLE III. AVERAGE VALUE PER ORDERS

Value	N	Percent
Less than 1000	132	53.2
1001 -2000	56	22.6
2001- 3000	12	4.8
More than 3000	48	19.4

According to Table 3, more than half of the respondents (53.2) had an average order value of less than 1,000 baht. 22.6 percent of the respondents had an average purchase value between 1,001 baht and 2,000 baht per order. 19.4 percent of the respondents had an average purchase value more than 3,000 baht. Less than 5 percent of the respondents (4.8) had an average purchase value of between 2,001 baht and 3,000 baht.

In the second part, it outlines the perceptions and concerns of respondents about the online buying risks. the following table shows how much they worried about them by the degree of the mean value.

TABLE IV. AVERAGE VALUE PER ORDERS

Topic	Mean	Std. Deviation
Mismatched Product	2.822	.961
Low quality product	2.758	.963
No warranty	2.871	.943
Privacy information	2.822	.977
Identity theft	2.887	.987

In Table 4, respondents expressed moderate perception of the online buying risk on all risk categories including mismatched quality product, low quality product, privacy information issue, identity theft, and no warranty product (mean value between 2.51 and 3.50).

In detail, the respondent mostly concern about the receipt of poor quality products (2.758). Secondly, they concern both the received goods do not match what is shown on the web, and the use of the business' consumer information (2.822). Thirdly, they also concern about no product or service warranties (2.871). They finally are worry about the theft of consumer information which is used in their presence during the payment process (2.887).

**B. Hypothesis testing**

This study applied a chi-square test to test the association arising from online shopping behavior on the risks associated with the online buying activity. After the association defines, Cramer's V coefficient value is

computed for each association. The statistical hypothesis for testing in this study are:

H<sub>0</sub>: Online buying behaviors is not associate with online buying risk

H<sub>1</sub>: Online buying behaviors is associate with online buying risk

The results of the test are shown in the following table.

TABLE V. AVERAGE VALUE PER ORDERS

Topic	$\chi^2$	p-value	Cramer's V
Mismatched Product	51.172	.000	.321
Low quality product	34.933	.000	.265
No warranty	40.233	.000	.285
Privacy information	32,323	.000	.255
Identity theft	24.923	.000	.224

In Table 5, each table row showed the results of each topic test association of online shopping risk on online shopping behavior in terms of the number of times which respondents made purchases online in a year. Base on the test results we state the following:

There is an association between *Mismatched Product* and the *frequency of online shopping* at 0.05 significant with low Cramer's V coefficient. There is an association between *Low quality product* and the *frequency of online shopping* at 0.05 significant with low Cramer's V coefficient. There is an association between *Privacy Risk* and the *frequency of online shopping* at 0.05 significant with low Cramer's V coefficient. There is an association between *Identity theft* and the *frequency of online shopping* at 0.05 significant with low Cramer's V coefficient. There is an association between *No warranty* and the *frequency of online shopping* at 0.05 significant with low Cramer's V coefficient.

## V. CONCLUSION AND DISCUSSION

The data collecting process in this survey was conducted before the COVID-19 outbreak situation, the

result of statistics processing most said, more than half of the respondents in this study had 10 or fewer orders per year. In terms of the average value per order, it was found that more than 75.8 percent of respondents had an order value less than or equal to 2,000 baht. This resulting state that before the COVID-19 outbreak situation the value and amount of online shopping is not too much.

When consideration about online buying risk, the most concerned topic of respondents is product risk in the low-quality product. The least concerned about is security on payment in terms of identity theft.

These results indicate that the vast majority of respondents not yet realize the threats posed by the loss of identity. They value the loss of belongings rather than information

Since all p-value in the hypothesis test is less than the significance level ( $\alpha = 0.05$ ), all null hypotheses are rejected but accept an alternative hypothesis. There is an association between the online buying risks with online shopping behavior in the dimension of the number of online orders per year. The coefficient of this nervousness is low (lower than .33) across all subjects.

The acceptance of all alternative hypothesis tests indicates the online buying risk perception pattern associates with the number of orders placed.

## REFERENCES

- [1] E. N. Berkowitz, "Essentials of Health Care Marketing" 4<sup>th</sup> ed., Jones & Bartlett Learning, MA, 2016.
- [2] P. Kotler and G., Armstrong, "Principles of Marketing" UpperSaddle River, N.J., Pearson, 2014.
- [3] S. L. Jarvenpaa, and P.A. Todd Jacobs, "Consumer Reaction to Electronic Shopping on the World Wide Web " International Journal of Electronic Commerce, Vol. 1, 1997, pp. 59-88.
- [4] G. Brooker, "An assessment of an expanded measure of perceived-risk" Advances in Consumer Research, Vol 11, 1984. 439-441.
- [5] A. S Cases, "Perceived risk and risk reduction strategies in internet shopping", The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research Vol 12. No.4, 2001, 375-394.

# Adoption of PromptPay Money Transfer Service Innovation and Effectiveness of Financial Transactions through PromptPay System

Pariyawit Choochoed<sup>1</sup>, Chatthong Nokcherdchoo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Department of Digital Technology for Business Faculty of Digital Technology, Rajapruk University, 9 Moo 1 Nakhon-In Road, Bangkhanun Subdistrict, Bangkruai District, Nonthaburi 11110 Mobile: 088-296-3273  
E-mail: pachuc@rpu.ac.th

<sup>2</sup>Department of Digital Technology for Business Faculty of Digital Technology, Rajapruk University, 9 Moo 1 Nakhon-In Road, Bangkhanun Subdistrict, Bangkruai District, Nonthaburi 11110 Mobile: 092-907-1696  
E-mail: chnokc@rpu.ac.th

## Abstract

The objectives of this research were to study the levels of adoption and effectiveness of PromptPay money transfer services innovation, personal factors related to innovation adoption and effectiveness of adopting PromptPay innovation, as well as the relationship between PromptPay innovation adoption and effectiveness of adopting PromptPay innovation. The number of populations were 4,614,330 people (National Statistical Office, 2015). The samples in this research were a total of 384 people living in Nonthaburi and Bangkok. The research instrument was a questionnaire with 95% confidence level, the error (e) is 0.5, the population variation coefficient (CV) is 0.5 The data obtained were analyzed by finding out frequency, percentage, mean, standard deviation, One-Way ANOVA and Pearson Correlation Coefficient.

The research results indicated that the majority of the sample were females aged 21-30 years who graduated with a bachelor's degree, worked as company workers/private employees, earned monthly incomes of more than 20,001 baht, accessed to the internet via smartphones with the use purposes for communication such as E-Mail, Facebook, LINE, etc. The overall levels of adoption of PromptPay innovation were at a high level. The overall levels of effectiveness of PromptPay transactions were at a high level. The test of the difference in the levels of PromptPay innovation adoption among personal factors indicated as follows: Education levels, monthly incomes and internet using

experiences were related to the levels of PromptPay innovation adoption with a statistical significance ( $P < .05$ ), internet using experiences were related to effectiveness of PromptPay money transfer service innovation with a statistical significance ( $P < .05$ ), adoption of PromptPay money transfer service innovation was positively correlated with the effectiveness of PromptPay money transfer service innovation with a statistical significance level of .01 and a correlation coefficient of .869.

**Keywords:** innovation adoption, effectiveness of financial transactions, PromptPay

## 1. Introduction

At present, Thailand has entered the digital era of Thailand 4.0, which has a policy that lays the foundation for the long-term development of the country and is the starting point of the drive towards becoming a country with wealth, stability and sustainability according to the vision of the government. Therefore, the Ministry of Finance, Bank of Thailand and the Thai Bankers' Association has officially launched the use of "PromptPay", which is an important foundation that will help increase the country's financial potential by facilitating the public and promoting SMEs businesses, which will lead to enhancing the competitiveness of the country. Initially, PromptPay offered the primary service of money receiving and money transfer using mobile phone numbers or national ID card

number in order to facilitate users and cut corners in financial transactions. Kasikorn Research Center (2017) expected that the amount of money spent through electronic channels throughout the whole system tends to increase by approximately 50% within less than 10 years. In addition, the Revenue Department is the first organization that used the PromptPay system for those who have been tax deducted by returning taxes through the PromptPay system. This could help the public get tax refunds quickly. Since the PromptPay money transfer service is considered a new innovation to be applied for financial transactions, the researchers would like to study the adoption of PromptPay money transfer service and effectiveness of financial transactions, financial transaction behaviors and the problems of using PromptPay system.

## **2. Research Objectives**

2.1 To study levels of adoption of PromptPay services innovation.

2.2 To study effectiveness of adopting PromptPay services innovation in financial transactions.

2.3 To compare the difference between adoption of PromptPay services innovation and personal factors.

2.4 To compare the difference between the effectiveness of adopting PromptPay services innovation in financial transactions and personal factors.

2.5 To study the relationship between adoption of PromptPay services innovation in financial transactions.

## **3. Research Methodology**

For the research methodology, the researchers carried out a sequence of steps as follows.

3.1 Creating an instrument for using in a quantitative research: The research was conducted by studying both primary and secondary data. The data obtained was used to create a questionnaire and tested accuracy of contents to cover the subject being studied.

Then, a reliability was tested and resulted a value of .985. The questionnaire was distributed to a sample of 384 people.

3.2 Characteristics of research instruments: The instruments used in this research were used to collect data was questionnaire. The questions were based on the concept of Characteristic of Innovations Roger's theory, divided into 4 parts: Part 1 - Personal factors, Part 2 -Questions about internet using behaviors, Part 3-Comments on the adoption of PromptPay innovation, Part 4 -Comments on the effectiveness of PromptPay transactions.

3.3 Data analysis was conducted with personal basic factors using percentage, levels of adopting PromptPay innovation. The analysis was conducted using mean and standard deviation. Testing the difference in levels of adopting PromptPay innovation used t-test to compare Personal factors and One-Way ANOVA. The relationship between PromptPay innovation adoption and effectiveness of PromptPay innovation was analyzed using statistics and Pearson Correlation Coefficient.

## **4. Summary of Research Results**

The researchers summarized the research results as follows.

4.1 General information of respondents: The majority of the respondents were females aged between 21-30 years, graduated with a bachelor's degree with single status, worked as company workers/private employees, earned monthly income of more than 20,001 baht, had 4-year experience in using the internet and used smartphones to access the internet the most. The places to access to the internet were homes/accommodations. The purposes of using the internet were for communication purposes such as e-Mail, Chat, Facebook, Line, Twitter as well as entertainment purposes such as watching movies, listening to music and gaming. The frequencies of online financial transactions were more than 4 times/month. The samples used smartphones for online financial transactions.



4.2 The overall levels of adoption of PromptPay services innovation indicated a mean of 3.60 at a high level of adoption. When considering each aspect, it was found that the aspect of innovation characteristics had a mean of 3.66 at a high level, the aspect of communication had a mean of 3.54 at a high level. When considering each item of innovation characteristics, it was found complexity with a mean of 3.54 at a high level. When considering each item of innovation characteristics, it was found complexity with a mean of 3.72 at a high level, followed by increasing obtained benefits with a mean of 3.67 at a high level. For the ability to be used for testing had at the least value of mean of 3.61 at a high level.

4.3 The overall levels of effectiveness of PromptPay transactions indicated a mean of 3.66 at a high level. When considering each aspect, it was found that the aspect of adaption abilities had a mean of 3.71 at a high level. And the aspect of job satisfaction had a mean of 3.61 at a high level as well.

4.4 According to the test of the difference in the levels of adoption of PromptPay services innovation among personal factors, it was found that gender, age, marital status, occupation had indifferent overall levels of adoption of PromptPay services innovation and individual aspects with a statistical significance level of .05. For the highest education level, the levels of adoption of PromptPay money transfer service innovation, increasing obtained benefits and complexity had 2 pairs of differences, including 1) Lower than bachelor's degree and bachelor's degree 2) Lower than bachelor's degree and master's degree, with a statistically significant difference level of .05. For the levels of monthly income, the levels of adoption of PromptPay services innovation, complexity had 4 pairs of differences including 1) Monthly incomes of less than 5,000 baht and monthly incomes of 5,001 - 10,000 baht 2) Monthly incomes of 5,001 - 10,000 baht and monthly incomes of 10,001 - 15,000 baht 3) Monthly incomes of 5,001 - 10,000 baht and monthly incomes of 15,001 - 20,000 baht 4) Monthly incomes of 5,001 - 10,000 baht

and monthly incomes over 20,001 baht, with a statistically significant difference level of .05. Internet using experiences, the levels of adoption of PromptPay money transfer service innovation and complexity had 1 pair of difference including 1-2 years of internet using experiences and more than 4 years of internet using experiences had a statistically significant difference level of .05. For the ability of trial use, the ability of observing results and the ability of communication had 2 pairs of differences including 1) 1 -2 years of internet using experiences and 3-4 years of internet using experiences 2) 1-2 years of internet using experiences and more than 4 years of internet using experiences, with a statistically significant difference level of .05.

4.5 According to the test of the differences in the levels of effectiveness of PromptPay transactions among personal factors, it was found that gender, age, the highest education level, marital status, occupation and total monthly income had indifferent overall levels of effectiveness of PromptPay financial transactions and individual aspects with a statistically significant difference level of .05. Internet using experiences had the levels of effectiveness of PromptPay financial transactions, adaption abilities and job satisfaction had 2 pairs of differences including 1) The samples who had 1-2 years of internet using experiences and the samples who had 3-4 years of internet using experiences 2) The samples who had 1-2 years of internet using experiences and the sample who had more than 4 years of internet using experiences, with a statistically significant difference level of .05.

4.6 The overall relationship between the adoption of PromptPay service innovation and effectiveness of PromptPay service innovation had a statistical significance level of .01 and a correlation coefficient of .869.

## 5. Discussion

The research results indicated the sample were females aged between 21-30 years, graduated with a bachelor's degree, single, worked as company workers/private employees, earned monthly incomes of more than 20,001 baht and possessed more than 4 years of internet using experiences. The results of this research were compared with similar researches, namely the research by Watcharapol Kongcharoen (2015) which studied about factors of innovation adoption influencing users' satisfaction on mobile banking in Bangkok. The research results were found that the majority of the respondents were males aged between 31-40 years, graduated with a bachelor's degree, worked as private employees, earned average monthly incomes of 10,001-30,000 baht. Based on the research results, it was found that the majority of the sample used smartphones as a tool to access the Internet because smartphones had very cheap prices, can be easily owned, were widely distributed, had rapid technological development and had a competition in 3G and 4G wireless network services in the country covering all areas. Mainly, the purpose of using the Internet was for communication such as e-mail, Chat, Facebook, Line and for entertainment such as watching movies, listening to music and gaming. The frequencies of online financial transactions were more than 4 times a month, consistent with the research by Priyawit Chucherd. (2016), which studied about the application of communication technology via 3G or 4G high speed internet network in teaching and learning management in the 21st century. The results of the research indicated the usage purposes for general calling, educational benefits, finding information, and taking photos or videos to collect educational information.

The overall levels of adoption of PromptPay service innovation were at a high level. When considering each aspect, it was found that the aspect of innovation characteristics was at a high level of adoption. The aspect of communication was at a high level of adoption. And when considering each item of the innovation characteristics, it was found that the

complexity as follows: There were many channels of PromptPay money transfer services to be accessed and several bank branches. Money transfer can be made easily by knowing the recipient's information only. The PromptPay application can be easily registered and logged in without complex steps is not complicated. For the aspect of increasing obtained benefits was found at a high level of adoption. PromptPay could facilitate the uses of financial transactions to be more convenient. For the levels of adoption of PromptPay innovation among personal factors, it was found that gender, age, marital status, occupation had a difference in the levels of adoption of PromptPay innovation with a statistically significant difference level of .05. For the levels of effectiveness of PromptPay transactions among personal factors, it was found that gender, age, the highest educational level, marital status, occupation and total monthly incomes had no difference in the overall effectiveness of PromptPay transactions and incomes with a statistical significance level of .05. The internet using experiences had a difference with a statistical significance level of .05, consistent with the research by Rattana Munhat (2006), which studied about effectiveness of electronic banking tax payment system (e-Payment); a case study of the Bangkok International Airport Customs Bureau and the research by Suchada Suknirun (2007), which studied about the adoption of innovation of the use of organizational resource management system and effectiveness of the performance of employees of Provincial Electricity Authority Region 1 (Southern Region), Phetchaburi Province. The results of the research were found that the factor of employee characteristics relating to the effectiveness of adopting ERP system innovation to be used in employee practice correlated with the factors of working period and computer using experiences. For the personal characteristics that were not related to the adoption of ERP system innovation were working period and experience. The overall adoption of PromptPay services innovation had a positive correlation with the overall effectiveness of PromptPay services innovation with a statistical significance level of .01 and a correlation coefficient of .869, consistent with

the research by Watcharapol Kongcharoen (2015), which studied about the factors of innovation adoption influencing the satisfaction of mobile banking users in Bangkok. The results of the hypothesis testing revealed that the innovation adoption factors, namely comparative benefits, observation, compatibility, abilities for trial use and complexity had influences on the satisfaction of mobile banking users in Bangkok with a statistical significance level of .05.

## 6. Acknowledgment

This research was accomplished with kindness from Asst. Prof. Amnart Wangjeen and Advisor who kindly provided knowledge, advices and suggestions for improvement and correction, resulting in a successful research work. The researchers would like to thank you for your kindness and sacrificing time in order to help accomplish this research successfully.

I would like to thank the administrators, teachers, and students of Rajapruk University for participating in the success of this research. Also, I would like to thank my parents for giving birth, supports, counseling and encouragement. Thank you my family who always give me kind assistance and advices, and have always been my great encouragement all along.

## 7. References

[1] Kasikorn Research Center. (2017, January 27) , “PromptPay, the beginning of a cashless society. Even if affecting the bank fee It creates a long-term positive effect on the economy ”. Retrieved 27 Jan 2018, from <https://www.kasikornresearch.com/>

[2] Kongcharoen, W. (2015). “Acceptance of Innovation Factors Affecting the Satisfaction of Mobile Banking Users in Bangkok Metropolitan Area”. Master’s thesis, of Business Administration, Bangkok University.

[3] Choochoed, P. (2016). “Make Practical Used Broadband Third Generation Mobile Network (3G) or Forth Generation Mobile Network (4G) for Learning Management System

in the 21<sup>st</sup> Century Learning Skill”. Humanities & Social Sciences Journal, 3(3), 84-95, Rajapruk University.

[4] Manhad, R. (2006). “Effectiveness of e-payment system: a case study of the Bangkok Airport Customs Office”. Master of Public Administration Thesis, General Administration. Burapha University.

[5] Suknirun, S. (2007). “Adoption of innovation, use of enterprise resource management system and effectiveness. In the performance of work for employees of Provincial Electricity Authority Region 1 (Southern Region), Phetchaburi Province Thesis in General Management, Rajat Phetchaburi University.

# ระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี

## Bachelor's Degree Internship Management System

ณรงค์ ลำดี<sup>1</sup>

<sup>1</sup>สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์  
เลขที่ 9 หมู่ที่ 1 ถ.นครินทร์ ต.บางขุน อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130 โทรศัพท์ : 02-4326101-5  
E-mail: nalumd@rpu.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) ซึ่งพัฒนาระบบด้วยภาษา PHP และใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL เพื่อสนับสนุนกระบวนการการฝึกปฏิบัติงาน ทั้งในส่วนของนิสิต อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้บริหาร และผู้แทนที่เป็นบุคลากรของสถานประกอบการ โดยสามารถติดตามขั้นตอนหรือกระบวนการการฝึกปฏิบัติงาน เช่น ติดตามการอนุมัติคำร้องขอฝึกปฏิบัติงาน การบันทึกการฝึกปฏิบัติงาน เป็นต้น ในส่วนของอาจารย์ สามารถติดตามผลการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตที่ตนดูแล ในส่วนของผู้แทนสามารถดูผลการฝึกปฏิบัติงานของนิสิต และประเมินผลการฝึกปฏิบัติงานผ่านทางระบบได้ โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบการยอมรับระบบ โดยประเมินประสิทธิภาพด้วยกลุ่มผู้ใช้จำนวน 3 กลุ่ม โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินระบบของกลุ่มนิสิต พบว่าอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47) กลุ่มอาจารย์ พบว่าอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41) และกลุ่มผู้แทน พบว่าอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48) เมื่อนำผลประเมินของทั้ง 3 กลุ่มมาค่าเฉลี่ยรวมกัน สามารถสรุปได้ว่าระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี อยู่ในระดับดี และสามารถใช้งานได้จริง

คำสำคัญ: ระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี, การติดตามผลการฝึกปฏิบัติงาน, การฝึกปฏิบัติงานระดับปริญญาตรี

### Abstract

Bachelor's degree internship management system, this objective research is to apply web application for internship's management. The system was developed by using PHP language with MySQL database, this can support many of users such as a student, teacher and supervisor who concern with in internship progress. Student could track his/her internship progress and record his/her work in internship with this system. Teacher could track internship progress of his/her student. Supervisor could be easy to track student's record and internship evaluate. The system was proved by acceptance test by three groups of users. First the result of student's group satisfaction was good at average of 4.27 (SD 0.47). Second the result of teacher's group satisfaction was good at average of 4.23 (SD 0.41). Third the result of supervisor's group satisfaction was good at average of 3.99 (SD 0.48). The summary user's satisfaction of the bachelor's degree internship management system was good and can be implemented with good performance.

Keywords: internship management system,  
internship tracking, bachelor's degree internship

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามแนวทางนโยบายของประเทศ ซึ่งนอกเหนือจากนั้นสิ่งที่สำคัญ คือ พันธกิจ ที่ทุก ๆ สถาบันในระดับอุดมศึกษา ๆ ได้ให้ความสำคัญในทุก ๆ ด้าน ได้แก่ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยหนึ่งในพันธกิจหลัก อย่างการผลิตบัณฑิต ที่มุ่งหวังให้นิสิตหรือนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ได้จบการศึกษาและมีงานทำอย่างมั่นคง โดยกระบวนการเรียนการสอนที่ให้ความรู้ในห้องเรียนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ การส่งเสริมความรู้ในด้านต่าง ๆ นอกเหนือจากการเรียนตามตำรา หรือทฤษฎีจึงมีความสำคัญอย่างมาก ที่ส่งเสริมให้นิสิตหรือนักศึกษามีความรู้และนำไปประยุกต์ใช้ได้ สถานการณ์จริง หรือการทำงานในอนาคตต่อไป [1]

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่คอยกำกับดูแลและส่งเสริมการดำเนินการของสถาบันอุดมศึกษา จึงได้จัดทำกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (Thai Qualifications Framework for Higher Education; TQF:HEd) เพื่อเป็นเครื่องมือในการนำนโยบายตามที่ปรากฏในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของชาติในส่วนของมาตรฐาน การ อุด ม ศึกษา ไป สู่ การ ปฏิบัติ ใน สถาบันอุดมศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษามุ่งเน้นเป้าหมายการจัดการศึกษาที่ผลการเรียนรู้ (Learning Outcomes) ของนักศึกษา ซึ่งเป็นการประกันคุณภาพของบัณฑิตที่ได้รับคุณวุฒิแต่ละคุณวุฒิ และสื่อสารให้สังคมชุมชนรวมทั้งสถาบันอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศ เข้าใจได้ตรงกัน และเชื่อมั่นถึงผลการเรียนรู้ที่บัณฑิตได้รับการพัฒนาว่ามีมาตรฐานที่สามารถเทียบเคียงกัน ได้กับสถาบันอุดมศึกษาที่ดีทั้งในและต่างประเทศ ในการดำเนินการผลิตบัณฑิตในระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษา จึงได้ดำเนินการตามแบบแผนของกรอบมาตรฐานดังกล่าว โดยผลิตบัณฑิตให้คุณภาพ และเป็นบัณฑิตมีลักษณะพึงประสงค์อย่างน้อย 5 ด้าน คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความ

รับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการศึกษาในระดับปริญญาตรี การส่งเสริมให้มีการออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือฝึกปฏิบัติงาน หรือสหกิจศึกษา ซึ่งส่วนเป็นการจัดการศึกษาที่มุ่งหวังให้นิสิตได้ใช้วิชาความรู้ในการทำงานจริง แต่เนื่องจากการฝึกปฏิบัติงาน คือ การที่นิสิตออกไปทำงานอยู่ที่สถานประกอบการ ซึ่งอยู่ภายนอกสถาบันการศึกษา การดูแลควบคุม หรือติดตาม จึงทำได้ในบางช่วงเวลาเท่านั้น ขึ้นอยู่กับรูปแบบและกระบวนการของการฝึกปฏิบัติงานนั้น [2]

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงปัญหาของการจัดการการฝึกปฏิบัติงาน ที่จะต้องดำเนินการเอกสารต่าง ๆ ตั้งแต่การยื่นคำร้องขอฝึกปฏิบัติงาน การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงมีแนวคิดในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือ เนื่องจากการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นการศึกษาในเชิงพฤติกรรมมนุษย์ ได้อธิบายวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ (IT) เพื่อพัฒนาทฤษฎีที่ใช้พยากรณ์พฤติกรรมบุคคลหรือองค์การในการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ เพื่อนำไปสู่การให้คำอธิบายและการพยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างความเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวช่วยและตัวเร่งให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์การ รวมทั้งการแสดงให้เห็นถึงเหตุผลของการลงทุนด้านไอทีในอนาคต ซึ่งแนวทางการวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาโดยมีทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่และการยอมรับนวัตกรรมเป็นพื้นฐาน [3]

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นพัฒนาระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับสนับสนุนกระบวนการดำเนินงาน ในด้านการจัดการนิสิตผู้ที่ฝึกปฏิบัติงานในระดับปริญญาตรี โดยระบบจะสนับสนุนการบริหารจัดการกับกระบวนการการฝึกปฏิบัติงาน สำหรับผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการฝึกปฏิบัติงาน เช่น นิสิต อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และสถานประกอบการ เป็นต้น ตั้งแต่เริ่มต้น การส่งคำร้องขอฝึกปฏิบัติงาน การติดตามผล และการประเมินผล

ผ่านทางระบบที่สามารถใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยคาดหวังว่าสามารถพัฒนาต่อสอดคล้องกับการฝึกปฏิบัติงานรูปแบบอื่น อาทิเช่น สหกิจศึกษา ต่อไปในอนาคต

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การพัฒนาระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

งานวิจัยนี้ได้กล่าวถึงที่มาและความสำคัญของการบริหารจัดการการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยพบว่าสภาพปัญหา ของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ส่วนหนึ่งมาจากการขาดการใช้ระบบสารสนเทศ เพื่อการบริหารจัดการทั้งในส่วนของอาจารย์ผู้นิเทศ และ ส่วนของนักศึกษา จึงส่งผลต่อการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ การประสานงานระหว่างภายในและภายนอกเกิดปัญหา และติดขัดอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งส่งผลต่อความล่าช้าในการดำเนินการในภาพรวม

ทั้งนี้ในงานวิจัยได้ดำเนินการศึกษากลุ่มตัวอย่าง และทดสอบประสิทธิภาพของการนำระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทั้งในกลุ่มของอาจารย์นิเทศ นักศึกษาผู้ฝึกออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เจ้าหน้าที่ฝ่ายฝึกประสบการณ์ และพนักงานที่เสี่ยงในสถานประกอบการ เพื่อนำผลการทดลองและการ วิเคราะห์ความพึงพอใจมาวิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัย [4]

สรุปได้ว่าการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ พบว่าประเด็นปัญหาที่สำคัญในการบริหารจัดการ คือ การขาดระบบสารสนเทศมาช่วยสนับสนุนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยประสิทธิภาพภายหลังที่ได้นำระบบสารสนเทศมาใช้แล้ว ซึ่งผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการนำระบบสารสนเทศมาใช้สนับสนุนอยู่ในเกณฑ์ดีมากเช่นกัน

### 2.2 ระบบนักศึกษาฝึกงานวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงประเด็น ปัญหาในการดำเนินการฝึกงานของนักศึกษา ซึ่งพบว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากปริมาณเอกสารที่มีจำนวนมาก และเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานมี

จำนวนน้อย ทำให้เกิดข้อผิดพลาดด้านเอกสารอยู่บ่อยครั้ง อีกทั้งเอกสารเหล่านี้ยังจัดเก็บกระจายกันไปตามคณะหรือสาขา โดยไม่ได้จัดเก็บไว้ที่หน่วยงานผู้ดูแลทั้งหมดส่งผลต่อการค้นหา การรวบรวม และการจัดทำรายงาน โดยปัญหาดังกล่าวส่งผลอย่างมากต่อการออกฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา

ทั้งนี้จึงแก้ปัญหาด้วยการพัฒนาระบบการจัดการนักศึกษาฝึกงาน โดยได้ออกแบบระบบให้ทำงานผ่านเครือข่ายในรูปแบบ client-server และจัดเก็บข้อมูลด้วยระบบฐานข้อมูล และใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบว่าสามารถลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างมาก ระบบการจัดเก็บเอกสารมีระเบียบมากขึ้น สะดวกต่อการค้นหา ลดความผิดพลาดของข้อมูลได้อย่างมาก พร้อมทั้งมีระบบช่วยติดต่อนักศึกษา กับอาจารย์ผู้นิเทศ ลดความผิดพลาดและความล่าช้าในการประสานงานระหว่างผู้เกี่ยวข้อง จึงสะดวกต่อการดำเนินการในกระบวนการฝึกงานของนักศึกษาทำให้สามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย [4]

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้ทำวิจัยพบว่า การนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการสนับสนุนการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา ช่วยลดความผิดพลาดและความล่าช้าในการดำเนินการ โดยสามารถลดจำนวนปริมาณของเอกสารที่ใช้ในแต่ละขั้นตอน อีกทั้งสะดวกต่อการใช้งานในด้านอื่น ๆ อย่างเช่น การค้นหาข้อมูล การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย และการบันทึกรายงานการฝึกปฏิบัติงาน เป็นต้น จึงสามารถลดภาระงานของเจ้าหน้าที่และอาจารย์ผู้นิเทศได้อย่างมาก

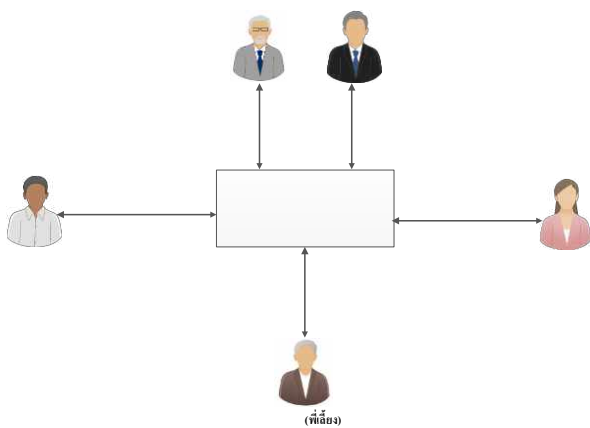
## 3. การดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยในการพัฒนาระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานฯ โดยผู้วิจัยทำการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานในการวิเคราะห์และทำการออกแบบระบบตามรูปแบบวงจรการพัฒนา ระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) เพื่อให้ได้มาซึ่งระบบการทำงาน ที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

### 3.1 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลระบบ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาระบบงานเดิม โดยใช้ตัวอย่างจากกระบวนการของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ เพื่อใช้ประกอบการอภิปราย และเป็นแนวทางในการเปรียบเทียบเมื่อนำระบบสารสนเทศเข้ามาใช้พัฒนาระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี โดยกระบวนการฝึกปฏิบัติงานจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ การยื่นคำร้องขอฝึกปฏิบัติงาน (ก่อนเริ่มฝึกปฏิบัติงาน) การบันทึกการฝึกปฏิบัติงานและการการนิเทศ (ระหว่างฝึกปฏิบัติงาน) และการจัดทำรายงานและการประเมินผล (หลังฝึกปฏิบัติงาน) โดยทั้ง 3 ช่วงมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบจำนวนมาก ทั้งนี้ นิสิต อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานที่เลี้ยง ส่งผลต่อการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนใช้เวลาในการดำเนินการค่อนข้างนาน อีกทั้งในบางขั้นตอนผู้ที่เกี่ยวข้องไม่สามารถติดตามผลได้ รวมไปถึงเอกสารการประเมินจากทั้งทางสถานประกอบการและอาจารย์นิเทศ ซึ่งล้วนเป็นเอกสารที่เป็นกระดาษทั้งสิ้น ที่อาจมีการสูญหายหรือเสียหายได้

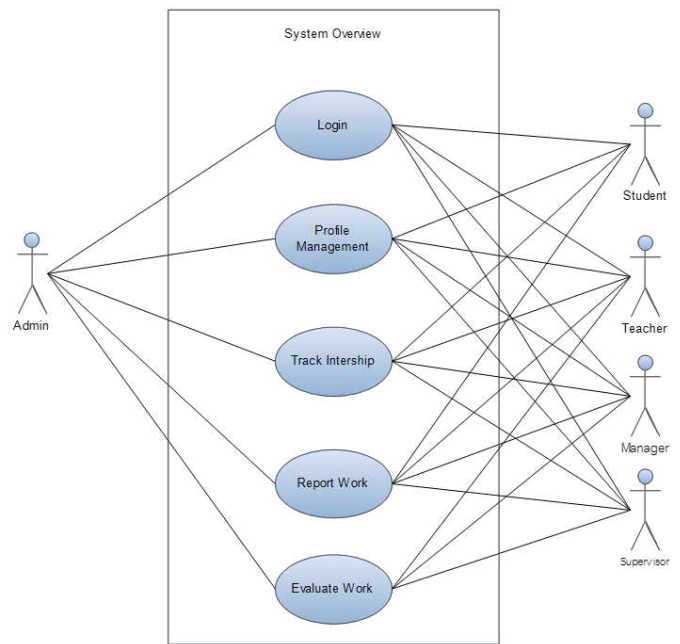
จากที่กล่าวมาผู้วิจัยได้จำแนกผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบ ออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ นิสิต อาจารย์ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้นิเทศหรือพนักงานที่เลี้ยงในสถานประกอบการ ซึ่งแต่ละกลุ่มต่างก็มีบทบาทหน้าที่ในกระบวนการที่แตกต่างกัน แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : แสดงการเชื่อมโยงบุคลากรกับระบบใหม่

### 3.2 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

ในการวิเคราะห์ระบบผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ระบบด้วย Use case diagram โดยในแต่ละประเภทสิทธิในการเข้าถึงจะแตกต่างกันไปตามระดับการบริหาร เช่น ผู้บริหารสามารถติดตามและดูผลการประเมินของนิสิตได้ ผู้นิเทศในสถานประกอบการ สามารถประเมินผลการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตได้แต่ไม่สามารถดูผลการประเมินจากอาจารย์ผู้นิเทศได้ เป็นต้น

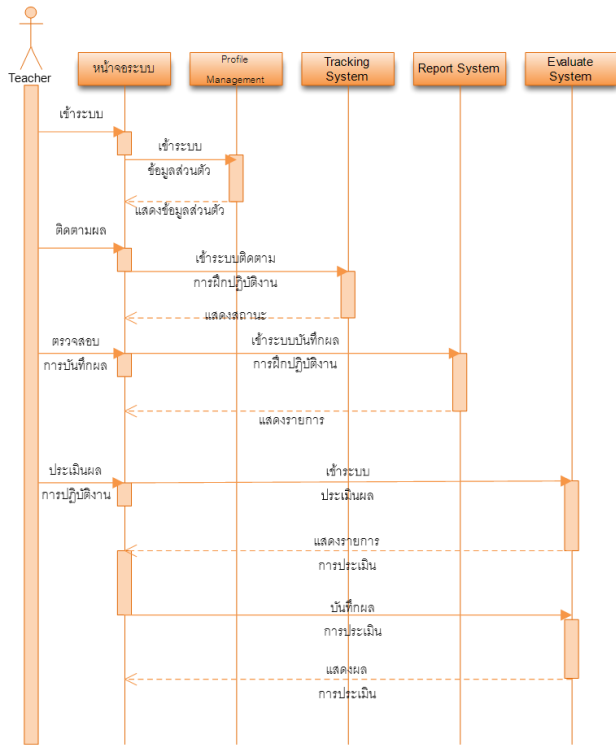


ภาพที่ 2 : แสดงภาพรวมของระบบ

ในการพัฒนางานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้แบ่งระบบทั้งหมดออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

1. การเข้าสู่ระบบ (Login) คือ ระบบส่วนที่คอยจัดการในการเข้าระบบและการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้ในแต่ละระดับ ซึ่งมีผู้ดูแลระบบบริหารจัดการข้อมูลในส่วนนี้
2. การจัดการข้อมูลผู้ใช้ (Profile Management) คือ ระบบส่วนที่จัดการข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้ ในแต่ละระดับ เช่น ประวัตินิสิต ประวัติผู้นิเทศ เป็นต้น
3. ระบบติดตามผลการฝึกปฏิบัติงาน (Track Internship) คือ ระบบที่ไว้ใช้กับกระบวนการฝึกปฏิบัติงาน โดยสามารถติดตามสถานะของการฝึกปฏิบัติงานของนิสิต

4. ระบบบันทึกผลการฝึกปฏิบัติงาน (Report Work) คือระบบที่นิเทศใช้ในการบันทึกผลของการปฏิบัติงาน และนิเทศสามารถตรวจสอบและยืนยันผล
5. ระบบประเมินผลการฝึกปฏิบัติงาน (Evaluate Work) คือระบบสำหรับการประเมินผลการนิเทศ โดยมีอาจารย์นิเทศและผู้นิเทศเป็นผู้ประเมิน



ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างการทำงานของระบบในส่วนอาจารย์นิเทศ

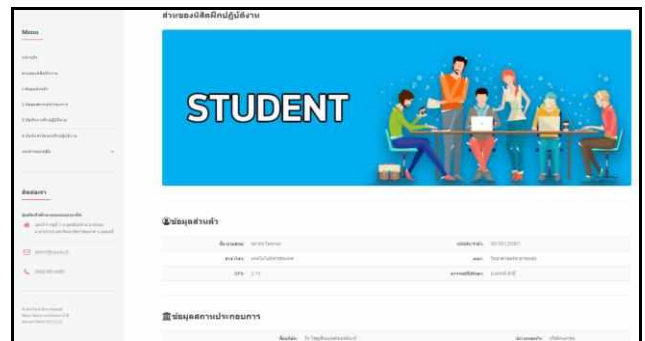
จากภาพที่ 3 คือ การทำงานของระบบต่างๆ สำหรับอาจารย์นิเทศ โดยอาจารย์นิเทศสามารถใช้งานตามสิทธิ์ที่กำหนด ได้แก่ การติดตามผลการฝึกปฏิบัติงาน การตรวจสอบบันทึกผลการฝึกปฏิบัติ การประเมินผลการนิเทศนิสิต

### 3.3 การพัฒนาระบบ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาระบบ โดยพัฒนาระบบในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งได้จำแนกการใช้งานตามสิทธิ์ของผู้ใช้ทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่ นิสิต อาจารย์ผู้บริหาร ผู้นิเทศ และผู้ดูแลระบบ โดยแสดงผลการดำเนินงานดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 : แสดงการเชื่อมโยงบุคลากรกับระบบใหม่



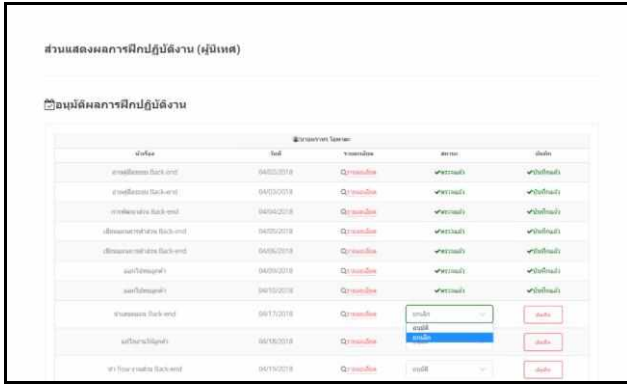
ภาพที่ 5 : แสดงการเชื่อมโยงบุคลากรกับระบบใหม่



ภาพที่ 6 : แสดงการเชื่อมโยงบุคลากรกับระบบใหม่

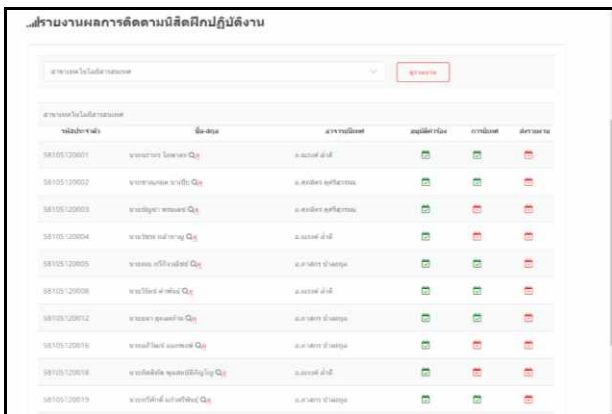
ในการใช้งานของผู้ใช้ในระดับอาจารย์นิเทศกับผู้นิเทศ จะมีข้อแตกต่างกันในส่วนของการบันทึกผลการฝึกปฏิบัติงาน สำหรับอาจารย์นิเทศสามารถเข้าไปดูรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน โดยจะสามารถดูได้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่สำหรับผู้นิเทศ ซึ่งเป็นผู้ดูแลนิสิตในสถานประกอบการ จะมีหน้าที่ในการตรวจสอบรายงานผลการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตที่ตนเป็นผู้ดูแล





ภาพที่ 7 : แสดงการเชื่อมโยงบุคลากรกับระบบใหม่

ในการใช้งานของผู้ใช้ในระดับผู้บริหาร ซึ่งเป็นผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องกับการติดตามผลการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตในสังกัดคณะหรือสาขาของตนเอง และติดตามผลการนิเทศของอาจารย์นิเทศภายใต้บังคับบัญชาของตน



ภาพที่ 8 : แสดงการเชื่อมโยงบุคลากรกับระบบใหม่

### 3.4 การทดสอบและประเมินผลระบบ

เมื่อผู้วิจัยทำการพัฒนาระบบบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรีเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินระบบ โดยการทดลองใช้ระบบเพื่อทดสอบการยอมรับระบบ (Acceptance Test) พร้อมทั้งใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพในการทำงานของระบบ ซึ่งกำหนดเกณฑ์ตามวิธีของไคเคอร์ท ประกอบด้วย มาตรฐานเชิงคุณภาพและมาตรฐานเชิงปริมาณ 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนในแต่ละหัวข้อตามความเหมาะสม และในกระบวนการทดสอบการยอมรับระบบ โดยกำหนดให้มีผู้ประเมินระบบทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนิสิตผู้ฝึกปฏิบัติงาน

จำนวน 10 คน กลุ่มอาจารย์นิเทศ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ จำนวน 10 คน และกลุ่มบุคลากรในสถานประกอบการที่รับหน้าที่เป็นผู้นิเทศ 10 คน เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีสิทธิ์ในการเข้าถึงระบบที่แตกต่างกัน จึงมีความจำเป็นต้องประเมินระบบแยกกัน ในบางประเด็น โดยทั้ง 3 กลุ่ม ได้ดำเนินการทดสอบ และตอบแบบสอบถาม เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการติดต่อระหว่างระบบกับผู้ใช้ ด้านการประมวลผลของระบบ ด้านสิทธิ์และความปลอดภัยของระบบ และด้านการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้

ตารางที่ 1: สำหรับใส่ข้อความอธิบายตาราง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	นิสิต	อาจารย์	ผู้ นิเทศ	เฉลี่ย รวม	เชิง คุณภาพ
1. ด้านการติดต่อระหว่างระบบกับผู้ใช้	4.16	4.02	3.94	4.04	ดี
2. ด้านการประมวลผลของระบบ	4.10	4.20	4.00	4.10	ดี
3. ด้านสิทธิ์และความปลอดภัยของระบบ	4.26	4.28	3.92	4.15	ดี
4. ด้านการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้	4.54	4.40	4.10	4.34	ดี

ผลการประเมินระบบจากผู้ประเมินทั้ง 3 กลุ่ม ในทั้ง 4 ด้าน พบว่าทุก ๆ ด้านอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการติดต่อระหว่างระบบกับผู้ใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

### 4. สรุป

จากการทำวิจัย เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการการฝึกปฏิบัติงานของนิสิตระดับปริญญาตรี สามารถอภิปรายผลการวิจัยของระบบจากการประเมินจากผู้ใช้ทั้ง 3 กลุ่ม ในทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

1. การประเมินด้านการติดต่อระหว่างระบบกับผู้ใช้ โดยพบว่าเรื่อง ความเหมาะสมในการใช้สีและขนาดตัวอักษร มีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่าประเด็นอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากการพัฒนา

ระบบใช้การออกแบบในโทนสีขาและเทา ทำให้การแสดงผลตัวอักษรในบางส่วน มีขนาดตัวเล็กและอ่านได้ค่อนข้างยาก ส่งผลกระทบต่อการประเมินตามที่กล่าวในข้างต้น ทั้งนี้ค่าเฉลี่ยรวมของการประเมินด้านการติดต่อระหว่างระบบกับผู้ใช้ อยู่ในระดับดี

2. การประเมินด้านการประมวลผลของระบบ พบว่าผลการประเมินอยู่ในระดับดี ในด้านการประมวลผลข้อมูลในรูปแบบ เพิ่มและแก้ไข เนื่องจากผู้ใช้ในแต่ละระดับสามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้ตามระดับของสิทธิ์ในการใช้งาน ทั้งนี้ผู้นิเทศบางคนมีความต้องการให้มีการนำเสนอรายงานที่มีรายละเอียดมากขึ้น ต้องการให้มีการจัดหมวดหมู่ของภาระงานอย่างชัดเจน โดยค่าเฉลี่ยรวมของการประเมินด้านการประมวลผลของระบบ อยู่ในระดับดี

3. การประเมินด้านด้านสิทธิ์และความปลอดภัยของระบบ โดยพบว่าผลการประเมินของกลุ่มนิสิตและกลุ่มอาจารย์ อยู่ในระดับดี สำหรับผลการประเมินในกลุ่มผู้นิเทศ ที่มีผลคะแนนการประเมินน้อยที่สุด เนื่องจากส่วนการใช้งานของผู้นิเทศไม่ได้มีการแบ่งระดับผู้ใช้ จึงไม่มีการกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่างกัน เช่น ผู้นิเทศที่เป็นบุคลากรของสถานประกอบการ หัวหน้างานของผู้นิเทศ เจ้าของสถานประกอบการ เป็นต้น ทั้งนี้ทั้งนี้ค่าเฉลี่ยรวมของการประเมินด้านด้านสิทธิ์และความปลอดภัยของระบบ อยู่ในระดับดี

4. การประเมินด้านการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ โดยพบว่าผลการประเมินในกลุ่มนิสิตอยู่ในระดับดีมาก ส่วนในกลุ่มอาจารย์และกลุ่มผู้นิเทศอยู่ในระดับดี ซึ่งพบว่าข้อมูลพื้นฐานที่แสดงต่อผู้ใช้นั้นมีความสมบูรณ์ และครอบคลุมข้อมูลที่สำคัญ และสะดวกต่อนิสิตในการบันทึกผลการฝึกปฏิบัติงาน ทั้งนี้ทั้งนี้ค่าเฉลี่ยรวมของการประเมินด้านการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ อยู่ในระดับดี

## 5. ข้อเสนอแนะ

1. ควรพัฒนาในส่วนของผู้นิเทศให้มีระดับผู้ใช้ที่หลากหลายขึ้น เช่น ผู้นิเทศที่เป็นบุคลากรของสถานประกอบการ หัวหน้างานของผู้นิเทศ เจ้าของสถาน

ประกอบการ เป็นต้น เพื่อให้ระบบสามารถรองรับผู้นิเทศที่หลากหลายหลายระดับ ส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย

2. ควรพัฒนาระบบให้สามารถบันทึกจำนวนชั่วโมงการฝึกปฏิบัติงานได้ทั้งในส่วนของนิสิต และส่วนของผู้นิเทศ โดยให้ผู้นิเทศสามารถแก้ไขเพิ่ม หรือลด จำนวนชั่วโมงการฝึกปฏิบัติงานได้ตามความเหมาะสม

## เอกสารอ้างอิง

- [1] สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ, "หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์", มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ นนทบุรี, 2558.
- [2] สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, "กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (Thai Qualifications Framework for Higher Education; TQF:HEd)", สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551.
- [3] สิงหะ จวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, "ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ", วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง, ฉบับเดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน, 2555.
- [4] เต็นชัย สมปอง, "การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร", วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 2557.
- [5] วรณภา พุกอ่อน, "ระบบนักศึกษาฝึกงานวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย", คณะวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, 2555.

# Development of IoT-enabled Realtime Pill Dispenser

Chalita Ruengchuai  
Department of Computer and  
Information Technology,  
Thaksin University  
Phatthalung, Thailand  
chalitarueng@gmail.com

Natcha Khanthong  
Department of Computer and  
Information Technology,  
Thaksin University  
Phatthalung, Thailand  
natcha0828270243@gmail.com

Naphat Keawpibal  
Department of Computer and  
Information Technology,  
Thaksin University  
Phatthalung, Thailand  
naphat.k@tsu.ac.th

**Abstract**— Internet of Things is an emerging technology having the ability to make our daily life easier, smarter, safer, and even healthier. Things or devices can communicate each other that inspire the idea of innovation. Using IoT in designing pill dispenser can improve a healthcare system. This paper presents a Realtime Pill Dispenser prototype. The main purpose of this system is to help patients take their medication on time, which reducing the risk of over and under doses accidentally and the possibility of missing pills. Furthermore, the proposed pill dispenser provides the application for caretakers on their smartphone which allow them to remotely control pill schedules via the Internet. The result performance is satisfactory in terms of the delay and jitter in network.

**Keywords**—internet of things, healthcare, mobile application, Realtime pill dispenser

## I. INTRODUCTION

Medication adherence has become the most important issue throughout the healthcare with doctors, nurses, and other stakeholders (caretaker, pharmaceutical companies) due to accidentally taking overdose and the lack of taking medicines on time [1]. These are caused by the patient either cannot read labels clearly or forget to take their pills on time, especially patients who take multiple medications concurrently. These will lead to several consequences on their wellness and life (i.e., death) [1, 2]. This is a clear fact that it is a widespread problem and related to undesirable patient effects. A simple way to handle this situation is asking help from family members as caretaker. Even though, most of patients will receive a management of taking medicine from caretakers, especially elderly patients. The caretakers are responsible many tasks that it is not possible for them to stay with the patients all day and give medicines on time, thus negligence towards taking medicine has become ordinary. To avoid such negligence, the efficient solution is highly significant.

In order to deal with such problems, many researchers have interested in the build of smart medicine dispenser to handle taking pills on time and avoid forgetfulness. The design of components for dispenser machine emphasizes on related devices, sensors, communication, and pill dispensing mechanism [3, 4]. Some medicine dispensers are operated by the patients and caretakers directly, without or with the Internet [5-7]. On the other hand, mobile application become an important role for control the medicine dispenser [1, 2]. In addition, the notification is very important when the patients take a pill or not. The communication technology such as cellular and WiFi network permits the caretakers receive the notification via the Internet.

As a rapid development of the Internet, a trend of technical innovation has increasingly emerged [7-11]. Internet of Things technology has been paid a considerable attention in

recent years. It is networks of connected devices that can communicate each other over the Internet. Using IoT, devices or things are always stay connected to the real world which means that it can be remotely accessed through anywhere from the world. From these advantages, the appropriate solution to help caretakers handle the behavior of taking medicine from anywhere and facilitate patients take medicine on prescribed time.

We have come up with Realtime Pill Dispenser, which helps assisting for taking their medicine on time. Therefore, the collaboration with mobile application and IoT play an important role to overcome these problems and eventually build the real-time pill dispenser. The Realtime Pill Dispenser is composed of three parts. First, pill dispenser machine is separated into four components, each of them are equipped with servo motors, buzzer and infrared sensor which are enabled when get signaled from controller. Second, mobile application is utilized by caretaker for setting pill dispensed time and visualizing dispensed history. Third, Realtime database is used to synchronize dispensed time on mobile application and pill dispenser machine when the dispensed time is changed.

The remainder of this paper is organized as follows. Section 2 describes the relevant works in pill dispensers. Section 3 presents the architecture of Realtime Pill Dispenser, workflow, and mobile application. Section 4 shows the result of Realtime Pill Dispense and screens of mobile application. Finally, we conclude the major finding in Section 5.

## II. RELATED WORKS

There are several types of pill dispenser have been introduced consisting of built-in pill dispensing technique without internet and with remote access functionality. The design of dispensing mechanism and control is important which can indicate to corresponding devices and sensors.

Firstly, smart pill dispenser [5] was introduced by utilizing Raspberry Pi3 as a controller, Infrared sensor, buzzer, temperature and humidity sensor, and GSM module. This dispenser can give pills at prescribed time and notify to caretaker through SMS when pills are taken by patients. The time is scheduled on Raspberry Pi3, which do not allow the caretakers set time manually via any devices. It is difficult for caretakers who do not have a basic knowledge of embedded programming.

A mechanism of pill dispenser based on programable IoT [6] was introduced, which uses ESP8266 as a controller. This dispenser consists of 16 slots controlled by step motor. The rotation of step motor is commanded by keypad or mobile application. Therefore, the pill dispensing from this machine

is performed by the patients and caretaker directly, without the schedule of time dispensed.

Another research related pill dispenser combines the IoT devices and mobile application [1, 2]. This idea is that the use of mobile application to control the components of dispenser in order to dispense pills on prescribed time, alert, and notify to both patients and caretaker. The smart phone sends signal to the dispenser via Bluetooth when the dispensed time is arrived and alert the patient to take a pill. For this reason, the smart phone must be close to the pill dispenser, which do not allow caretaker to take the smart phone outside.

This paper proposed the Realtime Pill Dispenser which allows caretakers manage pill dispensed time by their mobile phone via the Internet. This is a functionality which does not include other pill dispensers. The design of proposed pill dispenser machine must support that functionality by synchronizing data all time stored in the Realtime database. Therefore, when the caretakers changed the time, the pill dispenser must read the up-to-date time in order to dispense the pills correctly.

### III. REALTIME PILL DISPENSER ARCHITECTURE

This section describes system architecture of the proposed Realtime pill dispenser. The explanations consist of the design of RTPD and its peripherals. In this paper, we built a mobile application that is responsible of scheduling dispensed time. The application stores data on the Realtime database and performs synchronization upon login. To dispense the pills, the pill dispenser box will connect to the Internet via embedded WiFi module on ESP32 microcontroller and starts access Realtime database to enquiry dispensed time and indicate which servo motor should be rotated to dispense the pills and amount as shown in Fig. 1.

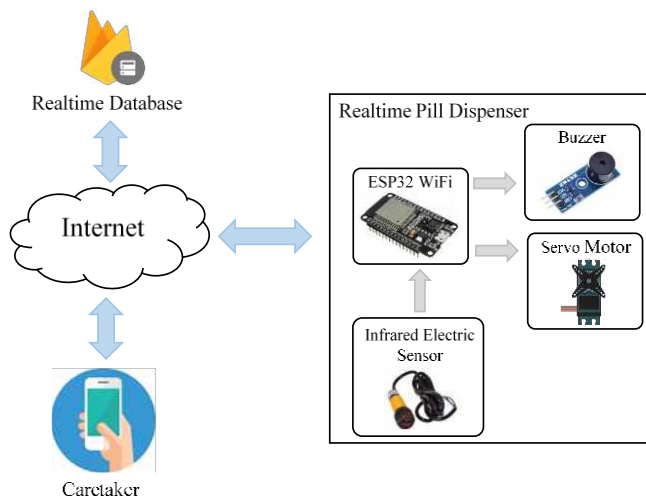


Fig. 1. Realtime Pill Dispenser Architecture

#### A. Realtime Pill Dispenser Design

We have developed the Realtime Pill Dispenser on ESP32 WiFi controller in order to allow access control through a mobile application. Additionally, the pill dispenser machine can alert if the pills were not removed from the tray. The pill dispenser uses an open-source platform that facilitate controlling of IoT devices. The whole dispenser embraces the following components:

- ESP32 WiFi – WiFi controller

- Servo motor – once the dispensed container is selected, it rotates the required number of pills.
- Infrared electronical sensor – detect human interference which ensures that the pills has been taken out.
- Buzzer – alert a continuous beep if pills is dispensed and stop alert if pills is removed.

Figure 2 illustrates workflow of Realtime pill dispenser. The ESP32 WiFi connects the Internet to access the Realtime database and gets time dispensed. Then, the comparison of time dispensed and current time is operated. The servo motors of selected pill containers are rotated if it is dispensed time according to their amount. Otherwise, waiting for one minute is performed to delay accessing Realtime database.

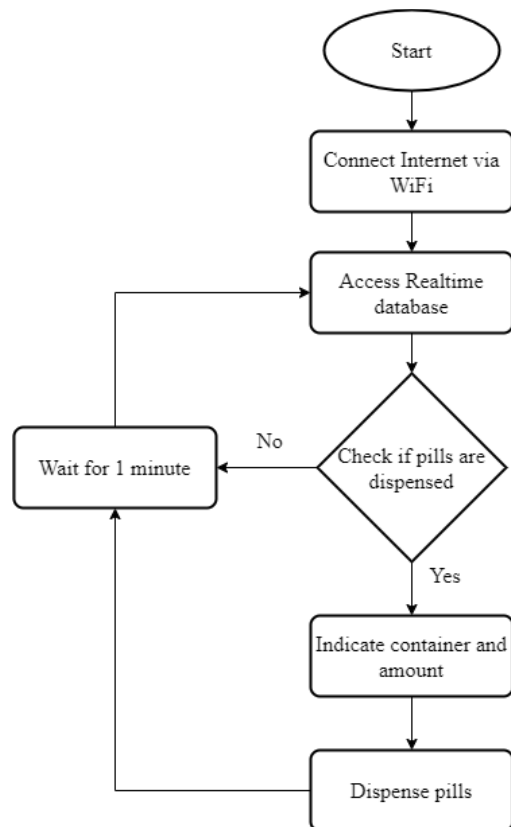


Fig. 2. Realtime Pill Dispenser Flowchart

#### B. Pill Dispenser Mobile Application and Database

The mobile application relies on android application to provide user interface and manage time schedule. The application uses Google Firebase Cloud which offers authentication service and Realtime database. The mobile application utilizes Google sign in as an authentication method to the system. The concept design of Realtime database is quite different from that of relational database. The Realtime database lacks relationship of data and data normalization, which allows the data can be duplicated. Therefore, the design database for Realtime Pill Dispenser composed of two parts including container-dependent and time-dependent.

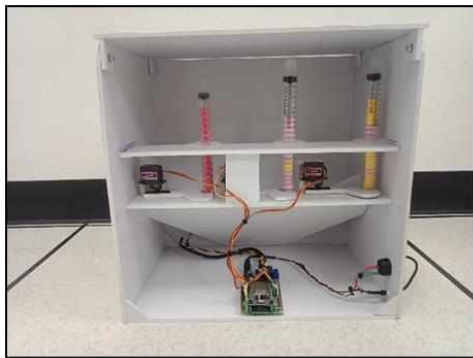
Since mobile application can view and modify pill information each container separately. Container-dependent design emphasizes pill information of each container, which

support the access from mobile application efficiently. On the other hand, pill dispenser machine accesses the Internet every time to check pill dispensed time. It is not good idea to access all containers data and check dispensed time in all containers. This makes a lot of time processing. Time-dependent design emphasizes pill dispensed time corresponding to individual container and its amount. This method can access to relevant containers and amount directly.

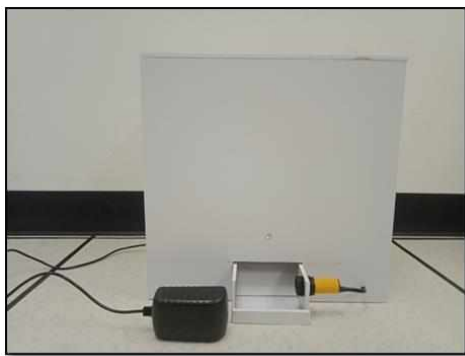
#### IV. RESULT

This section presents the organizational structure of the proposed prototype, Realtime Pill Dispenser, an application, which is responsible for controlling and managing pill dispensed, and the experimental results in terms of the network delay and jitter.

Figure 3. shows the Realtime Pill Dispenser modular as prototype consisting of 3 containers. Each container is controlled separately and keep up to 15 pills of same type. Servo motors are used to rotate plates, which is controlled by ESP32 as shown in Fig. 3(a). When the pills are dispensed, buzzer receives signal and alert a continuous beep until the patients take them off detected by infrared sensor as shown in Fig. 3(b).



(a) Structure of Pill Dispenser Peripherals



(b) Front of Pill Dispenser

Fig. 3. Realtime Pill Dispenser

In mobile application, a login screen shows when application starts. User must be authenticated by using Google account provided by Firebase Authentication service as shown in Fig. 4. After the user logs in, the application displays a list of containers with pill name and its amount as shown in Fig. 5.



Fig. 4. Login Screen



Fig. 5. Container List Screen

User can tap on the container what user wants to modify. The application will display a screen for pill information and scheduled time. It provides a container detail tab and a scheduled time tab as shown in Fig. 6 and 7, responsively.

To add a schedule time, the user should press on the “Add Time” button (see Fig. 7) and the time picker dialog will be displayed, the users should specify when the pills should be dispensed. Normally, every pill is dispensed every day at the same time, thus users do not specify on what days the container should be dispensed. To delete a specified scheduled time, the user should press on the “trash” icon at the trailing of that time.

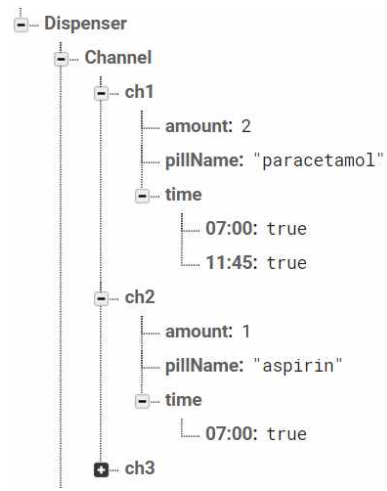


Fig. 6. Pill Details Screen

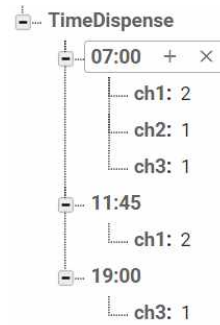


Fig. 7. List of Scheduled Times and Adding Time Screens

Figure 8 shows data stored in Firebase Realtime database. As mentioned in Section 3, the design of Realtime database is divided into two parts: container-dependent and time-dependent. Figure 8(a) shows the registered data with container-dependent design. Each container stores its pill name, amount, and collection of time dispensed. It is suitable for retrieving all pill information of specified container through mobile application. Figure 8(b) shows the data with time-dependent design. Each time indicates the dispensed container and amount. This way helps pill dispenser machine access only path of Realtime database corresponding to dispensed time, without read unnecessary pill data such as pill name and irrelevant containers.



(a) container-dependent data



(b) time-dependent data

Fig. 8. Stored Data in Firebase Realtime database

Additionally, the performance of the machine can be measured in terms of network delay and jitter. We captured data packets, which is the returned from Realtime database, through Wireshark network analyzer application [12]. The delay can be calculated from the timestamp delta in TCP Header [13], see the red square highlighted in Fig. 9.

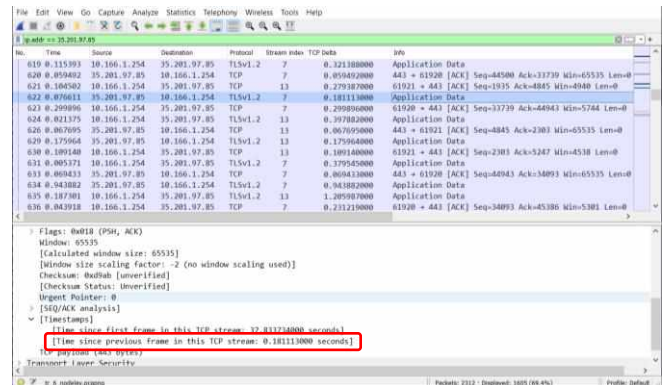


Fig. 9. Wireshark Result

The jitter [14] is an amount of variation latency in millisecond. The jitter can be approximately calculated by the different timestamp of consecutive packets, see Eq. (1).

$$jitter = E[\sum_{i=0}^N |T_{i+1} - T_i|] \quad (1)$$

Let  $jitter$  be an average delay jitter of  $N$  packets, and  $T_i$  be a delay of data packet at time  $i$ .

The experiments were conducted by capturing 290 data packets, which is returned from the Realtime database. The results shows that the delay and jitter in the network are approximately 189 and 32 milliseconds, respectively. The server of Firebase Realtime database is located at United States, the delay and jitter are then slightly high. Although the design of Realtime database helps reduce the access of unnecessary data and size of packet sent by Realtime database. The pill dispenser still requests access to the database every minute even if the dispensed time in the Realtime database does not changed. This makes plentiful of network traffic.

#### V. CONCLUSION

In this paper, a development of Realtime Pill Dispenser was presented. The Realtime Pill Dispenser consists of two main components. The mobile application allows caretakers manage pill dispensed time from anywhere in the real world through the Internet. In additional, the pill dispenser will greatly increase the patient's medicine adherence, which ensure a better treatment effectiveness. These components are synchronized by the Firebase Realtime database. The network performance of the dispenser is measured by the delay and jitter. The results show that the values of delay and jitter in the network is satisfactory. However, the problem of network traffic caused by the pill dispenser is further studied to improve the efficiency of pill dispenser and reduce delay and jitter in network. In addition, the design of pill dispenser should be flexible and add more containers. In future development, the pill dispenser will notify to caretaker if the patients take their pills on time or not and collect the medication adherence logs for reviewing by caretakers and doctors.

#### ACKNOWLEDGMENT

The authors would like to thank Mrs. Somsri Takachat, registered nurse at Sathing Phra Hospital, Songkhla, Thailand for providing information and valuable suggestion.

#### REFERENCES

- [1] A. Kassem, et al. "A Comprehensive Approach for A Smart Medication Dispenser," *International Journal of Computing and Digital Systems*, vol. 8, no. 02, 2019, pp. 131-141.
- [2] W. Antoun, et al. "Smart medicine dispenser (smd)," 2018 IEEE 4th Middle East Conference on Biomedical Engineering (MECBME), 2018, pp. 20-23.
- [3] C. Fărcaș, I. Ciocan, N. Palaghiță and R. Fizeșan, "Weekly electronic pills dispenser with circular containers," 2015 IEEE 21st International Symposium for Design and Technology in Electronic Packaging (SIITME), Brasov, Romania, 2015, pp. 125-129.
- [4] A. Mathew, J. Paul, K. Nair S., U. S. Sachin, S. Koncherry and C. V. Raghu, "Design and Implementation of a Smart Medicine Dispenser," *TENCON 2019 - 2019 IEEE Region 10 Conference (TENCON)*, Kochi, India, 2019, pp. 1059-1064.
- [5] A. Jabeena, and S. Kumar. "Smart medicine dispenser," 2018 International Conference on Smart Systems and Inventive Technology (ICSSIT), 2018, pp. 410-414.
- [6] M. V. Moise, P. M. Svasta and A. G. Mazare, "Programable IoT Pills Dispenser," 2020 43rd International Spring Seminar on Electronics Technology (ISSE), Demanovska Valley, Slovakia, 2020, pp. 1-4.
- [7] M. Vasile Moise, A. -M. Niculescu and A. Dumitrașcu, "Integration of Internet of Things technology into a pill dispenser," 2020 IEEE 26th International Symposium for Design and Technology in Electronic Packaging (SIITME), Pitesti, Romania, 2020, pp. 270-273.
- [8] R. I. Rumi, M. I. Pavel, E. Islam, M. B. Shakir and M. A. Hossain, "IoT Enabled Prescription Reading Smart Medicine Dispenser Implementing Maximally Stable Extremal Regions and OCR," 2019 Third International conference on I-SMAC (IoT in Social, Mobile, Analytics and Cloud) (I-SMAC), Palladam, India, 2019, pp. 134-138.
- [9] N. A. Mathew and K. M. Abubeker, "IoT based real time patient monitoring and analysis using Raspberry Pi 3," 2017 International Conference on Energy, Communication, Data Analytics and Soft Computing (ICECDS), Chennai, 2017, pp. 2638-2640.
- [10] S. Koley and P. Ghosal, "An IoT Enabled Real-Time Communication and Location Tracking System for Vehicular Emergency," 2017 IEEE Computer Society Annual Symposium on VLSI (ISVLSI), Bochum, 2017, pp. 671-676.
- [11] T. Sangvanloy and K. Sookhanaphibarn, "Automatic Pet Food Dispenser by using Internet of Things (IoT)," 2020 IEEE 2nd Global Conference on Life Sciences and Technologies (LifeTech), Kyoto, Japan, 2020, pp. 132-135.
- [12] P. Goyal and A. Goyal, "Comparative study of two most popular packet sniffing tools-Tcpdump and Wireshark," 2017 9th International Conference on Computational Intelligence and Communication Networks (CICN), Girne, Northern Cyprus, 2017, pp. 77-81.
- [13] I. Nedyalkov, G. P. Georgiev, A. Stefanov and E. Botusharov, "Ways to Measure the Delay in IP Networks," 2020 28th National Conference with International Participation (TELECOM), Sofia, Bulgaria, 2020, pp. 33-36.
- [14] B. Soewito, F. E. Gunawan, and M. S. Mansuan, "WAN Optimization to Speed up Data Transfer," *Procedia computer science*, 116, 2017, pp. 45-53.

# ระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

## Risk Incident Information Management System in The three Southern Border Provinces

ซอพียะห์ แสสาเหตุ<sup>1</sup>, รวยดา สาและ<sup>1</sup> และสุวิมล จุงจิตรี<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นิติศาสตรบัณฑิตและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

222 หมู่ 2 ต.บ้านพร้าว อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210

E-mail: sorfeeyah4113@gmail.com, Ruaida.da1@gmail.com

<sup>2</sup>สาขาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

222 หมู่ 2 ต.บ้านพร้าว อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210

E-mail: [suwimol@tsu.ac.th](mailto:suwimol@tsu.ac.th)

### บทคัดย่อ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบันปัญหาความมั่นคงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ถือได้ว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของประเทศไทย โดยเฉพาะการก่อความไม่สงบในพื้นที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ในปัจจุบันทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในรูปแบบ Excel ซึ่งยังไม่มีความสะดวกมากพอในการจัดการข้อมูล วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้เพื่อพัฒนาระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ดูแลระบบสามารถทำการเพิ่ม ลบ และแก้ไขข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ ในส่วนของผู้ใช้สามารถออกรายงานข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ โดยสามารถเลือกตามช่วงเวลาที่กำหนด เลือกประเภทเหตุการณ์ เลือกอำเภอและจังหวัดที่เกิดเหตุ เลือกตามหมายเลขถนน นอกจากนี้ผู้ใช้สามารถบันทึกรายงานเป็น PDF ได้ โดยโครงการวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการประเมิน จำนวน 25 คน ผู้เข้าร่วมประเมินได้แก่ นิสิตในมหาวิทยาลัยทักษิณและบุคคลภายนอก

ผลการวิจัย พบว่า จากการประเมินความสามารถในการทำงานของเว็บไซต์ ตามความต้องการของผู้ใช้สามารถทำงานได้ตรงตามฟังก์ชันการทำงาน of เว็บไซต์ โดยการประเมินจากนิตินิยม มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขต พัทลุง และบุคคลภายนอก พบว่า ในส่วนของผู้ใช้ระบบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.19 และใน

ส่วนของผู้ดูแลระบบ พบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมคือ 3.79

**คำสำคัญ:** ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เว็บแอปพลิเคชัน

### Abstract

From the year 2004 to the present, the three southern border provinces problem is very important problem related to state security of Thailand. Especially, the insurgency in the area has killed many people and effected to people who want to travel or visit this area. Currently, the relevant departments collect the incident data in Excel format, which is not yet convenient enough for data management. The objective of this research is to develop a Risk Incident Data Management System (RIDMS) for the three southern border provinces. Administrators can add, delete and edit risk incident data in the three southern border provinces. Users can create a report about risk events in the three southern border provinces using many keywords such as a period of time, incident type, province or road number and users can save reports as PDF. The performance and the applicability of this system was evaluated



by 25 users. The result shows that user' satisfaction is in good level in both perspectives.

**Keywords:** Management Information System, The three Southern Border Provinces, Web Application

## 1. คำนำ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบันปัญหาความมั่นคงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ถือได้ว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของประเทศไทย โดยเฉพาะการก่อความไม่สงบในพื้นที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ในปัจจุบันทางหน่วยงานมีการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในรูปแบบ Excel ซึ่งยังไม่มีความสะดวกมากพอในการจัดการข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ เช่น การออกรายงานในรูปแบบที่ต้องการ การลบข้อมูล การเพิ่มข้อมูล และการแก้ไขข้อมูลที่มีความถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น การจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสียหายในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของเจ้าหน้าที่ซึ่งไม่มีความสะดวกมากพอในการจัดการข้อมูล ทำให้ล่าช้าในการเข้าถึงและจัดการข้อมูล

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทางผู้จัดทำโครงการจึงทำการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสียหายในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ขึ้นมา เพื่อให้ความสะดวก เกิดความมั่นคงในเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลแก่เจ้าหน้าที่ที่ดูแลและจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสียหายในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

## 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 สถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

สถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย หมายถึง ความขัดแย้งที่กำลังดำเนินอยู่ซึ่งส่วนใหญ่ในภาคใต้ของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามจังหวัด คือ จังหวัดปัตตานี ยะลาและนราธิวาส ระหว่างรัฐไทยกับกลุ่มก่อความไม่สงบหลายกลุ่ม อย่างไรก็ตาม บางครั้งมีการลุกลามมาถึงบางอำเภอของจังหวัดสงขลา

ภูมิภาคสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ดังกล่าวนั้นเดิมเป็นรัฐสุลต่านปัตตานีซึ่งปกครองตนเองมาก่อน จนเมื่อมีการกลืน

วัฒนธรรมทำให้เกิดความขัดแย้งเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2491 เกิดการแยกออกทางเชื้อชาติและศาสนาในภูมิภาคมาหลายปีที่ผ่านมา มีความรุนแรงเพื่อแบ่งแยกดินแดนระดับต่ำในภูมิภาคดังกล่าวหลายทศวรรษ แต่เหตุการณ์บานปลายหลังปี พ.ศ. 2544 โดยเกิดขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2547 ระหว่างปี พ.ศ. 2547-2554 มีผู้เสียชีวิต 4,500 คนและได้รับบาดเจ็บ 9,000 คน ลักษณะการก่อเหตุมีจุดมุ่งหมายเพื่อแก้แค้นมากขึ้น และเป็นการโจมตีที่ไม่เลือกถล่ม

ระหว่างปี พ.ศ. 2547-2554 มีผู้เสียชีวิตกว่า 4,500 คน และได้รับบาดเจ็บกว่า 9,000 คนจากความไม่สงบ นับเป็นความขัดแย้งที่มียอดผู้เสียชีวิตสูงสุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในปี พ.ศ. 2554 สถานการณ์กลายเป็นการคุมเชิงระดับต่ำ ส่วนใหญ่ลักษณะการก่อเหตุเป็นการประทุบัง แต่มีเหตุระเบิดแสวงเครื่องบ้างเฉลี่ย 12 ครั้งต่อเดือน มีเหตุการณ์ความรุนแรงกว่า 11,000 ครั้งและการวางระเบิดกว่า 2,000 ครั้ง

จากข้อมูลของศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้ พบว่าความถี่ของการก่อเหตุขึ้น ๆ ลง ๆ แต่สูงสุดในปี พ.ศ. 2550 (2,409 เหตุการณ์) และปี พ.ศ. 2555 (1,851 เหตุการณ์) ซึ่งศูนย์ฯ ตั้งข้อสังเกตว่าความถี่ของเหตุการณ์อาจเพิ่มขึ้นและลดลงเป็นวัฏจักร โดยจะมีความถี่สูงสุดทุก 5 ปี ยอดผู้เสียชีวิตรายปีลดลงทุกปีนับแต่ปี พ.ศ. 2556 ส่วนใหญ่ผู้ก่อเหตุมุ่งเป้าไปยังกำลังความมั่นคงและสัญลักษณ์อำนาจของรัฐไทยอย่างข้าราชการ โรงเรียนและวัด แต่ผู้เสียชีวิตกว่า 90% เป็นพลเรือน ในปี พ.ศ. 2561 การโจมตีกำลังความมั่นคงลดลงเหลือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ยุทธวิธีที่นิยมใช้ยังเป็นการวางระเบิดริมถนนและการยิง มีการใช้ระเบิดท่อเหล็ก เครื่องยิงลูกระเบิดเอ็ม79 และปืนเล็กยาวเอ็ม16 ในการก่อเหตุ [1]

### 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

#### 2.2.1 Visual Studio Code

Visual Studio Code หรือ VSCode เป็นโปรแกรม Code Editor ที่ใช้ในการแก้ไขและปรับแต่งโค้ด จากบริษัทไมโครซอฟท์ มีการพัฒนาออกมาในรูปแบบของ OpenSource จึงสามารถนำมาใช้งานได้แบบไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่ง Visual Studio Code นั้นเหมาะสำหรับนักพัฒนาโปรแกรมที่ต้องการใช้งานข้ามแพลตฟอร์ม รองรับการใช้งานทั้งบน Windows, macOS และ Linux สนับสนุนทั้งภาษา

JavaScript, TypeScript และ Node.js สามารถเชื่อมต่อกับ Git ได้นำมาใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน มีเครื่องมือส่วนขยายต่าง ๆ ให้เลือกใช้อย่างมาก

### 2.2.2 ภาษา PHP

ปัจจุบันข้อมาจากคำว่า PHP Hypertext Preprocessor ภาษา PHP เป็นโปรแกรมภาษาคอมพิวเตอร์ระดับสูง ที่สามารถใช้งานในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ มีความสามารถสูง และมีผู้นิยมใช้เป็นจำนวนมาก

PHP เป็นภาษาสคริปต์ (Scripting Language) คำสั่งต่างๆ จะเก็บในรูปแบบของข้อความ (Text) อาจเขียนแทรกอยู่ในภาษา HTML หรือใช้งานอิสระก็ได้ แต่ในการใช้งานจริงมักใช้งานร่วมกับภาษา HTML ดังนั้นการเขียนโปรแกรมนี้ต้องมีความรู้ด้านภาษา HTML เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามเราสามารถใช้อุปกรณ์ประยุกต์มาช่วยอำนวยความสะดวกในการสร้างงานได้ เช่น Macromedia Dreamweaver หรือ โปรแกรมประเภท Editor เช่น EditPlus เป็นต้น โปรแกรมเหล่านี้จะช่วยจำแนกคำ เช่น คำสั่ง คำทั่วไป ตัวแปร ต่างๆ ให้มีสีต่างกันเพื่อสะดวกในการสังเกต และมีตัวเลขบอกบรรทัดทำให้สะดวกในการแก้ไข [2-5]

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ (1) งานวิจัยเชิงสำรวจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (2) แอปพลิเคชันแจ้งเตือนต่าง ๆ มีรายละเอียดดังนี้

งานวิจัยเรื่องบทบาทสำนักพัฒนาบุคลากรในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ [6] จากงานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาบทบาทหน้าที่ของบุคลากรสำนักพัฒนาบุคลากรที่ปฏิบัติงานในศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ในการแก้ไขปัญหาความไม่สงบเรียบร้อยในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งได้ศึกษาอยู่สองบทบาทบทบาทแรกด้านการปฏิบัติการจิตวิทยามวลชน บทบาทที่สองบทบาทในฐานะผู้ประสานงานในการแก้ไขปัญหาที่ก่อความไม่สงบในพื้นที่

งานวิจัยเรื่องผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ : กรณีศึกษาตำบลเฉลิม อำเภอร่องแงะ จังหวัดนราธิวาส [7] การวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาสภาพปัญหาผลกระทบจาก

เหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการอภิปรายกลุ่มย่อย มีเครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์ซึ่งตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญตามหลักเกณฑ์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องจำนวน 35 คนจากกลุ่มผู้นำหมู่บ้านและเยาวชน ในเขตพื้นที่ตำบลเฉลิม อำเภอร่องแงะ จังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นกลุ่มผู้ที่มีความสนใจต่อปัญหาและเหตุการณ์ความไม่สงบ การที่กลุ่มเยาวชนมุสลิมเข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ความไม่สงบเป็นจำนวนมากเนื่องจากมีวุฒิภาวะน้อย จึงทำให้หลงเชื่อกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบได้ง่าย แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง ประชาชนจะต้องมีใจที่มั่นคงและไม่หลงเชื่อจากคำชักชวนของกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบ และต้องมีความสำนึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

งานวิจัยเรื่องการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประเมินพื้นที่ที่มีโอกาสเกิดดินถล่มบริเวณเทือกเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช [8] ในระหว่างปี 2553 ถึงปี พ.ศ. 2559 ทำการศึกษาเพื่อกำหนดพื้นที่ที่มีโอกาสเกิดดินถล่มและการทำแผนที่เพื่อจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ โดยใช้โปรแกรม ArcGIS 9.2 ในการกำหนดปัจจัยที่ทำให้เกิดดินถล่มทั้งหมด 7 ปัจจัยซึ่งประกอบด้วย ปริมาณน้ำฝน ร่องรอยการเกิดในอดีตลักษณะทางธรณี ความสูงของพื้นที่ ความลาดชันของพื้นที่ เส้นทางน้ำ และการใช้ประโยชน์ที่ดิน โดยมีการให้ค่าถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยและลำดับค่าคะแนนของปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยตามลำดับ จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีโอกาสทำให้เกิดดินถล่มมากที่สุด คือ ปริมาณน้ำฝน รองลงมา คือ ร่องรอยการเกิดในอดีต ลักษณะทางธรณีวิทยา และความลาดชัน

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชันการแจ้งเตือนภัยเพื่อสังคมไทย [9] งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันการแจ้งเตือนภัย อุบัติเหตุ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การทะเลาะวิวาท หรือแม้แต่การจี้ปล้น ผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ซึ่งสามารถที่จะส่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและตำแหน่งพิกัดของเหตุที่แจ้งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถส่งข้อมูลเหตุที่แจ้งพร้อมกับระบุตำแหน่งบนแผนที่ได้อย่างแม่นยำ และทราบตำแหน่งผู้แจ้งได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งศูนย์รับแจ้งทราบว่าเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้นบนพื้นที่รับผิดชอบของหน่วยงานใดและเกิดขึ้นที่ไหน

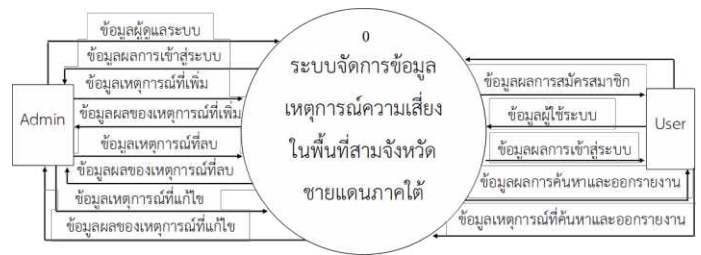
ระบบการเฝ้าระวังและเตือนภัยจากน้ำท่วมฉับพลัน [10] มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับประชาชนทั่วไป นักเรียน หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น และเครือข่ายประชาชน ได้ใช้ในการเตือนภัยน้ำป่าดินถล่มในพื้นที่เสี่ยงภัยของอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน โดยใช้เพียงการป้อนข้อมูลปริมาณน้ำฝนรายวันเข้าไปในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งข้อมูลปริมาณน้ำฝนรายวันของพื้นที่อำเภอเชียงกลาง ทางเครือข่ายประชาชนสามารถรวบรวมได้จากมิเตอร์เตือนภัย (จากโครงการเครือข่ายอาสาสมัครเตือนภัยดินถล่ม) ซึ่งทำการวัดปริมาณฝนรายวันในพื้นที่หมู่บ้านต่าง ๆ ของอำเภอเชียงกลางอยู่แล้วหรือจากสถานีของกรมอุตุนิยมวิทยาซึ่งตั้งอยู่ที่ว่าการอำเภอเชียงกลาง

### 3. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

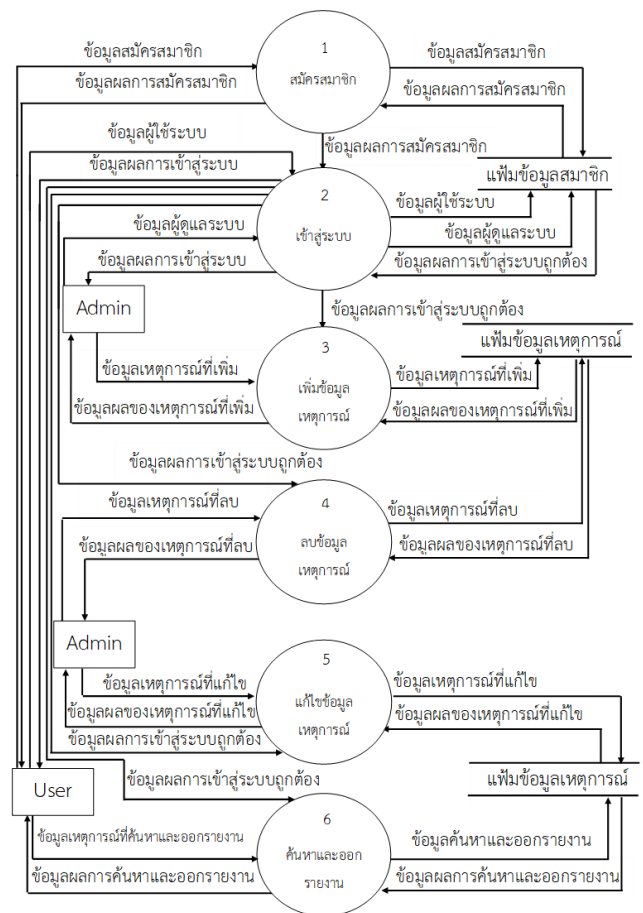
ระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ครอบคลุมพื้นที่สามจังหวัด ได้แก่ ปัตตานี ยะลาและนราธิวาส โดยระบบสามารถเก็บข้อมูลเฉพาะเหตุการณ์ที่เกิดบนเส้นทางถนนสายหลักในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จนถึงปัจจุบันเท่านั้น สามารถแบ่งผู้ใช้งานระบบออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ดูแลระบบและผู้ใช้ระบบทั่วไป

โดยผู้ดูแลระบบจะต้อง สามารถเข้าสู่ระบบได้ สามารถทำการเพิ่ม ลบ และแก้ไขข้อมูลเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ ในขณะที่ ผู้ใช้ระบบจะต้อง สามารถเข้าสู่ระบบได้ สมัครสมาชิกได้และออกรายงานได้ โดยรายงานจะแยกได้เป็น 4 ประเภทคือ (1) รายงานแยกตามเดือน/ปีหรือช่วงเวลาที่กำหนด (2) รายงานแยกตามประเภทของเหตุการณ์ความไม่สงบ ได้แก่ ระเบิด ยิง พบระเบิด พบศพ ตรวจเก็บวัตถุพยาน ชุมุ้โจมตี ก่อวิน ฆ่า ทำร้าย วางเพลิง พบ.ปืน เพลิงไหม้ โจมตีที่ตั้ง และวิสามัญ (3) รายงานแยกตามอำเภอและจังหวัดและ (4) รายงานแยกตามหมายเลขถนน

แผนภาพ Context Diagram ของ ระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ครอบคลุมพื้นที่สามจังหวัดแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนภาพ Context Diagram ของ ระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ครอบคลุมพื้นที่สามจังหวัด



ภาพที่ 2 แผนภาพ Data Flow Diagram level 0

จากภาพที่ 2 Data Flow Diagram level 0 ของระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบไปด้วย 6 process ดังนี้

- (1) สมัครสมาชิก โดย ผู้ใช้ระบบ ทำการสมัครสมาชิก

(2) เข้าสู่ระบบ โดย ผู้ดูแลระบบ/ผู้ใช้ระบบ ทำการเข้าสู่ระบบ

(3) เพิ่มข้อมูลเหตุการณ์ โดยผู้ดูแลระบบทำการเพิ่มข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

(4) ลบข้อมูลเหตุการณ์ โดยผู้ดูแลระบบทำการลบข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

(5) แก้ไขข้อมูลเหตุการณ์ โดยผู้ดูแลระบบทำการแก้ไขข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

(6) ค้นหาและออกรายงาน โดยผู้ใช้ระบบทำการค้นหาข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ตามเดือน/ปีที่ต้องการออกรายงาน หรือช่วงเวลาที่กำหนด ตามประเภทเหตุการณ์ รายงานตามอำเภอและจังหวัด และรายงานตามหมายเลขถนน

#### 4. ผลการดำเนินงาน

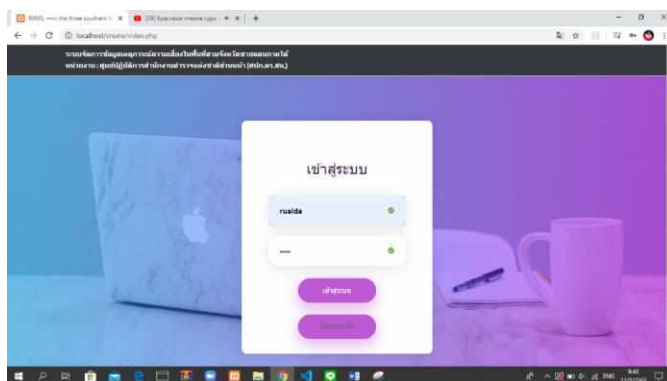
##### 4.1 โครงสร้างของระบบ

##### 4.1.1 ผู้ใช้งานทั่วไป

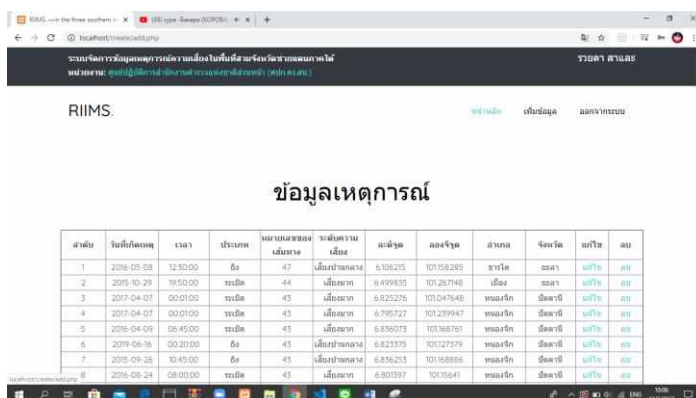
- (1) สามารถเข้าใช้งานระบบโดยป้อนข้อมูลได้แก่ ชื่อผู้ใช้, รหัสผ่านได้
- (2) สามารถออกรายงานข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
  - a. เลือกตามช่วงเวลาที่กำหนดได้
  - b. เลือกตามประเภทเหตุการณ์ได้
  - c. เลือกตามอำเภอและจังหวัดได้
  - d. เลือกตามหมายเลขถนนได้
  - e. สามารถ Log out ออกจากระบบได้

##### 4.1.2 ผู้ดูแลระบบ

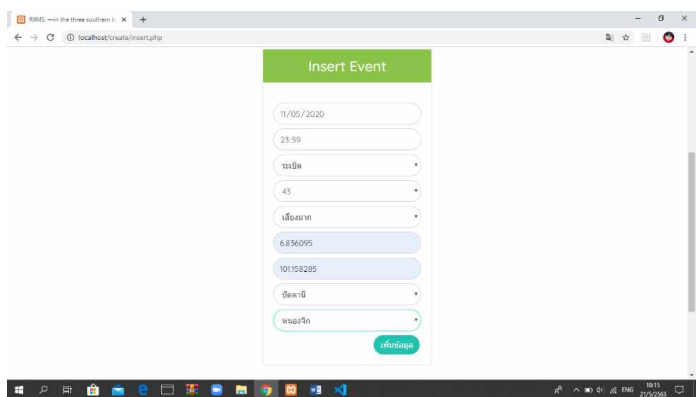
- (1) สามารถเข้าใช้งานระบบ
- (2) สามารถเพิ่มข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
- (3) สามารถลบข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
- (4) สามารถแก้ไขข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
- (5) สามารถ Log out ออกจากระบบได้



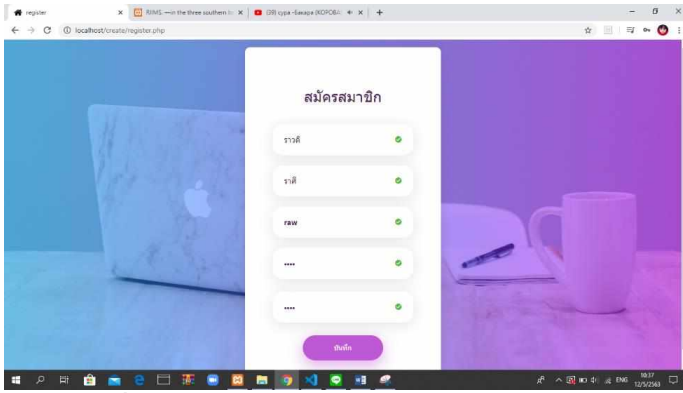
ภาพที่ 3 ภาพแสดงหน้าจอหลักของระบบ



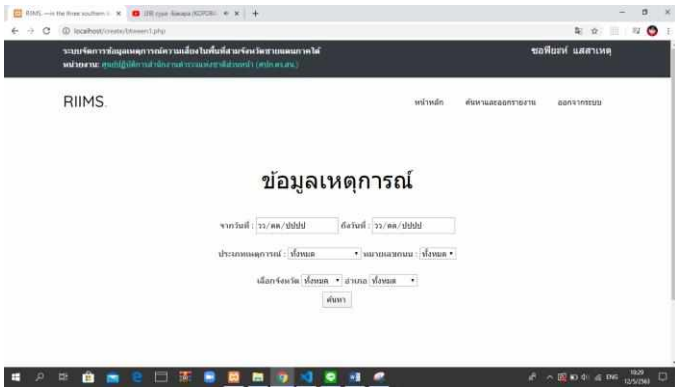
ภาพที่ 4 หน้าจอหลักของผู้ดูแลระบบ



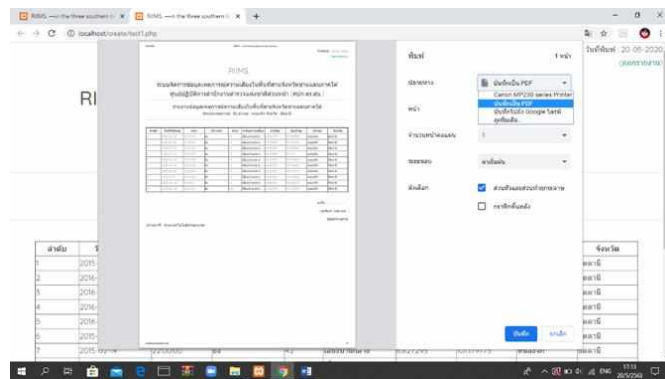
ภาพที่ 5 หน้าจอการเพิ่มข้อมูล



ภาพที่ 6 หน้าจอการสมัครสมาชิกสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป



ภาพที่ 7 หน้าจอการค้นหาสำหรับออกรายงาน



ภาพที่ 8 หน้าจอออกรายงานและบันทึกเป็น PDF

## 4.2 การประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์

โครงการวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจคือ นิสิตในมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง และบุคลากรภายนอก สำหรับเครื่องในการวิจัย ประกอบด้วย เว็บไซต์สำหรับจัดการข้อมูล เหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และแบบ ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์

ผู้พัฒนาระบบได้ผลการประเมินการใช้งานเว็บไซต์ ดังนี้

1. ผู้ดูแลระบบจำนวน 5 คน ตอบแบบสอบถามในตารางที่ 4.1 ผลการตอบแบบสอบถามเป็นค่าเฉลี่ยและผลประเมินส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.2 ผลการประเมิน โดยเฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับ มาก

2. ผู้ใช้ระบบจำนวน 20 คน ประเมินการใช้งานเว็บไซต์ ประเมิน การใช้งานเว็บไซต์ตามขอบเขตของโครงการ รวมถึงรูปแบบการใ้ งานและความสวยงามของเว็บไซต์ โดยตอบแบบสอบถามในตาราง ที่ 4.3 ผลการตอบแบบสอบถามเป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงมาตราฐาน ดังตารางที่ 4.4 ผลการประเมิน โดยเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

## 5. สรุปและข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

ระบบจัดการข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สาม จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีผู้ใช้ 2 ประเภท ได้แก่ ผู้ใช้และผู้ดูแลระบบ โดยผู้ใช้สามารถทำการค้นหาข้อมูลและสามารถออกรายงานตาม เงื่อนไข ได้แก่ รายงานตามเดือน/ปี หรือช่วงเวลา รายงานตาม ประเภทของเหตุการณ์ รายงานตามหมายเลขของเส้นทาง และ รายงานตามอำเภอ/จังหวัดที่เกิดเหตุการณ์ และในส่วนของผู้ดูแล ระบบ สามารถจัดการข้อมูล โดยการเพิ่ม ลบ และแก้ไขข้อมูล เหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการประเมินความพึงพอใจของการใช้งานระบบจัดการ ข้อมูลเหตุการณ์ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดย กลุ่มผู้ใช้ที่แสดงบทบาทเป็นผู้ดูแลระบบ (Admin) จำนวน 5 คน พบว่าเว็บไซต์สามารถใช้งานได้ในระดับมาก และผลการใช้งาน เว็บไซต์ โดยกลุ่มผู้ใช้ที่แสดงบทบาทเป็นผู้ใช้ (User) จำนวน 20 คน พบว่า เว็บไซต์สามารถทำงานถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นั่นคือเว็บไซต์สามารถทำงานได้ดี มีความสะดวกในการใช้งาน

### 5.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาการนำข้อมูลมาจากหน่วยงาน ต้องผ่านหลาย ขั้นตอนและข้อจำกัดที่ข้อมูลเหตุการณ์มีตั้งแต่ พ.ศ. 2558 จนถึง ปัจจุบันเท่านั้น ระบบใช้ได้เฉพาะในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ความเสี่ยงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สำหรับข้อเสนอแนะหากต้องการพัฒนาเว็บไซต์เพิ่มเติมใน ส่วนของผู้ใช้ระบบ ควรมีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย เช่น

อาจจะมีการพัฒนาให้เป็นระบบที่สามารถแนะนำเส้นทางสำหรับผู้เดินทางเข้าสู่พื้นที่เสี่ยงภัยได้ในอนาคต

### เอกสารอ้างอิง

- [1] วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2547). ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย. สืบค้น 29 พฤษภาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org>
- [2] mindphp.com. (2560). รู้จักกับ Visual Studio Code (วิชวลสตูดิโอ โค้ด) โปรแกรมฟรีจากค่ายไมโครซอฟท์. สืบค้น 4 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.mindphp.com>
- [3] ศศ.สุดา เขียวมนตรี. (2013). คู่มือการเขียนโปรแกรมภาษาจาวาฉบับสมบูรณ์. อดิธิ์ พรีเมียร์, บจก.(2013)
- [4] นายวิฑูลย์ งามขำ. บทเรียนออนไลน์ เรื่อง การเขียนโปรแกรม PHP. สืบค้น 4 มิถุนายน 2563, จาก <https://sites.google.com/a/chaiwit.ac.th/php/unit1/bi-khwam-ru-thi-1>
- [5] MindPhp.com (2018). บทเรียน สอนการใช้งาน phpMyadmin เข้าถึงได้จาก [www.mindphp.com/บทเรียนออนไลน์/สอน-phpmyadmin.html](http://www.mindphp.com/บทเรียนออนไลน์/สอน-phpmyadmin.html) (วันที่สืบค้น : 18 มกราคม 2561)
- [6] อังสนา เจ๊ะโละ. (2556). บทบาทสำนักพัฒนาบุคลากรในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้. โครงการวิจัย บัณฑิต. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- [7] อารอพีด มาเยาะกาเส๊ะ. (2559). "ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้" วารสารรัชต์ภาคย์. 405-417.
- [8] ฟาฎีละห์ ยือโร๊ะ และสุชาติ เขิงทอง. (2559). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อประเมินพื้นที่ที่มีโอกาสเกิดดินถล่มบริเวณเทือกเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต. สุราษฎร์ธานี : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- [9] ชนินทร เฉลิมสุข, อภิชาติ คำปลิว และมานิต ฉลภิญโญ. (2561). การพัฒนาแอปพลิเคชันการแจ้งเตือนภัยเพื่อสังคมไทย. โครงการวิจัย บัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.

[10] ไชยาพงษ์ เทพประสิทธิ์. (2549). ระบบการเฝ้าระวังและเตือนภัยจากน้ำท่วมฉับพลัน. วิทยานิพนธ์ บัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม :  
กรณีศึกษาตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง

**An Application Prototype Supports Multiple Cropping Planning :  
A Case Study of Banphrao, Papayom District, Phatthalung Province**

ชาคริต ทองนวล, จิราพร วิเชียรทอง, เดือนเพ็ญ กษกรจารุงพงศ์\*

สาขาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ พัทลุง 93210 โทรศัพท์ : 074-609600

E-mail: duenpen@tsu.ac.th

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ออกแบบและพัฒนาต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม เพื่อเป็นตัวช่วยอีกทางเลือกในการทำการเกษตรและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร ด้วยการวิเคราะห์และออกแบบเชิงวัตถุ ประกอบด้วย เมธอดคำนวณต้นทุนรวมและผลผลิตจากพืชแซม เมธอดเลือกพืชให้เหมาะสมกับพื้นที่การเพาะปลูกที่ผู้ใช้กำหนดได้ เมธอดแสดงอินเตอร์เฟซสำหรับการปลูกพืชที่จะวางแผนการปลูกได้ เมธอดจัดการฐานข้อมูลพืชหลัก พืชแซม และฐานข้อมูลคู่มือพืชแซมสำหรับผู้พัฒนาระบบ เมธอดกำหนดพื้นที่และเลือกพื้นที่เพาะปลูก สำหรับผู้ใช้ เมธอดสร้างแปลงเกษตรจากพืชหลักที่ปลูก เมธอดบันทึกแปลงเกษตร เมธอดจัดการแปลงเกษตรที่เคยบันทึก นอกจากนี้ผู้ใช้ยังสามารถดูแปลงเกษตรได้ ผลการทดสอบการทำงานของต้นแบบแอปพลิเคชัน โดยกลุ่มตัวอย่าง 10 คน พบว่าสามารถทำงานได้ดีบนระบบปฏิบัติการ Android ผู้ประเมินมีความพึงพอใจต่อการใช้งานโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ:** โปรแกรมต้นแบบ แอปพลิเคชัน การปลูกพืชแซม การวางแผน จังหวัดพัทลุง

### Abstract

This research aim to analyze, design, and develop prototype applications to support cropping plan as an

alternative to agriculture and increasing farmers' income. By analyzing and designing with object-oriented concepts, consisting of calculating total cost and yield from plants, selecting plants that are suitable for the user-designated planting area, displaying the interface for cropping to plan the crop. System developers can manage both master plans database, multiple cropping plans and multiple cropping plans manual database. Users can specify area and select planting, build agricultural plots from main crops that are grown, record agricultural plots and manage the previously recorded agricultural plots. In addition, the users can still see agricultural plots. The application can work well by testing with 10 people. The prototype supports all devices with Android operating system. The assessors are satisfied the prototype in high level.

**Keywords:** prototype, application, cropping application, planning, Phatthalung province

### 1. คำนำ

ปัจจุบันการเกษตรมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบที่สำคัญต่อภาคการเกษตร บ้านพร้าวเป็นตำบลหนึ่งในจังหวัดพัทลุงที่ได้รับผลกระทบ เนื่องจากสภาพพื้นที่ของตำบลบ้านพร้าวเป็นพื้นที่ราบลุ่มทำให้มีข้อจำกัดในการทำ

การเกษตร พืชที่ปลูกส่วนใหญ่ ได้แก่ ยางพารา ทุเรียน ผลผลิตที่มากขึ้นทำให้เกิดผลกระทบหลาย ๆ ด้าน การปลูกพืชแซมจึงเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร ดังนั้นการพัฒนาต้นแบบแอปพลิเคชันสามารถสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซมได้

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แอปพลิเคชันปุ๋ยรายแปลง [1] สามารถการจัดการน้ำและปุ๋ย มีการเลือกสถานที่ตั้งแปลงในการเพาะปลูก เลือกชนิดดินที่ทำการปลูก ผู้ใช้เลือกพืชที่ต้องการปลูก โดยการเลือกดินจะมีผลกับการเลือกปลูกพืชในแต่ละชนิด มีการแบ่งดินอย่างชัดเจน ระบบสามารถวิเคราะห์ดินจากข้อมูลจำนวนค่าอินทรีย์วัตถุ ฟอสฟอรัส และโพแทสเซียมลงไป ระบบสามารถการแนะนำการปลูกพืชที่เหมาะสมกับสภาพของดินและลักษณะของดิน โดยบอกได้ว่าดินประเภทนี้มีลักษณะอย่างไร ต้นกำเนิดมาจากที่ไหน สภาพพื้นที่ของดิน การระบายน้ำ การไหลบ่า การซาบซึม การใช้ที่ดิน และรวมไปถึงรายละเอียดของดิน ระบบสามารถวิเคราะห์และคำนวณการใช้ปุ๋ยเคมีจากข้อมูลปริมาณธาตุอาหารที่ต้องการได้

แอปพลิเคชัน Chaokaset [2] สามารถจัดแปลงเพาะปลูก เป็นการปลูกพืชให้ได้ตามขนาดของแปลงเพาะปลูก มีการบอกวันเวลาที่เริ่มตั้งแต่วันที่เริ่มปลูก จนถึงสิ้นสุดวันปลูกอย่างชัดเจน บอกระยะเวลาของพื้นที่ควรเก็บเกี่ยว และระบบนี้ยังสามารถขายสินค้าจากการปลูกได้อีกด้วย มีการการบอกระยะเวลาที่ปลูกอย่างชัดเจนว่า ควรทำเตรียมปลูกวันไหน ควรกำจัดวัชพืชวันไหน โดยมีการบอกรายละเอียดอย่างชัดเจนตลอดถึงการเก็บเกี่ยว มีการแจ้งการรับซื้อสินค้าเกษตรให้ผู้ใช้เลือกได้อย่างมากมาย ตามความต้องการรวมไปถึงสถานที่ที่รับซื้อใกล้เคียง ตลอดจนถึงข้อมูลย้อนหลัง มีการแจ้งเตือนกับชาวเกษตรกร ผู้ใช้สามารถเข้าไปศึกษาความรู้พืชที่ต้องการปลูกว่าเมื่อพืชเป็นโรค ควรรับมืออย่างไร รวมไปถึงข้อสังเกตหรืออาการที่พบได้อีกด้วย

แอปพลิเคชันสารสนเทศดินและข้อมูลการใช้ปุ๋ย หรือ LDD Soil Guide [3] สามารถแสดงการทำงานของระบบการวางแผนเพาะปลูก แหล่งน้ำในพื้นที่ และชนิดดินของข้อมูลในการอ้างอิง โดยใช้ Google Map ในการอ้างอิงตำแหน่งที่ตั้ง

พร้อมทั้งแสดงความชื้นสัมพัทธ์ ความกดอากาศ ปริมาณน้ำฝน และอุณหภูมิในการอ้างอิง

จากการทบทวนงานวิจัย [1-3] พบว่าแอปพลิเคชันข้างต้น ไม่ได้สนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม นอกจากนี้งานวิจัยจำนวนมากเน้นการใช้เทคนิคปัญญาประดิษฐ์ช่วยในการวางแผนการเพาะปลูกได้แก่ [4] หรือการใช้หุ่นยนต์มาช่วยในการเพาะปลูก เช่น [5] แต่ไม่ได้กล่าวถึงการปลูกพืชแซม โดยมีการเก็บข้อมูลตามความต้องการในพื้นที่ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง ให้สามารถรองรับอุปกรณ์ ประเภทพกพา ทั้งมือถือและแท็บเล็ตที่ทำงานบนระบบปฏิบัติการ Android

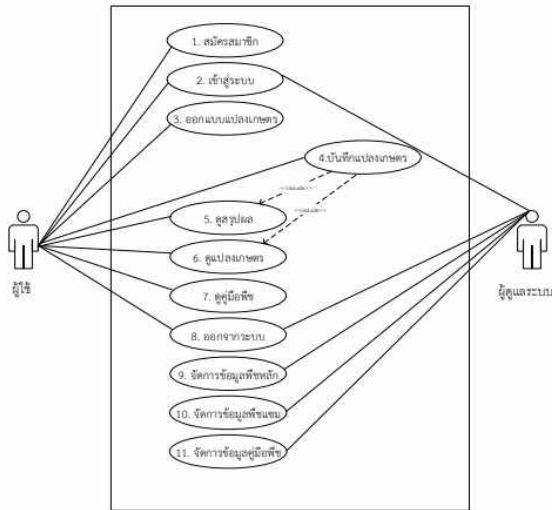
## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม : กรณีศึกษาตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง โดยมีกระบวนการวิจัยดังนี้

3.1 การวิเคราะห์และออกแบบเชิงวัตถุ โดยใช้ Use case Diagram, Use Case Description, Sequence Diagram และสูตรในการหาผลกำไรและรายได้โดยการคำนวณสูตรหาผลกำไรและรายได้ ประกอบด้วย 1.ต้นทุนรวม = (ราคาต้นทุนพืชแซม\*จำนวนพืชแซม)+ราคาปุ๋ยต่อไร่ 2.รายได้รวม = ((ราคาขายผลผลิตต่อกิโลกรัม\*จำนวนผลผลิตทั้งหมด)\*(จำนวนรอบในการเก็บเกี่ยวต่อปี\*จำนวนพืชแซม)) 3.กำไร = รายได้รวม-ต้นทุนรวม เมธอดที่สำคัญประกอบด้วย เมธอดคำนวณต้นทุนรวมและผลผลิตจากพืชแซม เมธอดเลือกพืชให้เหมาะสมกับพื้นที่การเพาะปลูกที่ผู้ใช้กำหนดได้ เมธอดแสดงอินเตอร์เฟซสำหรับการปลูกพืชที่จะวางแผนการปลูกได้ เมธอดจัดการฐานข้อมูลพืชหลัก พืชแซม และฐานข้อมูลคู่มือพืชแซมสำหรับผู้พัฒนาระบบ เมธอดกำหนดพื้นที่และเลือกพื้นที่เพาะปลูกสำหรับผู้ใช้ เมธอดสร้างแปลงเกษตรจากพืชหลักที่ปลูก เมธอดบันทึกแปลงเกษตร เมธอดจัดการแปลงเกษตรที่เคย์บันทึก คลาสที่สำคัญได้แก่ คลาสแปลงเกษตร คลาสผู้ใช้ อีอบเจกต์ที่สำคัญเช่น อีอบเจกต์แปลงเกษตรพืชหลัก อีอบเจกต์แปลงเกษตรพืชแซม อีอบเจกต์ผู้ใช้ชื่อชาคริต, อีอบเจกต์



ผู้ใช้ชื่อจิราพร เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ใช้ยังสามารถดูแปลงเกษตรได้ จาก Use Case Diagram ในภาพที่ 1 ผู้ใช้แอปพลิเคชันมี 2 ประเภทคือ ผู้ดูแลระบบและผู้ใช้ โดยผู้ใช้สามารถสมัครสมาชิก เข้าสู่ระบบ ออกแบบแปลงเกษตร (ดูสรุปผล และดูแปลงเกษตร) รวมถึงการคู่มือพืชได้ ในขณะที่ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลพืชหลักและข้อมูลพืชแซม และข้อมูลคู่มือพืชได้



ภาพที่ 1 : Use Case Diagram ต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม : กรณีศึกษา ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง

3.2 ต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม : กรณีศึกษา ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พัฒนาโดยใช้ภาษา Dart บน Flutter Framework ร่วมกับ โปรแกรม Android Studio, โปรแกรม Github, โปรแกรม Visual Studio Code และติดตั้งเซิร์ฟเวอร์ด้วยโปรแกรม XAMP แอปพลิเคชันที่พัฒนารองรับทุก Smart Device ที่รองรับระบบปฏิบัติการ Android ร่วมกับระบบจัดการฐานข้อมูล MySQLi

3.3 ทดสอบแอปพลิเคชันด้วยหลักการของการทดสอบซอฟต์แวร์ ได้แก่ การทดสอบกล่องขาว (White Box Testing) และหลักการทดสอบกล่องดำ (Black Box Testing) โดยผู้พัฒนาระบบ นอกจากนี้ยังมีการทดสอบระดับหน่วย (Unit Test) ประกอบด้วย ทดสอบฟังก์ชันย่อย เมธอด และ

คลาส และทดสอบแบบรวม (Integration Test) โดยผู้พัฒนา ก่อนนำไปให้ผู้ใช้ทดสอบระบบต่อไป

3.4 ประเมินความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเบื้องต้นโดยผู้ใช้ ในส่วนของผู้พัฒนาระบบ 5 คน ซึ่งเป็นบุคลากรในมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ที่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ดูแลระบบ โดยประเมินความเสถียร ความง่าย การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล การทำงานของฟังก์ชัน และการออกแบบในระบบ และประเมินในส่วนของผู้ใช้จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นนิสิตในมหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ประกอบด้วย รูปแบบของการใช้งาน (ได้แก่ 1.การใช้งานของแอปพลิเคชัน 2.ตัวอักษร และสี 3.แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจต่อการใช้งาน 4.ความเหมาะสมของรูปภาพ 5. ความง่ายในการใช้งาน) การใช้งานของแอปพลิเคชัน (ได้แก่ 1.สามารถลงทะเบียนเพื่อรับสิทธิ์เข้าใช้งานได้ 2.ความสะดวกและรวดเร็วของแอปพลิเคชัน 3.สามารถออกแบบแปลงเกษตรได้ โดยการเลือกพืชหลักและพืชแซม อย่างละ 1 ชนิดเท่านั้น 4.สามารถบันทึกแปลงเกษตรได้ 5.สามารถลบแปลงเกษตรได้ 6.สามารถดูแปลงเกษตรที่เคยบันทึกไว้แล้ว 7.สามารถออกจากระบบได้) การใช้สีของแอปพลิเคชัน (ได้แก่ 1.สีทันสมัย 2.ความเหมาะสมของสีที่ใช้ 3.การใช้สีในแต่ละหน้าของแอปพลิเคชันความดึงดูดผู้ใช้งาน (ได้แก่ 1.ความทันสมัย 2.ความน่าสนใจในการใช้งาน) โดยเกณฑ์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	อยู่ในเกณฑ์	ดีมาก
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	อยู่ในเกณฑ์	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	อยู่ในเกณฑ์	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	อยู่ในเกณฑ์	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 1.49	อยู่ในเกณฑ์	น้อยที่สุด

#### 4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

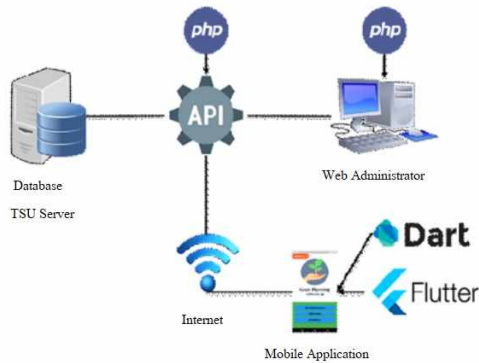
จากโครงสร้างการทำงานของระบบดังภาพที่ 2 ในการใช้งานแอปพลิเคชัน ผู้ใช้ทั่วไปสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้ โดยต้องลงทะเบียนหรือเข้าสู่ระบบทุกครั้งที่ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันนี้ การใช้งานระบบจะสามารถแบ่งเป็น

สองส่วน คือ บนเว็บเบราว์เซอร์ และบนแอปพลิเคชัน สามารถแสดงได้ดังนี้

4.1 การใช้งานบนแอปพลิเคชัน (ผู้ใช้งานทั่วไป) สามารถลงทะเบียนเพื่อรับสิทธิ์เข้าใช้งานระบบโดยป้อนข้อมูลได้แก่ ชื่อผู้ใช้, รหัสผ่าน, ยืนยันรหัสผ่าน, Email เป็นต้น สามารถออกแบบแปลงเกษตร (ดังภาพที่ 3) โดยเลือกพืชหลักที่ปลูกและเลือกพืชแซมที่ต้องการ สามารถบันทึกแปลงเกษตรได้แก่ ผู้ใช้ป้อนชื่อแปลงเกษตร สามารถลบแปลงเกษตรที่เก็บบันทึกสามารถดูแปลงเกษตรได้ (ดูสรุปผล ดังภาพที่ 4 และดูแปลงเกษตร) และสามารถ Log out ออกจากระบบได้

4.2 การใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน (ผู้ดูแลระบบ) สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ฐานข้อมูลพืชหลัก สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ฐานข้อมูลพืชแซม สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ฐานข้อมูลคู่มือพืชแซม

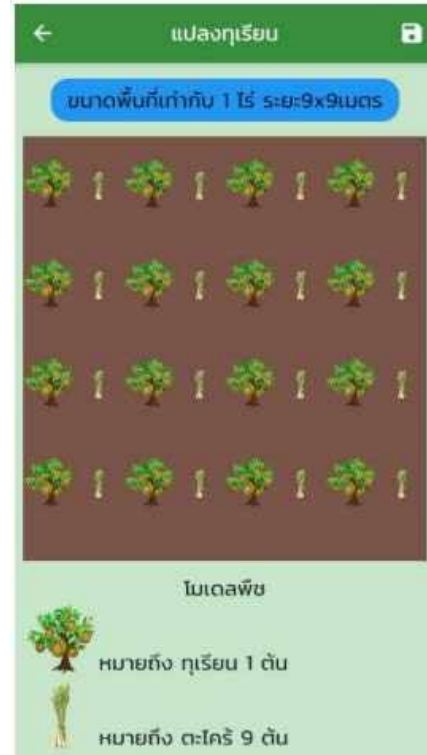
**โครงสร้างการทำงานของระบบ**



ภาพที่ 2 : โครงสร้างการทำงานของต้นแบบแอปพลิเคชันสนับสนุนการวางแผนการปลูกพืชแซม : กรณีศึกษา ตำบลบ้านพร้าว อำเภอบ้านพะยอม จังหวัดพัทลุง

4.3 ผู้พัฒนาประเมินการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้งาน 2 ประเภท ดังนี้ 1. ผู้ดูแลระบบจำนวน 5 คน ตอบแบบสอบถามที่กำหนดให้ ผลการทดลองการใช้งานเป็นค่าเฉลี่ยและผลประเมินส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 1 อยู่ในระดับมาก 2. ผู้ใช้แอปพลิเคชันจำนวน 10 คน ประเมินการใช้งานแอปพลิเคชัน ประเมินการใช้งานแอปพลิเคชันตามขอบเขตของงานวิจัย รวมถึงรูปแบบการใช้งานและความสวยงามของแอปพลิเคชัน โดยตอบแบบสอบถามที่กำหนดให้

ผลการทดลองการใช้งานเป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 2 ผลประเมิน โดยเฉลี่ย 4.25 อยู่ในระดับมาก



ภาพที่ 3 : หน้าจอออกแบบแปลงเกษตร



ภาพที่ 4 : หน้าจอสรุปผลแปลงเกษตร

**ตารางที่ 1:** ผลการทดลองแบบสอบถามความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชัน (ผู้ดูแลระบบ)

หัวข้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.ความเสถียรของระบบ	3.88	0.64
2.ความง่ายของระบบ	4.25	1.96
3.การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ	4	0.53
4.การทำงานในฟังก์ชันของระบบ	4.42	0.51
5.ออกแบบระบบ	4.10	0.17

**ตารางที่ 2:** ผลการทดลองแบบสอบถามความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชัน (ผู้ใช้)

หัวข้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.รูปแบบของการใช้งาน	4.16	0.58
2.การใช้งานของแอปพลิเคชัน	4.26	0.57
3.การใช้สีของแอปพลิเคชัน	4.37	0.49
4.ความดึงดูดผู้ใช้งาน	4.25	0.44
เฉลี่ยรวม	4.25	0.52

### 5. สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการประเมินความพึงพอใจของการทำงานต้นแบบแอปพลิเคชัน โดยกลุ่มผู้ใช้ที่แสดงบทบาทเป็นผู้ดูแลระบบจำนวน 5 คน พบว่าต้นแบบแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ในระดับมาก และจากผลการใช้งานต้นแบบแอปพลิเคชัน โดยกลุ่มผู้ใช้ที่แสดงบทบาทเป็นเกษตรกรจำนวน 10 คน พบว่า ต้นแบบแอปพลิเคชันสามารถทำงานถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นั่นคือต้นแบบแอปพลิเคชันสามารถทำงานได้ดี รองรับอุปกรณ์ประเภทพกพาได้มาก สะดวก รวดเร็ว แก่การใช้งาน

อย่างไรก็ตามในการใช้งานระบบผู้ใช้งานจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชัน นอกจากนี้แอปพลิเคชันเหมาะกับเกษตรกรที่มีการปลูกพืชหลักอยู่แล้ว จึงไม่แนะนำแอปพลิเคชันนี้สำหรับเกษตรกรใหม่ แต่เกษตรกรใหม่สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้

แอปพลิเคชันมีข้อจำกัดดังนี้ รองรับเฉพาะพื้นที่ที่เป็นตารางเมตร (ไร่) ผู้ใช้สามารถเลือกพืชหลักและพืชแซมได้อย่างละ 1 ชนิดเท่านั้น การพัฒนาแอปพลิเคชันในงานวิจัยนี้เพื่อวางแผนแบบจำลองการปลูกพืชเท่านั้น และใช้ในกรณีศึกษา อาจจะไม่มีความหลากหลายของพืชแซม

ข้อเสนอแนะของงานวิจัยมีดังนี้ การคำนวณผลผลิตของพืช อาจจะไม่มีความคลาดเคลื่อนได้ขึ้นอยู่กับผลผลิตที่ได้

และปัจจัยต่าง ๆ แอปพลิเคชันควรแนะนำการปลูกพืชแซมที่สอดคล้องกับประเภทดินและประเภทพืชหลักได้ ในการทดสอบแอปพลิเคชันที่พัฒนาจาก Flutter Framework [6] ในระดับของการทดสอบระดับหน่วย และการทดสอบรวม ควรประเมินความมั่นใจ (Confidence) ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา (Maintenance Cost) การพึ่งพา (Dependencies) และความเร็วในการดำเนินการของแอป (Execution Speed)

### เอกสารอ้างอิง

[1] กองสำรวจดินและวิทยทรัพยากรดิน กรมพัฒนาที่ดิน (2016). แอปพลิเคชันปุ๋ยรายแปลง [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก [https://www.ldd.go.th/www/lek\\_web/web.jsp?id=17863](https://www.ldd.go.th/www/lek_web/web.jsp?id=17863)

[2] NECTEC (2563). แอปพลิเคชัน Chaokaset [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://play.google.com/store/apps/details?id=th.or.nectec.zoning.chaokaset&hl=th&gl=US>

[3] กองสำรวจดินและวิทยทรัพยากรดิน กรมพัฒนาที่ดิน (2016). แอปพลิเคชันสารสนเทศดินและข้อมูลการใช้ปุ๋ย [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก [https://www.ldd.go.th/www/lek\\_web/web.jsp?id=17837](https://www.ldd.go.th/www/lek_web/web.jsp?id=17837)

[4] Mazǎre, A.G.; Lonescu, L.M.; Liǎ, L.; Vişan, D.; Belu, N.; Gherghe, M. (2018). Intelligent monitoring and planning system for herbicidal processes in agricultural crops. IEEE 24<sup>th</sup> International Symposium for Design and Technology in Electronic Packaging (SIITME).

[5] Li, K.; Qi, Y. (2018). Motion Planning of Robot Manipulator for Cucumber Picking. 3<sup>rd</sup> International Conference on Robotics and Automation Engineering (ICRAE)

[6] Testing Flutter apps. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://flutter.dev/docs/testing>

# การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

## A Development of Web application for Thai traditional medicine midwifery clinic

### Thaksin University, Phatthalung Campus

วิสิทธิ์ บุญชุม<sup>1\*</sup>, มุสหมัดไฟซอล ดอกอ<sup>1</sup>, อารีรัตน์ กาละกาญจ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>สาขาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

222 หมู่ที่ 2 ต.บ้านพร้าว อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210 โทรศัพท์: 074-609607

E-mail: visit@tsu.ac.th

#### บทคัดย่อ

การผดุงครรภ์ด้วยวิธีแพทย์แผนไทยได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายเพื่อช่วยดูแล ส่งเสริมสุขภาพและป้องกันอันตรายแก่หญิงหลังคลอดและบุตร ในกรณีนี้ คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ ได้เปิดให้บริการคลินิกผดุงครรภ์ไทยแก่ผู้ป่วยในพื้นที่ใกล้เคียง แต่การให้บริการของคลินิกผดุงครรภ์ไทยยังเป็นรูปแบบดั้งเดิม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์ด้วยวิธีแพทย์แผนไทย เพื่อความเหมาะสมต่อการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพในยุค COVID-19 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบ ประกอบด้วย ภาษา PHP, MySQL, Visual studio code, Bootstrap, AppServ 2.5.10 ผลการพัฒนาระบบทำให้ 1) ผู้ป่วยสามารถจองคิวขอรับบริการผ่านแอปพลิเคชัน 2) ผู้ป่วยสามารถตรวจสอบวัน/เวลาในการเข้าพบแพทย์ 3) ผู้ป่วยสามารถดูคำแนะนำในการรักษาย้อนหลังได้ และ 4) แอปพลิเคชันสามารถบันทึกข้อมูลการออกให้บริการของนิสิตแพทย์ได้ ระบบถูกประเมินความพึงพอใจโดยนิสิต คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา สาขาวิชาการแพทย์แผนไทย จำนวน 30 คน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี คือ 4.06 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.19

**คำสำคัญ:** เว็บแอปพลิเคชัน, การผดุงครรภ์, ระบบสารสนเทศ, การดูแลสุขภาพ, สาธารณสุขด้านสุขภาพ

#### Abstract

Midwifery in Traditional Thai Medicine has been widely using for health care, health promotion, and prevent harm to mother and child. In this regard, the Faculty of Health and Sport Science, Thaksin University has provided the Thai midwife clinic to the neighborhood patients. Unfortunately, the service process of Thai midwifery clinics is still in a traditional form. So, the researcher has been designed and developed a web application for Thai traditional medicine midwifery clinic. Tools for this research are PHP, MySQL, VS Code, Bootstrap, AppServ. The result of this research is 1) Patients can book a queue for a service through the application 2) Patients can check Date/time of admission 3) Patients can access the medical history and 4) The application can record the information on the services by medical students. The system was evaluated by the 30 Thai traditional medicine students. The overall satisfaction of the application was at a high level ( $\bar{X}$  = 4.06, S.D. = 0.19).

**Keywords:** Web Application, Midwifery, Information System, Healthcare, Health Informatics

## 1. คำนำ

การผดุงครรภ์แพทย์แผนไทยถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายสำหรับหญิงหลังคลอด เพื่อช่วยดูแล ให้คำปรึกษา ส่งเสริมสุขภาพและป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับหญิงหลังคลอดและบุตร ซึ่งหลักสูตรการแพทย์แผนไทย คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง มีการเปิดบริการคลินิกผดุงครรภ์ไทย ให้แก่ผู้ป่วยในพื้นที่ใกล้เคียง แต่การให้บริการของคลินิกผดุงครรภ์ไทยนั้น ยังเป็นรูปแบบดั้งเดิม คือผู้ป่วยต้องทำการกรอกแบบฟอร์มเพื่อจองคิวด้วยตัวเอง และนิสิตแพทย์ต้องทำการจดบันทึกข้อมูลลงในแบบฟอร์ม ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลสูญหายได้ อาจารย์ผู้สอนติดตามงานของนิสิตได้ล่าช้า ผู้ป่วยเข้าถึงคำแนะนำและประวัติการรักษาได้ยาก รวมถึงความไม่เหมาะสมต่อการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพในยุค COVID-19

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ให้เหมาะสมต่อการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพในยุค COVID-19 โดยมีขอบเขต 1) เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถทำการจองคิวขอรับบริการแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน 2) ผู้ป่วยสามารถรู้วัน/เวลาในการพบแพทย์เพื่อรับการรักษา 3) ผู้ป่วยสามารถดูคำแนะนำและประวัติการรักษาได้ 4) นิสิตแพทย์สามารถบันทึกข้อมูลในการออกให้บริการรักษาผู้ป่วยได้ 5) อาจารย์สามารถติดตามการรักษาของนิสิตแพทย์ได้แบบ Real-time และร่วมแก้ปัญหาให้แก่ นิสิต/ผู้ป่วยได้อย่างทันที่

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย

การผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย [1] คือการตรวจ ให้คำแนะนำ บำบัด ส่งเสริมสุขภาพหญิงตั้งแต่เริ่มตั้งครรภ์ จนกระทั่งคลอดบุตรและการดูแลทารกในระยะหลังคลอดด้วยศาสตร์การแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นองค์ความรู้ของไทยที่ได้สืบทอดมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน เพื่อป้องกันอาการผิดปกติต่าง

ที่อาจเกิดกับมารดาและทารก โดยจะแบ่งการดูแลเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงการตั้งครรภ์และช่วงหลังคลอด

การผดุงครรภ์ในช่วงการตั้งครรภ์ [2] เป็นการดูแลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย อารมณ์ และจิตใจของมารดาในช่วงตั้งครรภ์ โดยจะเริ่มตั้งแต่การซักรั้วประวัตินั้นไป ประวัติการตั้งครรภ์ การตรวจร่างกาย ให้คำแนะนำหากเกิดการเจ็บป่วยหรือความผิดปกติ ซึ่งอาจนำไปสู่การแท้งบุตรได้ รวมถึงการดูแลด้านจิตใจด้วย

การผดุงครรภ์ในช่วงหลังคลอด [3] เป็นการดูแลมารดาหลังคลอดและทารก มีการตรวจประเมินอาการประเมินแผล ประเมินการหดตัวของมดลูก การฟื้นฟูสภาพร่างกาย ให้กลับมาเป็นปกติ เช่นการนวด ประคบ การอบสมุนไพร เป็นต้น

### 2.2 การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน

เว็บแอปพลิเคชันคือแอปพลิเคชันที่ถูกเขียนโปรแกรมขึ้นมาสำหรับการใช้งานบนเบราว์เซอร์หรือเว็บเพจ ซึ่งถูกปรับแต่งให้แสดงผลเฉพาะส่วนที่จำเป็นและมีความสวยงาม ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ใช้งานง่าย สามารถใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตได้ [4]

ภาษา PHP [5] คือภาษาคอมพิวเตอร์แบบ Server-Side Script ใช้ในการจัดทำเว็บไซต์และสามารถประมวลผลออกมาในรูปแบบ HTML ภาษา PHP เป็นเฟรมเวิร์กที่มีการตอบโต้ได้อย่างรวดเร็ว มีการอำนวยความสะดวกในการพัฒนาซอฟต์แวร์เป็นไปตามมาตรฐานการเขียนโปรแกรม ภาษา PHP มีเสถียรภาพและปลอดภัยมากขึ้น

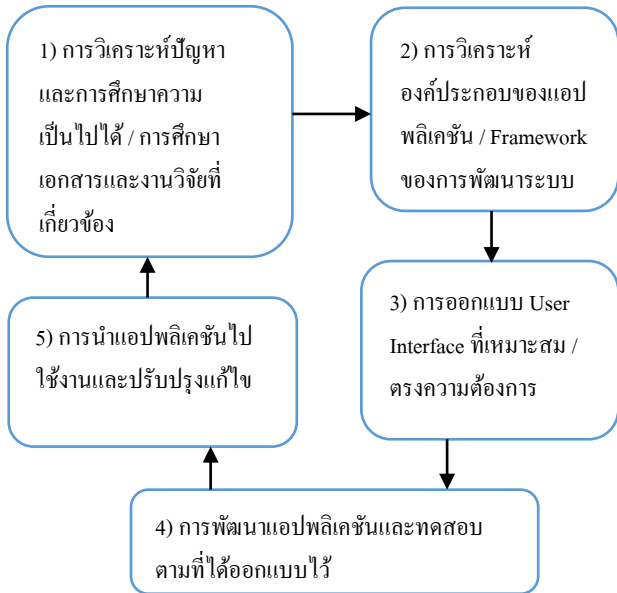
MySQL [6] เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์แบบ Open Source บนพื้นฐานของ SQL ซึ่ง MySQL ได้รับการออกแบบและปรับให้เหมาะสมสำหรับเว็บแอปพลิเคชัน MySQL ทำงานเป็น Database Server มีการออกแบบมาเพื่อการประมวลผลการค้นหาข้อมูลจำนวนมาก MySQL เป็นตัวเลือกยอดนิยมและมีความยืดหยุ่นสำหรับธุรกิจ Ecommerce

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

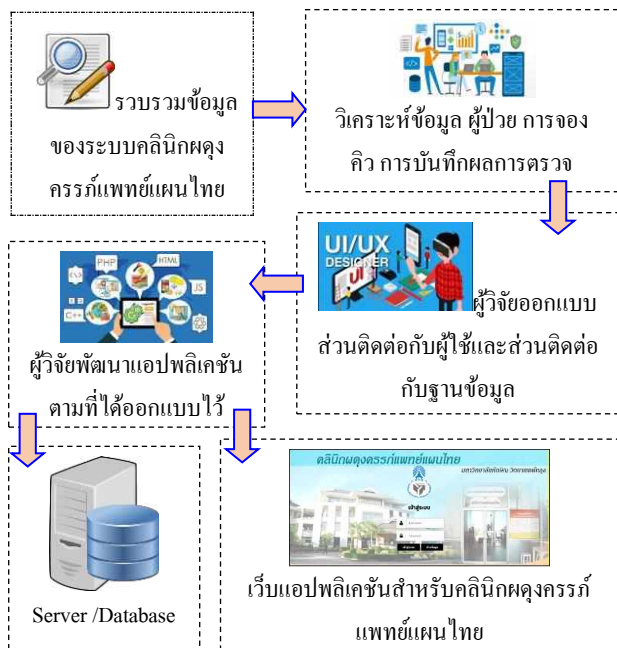
1) ศูนย์สูติ-นรีเวช [7] ที่ให้บริการดูแลสุขภาพสตรีอย่างครบวงจร 2) ระบบงานตรวจสุขภาพแฟมิลีแคร์คลินิกเวชกรรมสงขลา [8] มุ่งเน้นงานตรวจสุขภาพที่มีการเก็บข้อมูลเป็น

ระบบ การใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน และการประมวลผลอย่างรวดเร็ว ลดการสิ้นเปลืองทรัพยากร ใช้ภาษา PHP และระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL 3) การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือ ีระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์สำหรับการเผยแพร่โรคภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของภาคใต้ตอนล่าง [9] เป็นต้น

### 3. วิธีการวิจัย

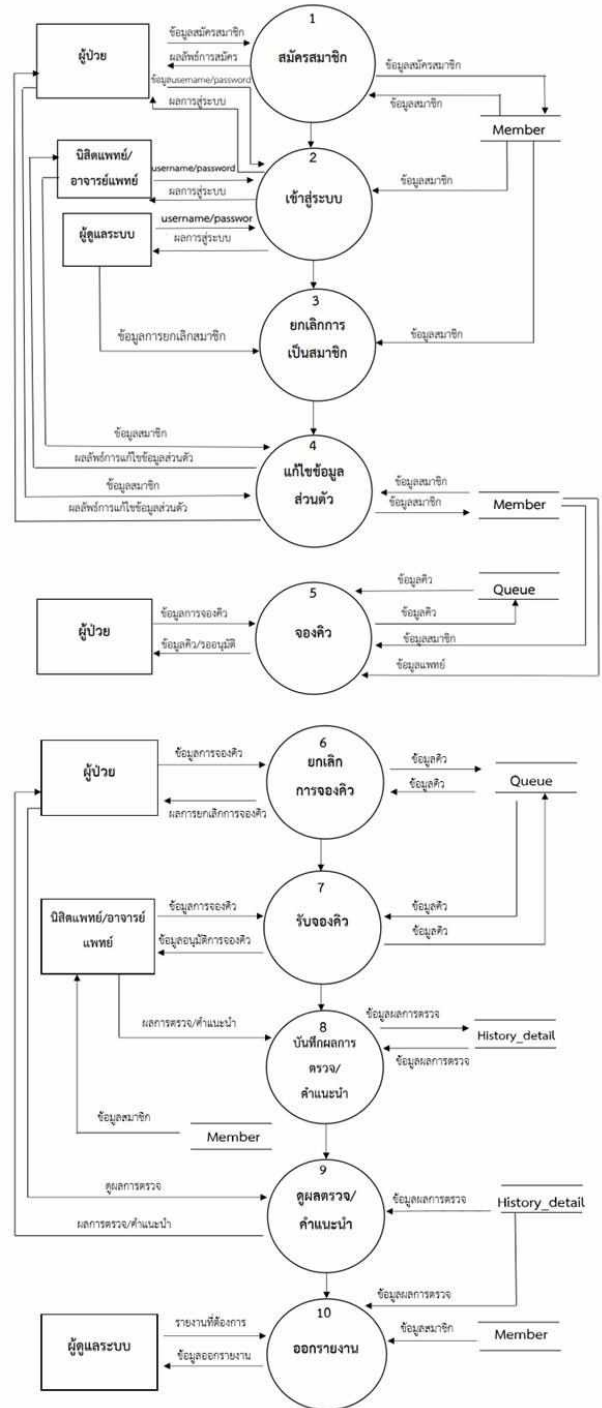


ภาพที่ 1 วงจรการพัฒนา ระบบ SDLC



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด (Framework) การทำงานของระบบ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาปัญหา วิเคราะห์ความต้องการของระบบ ดำเนินการพัฒนา ระบบโดยใช้วงจรการพัฒนา ระบบ (SDLC) ดังภาพที่ 1 และมีการจัดทำกรอบแนวคิดเพื่อนำไปสู่การออกแบบเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกศัลยกรรมกระดูกแพทย์แผนไทย ดังภาพที่ 2

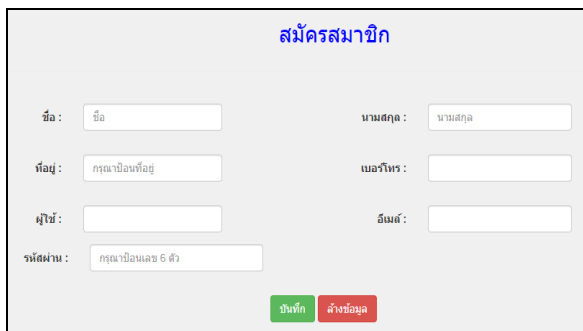


ภาพที่ 3 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0

การทำงานของระบบดังกล่าวที่ 3 เริ่มต้นจากผู้ป่วยหรือหญิงตั้งครรภ์หรือญาติที่ประสงค์จะเข้ารับบริการทำการสมัครสมาชิก (Register) เพื่อป้อนข้อมูลที่จำเป็นเข้าสู่ระบบ จากนั้นทำการเข้าสู่ระบบ (Login) เพื่อเข้าใช้งานระบบ โดยสามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้หรือยกเลิกการเป็นสมาชิกได้ ผู้ป่วยทำการจองคิวเพื่อรับบริการผดุงครรภ์แพทย์แผนไทยจาก นิสิตแพทย์ โดยมีการควบคุมดูแลจากอาจารย์แพทย์ กรณีที่ นิสิตแพทย์ยังไม่ได้รับจองคิวนัดพบแพทย์ ผู้ป่วยสามารถยกเลิกการจองคิวได้ แต่ถ้า นิสิตแพทย์รับจองคิวการพบแพทย์ ให้กับผู้ป่วยแล้ว ผู้ป่วยจะยกเลิกการนัดผ่านระบบไม่ได้ เมื่อ นิสิตแพทย์ออกให้บริการผู้ป่วยตามนัดหมาย นิสิตแพทย์สามารถบันทึกผลการตรวจ/คำแนะนำ/รูปภาพต่างๆ ลงในระบบได้ โดยอาจารย์แพทย์สามารถเข้ามาดูผลตรวจ/คำแนะนำ เพื่อเสนอแนะแก่นิสิตแพทย์และแก่ผู้ป่วยแบบ Realtime ได้นอกจากนี้ผู้ดูแลระบบยังสามารถออกรายงานการออก ให้บริการผดุงครรภ์แพทย์แผนไทยของ นิสิตแพทย์ในแต่ละช่วงเวลาได้

#### 4. ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับ คลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขต พัทลุง ดังภาพที่ 4 และภาพที่ 5



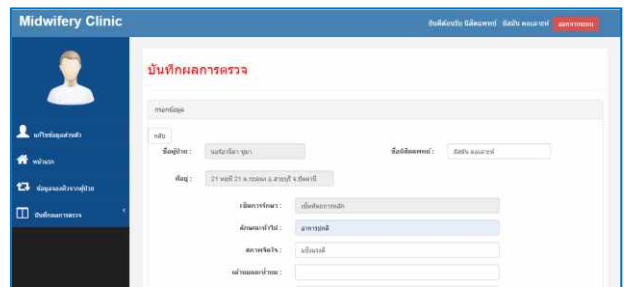
ภาพที่ 4 หน้าจอสมัครสมาชิก (Register)



ภาพที่ 5 หน้าจอเข้าสู่ระบบ (Login)



ภาพที่ 6 หน้าจอการจองคิวนิสิตแพทย์ (Booking)



ภาพที่ 7 หน้าจอการบันทึกผลการตรวจ (Booking)

เว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ได้นำมาทดลองใช้กับ นิสิตที่ศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา สาขาวิชาการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง จำนวน 30 คน ผลการประเมินพบว่า ประสิทธิภาพระดับความพึงพอใจและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย

หัวข้อประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D	ความหมาย
1. ด้านความดึงดูดใจ นำใช้งาน	3.84	0.14	ดี
2. ด้านความสะดวกในการใช้งาน	4.05	0.14	ดี
3. ด้านความถูกต้องของระบบ	3.95	0.13	ดี
4. ด้านความครอบคลุมตามขอบเขต	4.03	0.12	ดี
5. ด้านความถูกต้อง ครบถ้วน ของเนื้อหา	4.41	0.41	ดี
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.06</b>	<b>0.19</b>	<b>ดี</b>

## 5. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิก ผดุงครรภ์แพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความต้องการของระบบ แล้วนำมาจัดหมวดหมู่เพื่อให้เข้าใจง่าย นอกจากนี้ยังมีการประยุกต์ใช้ ภาษา PHP เครื่องมือในการเขียนโปรแกรม Visual Studio Code ใช้ Frontend Framework ซึ่งเป็น Responsive Web หรือ Mobile First ที่ชื่อว่า Bootstrap ฐานข้อมูล MySQLi มาตรฐานการส่งข้อมูลแบบ JSON ตัวจัดการฐานข้อมูล XAMPP เพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับคลินิกผดุงครรภ์ แพทย์แผนไทย สำหรับการอำนวยความสะดวกไปยังผู้ป่วย เพื่อรับบริการจากนิสิตแพทย์และอาจารย์แพทย์ โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ทำให้แอปพลิเคชันได้เข้ามาช่วย ในการเข้าถึงการบริการทางการแพทย์แผนไทยอย่างทั่วถึง การ ค้นหาประวัติการรักษาและการรับคำแนะนำจากแพทย์ รวมถึง มีทัศนคติที่ดีต่อการแพทย์แผนไทยอีกด้วย

## 6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากนายมุขัมหมัดไฟ-ซอล คอกกอและนางสาวอารีรัตน์ กาละกาญจนา สาขาวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

## เอกสารอ้างอิง

- [1] คมสัน ทินกร ณ อยุธยา. (2564). การผดุงครรภ์ใน การแพทย์แผนไทย. สืบค้นเมื่อ 27 มกราคม 2564. จาก <https://www.yahomthai.com/content/8353/>
- [2] Choonradaa Panttchin. (2018). Caring for the Women with Unintended Pregnancy: The Nurse Midwife Roles. *Journal of Nursing and Health Care*. 36(3): July - September 2018. pp. 6-15.
- [3] ศิริรัตน์ ศรีรักษาและกุสุมาลย์ น้อยผา. (2563). ปัจจัยที่มีผล ต่อการดูแลตนเองของหญิงหลังคลอดด้วยการแพทย์ พื้นบ้าน: กรณีศึกษาในอำเภอป่าพะยอมจังหวัดพัทลุง.

วารสารวิชาการสาธารณสุข 29(1) มกราคม - กุมภาพันธ์ 2563. หน้า 26-35.

- [4] วิสิทธิ์ บุญชุม, กฤษดา สุวรรณการณ, สุดา เข็ยมนต์รี, อรยา ปรีชาพานิช, คณิดา สินใหม่, กฤษณ์ ทองขุนคำ, นันทรัตน์ พุกษาพิทักษ์. (2562). ระบบสารสนเทศเพื่อ การจัดการสื่อการเรียนที่ปรับตามบริบทสำหรับนิสิต. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 29. หน้า 356-363.
- [5] Majida Laaziria, Khaoula Benmoussa, Samira Khoulijic, Mohamed Larbi Kerkeb. (2019). A Comparative study of PHP frameworks performance. *The 12th International Conference Interdisciplinarity in Engineering. Procedia Manufacturing* 32 (2019) pp. 864–871.
- [6] Margaretha Ohlyver, Jurike V. Moniaga, Iwa Sungkawa, Bonifasius Edwin Subagyo, Ian Argus Chandra. (2019). The Comparison Firebase Realtime Database and MySQL Database Performance using Wilcoxon Signed-Rank Test. *4<sup>th</sup> International Conference on Computer Science and Computational Intelligence 2019 (ICCSCI)* pp. 396-405.
- [7] ศูนย์สตรี-นารีเวช. สืบค้นเมื่อ 27 มกราคม 2564. จาก <https://www.bumrungrad.com/th/centers/women-center-health-obgyn-bangkok-thailand>
- [8] จิตรพงษ์ เจริญจิตร, นิธิ ทะนนท์. (2559). การพัฒนาเว็บ แอปพลิเคชันในระบบงานตรวจสุขภาพ. การประชุม ชาติใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. หน้า 758-769.
- [9] Visit Boonchom, Khamika Khamdam and Rattasat Kreutong. (2020). The Development of Android Application for Disseminating Thai Cultural Heritage of the Lower Southern Provinces of Thailand. *Thaksin University Journal*, 23(3), September - December 2020. P. 31-49.



# The Development of Business Intelligence Web for Forecasting Rental Income of Suan Kwang Tung Apartment and Visualize Water and Electricity Consuming Behavior of the Tenants

1<sup>st</sup> Maneerat Paranan

*Faculty of Business Administration and  
Information Technology  
Rajamangala University of Technology  
Tawan-ok : Chakrabongse Bhuvanath  
Bangkok, Thailand  
m.paranan@gmail.com*

2<sup>nd</sup> Watchapol Prakongjai

*Faculty of Business Administration and  
Information Technology  
Rajamangala University of Technology  
Tawan-ok : Chakrabongse Bhuvanath  
Bangkok, Thailand  
wprakongchai@gmail.com*

3<sup>rd</sup> Jeerapa Petchwattananone

*Faculty of Business Administration and  
Information Technology  
Rajamangala University of Technology  
Tawan-ok : Chakrabongse Bhuvanath  
Bangkok, Thailand  
j\_pet2002@hotmail.com*

4<sup>th</sup> Jintana Sangdee

*Faculty of Business Administration and  
Information Technology  
Rajamangala University of Technology  
Tawan-ok : Chakrabongse Bhuvanath  
Bangkok, Thailand  
jtn.sangdee33@gmail.com*

5<sup>th</sup> Sakawarn Piyawitwanich

*Faculty of Business Administration and  
Information Technology  
Rajamangala University of Technology  
Tawan-ok : Chakrabongse Bhuvanath  
Bangkok, Thailand  
piyawitwanichs12@gmail.com*

**Abstract**— The objectives of this study are (1) to implement Business Intelligence website for analyzing water and electricity consuming behavior of Suan Kwang Tung Apartment tenants and predicting income from leasing the apartment, (2) to evaluate the efficiency of developing business web intelligence by a method called Black-box Testing, and (3) to measure the satisfaction of web users. The languages we used to implement the web are HTML5, CSS3, Javascript, JQuery, PHP programming language and with the help of Bootstrap Framework. We also used Data Visualization from Google Charts API to create a dashboard to help visualize the charts such as Bubble Chart, Scatter Chart, Pie Chart, Combo Chart and Line Chart. The user sample size is three. From the study, we found that (1) business web intelligence for analyzing water and electricity consuming behaviors of Suan Kwang Tung Apartment tenants and predicting income from leasing the apartment consists of 6 major modules, which are a module for managing system basic information, a module for creating lease agreement, a module for storing the usage of water and electricity, a module for paying a bill, a module for analyzing the usage of water and electricity using K-means, and a module for predicting income from leasing the apartment. (2) The efficiency of our business web intelligence has the best average score. (3) The users have the most satisfaction from using our business web intelligence. And they also suggested the use of RFID and IOT technology that can further improve business efficiency of leasing the apartment by connecting it to our existing product.

**Keywords**— Business Intelligence, Data Analytics, Data Visualization, Google Charts, K-Means, Forecasting

## I. INTRODUCTION

There are currently various options of Data Analytics and Data Visualization tools available to use for free e.g. ChartJS, MerrisChart, FusionCharts and Google Chart [1]. Both public and private institutions are trying to apply the use of these tools within their business. Since the tool can help with the speediness discovering the dimension of the data and so that the institution can develop plans or policies based on this information to improve the organization in the future. Suan

Kwang Tung Development Company Limited, one of the private institutions, had contacted our research team to help implement the Business Intelligence systems. Their business focuses on apartment service and product distribution location. They also provide business on car, motorbike and shopping cart parking locations. The challenges of the entrepreneur are how to perform the business management efficiently and how to use the data for decision support. Currently, the company stores the data in Excel sheets. The financial officer manually writes Excel sheets to calculate the rental, utility bill or parking rental when the rental invoice is due, which may lead to some errors. In addition, it is difficult to create the report on the expense on each category. It is also a waste of time to gather disorderly rental invoices and often the monthly file is overwritten so that the older files are not able to retrieve to calculate the income. Therefore, the company is in much need to get help on developing Business Intelligence systems from our research team. The systems will help manage their Suan Kwang Tung apartment business. The company also wants the implementation of a web application to display a Dashboard where the user can drill down to experience the data in different dimensions in real-time, analyze the utility usage of the tenant, and predict the future income. From all these requirements, the research team had been studying and analyzing the possibility of the system development from related research projects on Business Intelligence [2-4]. We then used the previous system and built upon it to make the new system more suitable for Suan Kwang Tung Development Company Limited. Objectives of the Study Including : (1) implementing Business Intelligence website for analyzing water and electricity consuming behavior of Suan Kwang Tung Apartment tenants and predicting income from leasing the apartment, (2) evaluating the efficiency of developing business web intelligence by a method called Black-box Testing and (3) measuring the satisfaction of web users

## II. RELATED WORKS

Data clustering using K-means algorithm [1] has the crucial point of determining a number of desired groups of the data. After that, the algorithm will randomly choose a representative data point for a group or centroid. And then it will calculate the distance between each data point and the centroid with the equation below:

$$\text{Distance}(\text{data point}, \text{centroid}) = \sqrt{(\text{data point}_x - \text{centroid}_x)^2 + (\text{data point}_y - \text{centroid}_y)^2}$$

The clustering group is created based on the nearest distance between the observed data point and the centroid. A new mean, which is calculated from averages of all the points in each cluster, will become a new centroid. Then, we recalculate the distance from each data point to the centroid and determine which centroid is the nearest to the observed data point. We then move the data point to that clustering group. This process is called positions of centroids optimization. The process will continue repeatedly until every cluster has no more change of the members.

Time series forecasting [1] has the crucial point of sorting the order of occurring time to analyze the data from the past to present and predict the future trend. There are many varieties of methods such as Least Squares Method, Move Average Method, Weighing Move Average Method, Trend Projection, and Exponential. For example, in Least Squares Method or LSM, firstly we have to determine the number of rows of the data. If the row number is even, we let  $t$  of the two in the middle be  $-1$  and  $1$ . The ones before are  $-3, -5, -7, \dots$  and the ones after the middle point are  $3, 5, 7, \dots$ . And then we calculate the series based on equation (2). If the row number is odd, we let  $t$  in the middle be  $0$ . The ones before are  $-1, -2, -3, \dots$  and the ones after the middle point are  $1, 2, 3, \dots$ . And then we calculate the series based on equation (2).

$$\begin{aligned} \hat{Y} &= a + bt \\ b &= \frac{n \sum t_i Y_i - \sum Y_i \sum t_i}{n \sum t_i^2 - (\sum t_i)^2} \quad \text{and} \quad a = \frac{\sum Y_i}{n} - \frac{b \sum t_i}{n} = \bar{Y} - b \bar{t} \end{aligned} \quad (2)$$

One of the related studies is of Naruemol Mansion room booking management system by T. Sombun [5]. The system supports two groups of users which are guest and administrator. The guest can book the room in advance. The administrator can manage the data in the system e.g. the administrator can add, remove and edit rooms, and can retrieve tenant's personal information, booking information, rental information, payment information, utility information, room switching information and move out information. The system was implemented with Microsoft Visual Studio 2017 and SQL Server. This study is also related to the study of Omsin Dormitory management system by W. Chusuwan, and N. Prinyapol [6]. The system allows the business owner to access through the browser to look at the invoice report, payment history and rental history. The tenant can also access the system to check their rental fee, print invoice report and pay the fee through banking or at the dorm's counter. There is also another related study on dormitory control and management system project by N. Anantasukon [7]. The project connects electricity with the system to let it control the electrical devices. The project is developed in C# and works with Embedded System, which is written in Python. The database is in PostgreSQL. This study is also related to one published research paper on Controlling IoT devices on Business Intelligence Web for Homestay business by

M. Paranan, J. Sangdee, W. Khunkittirak, S. Pradubkaew, and A. Thongnoppakhun [8]. The system is a web application written with HTML5, CSS3, PHP5, Bootstrap3 framework and Google Chart API to display data in graphic manner. The IoT devices are installed in the rooms to enable the electrical appliance to be controlled through web application. The duration of electrical appliance usage will be stored in the system via IoT device and will be reported to the business owner in a form of graphs.

## III. METHODOLOGY

The procedures of developing a system for Business Intelligence Web for clustering water and electricity consuming behavior of Suan Kwang Tung Apartment's tenants and forecasting rental income are as follow:

- 1) *gather information and documents related to rental business, building, parking lot, and other incomes from running business*
- 2) *analyze the requirements, design the system using DFD ER-Model, and create a GUI using HTML5 and CSS3 with the help of a framework called Bootstrap*
- 3) *deliver a GUI to the users to get their feedbacks*
- 4) *update the GUI according to the feedbacks*
- 5) *develop the system by divided into 2 cases: (1) create a database and import data into the tables in MySQL and (2) create 6 modules writtern in PHP, JavaScript, and JQuery along with Google Chart API. The 6 modules are a module for managing system basic information, a module for creating lease agreement, a module for storing the usage of water and electricity, a module for paying a bill, a module for analyzing the usage of water and electricity using K-means, and a module for predicting income from leasing the apartment*
- 6) *evaluate the performance of the system using a method called Black-box Testing*
- 7) *deliver a GUI to the users and ask for satisfaction on the system*

## IV. RESULTS

1. *The results of developing a system for Business Intelligence Web for clustering water and electricity consuming behavior of Suan Kwang Tung Apartment's tenants and forecasting rental income consist of 6 major modules which are a module for managing system basic information, a module for creating lease agreement, a module for storing the usage of water and electricity, a module for paying a bill, a module for analyzing the usage of water and electricity using K-means, and a module for predicting income from leasing the apartment.*

1.1 *module for managing system basic information lets the administrator add and remove rental room, building and parking lot information, and other rental rates*

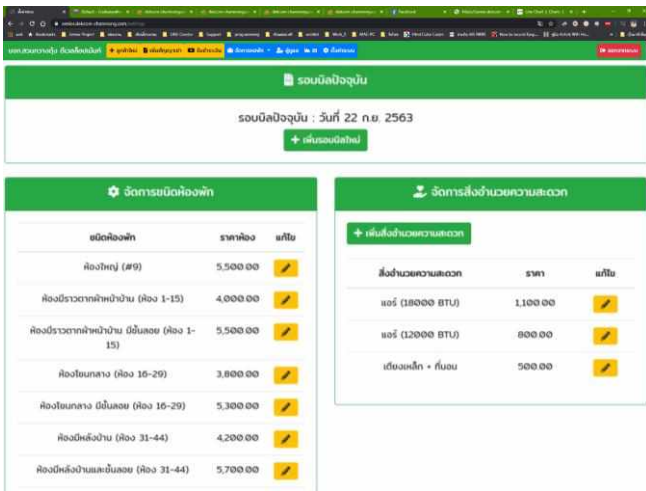


Fig. 1. module for managing system basic information

1.2 module for creating lease agreement consists of 3 parts which are

- a) filling out tenant's personal information in a form
- b) choosing a leasing type from apartment, building or parking lot
- c) confirming leasing agreement and make a payment

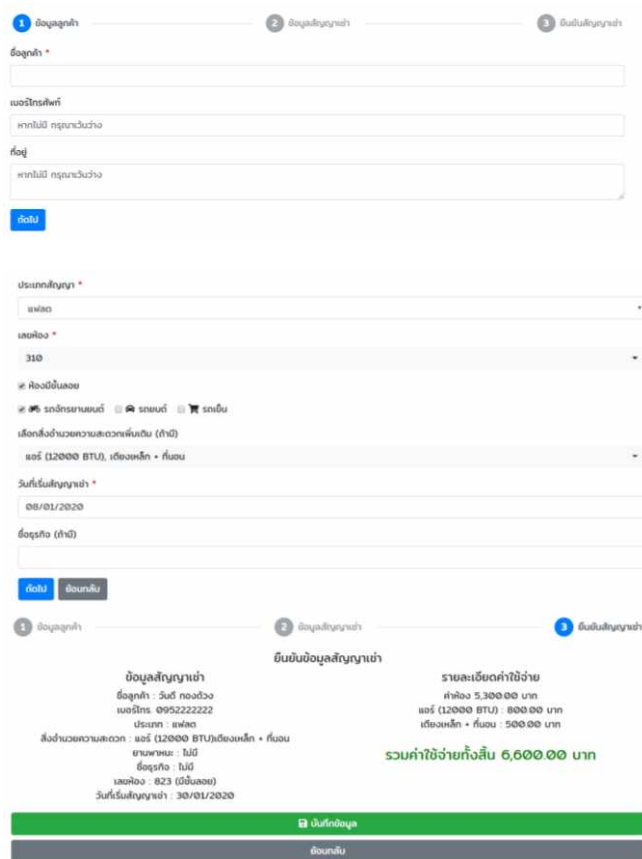


Fig. 2. module for creating lease agreement

1.3 module for storing the usage of water and electricity supports data input from web application and from importing CSV file or Google sheet



Fig. 3. module for storing the usage of water and electricity

1.4 module for paying a bill

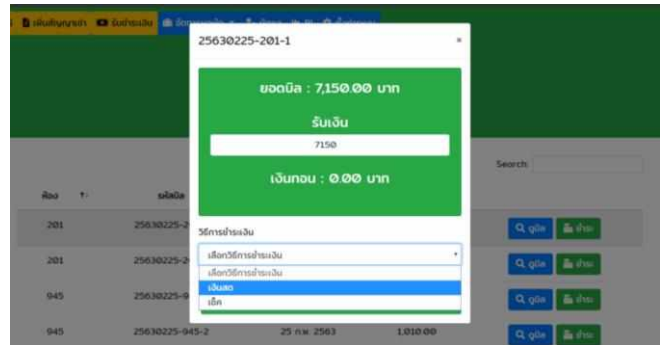


Fig. 4. module for paying a bill

1.5 module for analyzing the usage of water and electricity using K-means



Fig. 5. module for analyzing the usage of water and electricity using K-means

The procedure to cluster water and electricity consuming behavior is retrieving all Suan Kwang Tung tenants' history of water and electricity usage from the database with a tool called Rapidminer and then applying K-means clustering algorithm, where k is set to 5. The analysis results are stored into a database called tbl\_kmeans. Then, the data from tbl\_kmeans database will be retrieved by a web application to visualize in bubble charts with Google Charts API.

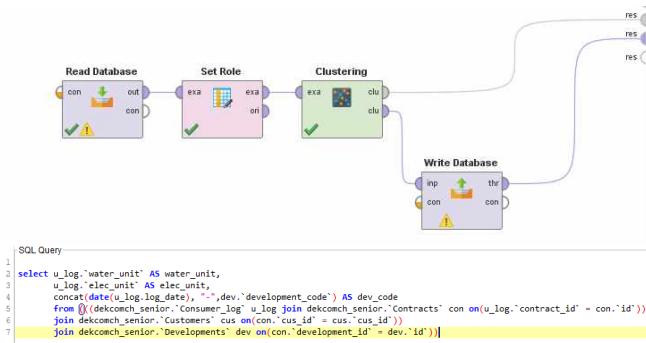


Fig. 6. The course of processes in Rapidminer and a query to retrieve the data from MySQL database

1.6 module for predicting income from leasing the apartment has applied 5 forecasting methods which are Least Squares Method, Trend Projection, Move Average Method, Weighting Move Average Method, and Exponential. The accuracy is determined using a method called MAD. Then, the method with the least deviation is recommended to the users.



Fig. 7. module for predicting income from leasing the apartment

Moreover, we can analyze the income forecasting by revenue types as follows: income from leasing the apartment, income from leasing the parking lot, income from leasing the building, income from other business.

2. The performance of our developed system gives the highest average score.

TABLE I. THE RESULTS OF EVALUATING THE EFFICIENCY OF DEVELOPING BUSINESS WEB INTELLIGENCE BY A METHOD CALLED BLACK-BOX TESTING FROM ALL 4 SYSTEM USERS

Questionnaire	$\bar{X}$	S.D.	Level
<b>Suitability for user's needs</b>			
1. The system provides basic data management e.g. add and edit rental room, building information, and parking lot information	4.75	0.43	Highest
2. The system allows adding new tenant information and lease agreement	4.50	0.50	Highest
3. The system provides 2 methods of filling out utility usage which are via web application and by importing a CSV file	4.75	0.43	Highest
4. The system can retrieve the analyzed utility consuming behavior data to display in a bubble chart	4.75	0.43	Highest

Questionnaire	$\bar{X}$	S.D.	Level
<b>Suitability for user's needs</b>			
5. The system can predict the income and compare prediction methods to get the best results	4.75	0.43	Highest
<b>Accuracy of the system operation</b>			
6. The system can correctly analyze unit of utility usage of the current month from a data form or imported data	4.75	0.43	Highest
7. The system can correctly analyze, calculate, and summarize daily, monthly and yearly income	4.50	0.50	Highest
<b>Usability of the system</b>			
8. The system provides easy of use for the user such as the positions of menu and buttons	4.75	0.43	Highest
9. Theme and colors are beautiful, modern and appropriate	4.50	0.50	Highest
<b>Speediness of the system operation</b>			
10. The process of data visualization of utility consuming behavior clustering is fast	4.50	0.50	Highest
11. The speed of income predicting process	5.00	0.00	Highest
<b>Speediness of the system operation</b>			
12. The speed of saving basic data on the system	4.75	0.43	Highest
<b>Security of the system</b>			
13. There is an authentication for accessing the system for personal information protection	4.75	0.43	Highest
14. Logout is automatically done if the user forget to do when closing the web browser	4.75	0.58	Highest
<b>Average of all aspects</b>	<b>4.70</b>	<b>0.43</b>	<b>Highest</b>

From table 1, the performance of our developed system is at the highest level. When looking at the questionnaire closely, we found that "11. The speed of income predicting process" has the highest average score at 5 and s.d at 0.

### 3. The results of satisfaction evaluation of the users

TABLE II. THE AVERAGE OF SATISFACTION SCORES OF THE USERS

User satisfaction of each module	$\bar{X}$	S.D.	Level
1. Module for managing system basic information	4.50	0.50	Highest
2. Module for creating lease agreement	4.50	0.50	Highest
3. Module for storing the usage of water and electricity	4.75	0.43	Highest
4. Module for paying a bill	4.50	0.50	Highest
5. Module for analyzing the usage of water and electricity using K-means	4.75	0.43	Highest
6. Module for predicting income from leasing the apartment	4.75	0.43	Highest
<b>Averages</b>	<b>4.63</b>	<b>0.47</b>	<b>Highest</b>

The users have the average of the highest level of satisfaction. The average score is 4.63 and s.d. is 0.47. The users also suggest the use of RFID and IOT technology by connecting it to the developed system so that it can further improve business efficiency of leasing the apartment.

## CONCLUSION AND DISCUSSION

This study focuses on developing Business Intelligence website for analyzing water and electricity consuming behavior of Suan Kwang Tung Apartment tenants and predicting income from leasing the apartment. The system consists of 6 modules which are a module for managing system basic information, a module for creating lease agreement, a module for storing the usage of water and electricity, a module for paying a bill, a module for analyzing the usage of water and electricity using K-means, and a module for predicting income from leasing the apartment. The system has been tested with a method called Black-box Testing and has been approved by the business owner with the highest level of satisfaction when testing the trial website. The users suggest the use of RFID and IOT technology by connecting it to the developed system so that it can further improve business efficiency of leasing the apartment. The study is related to the other studies as mentioned before about the process of managing rental information, tenant information, rental room information and other related information [1-8]. However, this study has expanded to provide other rental services such as buildings, parking lots, and carts. It also features business intelligence techniques and data mining analysis within the system. It applies data clustering and data forecasting with web application development which helps Suan Kwang Tung Apartment business owner with decision support from the information from data visualization. It can also be conveniently accessed real-time via any browser, including on a mobile phone, over the Internet.

## REFERENCES

- [1] M. Paranan, T. Meepueng, T. Kulsri, S. Potibenjakul, and N. Duangpia, "Applying Google Chart Tools for Develop Food Delivery Business Intelligence System." Proceeding Joint Conference on ACTIS & NCOBA, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi Pranakhon Si Ayutthaya Thailand, 2018, pp. 217-222.
- [2] M. Paranan, "Development Business Intelligence Model for Information System Curriculum." Journal of Science and Technology RMUTSB, vol. 1, no. 1, pp.50-59, 2017.
- [3] M. Paranan, E. Chatmongkon, J. Rangsiman, V. Tanyarat, and J. Sangdee, "Development of Business Intelligence for Rubber Stamp Production Community Enterprises," The National Conference and International Conference on Applied Computer Technology and Information System and National Conference on Business Administration 16, Thaksin University Songkhla Thailand, 6 July 2019, pp. 93-97.
- [4] M. Paranan, C. Jareansuk, C. Dengwang, and D. Wonbao, "Designing e-Auction Business Intelligence Web Center." Proceeding Joint Conference on ACTIS & NCOBA, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi Pranakhon Si Ayutthaya Thailand, 2018, pp. 200-205.
- [5] T. Sombun, *Rental Room Management System for Naruemon Mansion*, Mahanakorn University of Technology, 2017. Accessed on: Jan 30 2020. [Online]. Available: [www.msit.mut.ac.th/thesis/Thesis\\_2560/\(IT\)%20ระบบจัดการห้องพัก%20บนถนนชั้น.pdf](http://www.msit.mut.ac.th/thesis/Thesis_2560/(IT)%20ระบบจัดการห้องพัก%20บนถนนชั้น.pdf)
- [6] W. Chusuwan, and N. Prinyapol, *Development of a dormitory management system: A case study of AOMSIN APARTMENT*, Dhurakij Pundit University, 2015. Accessed on: Jan 30 2020. [Online]. Available: [https://grad.dpu.ac.th/upload/content/files/ปีที่%203%20ฉบับที่%203%20มหาชน%20-%20กรกฎาคม%202558/122-Jour\\_V3\\_No\\_3\\_ระบบบริหารจัดการห้องพัก%20กรณีศึกษาหอพักออนไลน์.pdf](https://grad.dpu.ac.th/upload/content/files/ปีที่%203%20ฉบับที่%203%20มหาชน%20-%20กรกฎาคม%202558/122-Jour_V3_No_3_ระบบบริหารจัดการห้องพัก%20กรณีศึกษาหอพักออนไลน์.pdf)
- [7] N. Anantasukon, *Developing Dorm Management System Software*, Thammasat University, 2016. Accessed on: Jan 30 2020. [Online]. Available: [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU\\_2016\\_5802037274\\_6808\\_5709.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802037274_6808_5709.pdf)
- [8] M. Paranan, J. Sangdee, W. Khunkittirak, S. Pradubkaew, and A. Thongnoppakhun, "IoT-controlled Web Intelligence for Homestay Business," proceeding (The National Conference and International Conference on Applied Computer Technology and Information System) and National Conference on Business Administration 16, 6 July 2019, pp. 6-11.

# Thai Rice Cultivation Animation

Phairoj Samutrak, Chalit Kangvaravoot, Pongsapat Totan

Department of Multimedia and Esport, Faculty of Science

Chandrakasem Rajabhat University (CRU)

Bangkok 10900, THAILAND

e-mail: phairoj.s@chandra.ac.th, chalit.k@chandra.ac.th, pongsapat.t@chandra.ac.th

*Abstract*—Agriculture is an important part of Thailand. The current rice planting process has changed due to various factors. People who are interested in growing rice, studying the knowledge, the process of rice cultivation, or the rice farming methods is very important. Therefore, this research is developed in the form of multimedia that directly reaches users through 3D multimedia. The concept of presenting information on each method of Thai rice cultivation is more interesting and easier to understand. The research project on 3D multimedia development is about Thai rice cultivation. The objective is to analyze the design and development of 3D multimedia about Thai rice cultivation, for general people who are interested in growing rice and there is a need to study how to grow rice. This research uses the principles of multimedia development. The expert evaluation procedures and assessment of the satisfaction of users of multimedia.

The results of the research were conducted by the principles and processes of multimedia development. The storyboard's performance is evaluated by experts. It was found that the evaluation of the efficiency of storyboards by experts has a mean of 4.29 and a standard deviation of 0.14 is good. The media efficiency is evaluated by experts use in studying the satisfaction of media users, found that the media performance evaluation by experts has a mean of 4.56 and a standard deviation of 0.19 is very good. The summarize of the findings from the media user satisfaction assessment which the sample group used in this study was primary school students. The Demonstration School of Chandrakasem Rajabhat University, the number of 40 students, according to the correct procedures. The analysis using tools used to collect data as questionnaires. The statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation. The research found that the classification of user satisfaction is divided into 3 aspects, with a very good average value, which is the quality aspect. The average of 4.78 and a standard deviation of 0.08 at a very good level, followed by the overall picture with an average of 4.78 and the standard deviation of 0.04 is at a very good level. Finally, for the benefit, there is an average of 4.74 and the standard deviation of 0.13 is very good.

The results of the user satisfaction on 3D multimedia regarding as Thai rice cultivation, including 3 aspects, have an average value of 4.77 and a standard deviation of 0.05 is very good. The 3D multimedia about Thai rice cultivation shows the benefits of rice cultivation and the process of rice cultivation.

Keywords- method of rice cultivation, 3D multimedia

## I. INTRODUCTION

Rice has long been associated with Thai people for 5,000 years ago[1]. Rice grown as a species of wild rice characteristics of fat fort kernels is rice in the glutinous family. Some of the ancient civilizations of the world, Ban Chiang, Udon Thani province appear rice husk or rice husk is a mixture of soil in making pottery vessels. It shows that the people of this land have been cultivating rice for a long time 1,500 years ago. It was an era where the name "Suvarnabhumi" meant a fertile land like golden land. Later there was a monk, brahmins and merchants from the Indian subcontinent arrived, bringing a slender grain of rice with them. Has been planted and grown extensively, tastes excellent. Has been very popular among the nobility. So he called this kind of rice "Kao Jao". In 1855, King Mongkut, made a treaty with England. The treaty is a major turning point for many transformations of Thailand, including the economic expansion that occurred mainly in the agricultural sector. Especially rice exports and Thailand has been the number one of exporter of rice in the world for nearly 30 consecutive years. Nowadays, Thai rice is popular all over the world[2]. With acceptable quality, especially Thai jasmine rice. There are many different forms of farming. Since each place or region has a different area, transplanting paddy field is the cultivation of rice grains in the prepared plots to germinate. Then pluck the seedlings into the prepared fields and take care of them until yielding, it is done in areas with sufficient labor[1]. Sowing is the cultivation of rice by sowing the seeds into the prepared fields. It is a very common method, because of saving labor and time for planting rice, the field of throwing is planting rice by throwing the seedlings. This is a new type of farming with the main objective of controlling weeds and plants. It is also less costly and produces higher yields than other methods of farming as it saves seeds, labor and time in planting, sowing, or planting rice fields. It is rice cultivation on uplands such as at the foot of the mountain where the high and low areas cannot plow, soil preparation and leveling as easily as on the flat ground[3]. The height level

area has no water and no irrigation, the cultivation of rice fields requires only rainwater. Therefore, light-aged rice varieties must be grown in the early rainy season and can be harvested at the end of the rainy season. Rice terraces are rice plantation on high ground. There are two types of cultivation: the condition of the farm or called field rice and another condition is rice-terraced cultivation, cultivated in an area near a water source where water can be supplied to the paddy field [4]. Each type of rice is produced in a form of media that is directly accessible to users. Therefore, our researchers have an idea to present information on each type of Thai rice cultivation method to be more interesting and easier to understand in three-dimensional multimedia media.

In the next section, introduce the related work. In section 3 is presently proposed research method. In section 4, conclusion and future study

## II. RELATED WORK

Makasiri chawakul and team (2017) [5] conducted research. More than 90% of the rice seeds sold in the market have not yet been officially certified. This research aims to develop a suitable model of commercial rice seed production to meet the standard of rice seed strains. Distribution of the Rice Department [6] by developing a production process certification system, focusing on the certification of rice seed plots under the cooperation of 3 parties, namely shops and marketing department, the farmers who are the children of the shop are the production department and related to departments in the area is a technical department for controlling production standards called business partner conducted testing, evaluation and certification of plots in the cultivation season 2014, the operating area is 1,418 rai in Suphanburi and Phichit provinces. The results of this study point to the key variables that determine the efficiency level of commercial rice seed plots evaluation, namely certification of production process standards must be done in conjunction with product certification and converter certification must be part of the manufacturing process standardization system. This will create cooperation between merchants and farmers who grow rice seeds. Increasing the number of conversion auditors with the potential to audit the fields equivalent to the officials of the Rice Department is a necessary condition of the conversion standardization system. Are there any serious red rice and weed varieties after the assessment has ended. The main factors affecting the conversion evaluation were the number and the randomization of the checkpoint. That must be a good representative of the cultivation conditions of the rice in the field. The recommendations for bringing the rice seed standard certification system to concrete commercial practice is to drive this certification system should be based on cooperation between the Association of Rice Seed Collectors and Distributors and the Department of Rice[7]. Not only about this certification but also about the private

sector's main seed production or the development of rice varieties in the future.

Niphon Phuapongsakorn and Faculty (2014) [8] research and development of Thai rice and looking forward. The objective of this project is to study the trend of rice production. Consumption and exports of Thai rice analyze the impact of the government's market intervention policy. On the competitiveness of Thai rice, it focuses on building a knowledge base and research in the production, trade and marketing sectors. With the necessary policy management, the study also found that research is a key factor in the total factor productivity in the agricultural sector, which is a key factor in improving farmers' long-term livelihoods. Besides, the research and development of fragrant rice varieties were also successful, both for improved pest resistance and higher yields per rai. As a result, Thailand earns one-third of the export value of jasmine rice, therefore the yield from breeding research is higher than 30%. However, the government's rice research is facing a major problem: Rice research budget compared with the value-added of rice (rice research intensity) tends to decline. Rice research budget relies on annual budget causing the research budget to fluctuate according to the economic cycle. In what year is the state in economic difficulties? In any year when the state is in economic trouble, research budgets are cut first because research is a long-term investment. Therefore, it cannot be converted to political votes in the short term. Program research budget allocation for at least 3-5 years has been successful. promoted by dwelling "Research and development" is an excuse.

## III. RESEARCH METHOD

In this section showed our approaches for Thai Rice Cultivation Animation.

### 1) Planning, implementation, researching [9]

Story planning is thinking about the main story of the operation to know the scope of work. Collected data on the rice planting method to accurately describe the content. Gather information about creating multimedia media, creating 3D models, and creating animations.

### 2) Write a chapter to proceed with the story [10]

Collect information about the rice cultivation method, proceed with the matter clearly and correctly, To proceed with the matter ,and compile information to take appropriate action. Nadum rice cultivation has just 8 steps as follows: [11]

(1) Soil preparation, let us take a spoon to shovel the soil or practice shoveling the soil. So that the soil is fairly finely cracked to make the rice plant grow better for plots that are not very large.

(2) Selection of seedlings. We should use seedlings that are about 25-30 days for the black embroidery.

(3) the right time for planting. For growing rice varieties that are sensitive to light. Is the month of August because the rice plants will have time to grow until the ear is about 120 days, which is the time needed for high-yield rice

(4) A good spacing for planting rice is between the clusters, 20 cm apart, between the rows 25 cm apart, about 3 - 5 cm deep, and each clump that is planted in black. About 3 - 5 seedlings should be used for the rice plants are fertile.

(5) Fertilization The whole plot should be fertilized so that the rice plants will have strong tillering and a high yield.

(6) Weeding. Done by using the hand to withdraw or use herbicides.

(7) Pest control. There are both biological and using chemicals

(8) Maintaining water levels in the water after we planted rice Should control the water level to be about 5 centimeters because water at this level Enough to meet the needs of the rice plant Just this, we can all grow rice together. Do you see? Growing rice is not as difficult as you think.

The Story: Nong Kwan Khao introduced himself and explained about the rice cultivation process. After that, Nong Kwan Khao goes into the field to observe each step from soil preparation to harvesting. It is inspired by the cultivation of Thai Nadum rice and today most people do not know how to grow rice as it should be. Therefore, there is the concept of storytelling by users of the media to see images from 3D multimedia media clearly and easily. For media users to continue to use

Design a storyboard and passed expert evaluation

Background of Storyboard: Starting from the rice fields which show animation title then cut to the scene where Nong Kwan Khao greeted and introduce yourself to then Nong Kwan Khao took him to see the rice planting process. Beginning with soil preparation, Nong Kwankhao used soil drills to do the soil repeatedly to keep the soil sufficiently detailed. Later, Nong Kwan Kwan Kao explains about choosing the seedlings for planting black. And the appropriate time for planting Nong Kwan Khao will then explain the appropriate spacing for planting. And maintaining the water level. After that, Nong Kwan Khao will introduce fertilizer application for both safe weed removal and using herbicides. The next scene will be a harvest, after the rice plant has grown to full maturity, it can be harvested. After that, Nong Kwan Khao came out and briefed about the method of growing rice. That growing rice is not as difficult as everyone thought.

Design the characters It is the design of the appearance, personality, and skin color (example shown in Figure 1).

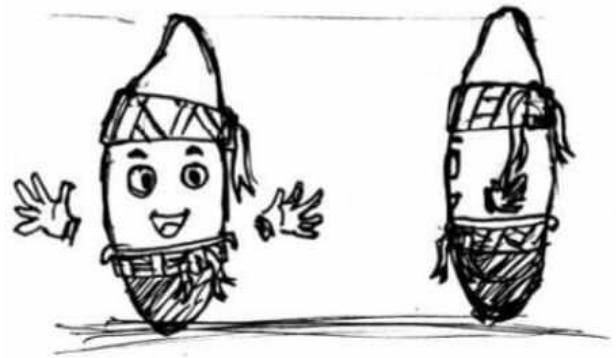


Fig. 1. Nong Kwan Khao Character Design Sketch

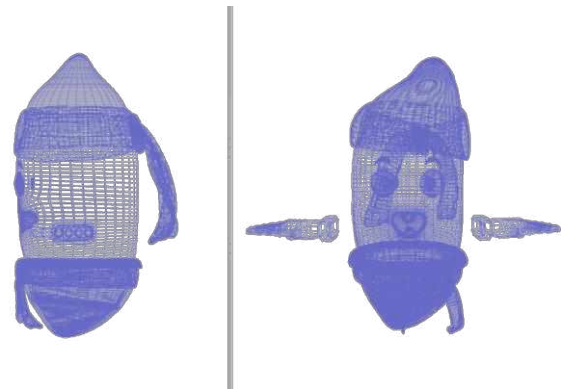


Fig. 2. Nong Kwan Khao 3D Character

- Nong Kwan Khao

Inspired by the grain and the dress of the farmer Because it is relevant to the research topic with the suitability of the media. Then, the researcher adapted it into a characteristic shape that was conveyed as a cartoon character which is similar to farmers Characteristic

Design the scene including objects Various components of the scene, multimedia creation: Create 3D models (characters, scenes, things) (example shows figure 2). Add color to the 3D model (example shows figure 3). Make moves for the characters. Collect 3D models to create animations. (An example shows Figure 4-7). Add sound effects, voiceovers and add special effects to animation.





Fig. 3. Nong Kwan Khao 3D Character render



Fig. 6. Example fertilization of Thai rice cultivation



Fig. 4. Introduction to Thai rice cultivation



Fig. 7. Example harvest of Thai rice cultivation



Fig. 5. growth time of Thai rice cultivation

Check and correct if any errors occur. Present multimedia media Ready to evaluate. Expert assessment of storyboard performance, Media performance assessment by experts, Satisfaction assessment of media users. Summarize of research results

#### IV. PERFORMANCE

This research was conducted with the objective from developing 3D multimedia into Thai rice cultivation. For 40 elementary school students, the 3D multimedia performance was assessed by using a questionnaire on satisfaction from viewing 3D multimedia media affecting the research so that it could be used for research development. The result is the mean and standard deviation, details are shown in Table 1.

TABLE I. SUMMARY OF SATISFACTION ASSESSMENT FORM

Assessment list	Comment level		
	(Avg.)	(S.D.)	converts
<b>Quality</b>			
The story is clear and easy to understand	4.83	0.45	Very Good
The characters play a suitable role	4.78	0.58	Very Good
Sound and background music are appropriate	4.75	0.59	Very Good
The duration of the media is appropriate	4.78	0.42	Very Good
Media is colorful	4.75	0.59	Very Good
<b>Benefit</b>			
The audience gained knowledge of how to grow rice	4.75	0.49	Very Good
Viewers have a good understanding of how rice is grown	4.75	0.49	Very Good
Viewers can apply their knowledge of rice cultivation methods in their daily life.	4.73	0.72	Very Good
<b>Overview</b>			
Media interest	4.80	0.56	Very Good
Overall satisfaction	4.76	0.48	Very Good
Get knowledge after viewing the media.	4.76	0.53	Very Good

From Table 1, the results of the evaluation of the efficiency of 3D multimedia media on Thai rice cultivation. The sample group consisted of 40 students in Grade 4 - 6 at the Demonstration School of Chandrakasem Rajabhat University. The data was analyzed for mean and standard deviation, with the summary of the quality of 3D multimedia media on Thai rice cultivation. Very good the opinion assessment form is divided into 3 areas.

## V. CONCLUSION AND FUTURE STUDY

In the experiment of using 3D multimedia media on Thai rice cultivation which was the sample group in media usage and answered the questionnaire on the satisfaction after using the media. By analyzing the results and able to conclude that the mean results of all 3 aspects were at 4.77. It was concluded that it was very good.

Further development approach can be developed to further developed multimedia in other formats and can be adapted to It is possible to develop virtual reality media.

## ACKNOWLEDGMENT

This research was supported by Institute of Research and Development Chandrakasem Rajabhat University, year 2018.

## REFERENCES

- [1] P. Kanjanachan, "The people of the rice fields and buffalo in Southeast Asian culture" Thammasat Museum Faculty of Sociology and Anthropology Thammasat University, 2013, pp.7-37.
- [2] Pusadee T., et al. "Genetic structure and isolation by distance in a landrace of Thai rice." Proceedings of the National Academy of Sciences 106, no. 33 (2009): pp. 13880-13885.
- [3] Rerkasem B. and Kanok R. "On-farm conservation of rice biodiversity." In an international workshop on "In situ Conservation", FAO, Bangkok, vol. 29. 2005.
- [4] Gale, E. L., & Saunders, M. A. (2013). The 2011 Thailand flood: climate causes and return periods. *Weather*, 68(9), pp. 233-237.
- [5] M. Chaowagul, et al., "The Adaptation to drought of rice farmers in irrigated areas", 2017.
- [6] Kanjina, Sukit. "Participatory water resource management in Thailand: Where are the local communities." In 12<sup>th</sup> Biennial Conference of the International Association for the Study of the Commons (IASC) "Governing Shared Resources: Connecting Local Experience to Global Challenges". Cheltenham. 2008.
- [7] Wiwanitkit, Viroj. "An observation on correlation between rainfall and the prevalence of clinical cases of dengue in Thailand." *Journal of vector borne diseases* 43, no. 2 (2006): 73.
- [8] N. Poapongsakorn. "The Rice Price and Export Policies in 2007-2008." Presented at the FAO Workshop on Rice Policy in Asia. Chiangmai. February 2009..
- [9] Marika Nieminen. "Psychology in Character Design Creation of a Character Design Tool". South-Eastern Finland University of Applied Sciences. 2017.
- [10] Campbell, Trudy. "Technology, multimedia, and qualitative research in education." *Journal of Research on Computing in Education* 30, no. 2 (1997): pp.122-132.
- [11] Tanee Sreewongchai, et al. Phenotypic Evaluation of Root Traits in F<sub>2</sub> Progenies from Cross Between Lowland and Upland Rice. *Thai Journal of Science and Technology*, 7, 2018, pp. 471-480.

# A Case Study on an Application of ICT and IoT to Promote Cultural Tourism of Bang Nam Phueng Floating Market Community

1<sup>st</sup> Maneerat Paranan

Faculty of Business Administration and  
Information Technology  
Rajamangala University of Technology  
Tawan-ok : Chakrabongse Bhuvanath  
Bangkok, Thailand  
m.paranan@gmail.com

2<sup>nd</sup> Jeerapa Petchwattananone

Faculty of Business Administration and  
Information Technology  
Rajamangala University of Technology  
Tawan-ok : Chakrabongse Bhuvanath  
Bangkok, Thailand  
j\_pet2002@hotmail.com

**Abstract**— *The objectives of this study are 1) to synthesize the application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism on a case study of Bang Nam Phueng floating market community, 2) to assess the practicability of the implemented system by 5 specialists, 3) to develop a prototype of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) for market 4.0, 4) to examine the results of a case study on an application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism of Bang Nam Phueng floating market community, and 5) to study the satisfaction and feedback of Bang Nam Phueng floating market community. The tools used in the development of the prototype system are Google sites for web application development where each store's information, store's location, store's photos and store's product are stored in Google Sheets on Google Drive, IoT devices and a program called Arduino. It used Raspberry Pi for developing electronic device control modules via smartphone, Appsheet Mobile Application and Google Form for storing tourist's check-in data. There is a chatbot built on a Line application and Facebook fanpage. The customers sentimental analysis system is developed with Lexto API. And there is also a BI Dashboard developed with Google Charts API for the back-end. The sample size used for studying the results of the application prototype is 200 business owners in Bang Nam Phueng floating market community selected by purposive sampling method. The results of the study found that the application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) for creating market 4.0 environment can be categorized into 10 modules which are (1) a module for adding store's location and cultural information by an application called Appsheet, (2) a module for displaying a map and guiding the tourist to the destination store in the search query, (3) a module for controlling IoT electronic devices, (4) a module for checking in, pressing favorite, commenting and voting the products in a store, (5) a module for adding a new product and advertising promotional news in real-time, (6) a module for reserving product and service in advance, (7) a module for chatbot setup for the store to set an automatic response settings, (8) a module for chatbot for the customer, (9) a module for analyzing customers sentimental from customer's review, and (10) a module for reporting to Business Intelligence (BI) dashboard. The feedback from using a developed application prototype by 200 business owners in Bang Nam Phueng floating market community found has an average score of 4.06. The average score of "The speed of promoting the products to the customers" has the best score of 4.80. And the satisfaction score of the business owners in Bang Nam Phueng floating market community is at the highest level.*

**Keywords**— *IoT, Business Intelligence, Customers Sentimental*

## I. INTRODUCTION

Digital development plan for economy and society stated [1] stated that "Thailand can potentially create and use digital technology at its fullness to improve infrastructure development, innovation, information, human capital, and other resources to drive economy and society of the country to stability, prosperity and sustainability." People have to be prepared to learn both knowledge and skill in using digital technology, or be prepared for digital literacy, in order for business operation or other professions to increase work's efficiency and effectiveness from applying, understanding, accessing digital technology and innovating new technology [2] which adds more value to the products and services. As a consequence, this study has been initiated with the name of the development of market 4.0 prototype with Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism on a case study of Bang Nam Phueng floating market community. The objective of the study is to pass on the knowledge on the application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to 200 business owners or stores in the community. So that they can understand, access digital technology and apply it to increase distribution channels or advertise the products and services on the website. Also they can apply Internet of Things (IoT) to automatically collect customer behavior data with sensor systems. Community's electric devices and equipment can be controlled via web technology or application on the smartphone. These help promote cultural tourism and increase awareness to preserve Thai culture and tradition for the tourists and customers who can access the information real-time from their smartphone. These help 21st century social development by helping people who have low income for their career development to help with social inequality. Producers, both farmers and non-farmers, are encouraged to become entrepreneurs 4.0: systematically using technology and innovation in production and marketing for an objective of becoming "stability, prosperity and sustainability." By doing this, they have laid a strong foundation for the community to increase agricultural competitiveness, production as well as tourism service which is unique to them. National Tourism Development Plan number 2 year 2017-2021 has analyzed the change in tourism segment trends which affects the group of tourists in the future to have a diverse direction of tourism. The group of tourists

can be classified into 13 groups which are cultural tourism, sea sun sand tourism, MICE, sport tourism, adventure tourism, shopping tourism, gastronomy tourism, entertainment tourism, health & wellness tourism, ecotourism, medical tourism, cruise tourism and religious tourism. This study is focusing on the cultural tourism which relies on natural resources from the community. It shows way of life in the community i.e. farming and trading. The cultural heritage is also in the interest of the tourists. Cultural tourism is in a future cultural development plan where the target is to achieve a qualitative goal of tourism income. Therefore, it is required to understand the various behaviors and needs of the tourists where each group of the tourists has potential to grow in the future to respond to dynamic market demand [3]. In the era of technology breakthrough, many studies have developed new technology to help promote cultural tourism such as “The Study of Developing Virtual Cultural Tourism Technology in Nakhon Sawan Province” [4], “The Development of Cultural Tourism Technology” [5], “Media and Knowledge Management for Tourism Development: the Golden Travel Route in Sanuk Province” [6], and “The Study on the Trends of Application on Information Technology to Promote Participation Cultural Tourism Using EDFR Technique” [7]. However, it lacks the study of applying IoT to promote cultural tourism when IoT has evolved fast and can help connect ICT with every device and accessory. It allows those devices to connect and send information among themselves automatically and allows the users to access and control all devices via smartphones. [8-10] Moreover, there are also applications of IoTs technology for lighting systems control of smart homes and for agriculture of smart farms. [11-12] Our research team then wanted to study the application of ICT and IoT to cultural tourism. The target area is set to Bang Nam Phueng floating market community in Samut Prakan Province. Since there exists the community, owned by the OTOP business owners, where the cultural heritage is still maintained. There exists many tourist attractions e.g. floating market which has up to 800 stores, Bang Nam Phueng temple, Bang Na Nok temple, Chao Phraya riverside, riverside cycling area, and learning sources from OTOP business owners. Therefore, we wanted to create a prototype of market 4.0 with the application of ICT, of online stores or E-commerce [13], and IoT to promote cultural tourism on a case study of Bang Nam Phueng floating market community. After that, we will train 200 business owners or stores in the community on the application of ICT and IoT so that they can understand, access the existing technology and apply it to increase distribution channels or advertise their products and services on the website. And also they can apply the use of IoT to automatically collect consumer behavior information and to control community’s electronic devices and appliances through web technology or smartphone application which is fitting to the characteristics of people from Gen Y [14-15]. Objectives of the Study including : (1) To study the results of market 4.0 prototype using Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism on a case study of Bang Nam Phueng floating market community., (2) To study the satisfaction and feedback from Bang Nam Phueng floating market community.

## II. RELATED WORKS

Cultural tourism is the tourism that depends on natural resources from the community. It shows way of life in the community such as farming and trading. There is a cultural heritage which is in the interest of the tourists.

Information and Communication Technology (ICT) is the technology related to news, information and communication. It ranges from creating, analyzing or evaluating, sending and receiving data to storing and reusing. These technologies usually mean computers which consist of hardware, software, data and various kinds of communication e.g. telephone, data communication system, satellite or both wired and wireless device.

Internet of Things (IoT) is “Internet of Things” where devices and everything are connected to the Internet. And that allows us to control the devices through the Internet such as turning on/off electric devices (by connecting with controlling devices through the Internet connection via smartphones), cars, smartphones, communication tools, agricultural tools, buildings, houses, and daily supplies through Internet connection.

Market 4.0 is the area set for selling and buying goods where it is temporary. The area is only available on specific dates. There are applications of Information Technology to the area which provides the consumers and merchants convenient and also helps advertise news to the world of the Internet.

## III. METHODOLOGY

This study is a Research and Development process which has these following steps: study the related knowledge, survey the requirements of people involved, design and implement the applications of ICT & IoT to create market 4.0 environment, evaluate the opinions and prototype’s suitability from the experts when testing for the performance and using it as a trial, collect the feedback and satisfaction from the user samples, analyze the data and write a research report.

### 1) Scope of Population and Samples

- a) The population are cultural tourism business owners.
- b) The samples are 200 business owners in Bang Nam Phueng floating market community. The samples are selected by a purposive sampling method.

### 2) Scope of Data Analysis

- a) The statistical techniques used for data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation and T-test.

### 3) Scope of Research Tools

The tools used in the development of the prototype system are Google Sites for creating a web application, Google Drive and Google Sheets for storing store’s information, store’s location, store’s photos and store’s product, IoT devices, Arduino, Raspberry Pi for developing a module to control electronic devices through smartphones, Appsheet Mobile Application and Google Form for storing tourists’ check-in data, Line@ and Facebook Fanpage for creating a chatbot, Lexto API for creating a customers sentimental analysis system, and Google Charts API for creating a BI dashboard in the back-end.

The tool used in the examination of the results of a case study on an application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism of Bang Nam Phueng floating market community is the questionnaire given to the business owners after trying the prototype.

The tool used in the study of the satisfaction and feedback of Bang Nam Phueng floating market community is the questionnaire given to the business owners inquiring about the satisfaction to the prototype of market 4.0 using Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism.

#### IV. RESULTS

1. The analysis results of the application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism on a case study of Bang Nam Phueng floating market community consist of 5 parts which are User Groups, Personal Devices, Internet, Application or Modules, and Data Source. The details of each part are shown below:

1.1 User Groups are divided into Owner or the market owner, Shops or the shops in the market, and Customers and tourists.

1.2 Personal Devices consist of PC computer, Notebook, Tablet, Smartphone which can connect to the Internet and Bluetooth.

1.3 Internet and Cloud Software as a Service consist of connecting Internet through the Modem or 3G/4G to access softwares as a service which are Google Tools, Line@, Arduino, Raspberry Pi, Appsheet, and Facebook Fanpage.

1.4 Applications or Modules consist of 10 small modules as listed below:

- (1) A module for adding store's location and cultural information by an application called Appsheet
- (2) A module for displaying a map and guiding the tourist to the destination store in the search query
- (3) A module for controlling IoT electronic devices
- (4) A module for checking in, pressing favorite, commenting and voting the products in a store
- (5) A module for adding a new product and advertising promotional news in real-time
- (6) A module for reserving product and service in advance
- (7) A module for chatbot setup for the store to set an automatic response settings
- (8) A module for chatbot for the customer
- (9) A module for analyzing customers sentimental from customer's review
- (10) A module for reporting to Business Intelligence (BI) dashboard

1.5 Data Storage consists of Google Sheets and Firebase.

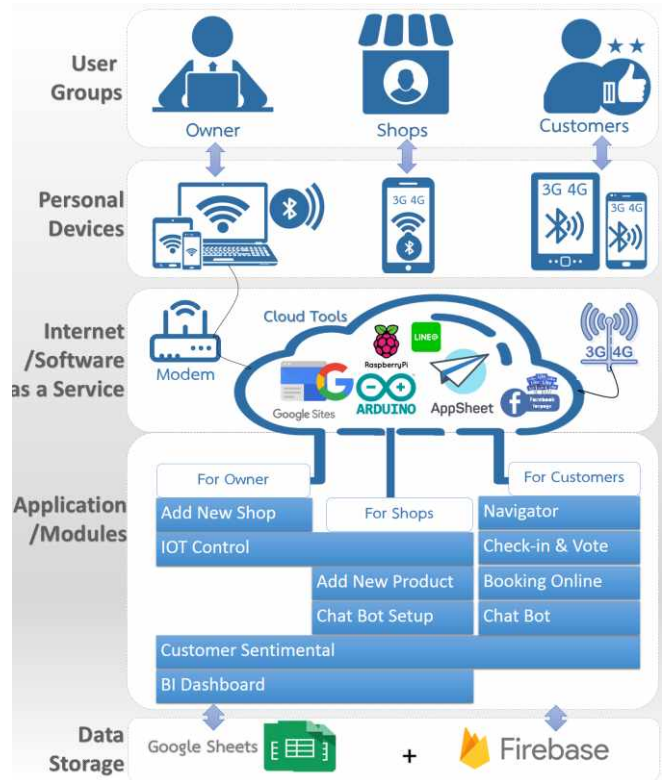


Fig. 1. The application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism on a case study of Bang Nam Phueng floating market community

2. The results of assessing the practicability of the implemented system by 5 specialists found that all the modules' averages are higher than 4.51 which means its suitability is at the highest.

3. The results of developing the prototype of market 4.0 using Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism are shown below:

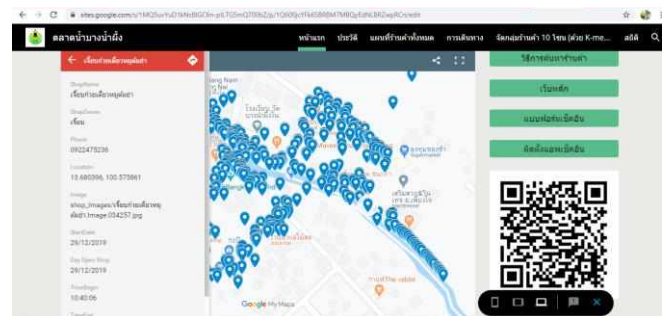


Fig. 2. A module for displaying a map and guiding the tourist to the destination store in the search query

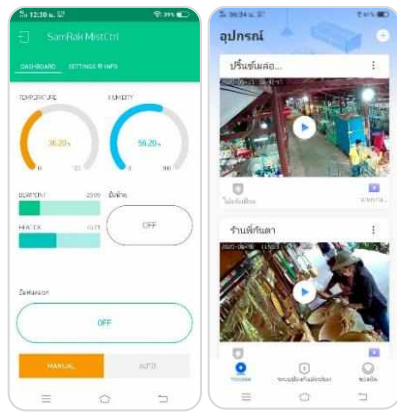


Fig. 3. A module for controlling IoT electronic devices

4. The results of studying a case study on an application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism of Bang Nam Phueng floating market community from interviewing 200 business owners in Bang Nam Phueng floating market community selected samples by purposive sampling method. The business owners had used the technology prototype at their stores and provided the feedback as shown in the table below.

TABLE I. THE FEEDBACK OF AN APPLICATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY (ICT) AND INTERNET OF THINGS (IoT) TO PROMOTE CULTURAL TOURISM OF BANG NAM PHUENG FLOATING MARKET COMMUNITY FROM 200 STORES

Questionnaire	$\bar{X}$	S.D.	Level
1. The convenience and speed of coordinating between the store and the market's owner	3.98	0.84	Medium
2. The speed of promoting the products to the customers	4.80	0.46	Highest
3. The increase of the number of customers	4.20	0.75	High
4. The decrease of time and energy wasting to answer questions from the customers	4.00	0.76	High
5. The increase of incomes	3.90	0.81	Medium
6. The decrease of expenses	3.50	0.58	Medium
<b>Average</b>	<b>4.06</b>	<b>0.7</b>	<b>High</b>

5. The results of studying satisfaction and feedback from Bang Nam Phueng floating market community

TABLE II. THE AVERAGES OF BUSINESS OWNERS' SATISFACTION IN BANG NAM PHUENG FLOATING MARKET COMMUNITY TOWARD MARKETING 4.0 VIA ICT & IOT

Questionnaire	$\bar{X}$	S.D.	Level
1. A module for adding store's location and cultural information by an application called Appsheet	4.64	0.30	Highest
2. A module for displaying a map and guiding the tourist to the destination store in the search query	4.64	0.30	Highest
3. A module for controlling IoT electronic devices	4.51	0.32	Highest
4. A module for checking in, pressing favorite, commenting and voting the products in a store	4.64	0.30	Highest
5. A module for adding a new product and advertising promotional news in real-time	4.64	0.30	Highest

Questionnaire		S.D.	Level
6. A module for reserving product and service in advance	4.51	0.40	Highest
7. A module for chatbot setup for the store to set an automatic response settings	4.51	0.40	Highest
8. A module for chatbot for the customer	4.51	0.40	Highest
9. A module for analyzing customers sentimental from customer's review	4.62	0.31	Highest
10. A module for reporting to Business Intelligence (BI) dashboard	4.62	0.31	Highest
<b>Average</b>	<b>4.58</b>	<b>0.33</b>	<b>Highest</b>

## CONCLUSION AND DISCUSSION

The application of Information and Communication Technology (ICT) and Internet of Things (IoT) to promote cultural tourism on a case study of Bang Nam Phueng floating market community has applied the use of cloud computing technology, which provides the service for free, to advocate digital Thailand movement forward. The application consists of Google sites for web application development where each store's information, store's location, store's photos and store's product are stored in Google Sheets on Google Drive, IoT devices and a program called Arduino. It used Raspberry Pi for developing electronic device control modules via smartphone, Appsheet Mobile Application and Google Form for storing tourist's check-in data. There is a chatbot built on a Line application and Facebook fanpage. The customers sentimental analysis system is developed with Lexto API. And there is also a BI Dashboard developed with Google Charts API for the back-end. It has in total of 10 modules which are (1) a module for adding store's location and cultural information by an application called Appsheet, (2) a module for displaying a map and guiding the tourist to the destination store in the search query, (3) a module for controlling IoT electronic devices, (4) a module for checking in, pressing favorite, commenting and voting the products in a store, (5) a module for adding a new product and advertising promotional news in real-time, (6) a module for reserving product and service in advance, (7) a module for chatbot setup for the store to set an automatic response settings, (8) a module for chatbot for the customer, (9) a module for analyzing customers sentimental from customer's review, and (10) a module for reporting to Business Intelligence (BI) dashboard. The application has passed the evaluation from 5 specialists and therefore delivered to business owners in 200 stores. After they tried the system, we collected the feedback and found that it could help increase the number of customers and the users were satisfied with the system prototype. The results are similar to the research study of Teerachai Lumniam [11] on "Design and Application of a Smart Farm Based on IoT." The study has brought IoT and ICT technology to support the operation of smart farms which helps increase the efficiency of managing the orchard, reduce the time taking care of the products and get better operating results.

## REFERENCES

- [1] Ministry of Digital Economy and Society, *Economy and Society Development Plan*, Ministry of Digital Economy and Society, 2018. Accessed on: Mar 30 2020. [Online]. Available: [http://www.mdes.go.th/assets/portals/1/files/590613\\_4Digital\\_Economy\\_Plan-Book.pdf](http://www.mdes.go.th/assets/portals/1/files/590613_4Digital_Economy_Plan-Book.pdf)
- [2] Office of the Civil Service Commission, *Digital Literacy*, 2019. Accessed on: Mar 30 2020. [Online]. Available: <https://www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dlp>

- [3] Office of the Permanent Secretary Ministry of Tourism & Sports, *Tourism Development Plan No 2: Year 2017- 2021*, Bangkok: The War Veterans Organization of Thailand, pp. 11-13.
- [4] S. Wiriyaa, A. Sukpradit, and R. Thongkongyu, "The Development Augmented Reality Cultural Tourism in Nakhon Sawan Province," The 4th Kamphaeng Phet Rajabhat University National Conference, Kamphaengphet Rajabhat University Kamphaengphet Thailand, 2017, pp. 1253-1260.
- [5] W. Kanawarong, "The Development of A Cultural Tourist Attraction Ontology," M.S. thesis, Information Technology., Suranaree University of Technology., Nakhon Ratchasima Thailand, 2014.
- [6] T. Kansungnern, "MEDIA AND KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR TOURISM DEVELOPMENT : THE GOLDEN TRAVEL ROUTE IN SANUK PROVINCE," Srinakharinwirot University (Journal of Science and Technology), vol. 7, no. 14, pp. 1-14, 2015.
- [7] S. Khunchomphu, W. Arreerard, and T. Arreerard, "Study on the Trends of Application on Information Technology to Promote Participation Cultural Tourism Using EDFR Technique," Journal of Innovative Technology Management Rajabhat Maha Sarakham University, vol. 6, no. 1, pp. 16-26, 2017.
- [8] Advanced Science and Technology National Science Technology and Innovation Policy Office, *Sensor technology development strategy*, 2016. Accessed on: Mar 30 2020. [Online]. Available: <http://thaist.sti.or.th/album/knowledge/pdf/5b1bb713c7dcae6639b7267dc2f2b0b6.pdf>
- [9] Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission, *Internet of Things technology and Thailand 4.0 policy*, 2017. Accessed on: Mar 30 2020. [Online]. Available: [www.nbtc.go.th/getattachment/Services/quarter2560/ไตรมาส-3-ไตรมาส-2560/เอกสารแนบ.pdf.aspx](http://www.nbtc.go.th/getattachment/Services/quarter2560/ไตรมาส-3-ไตรมาส-2560/เอกสารแนบ.pdf.aspx)
- [10] S. Danwittayakul, "Smart home in the age of IoT (Internet of Things)," Journal of Materials Technology, vol. 84, pp. 32-34, 2017.
- [11] T. Lumniam, "Design And Application Of A Smart Farm Base On IoT," M.S. thesis, Department of Electrical Engineering, Faculty of Engineering., Rajamangala University of Technology Phra Nakhon Thailand, 2016.
- [12] J. Kajornrit, P. Chaipornkaew, and N. Engchuan, "An Application of Internet of Things Technology to Control the Illumination Systems in Smart Home," JOURNAL OF INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY, vol. 7, no. 1, pp. 1-11, 2017.
- [13] The Board of Investment of Thailand, "E-Commerce," Investment Promotion Journal, vol. 26, no. 10, pp. 9-48, 2015.
- [14] K. Chonsinthanakul, "Business Plan for Model Gen Y Community Bazaar," M.S. Independent Study, Small and Medium-Sized Enterprises., Bangkok University., Bangkok Thailand, 2014. Accessed on: Mar. 10, 2020. Available: <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2094/1/kanchananaphath.chon.pdf>
- [15] S. Somnuxpong, "Trends and Tourism marketing 4.0 in Thailand," Veridian E-Journal, Silpakorn University, vol. 10, no. 3, pp. 2055-2068, Sep-Dec. 2017. Accessed on: Oct. 9, 2020. [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/profile/Suprapa\\_Somnuxpong/publication/340335285\\_Trends\\_and\\_Tourism\\_marketing\\_40\\_in\\_Thailand/link/5e843c9a299bf130796dd220/Trends-and-Tourism-marketing-40-in-Thailand.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Suprapa_Somnuxpong/publication/340335285_Trends_and_Tourism_marketing_40_in_Thailand/link/5e843c9a299bf130796dd220/Trends-and-Tourism-marketing-40-in-Thailand.pdf)

ความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตราย ของสายการบิน ในอำเภอ  
บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

SATISFACTION OF THE EXPORTER AGENT IN THE INSPECTION AGENCY DANGEROUS  
GOODS OF THE AIRLINE'S IN BANG PHLI DISTRICT SAMUTPRAKAN PROVINCE

จิตราภรณ์ อึ้งปกรณณ์แก้ว<sup>1</sup> , ดร.เฉลิมชัย ผู้พัฒน์

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือตัวแทนผู้ส่งออกที่มาใช้บริการส่งสินค้าอันตราย ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t-Test / F-test ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่า ตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 20,001-40,000 บาท และมีประสบการณ์การดำเนินการปฏิบัติงานขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศ 5-10 ปี

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ตัวแทนผู้ส่งออก, หน่วยงานตรวจสินค้าอันตราย

**Abstract**

This research purpose (1) to study the demographic data of the exporter representative in the inspection agency of the airline's dangerous goods in Bang phli district Samutprakan province (2) to study the satisfaction of exporters representatives in the inspection agency of the airline's dangerous goods in Bang phli district Samutprakan province (3) to study the factors affecting the satisfaction of the exporters' representatives in the airline's dangerous goods inspection agency. in Bang phli district Samutprakan province

The population used in this research is 400 people research are exporter agents use the service to deliver dangerous goods in the inspection agency of the airline's in Bang phli district Samutprakan province, were tools for data collection. The data obtained from the questionnaire were analyzed by using percentage statistics (Percentage), hypothesis testing, t-Test / F-Test, statistical significance level of 0.05, in descending order and discussion results.

The results of the study showed that exporter agent in the aviation dangerous goods inspection agency in Bang phli district Samutprakan province, aged between 31-40 years of study at the bachelor's degree or equivalent. And have an average monthly income of



between 20,001 - 40,000 baht and have 5 - 10 years of experience in the field of air dangerous goods transportation.

KEYWORD: SATISFACTION, EXPORTER AGENT, INSPECTION AGENCY DANGEROUS GOODS

## 1. บทนำ

ปัจจุบันการขนส่งสินค้าทางอากาศกำลังมีบทบาทและมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ฝ่ายคลังสินค้าการพาณิชย์สินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ มีการให้บริการที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคด้วยระบบการบริหารจัดการสินค้าแบบเขตปลอดอากร (Customs Free Zone)[1] ซึ่งเป็นพื้นที่ให้บริการสินค้าที่ไม่ต้องเสียภาษี ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก – นำเข้าสินค้า และธุรกิจอุตสาหกรรมที่เป็นประโยชน์แก่เศรษฐกิจของไทยให้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางอากรสำหรับสินค้าที่นำเข้าไปในเขตปลอดอากร ทั้งยังลดขั้นตอนทางพิธีการศุลกากรและการปฏิบัติกรสินค้า มีความคล่องตัวในการเคลื่อนย้ายสินค้าและการดำเนินการด้านภาษี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ อันเป็นการส่งเสริมการส่งออกอีกทางหนึ่ง สำหรับการจัดการสินค้าหลากหลายประเภท อาทิ สินค้าทั่วไป สินค้าน้ำหนักมาก สินค้าขนาดใหญ่ สินค้าอันตราย สินค้าที่มีมูลค่าสูง ตลอดจนสัตว์ที่มีชีวิต รวมถึงไปรษณีย์ภัณฑ์ต่าง ๆ[2] ซึ่งจะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านสำหรับการดูแลสินค้าแต่ละประเภท โดยเฉพาะการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของโลก เพราะเป็นบริการขนส่งที่มีความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น ในภาวะปัจจุบันที่ประเทศต่าง ๆ มีการคมนาคมติดต่อกันมากขึ้นส่งผลให้การขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา โดยเฉพาะภูมิภาคที่การขนส่งทางอากาศขยายตัวมากที่สุดคือภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ดังนั้นการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศจึงเป็นกิจการสาธารณูปโภคประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญในด้านความ

ปลอดภัย (thaicargo.com ; Copyright © 2017 Thai Airways International Public Company Limited)[3]

ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน จะมีหน่วยงานที่สำคัญมีผลต่อองค์กร คือ หน่วยงานตรวจสินค้าอันตราย (Dangerous Goods Service Center) ตั้งอยู่ในเขตบริเวณพื้นที่อาคารคลังสินค้าการพาณิชย์สินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ เป็นหน่วยงานในแผนกส่งออกสินค้าขาออกระหว่างประเทศและถ่ายลำ การขนส่งสินค้าอันตรายเพื่อให้เกิดความปลอดภัยทางอากาศต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของ IATA Dangerous Goods Regulations อย่างเคร่งครัด รวมถึงความรับผิดชอบของผู้ส่งออกในเรื่อง เกี่ยวข้องกับการระบุประเภทสินค้าอันตรายอย่างถูกต้อง การจำแนก บรรจุหีบห่อ การทำเครื่องหมาย และเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการขนส่ง ขอบเขตความรับผิดชอบของฝ่ายปฏิบัติการรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมสินค้าอันตรายพนักงานที่ เป็นผู้ตรวจและปฏิบัติงานทุกคนจะต้องผ่านการฝึกอบรมการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศทุก ๆ 2 ปี ตามกฎเกณฑ์ของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association – IATA)[3] ซึ่งตัวแทนผู้ส่งออกมีบทบาทสำคัญ คือ การสำแดงสินค้าหรือวัตถุอันตรายในเอกสาร การบรรจุสินค้าอันตราย และการนำเอกสารพร้อมสินค้ามาตรวจสอบที่หน่วยงานตรวจสินค้าอันตราย ในแง่ของความปลอดภัยสูงสุดในการบริการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศที่ต้องปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออกที่มาใช้บริการในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออกด้านคุณภาพการให้บริการ, ด้านระยะเวลาในการให้บริการ, ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และ ด้านความสะดวกในการให้บริการ [3]

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยมาศึกษาและพัฒนาการ

บริการให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออกได้อย่างสูงสุด

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

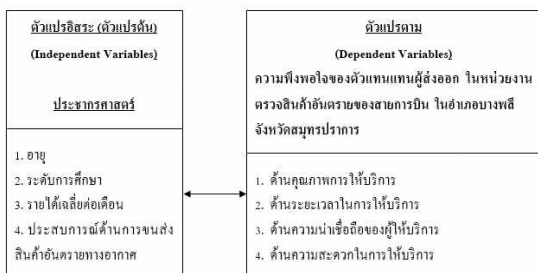
## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวแทนผู้ส่งออกที่มาใช้บริการส่งสินค้าอันตราย ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งจำนวนประชากรเป็นประชากรไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population)

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนจากกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการโดยใช้สูตรของคอกเคอรน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของตัวแทนผู้ส่งออก ในหน่วยงานตรวจสินค้าอันตรายของสายการบิน ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

5.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารการบริการในหน่วยงานสินค้าอันตราย เพื่อให้ตัวแทนผู้ส่งออกได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [4]

## 7. ผลการวิจัย

พบว่า อายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมาคือ อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 มีรายได้ต่อเดือน 40,001-60,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และมีรายได้ มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ประสบการณ์ด้านการปฏิบัติงานขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน 5-10 ปี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมามีประสบการณ์ทำงาน 11-15 ปี จำนวน

83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีประสบการณ์ทำงาน 15 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และ มีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

**ด้านคุณภาพการให้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0355 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านเจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารต่อผู้มาใช้บริการได้อย่างเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทตัวแทนผู้ส่งออกรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการต่าง ๆ ของคลังสินค้าบริษัทการบินไทยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ลำดับถัดมาคือ มีการคิดประกาศหรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ เช่น ประกาศขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับการมาใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ลำดับถัดมาคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความตรงต่อเวลาและสม่ำเสมอต่อหน้าที่รับผิดชอบอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึงอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ตามลำดับ

**ด้านระยะเวลาในการให้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9955 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านได้รับบริการที่คุ้มค่า ในเวลาที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ การให้บริการเป็นไปตามกำหนดที่ประกาศไว้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ลำดับถัดมาคือ ระยะเวลารอคอยในการรับบริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ลำดับถัดมาคือ การให้บริการที่รวดเร็วตรงเวลาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ตรงต่อเวลา ทุ่มเวลาให้แก่การบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตามลำดับ

**ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มากที่สุด โดย

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5745 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมเรื่องกฎระเบียบการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.90 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการตรวจสอบสินค้าอันตราย ตรวจสอบสินค้าได้อย่างถูกต้องตามกฎระเบียบการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ลำดับถัดมาคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎระเบียบการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ลำดับถัดมาคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยและให้คำแนะนำเกี่ยวกับกฎการขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และเจ้าหน้าที่มีการปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ไม่ทุจริต ไม่เรียกรับเงิน ไม่รับสินบนอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

**ด้านความสะดวกในการให้บริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0670 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าอันตรายไปตามขั้นตอนต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ สถานที่วางสินค้าอันตรายเพื่อรอการตรวจสอบมีพื้นที่เพียงพออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ลำดับถัดมาคือ ความสะดวกสบายในเรื่องที่จอดรถเพื่อขนถ่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ลำดับถัดมาคือ ความสะดวกในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ หน่วยงานตรวจรับสินค้าอันตรายมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จาก  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการ  
วิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

#### เอกสารอ้างอิง

- [1]กาญจนา อรุณสุขรุจี, "ความพึงพอใจของสมาชิก  
สหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์  
การเกษตรไชยปราการ จำกัด" อำเภอไชย  
ปราการ จังหวัดเชียงใหม่, ศึกษาศาสตร์  
มหาบัณฑิต, เชียงใหม่ :  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- [2]ธีรภิต นวรัตน์ อนุชญา, "การตลาดบริการ: แนวคิด  
และกลยุทธ์" (พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุง),  
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
- [3]ราชบัณฑิตยสถาน, "ความหมายของการบริการ"  
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน กรุงเทพฯ:  
นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, 2546.
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา, " การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย  
SPSS for Windows", กรุงเทพฯ: ธรรมสาร,  
2549.

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
THE STUDY FO CUSTOMER SATISFACTION WITH SPECIALIZED FINANCIAL  
INSTITUTIONS LATKRABANG BANGKOK.

เอมอร เทพเมืองนาม<sup>1</sup> , ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบังจังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่เข้ามาใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการสำรวจในพื้นที่ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 178,595 คน (ข้อมูลจากระบบสถิติทางการทะเบียน ณ เดือน พฤษภาคม 2563) ใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท โดยภาพรวมด้านต่างๆ ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยความพึงพอใจ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ

**Abstract**

The objective of this research were to study: (1) for studying factor affect service user satisfaction toward Specialized Financial institution Latkrabang, Bangkok. (2) for studying customer satisfaction in marketing mix factor of specialized financial institution Ladkrabang , Bangkok. (3) for guidelines for development and improvement of the service of specialized financial institution Ladkrabang , Bangkok. This research is quantitative research. The sample is customer using SME development bank service in Ladkrabang, Bangkok. Survey in Latkrabang, Bangkok found that there were a total of 178,595 people (information from official statistics registration system in May 2020) using Yamane's (1973) formula. Simple random sampling 400 copies of survey. The statistics used mean ( $\bar{X}$ ), standard deviations (S.D).

The research found that Customer satisfaction of specialized financial institution Latkrabang, Bangkok. The most customer is women aged 31 - 40 years, bachelor's degree, single status, person business career averages monthly income is more than 30,000 baht. Overview of various aspect the satisfaction level of the respondents was at a high level in all aspect. Consist of 5 satisfaction factor intruding personal average is 4.13, the products average is 3.87, promote marketing average is 3.81, Distribution channel average is 3.61 and process average is 3.80 respectively.

KEYWORD: CUSTOMER SATISFACTION WITH SPECIALIZED, FINANCIAL INSTITUTIONS

### 1. บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจธนาคารเป็นธุรกิจที่ได้รับการควบคุมจากธนาคารแห่งประเทศไทย การออกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้าต้องผ่านการอนุมัติผลิตภัณฑ์ทางการเงินของแต่ละธนาคาร จึงมีความแตกต่างกันน้อย ทั้งรูปแบบอัตราดอกเบี้ย และเงื่อนไขต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับนโยบายทางการเงิน ในแต่ละช่วงเวลาในปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ลูกค้าไม่มีความจงรักภักดี [1] เช่น หลายปีก่อนการรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้และเพิ่มลูกค้าใหม่ให้กับองค์กร เป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น ทุกธนาคารจึงหันมาสร้างจุดแข็งใหม่ ๆ โดยเฉพาะเน้นการให้บริการที่ดีเยี่ยม มาสร้างการยอมรับ สร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการของธนาคาร แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันเมื่อมีการปรับปรุงภาพลักษณ์องค์กร ธนาคารก็หันมาให้ความสำคัญกับการบริการอย่างมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น [2] ธนาคารจึงให้ความสำคัญและตระหนักถึงเรื่องการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นให้พนักงานให้บริการลูกค้าที่เป็นเลิศ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้ามากที่สุด โดยการนำปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7Ps) มาช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การให้บริการคำแนะนำและปรึกษาผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้ตรงกับความต้องการของ

ลูกค้าและความเหมาะสมในการต่อยอดธุรกิจ ด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าของตลาดคู่แข่ง ด้านการจัดจำหน่าย คือ ธนาคารเฉพาะกิจมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ ตั้งอยู่ในทำเลที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้สะดวก ช่องทางในการทำธุรกรรมมีความหลากหลายและสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในผลิตภัณฑ์สินเชื่อต่าง ๆ โดยการออกบูท การโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์สินเชื่อต่าง ๆ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีอัธยาศัยดี มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ คือ สาขาที่ให้บริการมีความทันสมัย ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้สถาบันการเงิน ทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจ และสามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน และด้านกระบวนการ คือ ขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว มีการเปิด-ปิด บริการที่เหมาะสม ดังนั้นธนาคารจึงหันมาสร้างจุดแข็งใหม่ ๆ โดยเฉพาะเน้นการให้บริการที่ดีเยี่ยม รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการอยู่ตลอดเวลา [3] เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นการเสริมสร้างภาพพจน์ของธนาคารให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ สะดวกรวดเร็ว ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงเงื่อนไขในตัวผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้อลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และสามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นได้อย่างทัดเทียมกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษางานวิจัย เรื่องศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมุ่งหวังที่จะนำผลการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุดตลอดจนนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของธนาคารเพื่อให้ตรงตามเป้าหมายต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่เข้ามาใช้บริการ

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมแห่งประเทศไทย เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการสำรวจในพื้นที่เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า

มีจำนวนทั้งสิ้น 178,595 คน

3.2 ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารทำให้ทราบถึงคุณภาพบริการในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า

5.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการของธนาคารเฉพาะกิจ

5.3 เพื่อเป็นประโยชน์ในฐานะข้อมูลและต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ

### 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [4]

### 7. ผลการวิจัย

**เพศ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8

**อายุ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และมีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ตามลำดับ

**สถานภาพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

**อาชีพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8

มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และมีอาชีพอื่นๆ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือ ด้านธนาคารมีผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลายตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ลำดับถัดมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารมีเอกลักษณ์แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และด้านผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารมีความแปลกใหม่ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

**ด้านการจัดจำหน่าย** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านวันและเวลาทำการของธนาคารสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้งของสาขาธนาคารมีความสะดวกในการเดินทางมาทำธุรกรรมและด้านธนาคารมีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และด้านธนาคารมี

สาขาที่ให้บริการเพียงพอกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

**ด้านส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านมีการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่ถูกต้องครบถ้วนและทันสมัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือ ด้านมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ลำดับถัดมาคือ ด้านมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และด้านมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ตามลำดับ

**ด้านบุคลากร** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านพนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีความกระตือรือร้นในการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์/บริการของธนาคารได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ลำดับถัดมาคือ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม



ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านธนาคารมีเทคโนโลยี  
ที่ทันสมัยมีความสะดวกและรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก  
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รองลงมาคือ มีระบบป้องกัน  
ความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก  
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ลำดับถัดมาคือ ขั้นตอนการ  
บริการมีความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก โดยมี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และด้านขั้นตอนการใช้บริการ  
ธนาคารไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จาก  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการ  
วิจัยจนสำเร็จล่วงลุลไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1]ยูพาวรรณ วรณวานิชย์, " การ  
จัดการการตลาดบริการ" กรุงเทพฯ: แสง  
ดาว,2548.
- [2]ศิริวรรณ เสรีรัตน์, "กลยุทธ์การตลาดและการ  
บริหารการตลาด"กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา,2546.
- [3]อตุลย์ จาตุรงค์กุล, "กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์  
ครั้งที่ 2)" กรุงเทพฯ มหานคร : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2543.
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา, " การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย  
SPSS for Windows", กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

SATISFACTION OF EMPLOYEES OF THE COMPANY SELLS CONSUMER AND  
CONSUMER PRODUCTS PHATTHANAKAN, BANGKOK

แพรวพรรณ อึ้งปกรณแก้ว<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (3) พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างองค์การของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 846 คน การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตร การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ดังสูตรของ Yamane (1967) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 272 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t-Test/ F-Test และ One-way ANOVA ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า พนักงานที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 144 คน

มีอายุอยู่ในช่วง 40 ปีขึ้นไป จำนวน 136 คน มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 148 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 197 คน ตำแหน่งเป็นพนักงาน มีจำนวน 199 คน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน พบว่า มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยทุกข้อ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, พนักงาน, บริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค

**Abstract**

This research purpose (1) to study the demographic data of the Company Sells Consumer and Consumer Products (2) to study the job satisfaction of the Company Sells Consumer and Consumer Products (3) Develop and Improve the Organization structure of the employees of the Company Sells Consumer and Consumer Products. This research is a quantitative research.

The population used in this research was 846 employees of the Company Sells Consumer and Consumer Products. The sample size was calculated based on known population size by Taro Yamane's

formula (1967) with 95% confidence level and sampling error no more than 5 percent. There were 272 subjects participating in this study, were tools for data collection. The data obtained from the questionnaire were analyzed by using percentage statistics (Percentage), hypothesis testing, t-Test / F-Test and One-Way ANOVA statistical significance level of 0.05, in descending order and discussion results.

The results based on the analysis of the respondents' personal factors revealed that the majority of them were Woman (144 subjects), aged over than 40 (136 subjects), have marital status (148 subjects), have a bachelor's degree (197 subjects), position as an employee (199 subjects). Also, the subjects expressed a high level of the satisfaction. In addition, based the results form the comparisons, it was shown that there were employees of the Company Sells Consumer and Consumer Products classified by gender, age, status, education level and job title Found that there was different satisfaction in performing the job. at a significant level of .05. all research hypotheses were complied with.

KEYWORD: SATISFACTION, EMPLOYEES, THE COMPANY SELLS CONSUMER AND CONSUMER PRODUCTS

## 1. บทนำ

ปัจจุบันพนักงานถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร โดยถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารงานขององค์กรให้สามารถทำงานบรรลุได้ตามเป้าหมาย ดังนั้นความสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารก็คือ การดูแล การเอาใจใส่และการกระตุ้นให้พนักงานปฏิบัติงาน ทุกคนสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ[1] ในส่วนของผู้ปฏิบัติงานก็ต้องสามารถทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กร ซึ่งประสิทธิภาพในการทำงานของแต่ละบุคคลจะมีความ

แตกต่างกันไป แม้ว่าพวกเขาจะมีความสามารถเท่าเทียมกันและอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เหมือนกัน สิ่งหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและผลงานของเขาก็คือความพึงพอใจในการทำงานที่เหมาะสมตรงกับความต้องการของพนักงานและตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร [2]

เนื่องจากสาเหตุของการขาดงาน การมาสาย การลาออกจากงาน และอาจก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมและปัญหาทางวินัยอีกด้วย แต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรมีผู้ปฏิบัติงานที่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงก็จะมีผลทางบวกต่อการปฏิบัติงานและคุณภาพของงาน[3] นอกจากนี้ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานก็ยังคงแสดงถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรด้วย[4] ดังนั้น ถ้าหากหน่วยงานใดเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นกับผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานหรือองค์กรของตนและมีความรู้ความเข้าใจในปัจจัยหรือองค์ประกอบที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และมีความตระหนักรู้ต่อความรู้สึกพึงพอใจนั้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างตลอดเวลาตามแต่สถานการณ์ สถานที่ หรือตามเวลาที่จะช่วยให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานได้คล่องตัวอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ซึ่งความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เช่น ด้านการปฏิบัติงาน ด้านสวัสดิการพนักงาน ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น[4]

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษางานวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงและพัฒนาด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างสูงสุดของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค เขตพัฒนาการจังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

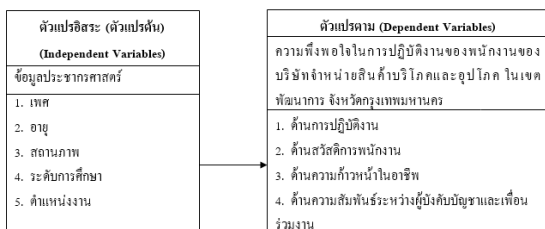
- 2.1. เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 2.2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 2.3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

- 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 846 คน (ข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562) ซึ่งเป็นจำนวนประชากรที่ทราบจำนวนประชากร (Finite Population)
- 3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) โดยใช้สูตรคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 272 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 5.1 ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 5.2 สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงการบริหารงานบุคคลในบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้เหมาะสมกับความต้องการของพนักงานต่อไป
- 5.3 เป็นแนวทางในการสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริโภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 272 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ t-test , F-test [5]

## 7. ผลการวิจัย

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมา เป็นเพศชาย มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 47.06 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง 20 - 30 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 และมีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 54.41 รองลงมา มีสถานภาพโสด มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 30.15 และมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 15.44 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 72.43 รองลงมามีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 27.57 ตามลำดับ

**ตำแหน่งงาน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงาน มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 73.16 รองลงมามีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 16.55 และมีตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.29 ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน คือ คู่มือระเบียบปฏิบัติงานมีความชัดเจนเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 รองลงมา คือ มีความสุขในงานที่ได้รับมอบหมาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ลักษณะของงานที่เหมาะสมกับความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 สามารถใช้ความคิดเป็นของตนเองในการปฏิบัติงานได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และการปฏิบัติงานไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านสวัสดิการพนักงาน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในสวัสดิการพนักงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสวัสดิการพนักงาน คือ สวัสดิการการเบิกเงินทดแทนเช่น ทุนการศึกษา คอร์สการอบรมและชุดยูนิฟอร์มพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมา คือ สวัสดิการเบิยชยัน โบนัสประจำปี และงานเลี้ยงประจำปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 มีสวัสดิการการตรวจสุขภาพประจำปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 มีสวัสดิการประกันชีวิตของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.33 และมีสวัสดิการบริการร้านค้า/สถานที่รับประทานอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในอาชีพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในด้านความก้าวหน้าในอาชีพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความก้าวหน้าในอาชีพ คือ มีเกณฑ์การพิจารณาเลื่อนตำแหน่งอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา คือ มีโอกาสได้เข้าร่วมประชุม ฝึกอบรมและสัมมนาเพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ได้รับการปรับเงินเดือนประจำปีตามระเบียบของบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีความพอใจในงานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน เพราะมีโอกาสก้าวหน้ามากกว่าหน่วยงานอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การได้รับโอกาสในการพัฒนาความสามารถเพื่อเข้าสู่ระดับตำแหน่งที่สูงขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งตามความสามารถและผลงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน คือ การได้รับความร่วมมือในการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมา คือ สามารถเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 การได้รับความแนะนำปรึกษาจากเพื่อนร่วมงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 การมีโอกาสในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ และได้รับการรับฟังจากบุคคลอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และการได้รับความปรึกษา

จากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานของบริษัทจำหน่ายสินค้าบริ โภคและอุปโภค ในเขตพัฒนาการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน พบว่า มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยทุกข้อ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จล่วงลู่ไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

[1]กาญจนา ณ ลำพูน, "ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต 21 (จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และ แม่ฮ่องสอน)" การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.2555.

[2]ปรีญาพร วงศ์อนุตรโรจน์, "จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล" กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.2554.

[3]แพรวพรรณ นพตระกูล, "ความพึงพอใจของพนักงานในองค์กรที่มีต่อสภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)" วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.2552.

[4]Herzberg, F , "The motivation of work." New York: John Wiley & Sons,1996.

[5] กัลยา วานิชย์บัญชา, " การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows" , กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

# ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์

เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## STUDY THE CONSUMER BEHAVIORS DECISION ON ONLINE PRODUCT PURCHASING IN KHLONGTOEI DISTRICT BANGKOK

สุธิดา เกตุคล้าย<sup>1</sup>, ผศ.วัลลภ นิมมานนท์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรในเขตคลองเตย ที่ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้  $X^2$  - test (Chi-Square Test) การหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ (Spearman rank correlation หรือ Spermán's rho) ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จบระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เหตุผลในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์คือ มีกิจกรรม

ส่งเสริมการขาย/โปรโมชั่น ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคือวีวีจากผู้ที่เคยซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่เลือกซื้อสินค้า 18:00น.- 23:59น. ความถี่ในการซื้อสินค้า 1 - 3 ครั้ง/เดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 101 - 500 บาท ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อสินค้าแฟชั่น

โดยรวมสรุปได้ว่า ด้านเหตุผลในการซื้อ สัมพันธ์กันกับเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านผู้มีอิทธิพลในการซื้อ ไม่สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านช่วงเวลาซื้อ สัมพันธ์กันกับระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความถี่ในการซื้อ สัมพันธ์กันกับ เพศ ระดับการศึกษา ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง สัมพันธ์กันกับ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านประเภทสินค้าที่ซื้อ สัมพันธ์กันกับ เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์, พฤติกรรม, แอปพลิเคชันออนไลน์

### Abstract

This research purpose (1) to study the demographic data of consumers in using online shopping services on an application in Klong Toei District, Bangkok (2) to study consumer behavior towards purchasing decisions through online application, Klong Toei District, Bangkok Province (3) to study the relationship between demographic data and consumer behavior towards making purchasing decisions through apps. Online application, Klong Toei District, Bangkok This research is a quantitative research.

The population groups used in this research are the population in Klong Toei District who used the online shopping services on Klong Toei District, Bangkok Province, totaled 400 people as a tool to collect the data, then the data obtained from the questionnaire were analyzed by using statistics. Percentage: Tested hypothesis using  $\chi^2$  test (Chi-Square Test). The correlation was determined using (Spearman rank correlation or Spearman's rho), statistical significance level of 0.05, in descending order. And discuss the results

The results of the study showed that most of the service users are female, aged between 21 - 30 years, the number of people who use the service at a time, most of them graduated from Associate degree/Bachelor's degree. Mostly they are employees of private companies. They have average monthly income around 10,001 - 20,000 Thai baht. The reason to make them decided to shopping on online shopping is it is very convenience to find goods, able order everywhere if they have an internet and smart phone, online shopping always have attractive promotion discount, also they can find product review by the others consumers before decided to order. The most influential factors in choosing to use the service are the fans using the service 1 - 3 times per month, average

100 - 500 Thai baht per order. They often make an order around 6.00 - 11.59 pm. Mostly they often order fashion product. All in all, purchase reasons are relate to gender, educational level and average income per month. Purchase influencers are not relate to demographic data. Purchase periods are relate to educational level and average income per month. Purchase frequencies are relate to sex and educational level. Purchase amount per time relate to age, educational level, occupation and

average income per month. Purchase product types are relate to gender and average income per month.

**KEYWORD:** RELATIONSHIP, BEHAVIORS, APPLICATIONS ONLINE

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันโลกของการค้าธุรกิจออนไลน์เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคสะดวกรวดเร็ว ง่ายมากขึ้น ซึ่งในปีที่ผ่านมาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-commerce [1] ของไทยได้เติบโตแบบก้าวกระโดด ปัจจัยที่สำคัญมาจากการ ที่ธุรกิจต่างๆมองว่า E-commerce เป็นช่องทางการขายหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค ทำให้เกิดการแข่งขันด้านการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด สาเหตุนี้ทำให้ระบบการค้าในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งในอดีตการค้าขายจะเป็นการค้าขายผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น จึงทำให้ต้องใช้เงินทุนสูง นอกจากนี้การทำการค้าแบบเดิมร้านค้านั้นๆ [2] จะเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงได้เพียงลูกค้าในพื้นที่เท่านั้นนอกจากนั้นยังเข้ามาปรับเปลี่ยนวิธีการใช้ชีวิตให้มีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการสื่อสารที่ง่ายมากขึ้นการใช้ชีวิตสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีต่างๆเหล่านี้จะเข้ามาช่วยเหลือและแก้ปัญหาสามารถใช้ชีวิตได้ง่ายมากขึ้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้คนปัจจุบันหันมาเลือกใช้บริการสินค้าและบริการทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ยังมีการพัฒนาไปถึงตัวของเว็บไซต์เพื่อการขายสินค้าการให้ข้อมูลกับผู้บริโภค ทั้งในส่วนของรูปภาพ เสียง คลิปวิดีโอ ราคาสินค้าที่ชัดเจน ปรับปรุงขั้นตอนและวิธีการสั่งซื้อและชำระเงินให้มีความสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น [3] จากข้อมูลเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจการค้าขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต มีแนวโน้มเติบโตอย่างมากในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาเนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร ซึ่งทำให้มีช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการ บนอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากเริ่มเปลี่ยนการซื้อขายมาสู่ระบบการค้าออนไลน์ โดยผู้ประกอบการจำนวนมากได้เล็งเห็นถึงข้อดีของการ



ค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนหน้าร้าน ค่าเช่าพื้นที่ ค่าจ้างพนักงาน รวมทั้งสามารถเปิดขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง[4] จึงทำให้ธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะแข่งขันอย่างรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการขายตัวของผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ซึ่งเข้ามาทำตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย เมื่อพิจารณาสัดส่วนของประชากรไทยที่ใช้เครื่องมือสื่อสารมีสัดส่วนอยู่ในระดับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสมาร์ตโฟน ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้ถึง 48.10 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 77 รองลงมา ได้แก่ คอมพิวเตอร์จำนวนผู้ใช้ถึง 23.80 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 38 และอินเทอร์เน็ต จำนวนผู้ใช้ถึง 21.70 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 35 ตามลำดับ [5]

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษางานวิจัย เรื่อง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการศึกษา พัฒนา แก้ไขปัญหา และปรับปรุงรูปแบบการขายสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้อย่างสูงสุด

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อ

การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

- 3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการศึกษารายงาน สถิติประชากรในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 100,956 คน ซึ่งเป็นประชากรที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population)
- 3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา เลือกจากประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) โดยวิธีการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 5.1 ทำให้ทราบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่ใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 5.2 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ที่สนใจจะเลือกใช้แอปพลิเคชันเป็นช่องทางในการขายสินค้าและบริการ เพื่อที่จะนำไปพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติ  $X^2$  - test (Chi-Square Test) โดยใช้ (Spearman rank correlation หรือ Spearman's rho) [6]

## 7. ผลการวิจัย

**เพศ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 และเพศชาย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ตามลำดับ

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 อายุ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี/ปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาได้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมปลาย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

**อาชีพ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

**เหตุผลในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย/โปรโมชั่น จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาตัดสินใจซื้อเนื่องจากการแสดงราคาที่ชัดเจน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ตัดสินใจซื้อเนื่องจากมีบริการจัดส่งหลายวิธี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 และตัดสินใจซื้อเนื่องจากสินค้ามีคุณภาพตรงตามความต้องการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

**ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ทีวีจากผู้ที่เคยซื้อสินค้า จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ เพื่อน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ครอบครัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือฟรีเซนต์อร์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

**ช่วงเวลา que เลือกซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อช่วงเวลา 18:00น.- 23:59น. จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาตัดสินใจซื้อช่วงเวลา 12:00น.- 17:59น. จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ตัดสินใจซื้อช่วงเวลา 06:00น.- 11:59น. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ

4.5 และตัดสินใจซื้อช่วงเวลา 00:00น.- 05:59น. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

#### ความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน

ออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ 1 - 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมามีความถี่ในการซื้อ 4 – 6 ครั้ง/เดือน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีความถี่ในการซื้อ 7 – 10 ครั้ง/เดือน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมีความถี่ในการซื้อมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ 101 - 500 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมามีค่าใช้จ่ายในการซื้อ 501 – 1,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ประเภทสินค้าที่ท่านเลือกซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าแฟชั่น จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาเลือกซื้อสินค้าสุขภาพและความงาม จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 สินค้าแม่และเด็ก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อุปกรณ์ยานยนต์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และเลือกซื้ออุปกรณ์/อาหารสัตว์เลี้ยง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

โดยรวมสรุปได้ว่า ด้านเหตุผลในการซื้อสัมพันธ์กันกับ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านผู้มีอิทธิพลในการซื้อ ไม่สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านช่วงเวลาซื้อสัมพันธ์กันกับระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความถี่ในการซื้อสัมพันธ์กันกับ เพศ ระดับการศึกษา ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งสัมพันธ์กันกับ อายุ ระดับการศึกษา

อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านประเภทสินค้าที่ซื้อสัมพันธ์กันกับ เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

#### 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี

#### เอกสารอ้างอิง

- [1]กัญยวี ชัยเรียน, “การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุบ้านยางโลน ตำบล เมืองแก อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์” มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 2553
- [2]กัลยกร วรกุลสถฐานีย์, “พรทิพย์สัมปตตะวานิช.การโฆษณาเบื้องต้น” กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.
- [3]กองข้อมูลธุรกิจ, “ธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต” [https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2559/T26/T26\\_201608.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201608.pdf), 2559.
- [4]ชูชัย สมิติทิไกร, “พฤติกรรมผู้บริโภค” กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- [5]ณัฐกานต์ กองแก้ว, “พฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้Application Shopee ในประเทศไทย” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559.
- [6] กัลยา วานิชย์บัญชา, “ การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

# ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER BEHAVIORS IN USING CONVENIENCE STORE

AT KHLONG TOEI, BANGKOK

ณัฐกานต์ สุรานาวัง<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

## บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตคลองเตยจังหวัดกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรในเขตคลองเตยที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้  $X^2$  - test (Chi-Square Test) การหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Spearman rank correlation หรือ spearman'rho ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท ได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเหตุผลในการใช้บริการคือความหลากหลายของประเภทสินค้าที่ซื้อเป็นเครื่องดื่ม ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 51-100 บาท ด้านความถี่ในการใช้บริการ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ 06:00-11:59

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมสรุปได้ว่า ด้านเหตุผลในการใช้บริการ ไม่สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประเภทสินค้าที่ซื้อ สัมพันธ์กันกับอายุ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสัมพันธ์กันกับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ต่อเดือนเฉลี่ย ด้านความถี่ในการใช้บริการ สัมพันธ์กันกับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ สัมพันธ์กันกับระดับการศึกษา

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์, พฤติกรรม, ร้านสะดวกซื้อ

## Abstract

This research purpose (1) To study information about the use of convenience store services in Klong Toey District, Bangkok. (2) To study the relationship between supplier areas for using convenience store services in Klong Toey District , Bangkok. (3) To use the data obtained from the research as a guideline for the development and relationship between operators of the convenience store in Klong Toey District, Bangkok.

The population used in this research is 400 people in Khlong Toei area who use convenience store in Khlong Toei District, Bangkok. The data was collected from the questionnaire for data analysis using Percentage, hypothesis testing using  $X^2$  - test (Chi-

Square Test) statistical significance level at 0.05 by Ordered from ascending and discussing results.

The results of the study showed that most of the sex users were female. Age between 20-29 years with a bachelor's degree. Have a career for company staff Average monthly 10,001-20,000 Most respondents choose the reason for using the service, which is a variety of Types of products purchased as beverages The cost of using the service per time 51-100 baht; Frequency of the service 3 times per week Service time 06: 00-11: 59 Relationship between consumer behavior in using services. Convenience Store, Klong Toey District, Bangkok Overall, it can be concluded that Reasons for using the service Not correlated with demographic data The type of product purchased Relative to age Service expenses were related to sex, age, occupation and average monthly income. The frequency of using the service Relative to age Education level, occupation and average monthly income When using the service Related to education level

KEYWORD:RELATIONSHIP,BEHAVIORS,  
CONVENIENCE STORE

## 1. บทนำ

วิถีชีวิตของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน และการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนไปจากเดิมมากประกอบกับคนไทยที่ต้องการเข้าสู่ตลาดแรงงานมากขึ้น เพื่อหารายได้เข้าสู่ครอบครัว เวลาว่างลดน้อยลง มีความต้องการในการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ และซื้อสินค้าทุกประเภทที่มีอยู่รวมกันในที่แห่งเดียว[1] และความต้องการได้รับการอำนวยความสะดวกหลายด้านทำให้ร้านสะดวกซื้อได้รับความนิยมมากขึ้น ธุรกิจร้านสะดวกซื้อเป็นร้านค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่มีการรับสินค้าจากผู้ผลิตมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภค มีแนวคิด การบริการครบทุกด้าน ทั้งรูปแบบของร้านค้าที่มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัย เช่นการชำระเงินผ่านทางออนไลน์ การสั่งสินค้าโดยมีการจัดส่งแบบ

Delivery การจัดวางสินค้าบนชั้นวางรวมทั้งการบริการของพนักงานขายการอำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า [2]

ร้านสะดวกซื้อ จึงจัดเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทหนึ่งที่จำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคหรือเป็นธุรกิจที่บริการผู้บริโภค ให้ความสนใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยการที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่ความต้องการซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อมากขึ้น ปัจจุบันร้านสะดวกซื้อซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของธุรกิจค้าปลีกในการให้บริการที่ขายความสะดวกสบายและเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ใช้ชีวิตเร่งรีบ ร้านค้าปลีกรูปแบบใหม่ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกที่เรียกว่าร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงจัดเป็นธุรกิจที่ให้ความสนใจกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะคนในกรุงเทพมหานคร และเมืองใหญ่ๆ แต่เดิมเคยซื้อกันในร้านค้าปลีกข้างบ้านเปลี่ยนมาซื้อในร้านที่มีสินค้าให้เลือกครบถ้วน ตลอดจนมีการบริการควบคู่กันไปด้วยร้านสะดวกซื้อจึงได้รับการยอมรับและค่านิยมจากผู้บริโภคมาก ผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ และผู้บริโภคบางส่วนมีความรู้สึกว่าการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อที่มีเครื่องปรับอากาศให้ความรู้สึกสบาย จัดเป็นคนที่มีรสนิยมดี และเป็นคนที่ทันสมัย มีระดับมากกว่าถึงแม้ว่าบางครั้งราคาสินค้าไม่ได้ถูกกว่าร้านทั่วไป [3] จึงทำให้มีการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อ (convenience Store) เป็นจำนวนมากในเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานครและเมืองใหญ่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่รักความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตจึงนิยมใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่มีสินค้าให้เลือกซื้อมากมายและมีการบริการที่ดีจากพนักงานร้านสะดวกซื้อมีการจัดวางสินค้าบนชั้นวางเป็นหมวดหมู่ซึ่งง่ายต่อการหาสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคที่ผู้วิจัยสนใจ ได้แก่ เหตุผลในการใช้บริการ

ประเภทสินค้าที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ และช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมอย่างไรในการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการศึกษารายงานสถิติประชากรในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 100,956 คน แบ่งเป็นเพศชาย 48,037 คน และเพศหญิง 52,919 คน ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2563, แหล่งที่มา : สำนักงานเขตคลองเตย)

3.2 ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เลือกจากประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างวิธีของ ทาโร ยามาน่า (Taro Yamane) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแจกแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งจำนวนนี้ได้จากตารางสำเร็จรูปของ Yamane[4]

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร และสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาธุรกิจร้านสะดวกซื้อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.2 เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจในธุรกิจของร้านสะดวกซื้อ เพราะจะช่วยในเรื่องของการวางแผนการตลาดปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ในด้านของการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ  $X^2 - test$

(Chi-Square Test) หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson [4]

## 7. ผลการวิจัย

**เพศ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และ เพศชาย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ตามลำดับ

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 อายุ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ การศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 มีการศึกษาระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

**อาชีพ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือนักเรียนหรือนักศึกษา และเจ้าของกิจการหรือมีธุรกิจส่วนตัว จำนวน 59 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.8 มีอาชีพพนักงาน/นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

**ด้านเหตุผลในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกความหลากหลายของสินค้าจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ การบริการของพนักงาน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ

21.5 เลือกการจัดเรียงสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 เลือกตอบ การส่งเสริมการขาย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 เลือกตอบราคาสินค้า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ และเลือกตอบ ทำเลดี / มีที่จอดรถ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

**ด้านประเภทสินค้าที่ซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกประเภทสินค้าเป็นเครื่องดื่มมากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือของประเภทขนมคบเคี้ยว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 เลือกประเภทอาหาร จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 เลือกตอบประเภทของใช้ส่วนตัว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และเลือกตอบของใช้ในบ้าน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

**ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกตอบค่าใช้จ่าย 51-200 บาทต่อครั้ง จำนวน 194 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาเลือกตอบ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.0 เลือกตอบน้อยกว่า 50 หรือเท่ากับ 50 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 เลือก 201-300 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เลือกตอบ 301-400 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และเลือกตอบ 500 บาท ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

**ความถี่ในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้ง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือความถี่ในการใช้บริการ 4 - 6 ครั้ง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 มีความถี่ในการใช้บริการ 7 - 9 ครั้ง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และมีความถี่ในการใช้บริการ 10 ครั้งขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

**ช่วงเวลาใดที่ท่านเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 16:00 น. - 19:59 น. จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาใช้บริการช่วงเวลา 12:00 น. - 15:59 น. จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ใช้บริการช่วงเวลา 08:00 น. -

11:59น. จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ใช้บริการ  
ช่วงเวลา 20:00น. – 23:59น. จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ  
13.5 ใช้บริการช่วงเวลา 04:00น. – 07:59น. จำนวน  
21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และใช้บริการช่วงเวลา 00:00  
น. – 03:59น. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภค  
ในการใช้บริการ ร้านอาหารชื้อ เขตคลองเตย จังหวัด  
กรุงเทพมหานคร โดยรวมสรุปได้ว่า ด้านเหตุผลในการ  
ใช้บริการ ไม่สัมพันธ์กันกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้าน  
ประเภทสินค้าที่ซื้อ สัมพันธ์กันกับอายุ ด้านค่าใช้จ่ายใน  
การให้บริการสัมพันธ์กันกับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้  
ต่อเดือนเฉลี่ย ด้านความถี่ในการใช้บริการ สัมพันธ์กัน  
กับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ สัมพันธ์กันกับระดับการศึกษา

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จาก  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการ  
วิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ชูชัย สมितिไกร , “ พฤติกรรมผู้บริโภค ”  
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2558.
- [2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , “ พฤติกรรมผู้บริโภค ”  
กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, การจัดการและ  
พฤติกรรมองค์กร.กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่ง  
โลกธุรกิจ, 2550.
- [3] สิริวิษณุ ปิ่นคำ , “ พฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าใน  
ร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเสลภูมิ  
อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ”, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 2558.
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา , “ การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย  
SPSS for Windows ”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.



## แรงจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาล เอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

### The Motivation Effecting Registered Nurse Retention Working at Private Hospitals in Phuket Province

พิไลลักษณ์ ชูศิริไพศาล<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่าง เป็นพยาบาลวิชาชีพที่มีอายุงาน 2 – 5 ปี จากโรงพยาบาลเอกชน 3 แห่งในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 115 คน กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ เกรงซีและมอร์แกน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg (1959) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานของทอนตัน เครมพิทซ์ และวูดส์ (Taunton, Krampitz and Woodss) ได้รับการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 และวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Alpha-Coefficient Cronbach) เท่ากับ 0.944 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. จากการศึกษาระงจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต พยาบาลวิชาชีพส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง

มากกว่า 25-30ปี (ร้อยละ 57.4) สถานภาพสมรสโสด (ร้อยละ 77.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000บาท (ร้อยละ 62.6) ประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลแห่งนี้มากกว่า 3-4ปี (ร้อยละ 40.9) ภูมิลำเนาภาคใต้ (ร้อยละ 67.0) และระดับสมรรถนะเชิงวิชาชีพ RN1 (ร้อยละ 47.0)

2. ภาพรวมระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7949 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการได้รับการยอมรับ/ยกย่องในผลงาน

( $\bar{X}$  = 3.9507) ด้านลักษณะงานและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานผลงาน ( $\bar{X}$  = 3.9043) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ( $\bar{X}$  = 3.8464) และด้านเงินเดือน/ค่าตอบแทน ( $\bar{X}$  = 3.4783) ตามลำดับ

3. ตัวแปรแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) มีเพียง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง

( $\beta$  = .346) ด้านลักษณะงานและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ( $\beta$  = .309) และด้านเงินเดือน/ค่าตอบแทน ( $\beta$  = .244) ตามลำดับ

คำสำคัญ: แรงจูงใจ การคงอยู่ พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลเอกชน

## Abstract

This descriptive research is aiming to study the relation between motivation and retention of registered nurses working at private hospitals in Phuket. The sample of this research are composed of selected 115 RN's who have a working experience for 2 to 5 years, selected by purposive sampling technique through the table of Krejcie & Morgan. Data were collected by using questionnaire that utilized motivation theory from Herzberg (1959) and factors affecting retention on work from Taunton, Krampitz and Woodss (1989). The questionnaire content was approved by the 3 experts; IOC was 1.00. Cronbach's Alpha Coefficient was used to analyze the reliability was 0.944. Data were analyzed by using Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation and Multiple Regression Analysis.

The results of the study demonstrated that 1. The most of the registered nurses are aged over 25-30 years (57.4%) Marital status is single (77.4%), average monthly income 20,000-30,000 baht (62.6%), working experience in this hospital are 3 - 4 years (40.9%), Hometown in Southern region of Thailand (67.0%) and the professional competency level are RN1 (47.0%). 2. The registered nurse had an average mean score of all motivation at high level ( $\bar{X} = 3.7949$ ). The highest score were acceptable/performance recognition ( $\bar{X} = 3.9507$ ), job description and work environment ( $\bar{X} = 3.9043$ ), career achievement ( $\bar{X} = 3.8464$ ) and salary ( $\bar{X} = 3.4783$ ) respectively.

Career achievement ( $\beta = .346$ ), job description and work environment ( $\beta = .309$ ) and salary ( $\beta = .244$ ) for motivation was significantly influence retention of professional nurse ( $p < 0.01$ ).

KEYWORD: Motivation , Retention Registered nurse , Private hospital

## 1. บทนำ

ปัจจุบันความต้องการใช้ธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาลมากขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นและ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) [1] พบว่าธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาล มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยในปี 2561 เพิ่มขึ้น 10.81% เมื่อเทียบกับปี 2560 [2] โรงพยาบาลเป็นองค์กรที่มีบุคลากรพยาบาลเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ และมีจำนวนมากที่สุดในทีมสุขภาพ ของบุคลากรทั้งหมดของโรงพยาบาล [2] การขาดแคลนกำลังคนทางการพยาบาลในประเทศไทยเป็นปัญหาต่อเนื่องและรุนแรงมากขึ้น [2] ซึ่งส่งผลให้จำนวนพยาบาลไม่เหมาะสมกับภาระงาน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการดูแลรักษา ทำให้มีผู้ป่วยติดเชื้อมีในโรงพยาบาลเพิ่มขึ้น มีภาวะแทรกซ้อนเพิ่มมากขึ้น และระยะเวลาการนอนในโรงพยาบาลนานขึ้น อัตราการตายในโรงพยาบาลสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล [3]

จากการขาดความสมดุลระหว่าง สัดส่วนพยาบาลต่อผู้ป่วยส่งผลให้พยาบาลมีภาระงานมากขึ้น ทำให้เสียสมดุลของการทำงานและการใช้ชีวิต เกิดความเครียด เหนื่อย ความพึงพอใจในงานลดลง [3] นอกจากส่งผลกระทบต่อผู้ป่วยหรือความพึงพอใจในงานของพยาบาลวิชาชีพแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศจากต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตพยาบาลมากขึ้น พบว่ากรม.เห็นชอบในหลักการโครงการขยายระยะเวลาการเพิ่มการผลิตและพัฒนาการจัดการศึกษาสาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ (ปีการศึกษา 2561 – 2565) เพื่อพัฒนาสุขภาพของประชาชนและตอบสนองยุทธศาสตร์ประเทศ โดยมีเป้าหมายผลิตพยาบาลเพิ่ม จำนวนรวมทั้งสิ้น 5,268 คน อนุมัติงบประมาณค่าใช้จ่ายโครงการฯ โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายเป็นงบดำเนินการในการผลิตบัณฑิตในอัตราเหมาจ่าย 110,000 บาท/คน/ปี คิดเป็น 440,000 บาท/คน/หลักสูตร

รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,759,484,984 บาท (เฉพาะใน ส่วนของปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 -2566)

(Published on Hfocus.org เจาะลึกระบบสุขภาพ [3] ทำให้โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนต่างมีความต้องการพยาบาลที่เชี่ยวชาญ และการสรรหาพยาบาลใหม่ก็เป็นเรื่องยากผู้บริหารทางการแพทย์จึงต้องวางแผนกลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรพยาบาล ให้มีแรงจูงใจในการทำงานมีความพึงพอใจในการทำงานและคงอยู่ในงาน [3]

จากสถิติโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตปี 2562 พบว่า มีอัตราการลาออกของพยาบาลถึงร้อยละ 13.51-22.46 ของพยาบาลวิชาชีพทั้งหมด 578 คน ผลการวิเคราะห์การลาออกของพยาบาลในปี 2562 พบว่ากลุ่มพยาบาลที่มีอายุงาน 2 - 5 ปี มีอัตราการลาออกสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 9.35 ของพยาบาลทั้งหมด ซึ่งช่วงอายุดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญในแง่การสรรหาเข้ามา และสมรรถนะในการดูแลผู้ป่วยแทนการมุ่งเน้นการผลิตพยาบาลวิชาชีพเพียงด้านเดียวเพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนบุคลากรพยาบาล พบว่าปัจจัยด้านสัมพันธภาพกับผู้ร่วมงาน ลักษณะงานและภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับการคงอยู่ในงานในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านสัมพันธภาพกับผู้ร่วมงานมีความสัมพันธ์กับการคงอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ [3]แรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 [3] การส่งเสริมการมองเห็นคุณค่าในตน การมองเห็นคุณค่าในงานอย่างจริงจังและเป็นระบบจะเป็นพลังหนุนให้บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความรักในงานที่ทำ มีความสุข สนุกกับงานนำไปสู่ผลงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ มีความภาคภูมิใจและยังคงอยู่ในองค์กรได้ยาวนาน ส่งผลต่อความสำเร็จในการมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร [3]

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ศึกษาเพื่อหาแรงจูงใจด้านต่างๆที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ เพื่อให้

ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลไปกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก ปรับปรุงพัฒนาองค์กรต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

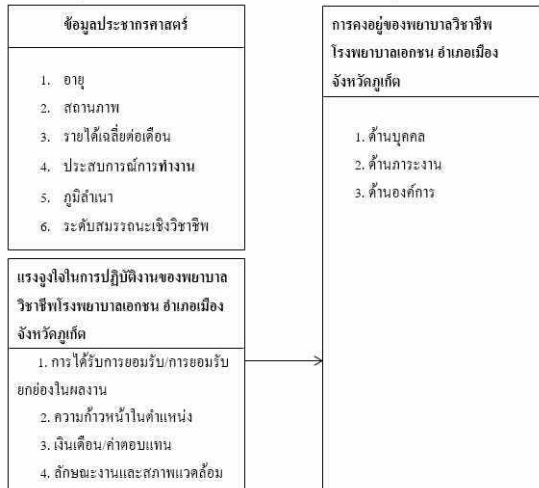
## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพยาบาลวิชาชีพที่มีอายุงาน 2-5 ปี จากโรงพยาบาลเอกชน 3 แห่งได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลกรุงเทพสิริโรจน์ และโรงพยาบาลดีบุก พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 163 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล ณ วันที่ 1 มกราคม 2563) ซึ่งจำนวนประชากรเป็นจำนวนประชากรที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population)

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ เกรจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) โดยใช้สูตรคำนวณ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95 % สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 115 คน

#### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 5.1 ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก ปรับปรุงพัฒนาองค์การ ในการสร้างแรงจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพ
- 5.2 ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก ปรับปรุงพัฒนาองค์การ ในการสร้างทีมงานที่เข้มแข็ง บุคลากรพยาบาลมีความสุข พึงพอใจในงาน
- 5.3 คุณภาพการพยาบาลมีผลลัพธ์ที่ดี และผู้รับบริการมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น

#### 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 115 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอย [4]

#### 7. ผลการวิจัย

**อายุ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 25-30 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง 20-25 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ช่วงอายุมากกว่า 30-35 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ช่วงอายุมากกว่า 35ปีขึ้นไปจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

**สถานภาพสมรส** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โสดจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมาคือสถานภาพสมรส สมรส จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7สถานภาพสมรส หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

**ประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลแห่งนี้** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลแห่งนี้มากกว่า 3-4 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลแห่งนี้ 2-3 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 ประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลแห่งนี้ มากกว่า 4-5 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

**ภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคใด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ภาคใต้ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา มีภูมิลำเนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 มีภูมิลำเนา ภาคเหนือ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 มีภูมิลำเนา ภาคกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มี

ภูมิลำเนา ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

**ระดับสมรรถนะเชิงวิชาชีพ ณ ปัจจุบัน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับสมรรถนะเชิงวิชาชีพ RN1 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมา มีระดับสมรรถนะเชิงวิชาชีพ RN2 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 มีระดับสมรรถนะเชิงวิชาชีพ RN3 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีระดับสมรรถนะเชิงวิชาชีพ RN4 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 มีระดับสมรรถนะเชิงวิชาชีพ อื่นๆจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีผลต่อระดับแรงงูใจของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมระดับแรงงูใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7949

ตัวแปรแรงงูใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) มีเพียง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง

( $\beta = .346$ ) ด้านลักษณะงานและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ( $\beta = .309$ ) และด้านเงินเดือน/ค่าตอบแทน ( $\beta = .244$ ) ตามลำดับ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- [1]กฤษดา แสงวงศ์, "วิกฤติขาดแคลนพยาบาลวิชาชีพในหน่วยบริการสุขภาพของสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข" ข้อเสนอเชิงนโยบาย, วารสารวิชาการสาธารณสุข ฉบับที่ : 456-465, 2560.
- [2]คณินันต์พงษ์สุวรรณ, "ปัจจัยทำนายการคงอยู่ในงานของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาล

ชุมชนจังหวัดนครราชสีมา" วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครราชสีมา, 25 (ฉบับที่ 1, มกราคม-มิถุนายน): 123 – 141, 2562.

[3]จิรัชยา เจียวกั๊ก, "การคงอยู่และความตั้งใจลาออกจากงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย จังหวัดสงขลา", วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 55 (ฉบับที่ 3): 109-142, 2558.

[4] กัลยา วานิชย์บัญชา, " การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows", กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอ  
เมือง จังหวัดระยอง

MOTIVATION THAT AFFECT PERFORMANCE IN OPERATION OF RETAIL BUSINESS  
COMPANY EMPLOYEES (HYPERMARKET) MUEANG DISTRICT RAYONG PROVINCE

ธนา การะมัด<sup>1</sup>, ดร.ศศิธร งามพันธ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงาน บริษัทเอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด จำนวน 132 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธี Enter

จากการศึกษา แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 82.6 มีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และมีอายุอยู่ในช่วง 25-30 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีตำแหน่งเป็นพนักงานระดับปฏิบัติงาน จำนวน 115

คน คิดเป็นร้อยละ 87.1 และมีอายุการทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัดระยอง โดยภาพรวมระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.121 ซึ่งประกอบด้วยแรงจูงใจ ด้านการนิเทศงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.184 และด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.184 รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และด้านโอกาสความก้าวหน้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.174, 4.078 และ 3.984 ตามลำดับ

ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัดระยอง โดยภาพรวม ระดับประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.170 ซึ่งประกอบด้วยประสิทธิภาพ ด้านความตระหนักถึงความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.351 รองลงมาคือ ด้านความมีจิตสำนึกที่ดีและความจงรักภักดีต่อ

องค์การ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้า ด้านความรู้และความเชี่ยวชาญในงานที่ปฏิบัติ และ ด้านความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.242, 4.181, 4.045, และ 4.030 ตามลำดับ

จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัด ระยอง พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต้นที่มีผลต่อตัวแปรตามในภาพรวมทุกด้าน ได้แก่ ด้านโอกาสความก้าวหน้า ( $\beta = .283$ ) ด้าน ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ( $\beta = .251$ ) ด้าน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ( $\beta = .235$ ) ด้าน ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ( $\beta = .195$ ) ตามลำดับ คำสำคัญ: แรงจูงใจ, บริษัทธุรกิจค้าปลีก

#### **Abstract**

The objective of this research is to study the motivation affecting the performance in operation of retail business company employees (Hypermarket) in Mueang District, Rayong Province. The sample group used in this research is 132 employees of Ek-Chai Distribution System Company Limited by using questionnaire as a research tool. The statistics used for data analysis are percentage value, arithmetic mean, standard deviation and multiple regression analysis using the Enter method.

The result of the research shows that most employees are female with 109 people, representing 82.6 percent; age under 25 years old with 39 people, representing 29.5 percent; and age between 25 – 30 years old with 39 people, representing 29.5; 62 people with high school education or equivalent, representing 47.0 percent; 115 people with operational level position, representing 87.1 percent; and 60 people with working experience less than one year, representing 45.5 percent.

The overall motivation level of the employees of the hypermarket in Mueang District, Rayong Province, is at a high level with average value of 4.121, which consists of 5 operational. The highest level of operational motivation of the employees is supervision with the mean of 4.184 and the nature of work performed with the mean of 4.184. The followings are colleague relationship, operational achievement and opportunities with the mean of 4.174, 4.078 and 3.984 subsequently.

The overall performance level of the employees of the hypermarket in Mueang District, Rayong Province, is at a high level with the mean of 4.170 which consists of 5 operational. The highest level of operational efficiency of the employees is safety awareness with the mean of 4.351. The followings are loyalty to organization,

service mind, knowledge proficiency, and responsibility with the mean of 4.242, 4.181, 4.045 and 4.030 subsequently.

From a study of motivation affecting the performance in operation of retail business company employees (hypermarket) in Mueang District, Rayong Province, it is found that the analysis of relation of the independent variable that

KEYWORD: Motivation, Retail Business Company

## 1. บทนำ

ธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง ถือได้ว่าเป็นภาคธุรกิจบริการและการจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภคที่เจริญเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยภาคการค้าปลีก-ค้าส่ง มีอัตราการจ้างงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16[1] ของการจ้างงานทั้งประเทศ การปฏิวัติระบบการค้าปลีก-ค้าส่ง โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งอย่างกว้างขวางไม่ว่าจะเป็นการนำมาใช้เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ หรือนำมาใช้เพื่อพัฒนาบุคลากรในองค์กร สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างไรก็ตาม สินค้าอุปโภค-บริโภค ก็ยังเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของประชาชนหรือผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้เองธุรกิจประเภทค้าปลีก-ค้าส่งไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม

affect the dependent variable in all aspects is operational achievement, nature of work performed, colleague relationship, and opportunities. The independent variable that has the most effect of overall is opportunities ( $\beta = .283$ ), the nature of work performed ( $\beta = .251$ ), colleague relationship ( $\beta = .235$ ), and operational achievement ( $\beta = .195$ ) subsequently.

ใดก็ตาม ยังสามารถปรับประคับประคองหรือเติบโตต่อไปได้ ก็ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรนั้น ๆ [2]

ปัจจัยหลักที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและยั่งยืนได้โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง หรือธุรกิจภาคการบริการ นอกเหนือจากเงินทุนและเครื่องจักรหรือเครื่องทุ่นแรงแล้วคือ ทรัพยากรมนุษย์หรือพนักงานในองค์กรที่เปรียบเสมือนเครื่องจักรที่มีชีวิตคอยขับเคลื่อนกลไกต่าง ๆ ในองค์กร ให้ได้งานได้ผลผลิตตรงตามเป้าหมายขององค์กร จึงถือว่าเป็นปัจจัยและตัวแปรที่สำคัญขององค์กร ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ยากยิ่งและใช้ระยะเวลายาวนาน เพราะมนุษย์ย่อมมีความคิดและความรู้สึกที่แตกต่างจากเครื่องจักร จึงเกิดทฤษฎีและกระบวนการในการพัฒนาหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อการพัฒนา



ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์เพื่อเติมเต็มความสามารถ หรือส่งเสริมให้ทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้น เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รับผิดชอบในงานที่ปฏิบัติ มุ่งมั่นทุ่มเท และมีทัศนคติในการดำเนินงานเสมือนร่วมเป็นเจ้าขององค์กร สิ่งเหล่านี้เรียกว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นสิ่งที่ทุก

บทบาทสำคัญของการพัฒนาหรือรักษาทรัพยากรมนุษย์นั้น จำเป็นที่จะต้องทราบถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็น ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการนิเทศงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านโอกาสความก้าวหน้า ซึ่งผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องทราบถึงแรงจูงใจดังกล่าว เพื่อที่จะพัฒนาหรือรักษาให้ทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้น สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุขและจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในหลายๆ ด้าน อันได้แก่ ด้านความรู้และความเชี่ยวชาญในงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้า ด้านความตระหนักถึงความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน และด้านความมีจิตสำนึกที่ดีและความจงรักภักดีต่อองค์กร ปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเหล่านี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะจะทำให้้องค์กรสามารถเจริญเติบโตและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างมั่นคง และมีคุณภาพ

องค์การพยายามที่จะปลูกฝังให้พนักงานมีทัศนคติในทางที่ดีและต้องการที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานเพื่อเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาตนเองเพื่อองค์กร และสามารถทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดธุรกิจได้ [3]

จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมืองจังหวัดระยอง เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ มาอ้างอิงและนำเสนอเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงสิ่งที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจให้พนักงานมีแรงผลักดันในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพต่อเนื่องเรื่อยไป เพื่อภาพลักษณ์ในการบริหารงานขององค์กรและบรรลุดตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทธุรกิจค้าปลีก (Hypermarket) อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

### 3. ขอบเขตของงานวิจัย

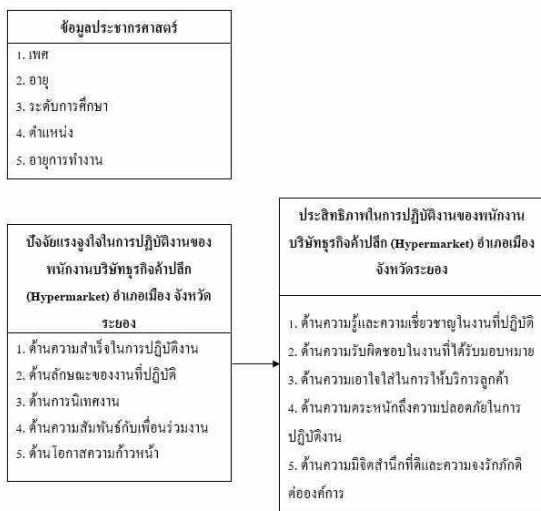
3.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือพนักงาน บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด สาขาระยอง จำนวน

พนักงาน 114 คน และสาขามาบตาพูด จำนวนพนักงาน 86 คน รวมทั้งหมด 200 คน

**3.2 กลุ่มตัวอย่าง** ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด สาขาระของและสาขามาบตาพูด ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยวิธีการใช้สูตรของ เครจซ์และมอร์แกน [4] กำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสามารถหากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีขนาดเล็กได้ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป เมื่อคำนวณแล้วได้จะกลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 คน

#### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

**5.1** ได้ทราบถึงแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และสามารถประเมินเพื่อหาแนวทางป้องกันมิให้ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในหน่วยงานลดลง

5.2 เพื่อให้หน่วยงานในองค์กรเกิดความเข้าใจและตระหนักในความสำคัญของการส่งเสริม สนับสนุน และการกระตุ้นให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

5.3 สามารถนำผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้อ้างอิงในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการปฏิบัติงานหรือพัฒนา ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในหน่วยงานขององค์กร เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กร

#### 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 132 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอย [4]

#### 7. ผลการวิจัย

**เพศ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 82.6 รองลงมา เป็นเพศชาย มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4

**อายุ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และมีอายุอยู่ในช่วง 25 - 30 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง มากกว่า 35 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 อยู่ในช่วง 31 – 35 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ระดับปริญญา

ตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตำแหน่ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติงาน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมาคือพนักงานระดับหัวหน้างาน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

อายุการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุการทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคืออายุการทำงานระหว่าง 1 - 3 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 อายุการทำงานระหว่าง 4 - 6 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และอายุการทำงาน มากกว่า 6 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

ภาพสรุป การทดสอบแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการนิเทศงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และด้านโอกาสความก้าวหน้า ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ภาพรวมทุกด้าน

สามารถนำมาเขียนเป็นภาพสรุปได้ดังภาพที่ 1



จากภาพที่ 1 พบว่า ตัวแปรต้นที่มีผลต่อตัวแปรตามในภาพรวมทุกด้าน ได้แก่ ด้านโอกาสความก้าวหน้า ( $\beta = .283$ ) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ( $\beta = .251$ ) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ( $\beta = .235$ ) ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ( $\beta = .195$ ) ตามลำดับ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรองแก้ว อยู่สุข, “พฤติกรรมองค์การ”, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- [2]เกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง,” การบริหารทรัพยากรมนุษย์” ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา, 2550.
- [3]บุญทัน ดอกไธสง, และเอ็ด สาระภูมิ,”ประสิทธิภาพการใช้มนุษย์สัมพันธ์ในการบริหาร”กรุงเทพมหานคร: บริษัทกรพิมพ์, 2529.
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา , “สถิติสำหรับงานวิจัย” กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ  
และชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี

STUDY OF FACTORS THAT RELATE TO THE WORK MOTIVATION OF THE EMPLOYEES  
OF THE AIR CONDITIONER AND AUTOMOTIVE PARTS MANUFACTURING COMPANY OF  
THE PRODUCTION DEPARTMENT IN THE NEW INDUSTRIAL AREA OF BANG PHLI SAMUT  
PRAKAN PROVINCE

ดวงสุรีย์ เดชพินนา<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของ บริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ (2) เพื่อศึกษาเพื่อปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ (3) เพื่อพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 280คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้  $X^2$  - test (Chi-Square Test) โดยการหาค่าความสัมพันธ์ของ Pearson ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000บาท ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความมั่นคงในการทำงานมากที่สุด รองลงมาด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ถัดมาเป็นด้านสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานและด้านผลตอบแทนและสวัสดิการตามลำดับ

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, บริษัทผลิตชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศและ ชิ้นส่วนยานยนต์

**Abstract**

This research purpose (1) to study the demographic data of The air conditioner and automotive parts manufacturing company of the production department in the new industrial area of bang phli samut prakan province (2) To study for factors related to the motivation of employees of the air conditioner parts manufacturing company and auto parts of the production department in the new city, Bang Phli industrial area, samutprakan province. (3) To develop and prioritize the performance of employees of the production department

of drilling machine parts and automotive parts in the new township, Bang Phli, Samut Prakan Province This research was a quantitative research.

The population used in this research was 280 people in The air conditioner and automotive parts manufacturing company of the production .The results of the study showed that most of the service users are female, aged between 16 - 29 years. period of work between 1-5 years. position operator, Period of work between 2-5 years. And have an average monthly income of 10,001 - 20,000 baht .The respondents had a moderate level of opinion on the motivation of production workers. When considering each aspect, it was found that most of the respondents had opinions on the work motivation. The most stability in work Followed by the relationship with supervisors and colleagues. Next comes the operating environment and compensation and benefits aspects, respectively.

KEYWORD: MOTVATION FACTOR, AIR  
CONDITIONER AND AUTOMOTIVE PARTS  
MANUFACTURING COMPANY

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ต้องทำงานเพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ได้และตอบสนองความต้องการพื้นฐานการทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างมากมนุษย์จำเป็นต้องใช้เวลาของชีวิตเกี่ยวข้องกับการทำงานเพิ่มขึ้น และในปัจจุบันปัญหาความขัดแย้งในองค์กรและปัญหาพนักงานไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการปฏิบัติงานและปฏิบัติงานอย่างไร้ประสิทธิภาพ[1] เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร การพัฒนาและการฝึกอบรมบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งที่ต้องมีกระบวนการที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพเพื่อให้บุคลากรมีสมรรถนะตามวิสัยทัศน์ขององค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงานถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ดังนั้น สภาพแวดล้อมและ

บรรยากาศในสถานที่ทำงานต้องมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำงาน คือ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีรู้สึกที่ต่องานมีความมั่นคง ทำให้เกิดความสุข โดยจะส่งผลดีทั้งตัวบุคคลและองค์กร[2]

ปัญหาด้านประสิทธิภาพในการทำงานเกิดจากแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรซึ่งมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรรวมทั้ง ความสามารถของผู้ทำงานด้วย กล่าวได้ว่าหากองค์กรใดบุคลากรไม่มีแรงจูงใจในการทำงานก็อาจเป็นมูลเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลงาน และการปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพส่งผลให้คุณภาพของงานลดลงและเป็นผลเสียต่อองค์กรทำให้งานเกิดความเสียหายและทำให้เกิดปัญหาทางวินัยได้อีกด้วยแต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรมีบุคลากรที่มีความพึงพอใจในงานก็ย่อมส่งผลทางบวกต่อการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและภาวะผู้นำของผู้บริหารขององค์กรนั้นหากหน่วยงานใดเห็นความสำคัญของประสิทธิภาพในการทำงานให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในหน่วยงานของตนและมีความเข้าใจในปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรปฏิบัติงานอีกทั้งตระหนักอยู่เสมอว่าความรู้สึกระดือร้อนในการทำงานนั้นสามารถเปลี่ยนได้ตลอดเวลาตามสภาพการณ์หรือตามเวลา[2]

จากปัจจัยดังกล่าวจะพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ด้านบรรยากาศในการทำงาน ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานระหว่างผู้ปฏิบัติงาน และ ผู้บังคับบัญชาและปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน [3]ของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อร่วมงาน ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ เป็นต้น

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จึงทำให้ผู้วิจัยมุ่งมั่นที่จะศึกษาข้อมูลพฤติกรรม การปฏิบัติงานและปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีประสิทธิภาพเพื่อให้องค์กรเจริญก้าวหน้าต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของ บริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ

2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 800 คน(ข้อมูลจากระบบทรัพยากรมนุษย์ HR online ของบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563) ซึ่งเป็นจำนวนประชากรที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

ตามวิธีของ ทาโร ยามาเน่ ( Taro Yamane) โดยใช้สูตรคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ

5.2 ให้ทราบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ

5.3 ทำให้สามารถ เข้าใจแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานและสามารถรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรให้นาน

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 280 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกและสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ  $X^2$  - test (Chi-Square Test) โดยการหาค่าความสัมพันธ์ของ Pearson [4]

## 7. ผลการวิจัย

**เพศ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1 และ เพศชาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21- 29 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 อายุ 40 - 49 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และอายุระหว่าง มากกว่า 49 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

**ระยะเวลาการทำงาน** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงาน 1-5 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมามีระยะเวลาการทำงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ลำดับถัดมา ระยะเวลาการทำงาน 6-10 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และน้อยกว่า 1 ปี 13 คนคิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

**ตำแหน่งงาน** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานระดับพนักงานทั่วไป จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 87.9 รองลงมามีมีตำแหน่งงานระดับหัวหน้ากะ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 มีตำแหน่งงานระดับอื่นๆจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 มีตำแหน่งงานระดับ โฟร์แมน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2. มีตำแหน่งงานระดับซูปเปอร์ไวเซอร์ 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

**ประสบการณ์ทำงาน** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน 2-5ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมามีประสบการณ์ทำงาน มากกว่า 10ปี จำนวน 102 คนคิดเป็นร้อยละ 36.4 มีประสบการณ์ทำงาน 6-10ปีจำนวน 49คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และมีประสบการณ์ทำงาน น้อยกว่า 1ปี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 มีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

### ด้านสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.2414 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกและอุปสรรคป้องกันในการทำงานมีเพียงพอเหมาะสม อยู่ในระดับ ปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 รองลงมาคือมีช่วงเวลาพักระหว่างการทำงานที่เหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ลำดับถัดมาคือ พื้นที่ในการปฏิบัติงานมีความเพียงพอสะดวกเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ลำดับถัดมาคือ อุปกรณ์ในการปฏิบัติงานมีเพียงพอเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และมีแสงสว่างเพียงพอ และมีอุปกรณ์ระบายอากาศ เช่น พัดลมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08ตามลำดับ

### ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4514 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านเพื่อนร่วมงานของท่านให้ความช่วยเหลือซึ่งกัน และกันเป็นอย่างดี อยู่ในระดับ มากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมาคือ เพื่อนร่วมงานของท่านมักจะสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานทำให้การทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ลำดับถัดมาคือ

เพื่อนร่วมงานของท่านมักจะให้คำแนะนำที่ดีหรือให้ความช่วยเหลือในการทำงานอยู่เสมออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ลำดับถัดมาคือ ผู้บังคับบัญชามีกริยาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และ ผู้บังคับบัญชามีความยุติธรรมในการบริหารงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ตามลำดับ

**ด้านความมั่นคงในการทำงาน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6107 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านบริษัทของท่านมีความมั่นคงน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ ท่านมีความมั่นคงในอาชีพหรือตำแหน่งที่ได้รับ อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และท่านรู้สึกมีเกียรติและศักดิ์ศรีในการปฏิบัติงานในองค์กร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ตามลำดับ

**ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.8871 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านรายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาคือสวัสดิการที่ได้รับมีความเหมาะสม เช่น เบี้ยขยัน, สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล, สวัสดิการดูแลค่าเช่าบ้าน เป็นต้น อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 เกณฑ์การพิจารณาบรรจุและการเลื่อนตำแหน่งมีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 การปรับขึ้นเงินเดือนมีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 และ โบนัสประจำปีมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ น้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 ตามลำดับ

**ด้านสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน** พบว่าความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย ประสบการณ์ทำงาน มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.129$ ) แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิต ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระยะเวลาการทำงาน ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิต

**ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน** พบว่า ความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.173$ ) และอายุมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.125$ ) แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิต ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย ระยะเวลาการทำงาน ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิต

**ด้านความมั่นคงในการทำงาน** พบว่าความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี



จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระยะเวลาการทำงาน ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิต

**ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ** พบว่า ความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิตในเขตอุตสาหกรรมเมืองใหม่บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมผลการวิจัยสรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย อายุ มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.136$ ) ระยะเวลาการทำงานมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.118$ ) และประสบการณ์ทำงานมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r = -0.158$ ) แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิต ส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ตำแหน่งงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนยานยนต์ของฝ่ายผลิต

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จล่วงลู่ไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

[1]กมลพร กัลยาณมิตร, “ความสัมพันธ์กับปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัยตามทฤษฎี 2ปัจจัยของเฟรเดริกเฮอริทเบิร์ก” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

[http://acad.vru.ac.th/Journal/journal%206\\_3/6\\_3\\_13.pdf](http://acad.vru.ac.th/Journal/journal%206_3/6_3_13.pdf), กันยายน 2563.

[2]กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ, “ทัศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กรบริษัท กูเวต ปีโตรเลียม (ประเทศไทย) จำกัด.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548.

[3]บุญชัย มูลธาร(2556)“ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg” [ออนไลน์]เข้าถึงได้จาก <http://jokernum.blogspot.com/2013/07/herzberg.html> 25 กรกฎาคม 2563.

[4] กัลยา วาณิชย์บัญชา, “การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาล  
ยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ENVIRONMENTS THAT AFFECT THE PERFORMANCE OF PERSONNEL IN CENTRAL  
DEPARTMENT OF THE COURTS OF JUSTICE, BANGKOK

สินีย์ จินตกะเวศ<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาสภาพแวดล้อมการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร (4) ศึกษาสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และพนักงานราชการ ใช้วิธีของ ทาโรยามานะ (Taro Yamane) คำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 292 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis:MRA) ใช้วิธีการ Enter อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี บุคลากรส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 -

25,000 บาท และมีอายุงานมากกว่า 10 ปี สภาพแวดล้อมในการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับสภาพแวดล้อมมากที่สุด คือ ด้านความมั่นคงปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ด้านองค์การและการจัดการ อยู่ในระดับมาก ด้านค่าจ้างอยู่ในระดับมาก ด้านสภาพการทำงาน อยู่ในระดับมาก และด้านสวัสดิการหรือผลประโยชน์อื่นๆ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ การศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บุคลากรมีระดับประสิทธิภาพมากที่สุดคือ ด้านเวลาที่ใช้ในงาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของงาน อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านปริมาณงาน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และผลการทดสอบความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมการทำงานเป็นรายด้านกับประสิทธิภาพการทำงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ด้านสภาพการทำงาน ( $\beta = .308$ ) ด้านองค์การและการจัดการ ( $\beta = .307$ ) ด้านโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ( $\beta = .181$ ) ด้านสวัสดิการหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ( $\beta = .154$ ) ด้านค่าจ้าง ( $\beta = .111$ ) และด้านความมั่นคงปลอดภัย ( $\beta = .051$ ) ตามลำดับ

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อม, ประสิทธิภาพการทำงาน

## Abstract

This study aims to (1) Study the demographic data of personnel in central department of The Courts of Justice, Bangkok (2) Study the work environments of personnel in central department of The Courts of Justice, Bangkok (3) Study the performance of personnel in central department of The Courts of Justice, Bangkok (4) Study environments that affects the performance of personnel in central department of The Courts of Justice, Bangkok. This research is Quantitative Research. The population used in this research are personnel in central department of The Courts of Justice, Bangkok Province consists of government officials, permanent employees, temporary workers and government employees. The method of Taro Yamane was calculated from a sample of 292 people. The research instrument was a questionnaire. The data obtained from the questionnaire were used to analyze the data by using percentage, mean ( $\bar{x}$ ) and standard deviation (SD). Hypothesis was tested by multiple regression analysis. Use the Enter method to discuss results.

The results of the study showed that most of the workforce was female. Age in the range of 31-40 years, has a status of single, education in the bachelor's degree Most of the personnel are government officials. With an average monthly income of 15,000 - 25,000 baht and a term of more than 10 years. Working environment of personnel in central department of The Courts of Justice, Bangkok. The overall level of the environment was at the high level. Security at the highest level followed by career advancement opportunities very level, organization and management is at a high level, wages are at a high level, working conditions are at a high level and welfare or other benefits were at a high level, respectively. A study of the performance of

personnel in central department of The Courts of Justice, Bangkok. Overall, the performance level is at the highest level. When considered individually, it was found that personnel with the most effective level is time spent on work at the highest level, followed by the quality of work at the highest level and the amount of work was at a high level, respectively. And the test results correlate the work environment individually with performance it was found that the survey respondents were most related to work conditions ( $\beta = .308$ ), organization and management ( $\beta = .307$ ), career advancement opportunities ( $\beta = .181$ ), welfare or other benefits ( $\beta = .154$ ), wages ( $\beta = .111$ ) and security ( $\beta = .051$ ), respectively.

KEYWORD: ENVIRONMENTS, PERFORMANCE

### 1. บทนำ

ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการศาลยุติธรรม พ.ศ. 2543 กำหนดให้สำนักงานศาลยุติธรรมเป็นส่วนราชการที่เป็นหน่วยงานอิสระมีฐานะเป็นนิติบุคคล มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับงานธุรการของศาลยุติธรรม งานส่งเสริมงานตุลาการ และงานวิชาการ[1] เพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่ศาลยุติธรรม รวมทั้งเสริมสร้างให้การพิจารณาพิพากษาคดีเป็นไปโดยสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ อาทิ การจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี การบริหารการเงิน การพัสดุ การวางแผนเกี่ยวกับบุคลากร การบริหารจัดการอาคารสถานที่ อันเป็นภารกิจหลักให้หน่วยงานสามารถดำเนินงานไปอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และเป็นเลิศในการอำนวยความสะดวกยุติธรรม ปัจจุบันสำนักงานศาลยุติธรรมได้แบ่งหน่วยงานออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ หน่วยงานในส่วนกลาง จำนวน 25 หน่วยงาน หน่วยงานศาล จำนวน 271 หน่วยงาน และสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 1 - 9 จำนวน 9 หน่วยงาน มีอัตรากำลังข้าราชการศาลยุติธรรม ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และพนักงานราชการศาลยุติธรรม รวมทั้งสิ้นจำนวน 12,844 คน [2] ดังนั้น บุคลากรถือว่าเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดของสำนักงานศาลยุติธรรมในการดำเนินงาน

ภารกิจงานและกระบวนการต่างๆ ซึ่งต้องขับเคลื่อนโดยบุคลากร กระบวนการปฏิบัติงานจึงเป็นไปในลักษณะที่ต้องสนับสนุนเพื่อให้องค์กรสามารถยืนหยัดที่จะอำนวยความสะดวกให้เกิดขึ้นได้แก่สังคม องค์กรจึงมีความจำเป็นต้องหาแนวทางสนับสนุนให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับประสิทธิภาพการทำงาน คือ ความสามารถและทักษะในการกระทำของบุคคล ของตนเอง หรือของผู้อื่นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเองและขององค์กรอื่นจะทำให้ตนเอง ผู้อื่น และองค์กร เกิดความพึงพอใจและสงบสุขในที่สุด [3] ประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรย่อมขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในองค์กรนั้น การที่บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น เกิดจากปัจจัยส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในองค์กรมีความกระตือรือร้นทุ่มเทในการปฏิบัติงาน อันได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งสภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเราทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ซึ่งมีผลกระทบต่อบุคคลในหน่วยงาน ทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม [3] โดยประกอบไปด้วย ความมั่นคงปลอดภัย โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน องค์กรและการจัดการ ค่าจ้าง คุณลักษณะเฉพาะของงาน การนิเทศงาน คุณลักษณะทางสังคม การติดต่อสื่อสาร สภาพการทำงาน และสวัสดิการหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับ [3] และในการดำเนินงานแต่ละงานย่อมมีความยากง่ายที่แตกต่างกัน มีสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละบุคคลก็ต่างกันไปด้วย บางครั้งบุคลากรต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ได้รับความกดดันทั้งจากการปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน และจากปัจจัยภายนอก อาทิ การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หรือสภาพเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น สภาพแวดล้อมจึงเป็นปัจจัยส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในหน่วยงานมีความกระตือรือร้นทุ่มเทในการปฏิบัติงาน สภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการทำงาน ย่อมทำให้บุคลากรในองค์กรทุ่มเททำงาน อีกทั้งยังช่วยลดความเครียด รวมทั้งลดความขัดแย้งภายในองค์กร จะเห็น

ได้ว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานสามารถส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร

จากที่กล่าวมาทั้งหมดทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

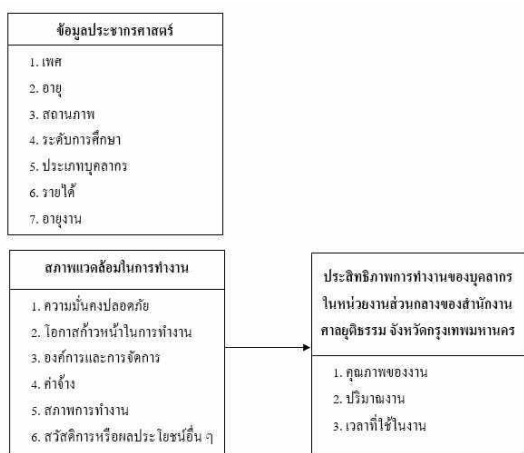
## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ข้าราชการศาลยุติธรรม ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และพนักงานราชการศาลยุติธรรม พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 1,090 คน (ข้อมูลจากสำนักการเจ้าหน้าที่ สำนักงานศาลยุติธรรม ณ วันที่ 15 พฤษภาคม 2563) ซึ่งเป็นจำนวนประชากร ที่ทราบจำนวนประชากร (Finite Population)

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง ตามวิธีของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) โดยใช้สูตรคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 292 คน

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

5.2 ทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลางของสำนักงานศาลยุติธรรม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

5.3 สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อมขององค์กรให้มีความเหมาะสมมากขึ้น นำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 292 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ regression Analysis [4]

## 7. ผลการวิจัย

**เพศ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

**อายุ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ช่วงอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

**สถานภาพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

**ประเภทบุคลากร** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นข้าราชการศาลยุติธรรม จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาคือพนักงานราชการ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ลูกจ้างประจำ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และลูกจ้างชั่วคราวจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

**รายได้** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือมีรายได้ 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รายได้ 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

**อายุงาน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาอายุงาน 2 - 5 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 22.3 อายุงานน้อยกว่า 2 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.2 และอายุงาน 6-9 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.1

**ด้านความมั่นคงปลอดภัย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2397 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมในเรื่องมีความมั่นคงในอาชีพการงานและองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาคือผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานให้การสนับสนุนท่านในการปฏิบัติงานได้อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และในหน่วยงานของท่านมีการจัดสถานที่ในการทำงานได้อย่างเหมาะสมปลอดภัยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

**ด้านโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1045 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมในเรื่องสามารถพัฒนาความรู้ความสามารถจากงานที่ทำอยู่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคืองานที่ทำอยู่ขณะนี้จะช่วยทำให้ท่านมีเกียรติยศ ชื่อเสียงและมีโอกาสก้าวหน้าด้านกรงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างยุติธรรมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และได้รับการสนับสนุนให้มีโอกาสไปศึกษาดูงาน ฝึกอบรมและลาศึกษาต่ออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

**ด้านองค์การและการจัดการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0839 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมในเรื่องงานของท่านสอดคล้องกับนโยบายขององค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือระเบียบในการปฏิบัติงานขององค์กรมีความชัดเจนสอดคล้องกับการทำงานของท่านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ท่านเห็นความชัดเจนของนโยบายขององค์กรและ

การบริหารงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และองค์การวางนโยบายในการปฏิบัติงานตามที่ท่านคาดหวังไว้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ

**ด้านค่าจ้าง** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0034 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมในเรื่องได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถและงานที่รับผิดชอบอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือได้รับเงินเดือนตามที่ท่านคาดหวังไว้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ได้รับการปรับเลื่อนเงินเดือนอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และระบบการพิจารณาค่าจ้างมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

**ด้านสภาพการทำงาน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8904 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมในเรื่องมีการนำอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความทันสมัยมาใช้เพื่อให้งานมีความสะดวกรวดเร็วขึ้นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือท่านพอใจกับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และมีอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ในการทำงานอย่างเพียงพออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

**ด้านสวัสดิการหรือผลประโยชน์อื่นๆ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8687 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมในเรื่องท่านคิดว่าสวัสดิการที่ท่านได้รับมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือหน่วยงานมีการปรับปรุงระบบการจัดสวัสดิการต่างๆ ให้กับบุคลากรอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และหน่วยงานมีการให้บำเหน็จรางวัลแก่ผู้ปฏิบัติงานดี ขอมรับยกย่องชมเชยเมื่อ

บุคลากรปฏิบัติงานคืออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ

ต่อแบบสอบถามมีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ด้านสภาพการทำงาน ( $\beta = .308$ ) ด้านองค์การและการจัดการ ( $\beta = .307$ ) ด้านโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ( $\beta = .181$ ) ด้านสวัสดิการหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ( $\beta = .154$ ) ด้านค่าจ้าง ( $\beta = .111$ ) และด้านความมั่นคงปลอดภัย ( $\beta = .051$ ) ตามลำดับ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1]กิติมา สุรสนธิ, "ความรู้ทางการสื่อสาร" พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- [2]กัญญา เพิ่มผล, "การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน" กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2541.
- [3]วิโรจน์ ก่อสกุล, "เอกสารประกอบการบรรยาย กระบวนวิชาองค์การและนวัตกรรมในองค์กร", กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552.
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา, " การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows", กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

การออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศคลินิกการแพทย์แผนไทย  
คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ

**Design and Development of Thai Traditional Medicine Clinic Information System**  
**The Faculty of Health and Sport Science Thaksin University**

นุรีดา บาหะมะ<sup>1</sup>, มัสรา ลอแมะ<sup>1</sup>, อาจารย์ นาโค<sup>1</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ  
222 หมู่ 2 ตำบลบ้านพร้าว อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง 93210 โทรศัพท์: 0-74609600 ต่อ 2563  
E-mail: 602021191@tsu.ac.th, 602021200@tsu.ac.th, ajaree@tsu.ac.th

### บทคัดย่อ

คลินิกการแพทย์แผนไทย คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ เป็นคลินิกที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งฝึกของนิสิตหลักสูตรการแพทย์แผนไทยชั้นปีที่ 4 ด้านการบริหารกิจการคลินิกฯ เช่น การจัดเก็บเวชระเบียน การจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้บริการ การจัดการด้านการเงิน เป็นต้น ปัจจุบันข้อมูลของคลินิกจัดเก็บในรูปแบบกระดาษ ทำให้การสืบค้นข้อมูลมีความล่าช้าและเสี่ยงต่อการสูญหายของเอกสาร ระบบสารสนเทศคลินิกการแพทย์แผนไทยพัฒนาขึ้นในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารงานภายในคลินิกฯ ระบบสามารถจัดการกับชั่วโมงการฝึกปฏิบัติงานของนิสิต ข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการและการให้บริการ ผลการประเมินความพึงพอใจของการใช้งานระบบจากกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 20 คน พบว่าระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่มีต่อการใช้งานระบบอยู่ในเกณฑ์ดี (4.15 จาก 5) มีฟังก์ชันจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานของระบบ ช่วยให้การจัดการคลินิกมีความสะดวกขึ้น ระบบที่นำเสนอครอบคลุมการให้บริการเฉพาะการนวด แต่สามารถขยายขอบเขตให้รองรับระบบการขายผลิตภัณฑ์ได้ในอนาคต

**คำสำคัญ:** คลินิกการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยทักษิณ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ โปรแกรมประยุกต์บนเว็บ

### Abstract

Thai traditional medicine clinic is established at the faculty of Health and Sport Science Thaksin University. It is proposed as a training center for students in the 4<sup>th</sup> year of Thai traditional medicine courses for the clinic's management business, such as medical records, Thai tradition medical services, financial data etc. Currently, the information is stored in the form of documents. This can lead to data retrieval inefficiency and data lost. Thai traditional medical clinic management system is a web-based application for facilitate the management of information within the clinic. It is able to deal with students' clinic hour information, customer medical records and services information. The level of user satisfaction from 20 samples found that the overall user satisfaction level was good (4 of 5). The system provides basic functions for database management, this will help the faculty to manage the business of this clinic more conveniently. The proposed system covers only massage services, this can expand the scope to support the product sales system in the future.

**Keywords:** Thai Traditional Medicine Clinic Thaksin University, Management Information System, Web Application



## 1. คำนำ

คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ มีการจัดตั้งคลินิกการแพทย์แผนไทยเพื่อเป็นแหล่งเตรียมความพร้อมด้านทักษะการบริหารจัดการคลินิกให้นิสิตชั้นปีที่ 4 สาขาการแพทย์แผนไทย ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกปฏิบัติการในคลินิกสามารถนำไปใช้เพื่อบริหารคลินิกส่วนตัวหรือไปทำงานในองค์กรต่าง ๆ งานในคลินิกฯ ประกอบด้วยงานระเบียบประวัติลูกค้า งานบันทึกข้อมูลการเข้ารับบริการงานจัดเก็บข้อมูลนิสิตที่ปฏิบัติงานในคลินิก งานขายผลิตภัณฑ์โดยนิสิตชั้นปีที่ 4 จะจัดกลุ่มเพื่อเข้าฝึกในคลินิก ปัจจุบันข้อมูลจะถูกบันทึกในกระดาษทั้งหมด เมื่อมีการเปลี่ยนกลุ่มนิสิตที่ฝึกปฏิบัติการคลินิกฯ นอกจากจะต้องเรียนรู้กระบวนการทำงานแล้ว ยังต้องเรียนรู้ขั้นตอนการบันทึกข้อมูลโดยการทำงานผ่านทางกระดาษ ซึ่งเป็นวิธีการแบบดั้งเดิม เสี่ยงต่อความเข้าใจข้อมูลคลาดเคลื่อน การสูญหายของข้อมูล และมีความล่าช้าในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ภายในคลินิก งานวิจัยนี้นำเสนอวิธีการนำระบบสารสนเทศมาช่วยบริหารจัดการคลินิกฯ ซึ่งครอบคลุมส่วนของการให้บริการของคลินิกฯ และส่วนของการบันทึกข้อมูลการปฏิบัติงานของนิสิต ระบบนี้จะช่วยให้การบริหารจัดการคลินิกฯ มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## 2. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คลินิกการแพทย์แผนไทย ตั้งอยู่ที่อาคารคณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ จังหวัดพัทลุง เปิดบริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 10.00 – 19.00 น. ให้บริการตรวจรักษาและให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์แผนไทย และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสมุนไพร กลุ่มลูกค้าของคลินิกฯประกอบด้วย นิสิต บุคลากรในมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอก คลินิกฯ นี้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้นิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรการแพทย์แผนไทยมีประสบการณ์ด้านการบริหารงานคลินิกฯ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปใช้กับคลินิกของตนเอง หรือเพื่อปฏิบัติงานในวิชาชีพบริการของคลินิกประกอบด้วย การนวดแผนไทย การนวดบำบัด การนวดเพื่อสุขภาพ การประคบสมุนไพร และการแช่เท้า ลูกค้าที่จะมาใช้บริการจะต้องมีการสร้างระเบียบประวัติ

ด้วยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลการแพทย์เบื้องต้น ก่อนการเข้ารับบริการจะต้องมีการบันทึกข้อมูลสุขภาพก่อนทุกครั้งแล้วจึงกำหนดผู้ให้การรักษา (นิสิตที่ปฏิบัติการการนวด) และบันทึกการชำระเงิน ข้อมูลในทุกขั้นตอนของคลินิกจะบันทึกไว้ในแฟ้มกระดาษ โดยไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการ เมื่อเปรียบเทียบรูปแบบการบริการของคลินิกจะใกล้เคียงกับระบบโรงพยาบาลและธุรกิจสปา ปัจจุบันธุรกิจเหล่านั้นมีการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันที่ใช้ในการนำเสนอบริการของธุรกิจ และมีระบบเบื้องหลังสำหรับผู้ดูแลระบบสามารถใช้บริหารจัดการธุรกิจได้ ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์โรงพยาบาลการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ [3] ซึ่งมีการให้บริการในรูปแบบเดียวกับคลินิกฯ แต่มีรูปแบบและกระบวนการที่ซับซ้อนกว่า หรือเว็บไซต์สปา มาส [5] เป็นเว็บไซต์ที่บริหารร้านนวดสปาครบวงจร รองรับงานขายสินค้าและบริการนวดต่าง การจัดการสต็อก การจัดสรรค่าตอบแทนพนักงานนวด ค่าคอมมิชชั่น เป็นต้น ในขณะที่ระบบ Relax Spa [4] เป็นระบบบริหารการนวดที่รองรับร้านนวดที่มีหลายสาขา โดยลูกค้าสามารถจองวัน เวลา สาขา และรูปแบบการนวด ตัวอย่างทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าการนำเว็บไซต์มาช่วยในการบริหารธุรกิจจะช่วยเผยแพร่ข่าวสารของธุรกิจได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมถึงสามารถให้บริการระบบงานเบื้องหลังได้ในระบบเดียวกัน คลินิกการแพทย์แผนไทย คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา จึงควรมีการนำระบบสารสนเทศมาช่วยในการบริหารจัดการคลินิกในรูปแบบของเว็บไซต์เช่นเดียวกับระบบที่อ้างอิงถึง และจะต้องสามารถบันทึกข้อมูลการปฏิบัติงานของนิสิตของหลักสูตร ซึ่งจะทำการบริหารจัดการของคลินิกมีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระเบียบ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## 3. การพัฒนาระบบบริหารจัดการคลินิกการแพทย์แผนไทย

ขั้นตอนการพัฒนาาระบบแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ

- 1) การเก็บรวบรวมความต้องการผู้ใช้
- 2) การวิเคราะห์และออกแบบการไหลของข้อมูลในระบบ
- 3) การวิเคราะห์และออกแบบฐานข้อมูล
- 4) การพัฒนาระบบตามที่ได้ออกแบบไว้
- และ 5) การทดสอบระบบและการประเมินการใช้งาน

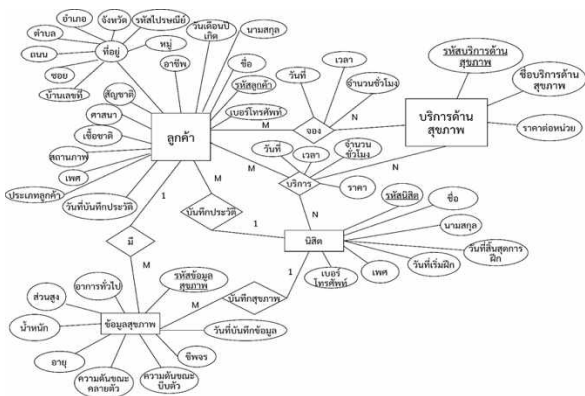
โครงสร้างของระบบจัดการสารสนเทศที่ได้จากขั้นตอนการเก็บรวบรวมความต้องการผู้ใช้แสดงไว้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โครงสร้างของระบบบริหารจัดการคลินิกฯ

ระบบที่เสนอเป็นเว็บแอปพลิเคชัน ผู้ใช้งานหลักคือผู้เจ้าหน้าที่คลินิก (หรือนิสิตผู้ดูแลคลินิก) และลูกค้ำ ฟังก์ชันการใช้งานของเจ้าหน้าที่เป็นฟังก์ชันจัดการภายในคลินิก เช่น การจัดเก็บระเบียบลูกค้ำ การบันทึกข้อมูลสุขภาพ การให้บริการและชำระเงิน การออกรายงาน และการจัดการกับข้อมูลนิสิตที่ฝึกปฏิบัติในคลินิก ส่วนของลูกค้ำจะเป็นฟังก์ชันที่ใช้จองวันเวลาสำหรับนัด เพื่อให้ครอบคลุมการทำงานบนเว็บ ผู้วิจัยได้เพิ่มฟังก์ชันเสริมที่ใช้สำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของคลินิก เช่น การจัดการข่าวประชาสัมพันธ์ และการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์

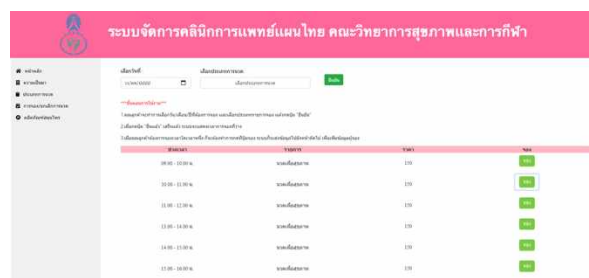
ขั้นตอนของการวิเคราะห์ฟังก์ชันการทำงานของระบบร่วมกับการพิจารณาการไหลของข้อมูลด้วยแผนภาพกระแสข้อมูล ทำให้ได้เพิ่มข้อมูลที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลในระบบ ขั้นตอนการออกแบบฐานข้อมูลจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพิ่มข้อมูลที่ได้ ดังแผนภาพอีอาร์ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภาพอีอาร์ของระบบ

ภาพที่ 2 แสดงเอนติตี้หลักที่ใช้ในการดำเนินการกับฟังก์ชันหลักของระบบ ประกอบด้วย 1) เอนติตี้ลูกค้ำ ใช้เก็บข้อมูลระเบียบลูกค้ำ 2) เอนติตี้บริการด้านสุขภาพ ใช้เก็บรูปแบบการนัดประเภทต่าง ๆ 3) เอนติตี้ข้อมูลสุขภาพ ใช้บันทึกข้อมูลที่ลูกค้ำทำการตรวจสอบสุขภาพก่อนการเข้ารับบริการ (การนัด) แต่ละครั้ง 4) เอนติตี้นิสิต ใช้สำหรับบันทึกข้อมูลนิสิตที่ฝึกปฏิบัติการคลินิกในแต่ละช่วงเวลา เอนติตี้และประเภทความสัมพันธ์ที่ได้จะถูกทำให้เป็นบรรทัดฐาน (normalization) เพื่อให้ได้ตารางข้อมูลสำหรับใช้จัดเก็บข้อมูลในฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ต่อไป เอนติตี้ทั้งหมดจะถูกกำหนดเป็นตารางข้อมูล และเกิดตารางข้อมูลเพิ่มเติมจากแผนภาพคือตารางข้อมูลการบริการ ซึ่งจะใช้เก็บวันเวลาของลูกค้ำที่มารับบริการร่วมกับนิสิตผู้ให้บริการ และถูกนำไปใช้เพื่อการคำนวณจำนวนเงิน และใช้อออกรายงานต่อไป

เว็บไซต์ของระบบบริหารจัดการคลินิกฯ พัฒนาขึ้นด้วยภาษา html ร่วมกับภาษา php [1] และจัดเก็บในระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL [2] โดยแบ่งผู้ใช้ออกเป็น 2 กลุ่มคือผู้ใช้ในคลินิก (ผู้ดูแลระบบ) และผู้ใช้ทั่วไป ผู้ใช้ทั่วไปสามารถดูข่าวประชาสัมพันธ์และข้อมูลทั่วไปของคลินิก และมีฟังก์ชันสำหรับจองการนัด โดยผู้ใช้จะต้องเลือกวันที่และเวลาที่ต้องการ หลังจากนั้นระบบจะแสดงช่วงเวลาที่สามารถจองได้ เพื่อให้ผู้ใช้คลิกเลือกและบันทึกข้อมูลผู้จองและหมายเลขโทรศัพท์มือถือ ดังตัวอย่างภาพที่ 3 ผู้ใช้สามารถยกเลิกการจองของตนเองได้ด้วย



ภาพที่ 3 ตัวอย่างหน้าจอสำหรับจองการนัด

ข้อมูลการจองของลูกค้ำทั้งหมดในแต่ละวันจะถูกนำมาแสดงในหน้าจอของผู้ดูแลระบบ (ภาพที่ 4) ซึ่งจะต้องใช้งานโดยการ

ล็อกอิน เมนูซ้ายมือของผู้ดูแลระบบจะเข้าไปตามคุณลักษณะของฟังก์ชันที่ได้ออกแบบไว้แล้ว



ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอแสดงรายการจองของลูกค้า

หน้าจอการบันทึกทะเบียนลูกค้าจะออกแบบตามแบบฟอร์มเอกสารของคลินิก สำหรับการบันทึกข้อมูลการมารับบริการ นวด จะประกอบด้วย การตรวจสอบสุขภาพ และการเลือกประเภทการนวด ดังตัวอย่างหน้าจอในภาพที่ 5 และ 6 ตามลำดับ และ ออกใบเสร็จชำระเงินให้ลูกค้า



ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าจอบันทึกข้อมูลสุขภาพ



ภาพที่ 6 ตัวอย่างหน้าจอการมอบหมายผู้ให้บริการ

เมนูจัดการข้อมูลนัดเป็นการบันทึกข้อมูลของนิสิตที่จัดกลุ่มฝึกงานในช่วงเวลาที่กำหนด ข้อมูลนิสิตจะถูกนำไปเชื่อมโยงกับการบันทึกทะเบียนลูกค้า และการให้บริการนวดลูกค้า นอกจากนี้ยังมีเมนูสำหรับจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์

สมุนไพรที่จำหน่ายในคลินิก และการจัดการข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 7 หน้าจอตัวอย่างการออกรายงาน

ภาพที่ 7 แสดงตัวอย่างการออกรายงานของระบบ โดยระบบจะทำการรวมจำนวนเงินที่ได้รับจากการให้บริการการนวดในแต่ละวันมาจัดทำเป็นแผนภูมิแท่ง จำแนกข้อมูลรายจ่ายของเดือนนั้น ๆ ระบบยังสามารถแสดงรายงานในรูปแบบของการเปรียบเทียบระหว่างเดือนและปี ได้ด้วย

การทดสอบและประเมินระบบประกอบด้วยสองขั้นตอนคือ 1) การทดสอบความถูกต้องและความครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้ โดยผู้พัฒนาระบบ และ 2) การประเมินความพึงพอใจของการทำงาน โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสุ่มเลือกผู้กลุ่มตัวอย่างในสถานะลูกค้า และผู้ดูแลระบบจำนวน 20 คน โดยลูกค้าจะเป็นอาสาสมัครจากนิสิตหลักสูตรวิทยาการคอมพิวเตอร์จำนวน 10 คน ผู้ดูแลระบบจะเป็นนิสิตหลักสูตรการแพทย์แผนไทย ชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 จำนวน 2 คน และ 8 คน ตามลำดับ ผู้วิจัยจะทำการสาธิตการทำงาน แล้วให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจในแต่ละหัวข้อ โดยกำหนดความหมายของค่าคะแนน 5 หมายถึงพึงพอใจมากที่สุด และคะแนน 1 หมายถึงพึงพอใจน้อยที่สุด สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนวัดระดับความพึงพอใจกำหนดดังนี้

- พึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00
- พึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20
- พึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40
- พึงพอใจน้อย ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60
- พึงพอใจน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง

เกณฑ์การประเมิน	ผลการประเมินความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้	4.115	0.021
ความถูกต้อง ความง่ายในการใช้งาน	4.105	0.007
ประโยชน์ของการนำไปใช้	4.253	0.003
ค่าเฉลี่ยรวม	4.155	0.007

ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างในตารางที่ 1 พบว่าผู้ใช้มีระดับความพึงพอใจมากในทุกด้าน (คะแนนเฉลี่ย 4.155) โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านประโยชน์ของการใช้งานสูงสุด (คะแนนเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ ด้านการออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (คะแนนเฉลี่ย 4.13) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านความถูกต้องและความง่ายในการใช้งาน (คะแนนเฉลี่ย 4.10)

#### 4. สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้นำเสนอเว็บไซต์ระบบคลินิกการแพทย์แผนไทย คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา มหาวิทยาลัยทักษิณ ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อใช้จัดเก็บสารสนเทศของคลินิกฯ ทดแทนการเก็บในรูปแบบเอกสาร ระบบประกอบด้วยผู้ใช้ทั่วไป และผู้ใช้ที่เป็นผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้ทั่วไปสามารถดูข้อมูลทั่วไปของคลินิกฯ และจองเวลาการนัดได้ ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลของคลินิกฯ ทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลสุขภาพ ข้อมูลการนัด ข้อมูลนิสิต ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และข้อมูลผลิตภัณฑ์ และออกรายงานได้ เว็บไซต์พัฒนาขึ้นด้วยภาษา html และ php และจัดเก็บข้อมูลในฐานข้อมูล MySQL ผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คนพบว่า ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.155)

จากการพิจารณาค่าคะแนนความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ระบบถูกพัฒนาในรูปแบบของเว็บไซต์ที่พัฒนาเรียบง่ายเกินไป ไม่เป็นที่คุ้นเคยของผู้ใช้งานเว็บ ซึ่งแตกต่างจากเว็บปัจจุบันที่มีส่วนติดต่อผู้ใช้ที่สวยงาม และมีลูกเล่นมากมาย ในขณะที่เดียวกันการใช้งานเว็บไซต์นี้ ผู้ใช้จะต้อง

เข้าใจระบบและขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน หากขาดความเข้าใจในขั้นตอนวิธี จะรู้สึกสับสน ทำให้ใช้งานได้ยาก ซึ่งระบบควรจะทำงานตามขั้นตอนได้โดยอัตโนมัติมากกว่านี้ เพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดของกระบวนการทำงาน

ในปัจจุบันระบบที่นำเสนอจัดการได้เฉพาะส่วนของข้อมูลบริการด้านการนัด ยังไม่รองรับกิจกรรมการขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการจัดการสินค้าคงคลัง ในอนาคตระบบสามารถปรับการออกแบบให้เป็นไปตามประสบการณ์ผู้ใช้เพื่อให้ใช้งานง่ายขึ้น และขยายขอบเขตของระบบให้ครอบคลุมการขายและบริหารสินค้าคงคลังของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งจะทำให้ได้ระบบที่ตอบสนองพันธกิจของคลินิกการแพทย์แผนไทยได้ครบถ้วนมากขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] ชานูชัย ศุภอรธกร, “สร้างเว็บแอปพลิเคชันแบบ Responsive ด้วย PHP Bootstrap MySQL / MariaDB + AJAX + jQuery ฉบับสมบูรณ์”, สำนักพิมพ์ Simplify กรุงเทพฯ, 2563.
- [2] บัญชา ปะสิละเตสัง, “พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันด้วย PHP ร่วมกับ MySQL และ jQuery”, บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด กรุงเทพฯ, 2558.
- [3] โรงพยาบาลการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, เข้าถึงได้จาก <http://www.ttmed.psu.ac.th/hospital/>, สืบค้น สิงหาคม 2563.
- [4] Let's Relax spa, “ระบบ Let's Relax spa”, เข้าถึงได้จาก <https://letsrelaxspa.com/>, สืบค้น สิงหาคม 2563.
- [5] Program2me.com, “โปรแกรมบริหารจัดการร้านสปาครบวงจร-สปามาสา”, เข้าถึงได้จาก <http://program2me.com/028/spamas.html>, สืบค้น สิงหาคม 2563.

## Acceptance of The Concept of Green Packaging

Panida Phokasem<sup>1</sup> Roongthip Thamsena<sup>2</sup>, Viyadarat Nilpakawong<sup>3</sup> Waridda Piphatanakul<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> Bangkok Suvarnabhumi University, Logistics Management, Faculty of Science and Technology

<sup>3</sup> Bangkok Suvarnabhumi University, Accountancy Program

### 1. Introduction

“The packaging industry is one of the most important industries in the world” (Sandra, Lija & Ingrida, 2011). In the last two or three years ago, We see that there are some new standards or policy and regulations about the safety of the package including the campaign on products that are environment friendly. Some company tend to make increasingly their packaging more environment-friendly and disposable or we have known as ‘Eco’ Packaging or ‘Green’ packaging. Suyog (2012) reported that the worldwide demand for green packaging is projected to rise 5.7% per year to \$212 bn by 2015 with Asia-Pacific region accounting for \$79 bn of the total demand (p.9). For instance, UPS company take responsibility to environmental preservation by designing packaging. For the materials used in packaging, UPS relies on data from the Sustainable Packaging Coalition and its Compass Program for lifecycle metrics. Furthermore, they expect to see some success with its two-year-old ‘Eco Responsible Packaging program’ (Official Board Markets,2012). Suyog (2012) stated that drivers of sustainable packaging would depend on cost reduction, induced buying behavior, brand awareness, environmental sustainability, and market potential. Thailand also concerns about global warming and shortage of natural resource that it make number of eco-friendly products appeared increasingly (Euromonitor International, 2013). For instance, green

packaging demand has increased gradually since 2004 in the United State as table 1 (Official Board Markets,2011).

**Table 1** U.S. Green Packaging Demand (million dollars)

Item	2004	2009	2014	% Annual Growth	
				2004-2009	2009-2014
Green Packaging Demand	30145	34460	41650	2.7	3.9
Recycled Content Packaging	27175	31178	37250	2.8	3.6
Reusable Packaging	2795	2920	3715	0.9	4.9
Degradable Packaging	175	362	685	15.6	13.6

*Note:* Adapted from [www.packaging-online.com](http://www.packaging-online.com) Copyright 2011 by Official Board Markets. Reprinted with permission.

Pivotal role in the production process is integrated economic and environmental concepts into the design process in order to develop products that are environmentally friendly. This includes the analysis of the environmental performance of products, management of expired product, reducing environmental impact at every stage of the life cycle of the product, coupled with an analysis of other factors,

(such as cost, manufacturing process, quality control, and marketing) for example.

Eco Design is one way to demonstrate our responsibility to the environment apart from the other approaches are well known as a Cleaner Technology (CT), Life Cycle Assessment (LCA). Currently, there are many government agencies, independent agencies, and educational institutions which have educational programs and instruction to develop knowledge of EcoDesign more. As well as to disseminate knowledge and encourage industries to produce environmentally friendly products.

Although companies are ready to invest, gain support from the government, and have the technology for the production of green packaging, they might not invest in green packaging if it is not necessary because support from government is not law or enforcement.

Research on how factor, investment, corporate social responsibility, government support, and environmental consciousness affect green packaging and this study aim to begin filling that gap by exploring experts response to green packaging claim. Specially, this study investigates experts' attitude of investment, corporate social responsibility, government support, and environmental consciousness to contribute green packaging

## **2. BACKGROUND AND HYPOTHESES**

### **2.1 Green Packaging**

Green packaging is defined by Suyong (2012: p.8) as “ the packaging made from eco-friendly/biodegradable/compostable materials that can be broken down and assimilated by natural means back into common earth elements like carbon, oxygen and hydrogen”.

Tan & Lau (2010) stated that green product involved with packaging that incorporates the strategies in

recycling, reduced packaging or using less toxic materials to reduce the impact on the natural environment

Sustainability of the environment can start with green packaging because normally, the packages will be thrown out as environmental waste and thereby it pollutes the environment. Thus, attention to green packaging will pay rich dividend in ensuring the sustainability of the environment (Solaiappan & Palaniappan, 2012).

For instance, SCG has technology for carton that it is the eco-friendly container. For Idea paper, boxes and wrapping paper made from special packaging paper that uses less chemicals in pulp bleaching. Ideal paper is also printed with environmentally-friendly ink; the wrapping paper is printed with water-based ink and the box with soy ink (Euromonitor International, 2013). Furthermore, some retailers such as, Tops Market, Tops Super, Central Food Hall, Gourmet Market and Lemon Farm are more active in terms of promoting biodegradable plastics to consumers. (Euromonitor International, 2013).

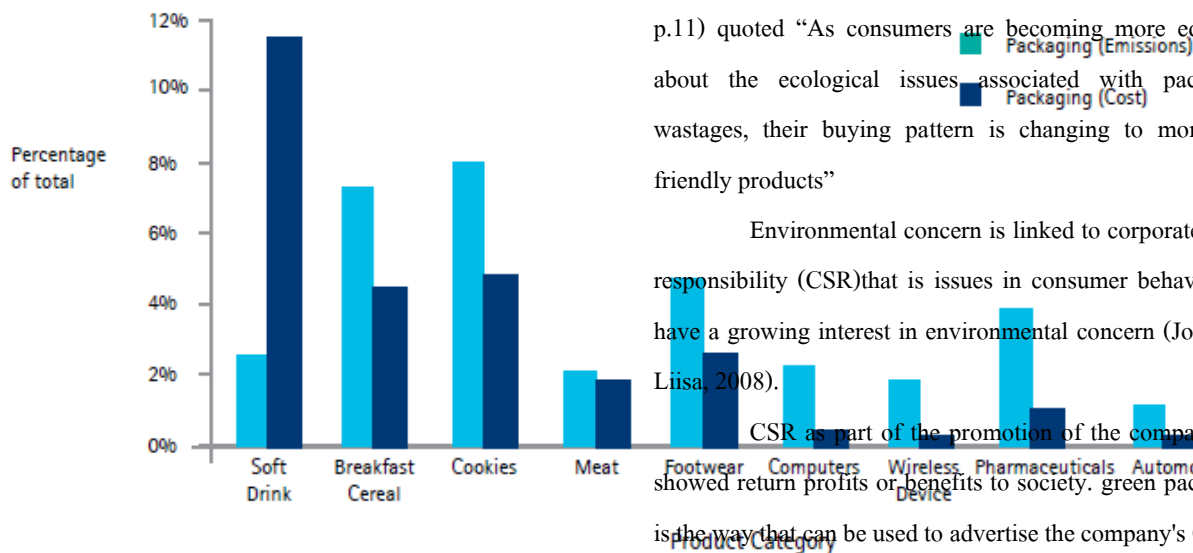
### **2.2 Drivers of Green Packaging**

#### ***Investment***

Investment in green packaging technology is high cost because companies have to invest in machine, research and development about eco-technology. However, Investment in green packaging technology can reduce carbon emissions due to packaging, green packaging technology comes with a high investment. Technology is important to produce green packaging. Coca-Cola (Thailand) Ltd cooperated with Thai Namthip Co Ltd to introduce new technology to reduces the usage of plastic by 13-20% in the production, thus, the new packaging used less plastic than the previous design (Euromonitor International, 2013). Using less plastic for packaging to make the packaging has a lighter weight, furthermore, it reduces transport costs because they can transport more. According to the study of Sundip,

Michael, Gary and Gary (2011) found that companies can save packaging and transportation costs by using green packaging initiative (reduce, reuse, recycle), improved technology, the availability of alternative packaging material, and supplier collaboration. Even in international market, they require advanced and high technology and innovation to enhance the standard of products and packaging and compete in an international environment (Euromonitor International, 2013, p.1).

**Figure 1** Percentage of cost and emission due to packaging



(source: Sundip et al., 2011, p. 4)

From figure 1, in each industry, the management cost of the packaging looks different because each product is different that it make acceptance of green packaging is different. Thus, green packaging is developed gradually. It also requires investment in research and development of eco-friendly packaging.

Euromonitor International (2013) reported that Thai Namthip Co Ltd invested up to Bt700 million in new machinery with new “Eco-Crush” technology to produce lightweight PET bottles for bottled water. The new packaging

used 35% less plastic than the previous design; it is also 100% recyclable and can also be crushed after use to save space.

However, the manufacture of eco-friendly packainga requires higher technology and higher production cost also. Thus, companies which tend to go to green have to ready in investment. If companies are not ready to invest in technology, eco-friendly packaging will happen hardly.

**Corporate Social Responsibility (CSR)**

The study of Datta and Ishashwini (2010) suggested that to promote environmental concern is opportunities to convince green buying behavior of consumer. Suyong (2012: p.11) quoted “As consumers are becoming more educated about the ecological issues associated with packaging wastages, their buying pattern is changing to more eco-friendly products”

Environmental concern is linked to corporate social responsibility (CSR) that is issues in consumer behaviour to have a growing interest in environmental concern (Joonas & Liisa, 2008).

CSR as part of the promotion of the company that showed return profits or benefits to society. green packaging is the way that can be used to advertise the company's CSR as well. It is possible that the company which has a CSR will produce and develop green packaging as well.

**Government Support**

Support from government by policies, tax reductions, investment and technology in green packaging is what led to the emergence of green packaging in the private or state industries. If the industrial sector of state is an example of action and success, it can be defined as a national policy. According to Suyong (2012) suggested that if companies have eco-friendly packaging, government should reduce any tax duties for eco-friendly packaging materials.

Guirong& Zongjian (2012) also stated that establish the restriction law of packaging waste should be the priority. Eco-mark or Eco-label identifies a product that meet environmental standard (Geetika, 2013). Government should establish a government agency to manage eco-label for product that meet specific environmental criteria in order to improve trust from consumer about reliable eco-label standard.

### ***Environmental Consciousness***

To understand that their affairs are polluting the environment and have environmental consciousness is important beginning to lead to create green packaging. According to Vinod&Ritu (2001) concluded “the environmental awareness in India has started affecting marketing of products based upon packaging” (p.245). When we are environmental conscious it will cause action to preserve the environment without requiring rules, regulation, and enforcement from government.

Global pollution such as water, air, soil pollution, cause climate change. Consumer and business leaders from China, India, Germany, Japan, the U.K. and the U.S. aware climate change (Sundip et al., 2011). Global pollution awareness is a good start because it will cause better environmental management and promoting eco-packaging. Currently, there are already environmental rules but environmental awareness will make companies do and control environment more than standard. Thus, environmental consciousness and awareness will lead to better environmental management, which is leading to the occurrence of green packaging.

Suyong (2012) reported that many companies start switching over to sustainable packaging due to environmental considerations. However, the official government policy was a factor of leading to green, environmental consciousness and awareness was the most significant factor (Tan & Lau, 2010).

## **3. METHODOLOGY**

### **3.1 Research Instruments**

The study used a structured interview that was developed based upon literature to create the key issues. Issues from this review were investment, CSR, perception of government support, environmental consciousness, and the acceptance of the concept of green packaging. The structured interview was consulted with an expert (licensed auditor ISO 140001) in the field of environmental standard to improve accuracy and reliability. Structured interview is separated 4 part as follow:

Part 1 is personal information of respondents, for example, name, age, and position.

Part 2 is opinion about drivers of green packaging that are investment, CSR, government support, and environmental consciousness

Part 3 is opinion about the acceptance of the concept of green packaging.

Part 4 is comment and suggestion in order to respondents comment that how to manage for sustainable packaging for environment.

### **3.2 Data Collection and Characteristics of Respondents**

Participants for this study are 5 companies from executive or manager who are authority in making decision on green packaging in order to provide answers or information precisely for the purposes of research by in-depth interview. The interview lasted approximately an hours. The interview was recorded and fully transcribed for subsequent content analysis.

## **4. Result**

### ***Investment driving green packaging***



From interview companies that have already invested in green packaging, they gave reason that investment in green packaging can improve companies' image and reduce pollution from waste disposal. Someone said "The difficult compostable waste causes more pollution which most waste was coming from package". Some companies invested because they want to expand their market to international market. "Some countries have regulation of eliminating waste from other countries' product. If it is compostable waste, you do not need to pay high cost for waste elimination".

While other companies that have not invested in green packaging but plan to do it in the future gave reason in the same way that green packaging is a good thing that should do to preserve environment. However, companies that are not ready to invest in this field are small companies and requires high fund to research and develop green packaging.

#### ***CSR driving green packaging***

Many of the participants in this study gave reasons that green packaging is a way to make environment is better because the waste from green packaging can be disposed easier than the waste from not green packaging because material that is used in production of green packaging is environmentally friendly. Furthermore, the participants believed that if they use green packaging to promote companies' CSR, it will improve companies' image very well. "We are the part of environmental care".

#### ***Government support driving green packaging***

Here, participants described their perception of government support of environment that regulation or law seem not quite strict to enforce controlling eco-friendly packaging even food packaging. Regulation or law just forced packaging that it is not harmful and toxic to consumers while some countries have used tax regulations by charging more to eliminate waste from companies that cause serious pollution to the environment. Someone suggested that

packaging waste regulation can do in the same way with 'Polluter Pay Principle-PPP' is an environmental policy which requires that the costs of pollution by who cause it (Vito De Lucia,2013) "The cost of PPP should be not in the elimination of waste only, but they must pay damages for environmental impact in the future that the firm causing damage"

However, there is a center for creating eco-packaging at Kasetsart University that is supported by government. "This center design and suggest about eco-packaging for companies who are interested".

#### ***Environmental consciousness driving green packaging***

Participants described environmental consciousness could make green packaging happen faster. The green packaging affect ourselves and the public, furthermore, it will extend out to the wider environment. "As if we did not like pollution, so we should not pollute to the others". Some suggested that green packaging should occur from the concept and consciousness of executives scholars who has authority to manage and convince eco-friendly concept. "Consciousness of only one person may not lead to green packaging but consciousness of group will lead to green packaging more effectively".

#### ***The acceptance of the concept of green packaging***

Everyone believes that the green packaging is good and should happen but someone still has not had fund to invest in research and technology in this field. "I agree that it's good thing, but it increases costs". In addition, Thailand has not had any policy for control packaging that does not harm environment. "There are not any regulations on the use of packaging is not hazardous to the environment, however, there are only in the regulations does not harm consumers only".

Someone argued that the green packaging can be used as a point of promoting CSR of the company as well that

it might not be a real green packaging. “Some companies advertise that plastic bottles are environmentally friendly because it uses less plastic, but I think they did it for business interests, easy to transport, reduction weight of packaging because the material is still plastic, difficult compostable”.

## 5. DISCUSSION

In selecting packaging is environmentally friendly and investing in innovative machines for the production of green packaging which should be still under their sustainability and cost-effective management. In the beginning, many companies have opinions in the same way that it increased cost, however, if we look at the long term, it will help to increase profits from green market in the future market steadily. According to Pavan & Payal (2012) stated that green packaging is an important part of green marketing in order to give benefits are:

- It ensures sustained long term growth along with profitability.
- It saves money in the long run, though initially the cost is more.
- It helps the companies market their products and services keeping the environment aspects in mind. (p. 37)

Furthermore, green packaging can make the employee feel proud and responsible for an environmentally responsible company that probably involve with the company's policy of Corporate Social & Environmental Responsibility (CSR) (Pavan & Payal, 2012).

The environmental issues being integrated into the firm's corporate social responsibility (Geetika, 2013). Green packaging is a part that may be conditional of large organizations especially, which focus on image of social & environmental responsibility. For instance, some supermarket

has the campaign on used in the plastic packaging that must be compostable bioplastics. Some organizations use the field of social & environmental responsibility to measure only sales of products but not focused on measuring changes in society. It is possible that firm's CSR is publicity to promote business's image, product, service and manufacturing processes are environmentally friendly, for example, energy-saving electrical appliances, Supermarkets used paper bags instead of plastic bags, and giving discounts to customer who bring their own bags when they come shopping.

“The management of green packaging can be directly and indirectly promoted by laws, regulations, taxation, institutional and other measures” (Guirong & Zongjian, 2012, p 900). Government can promote new investment to develop green packaging and establish specialized institutions for research the new material for green packaging Standardization of green packaging must also be guaranteed by government (Guirong & Zongjian, 2012). Moreover, governmental pressure is a good way to control hazardous waste packaging by establish regulations relating to environmental packaging (Pavan & Payal, 2012). Government have the ability to evaluate the environmental composition or material of packaging (Geetika, 2013, p.56). Packaging regulation can be promoted in the same way with ‘The Emission Trading Scheme’ of environmental law. For instance, There is limit of number of years and the amount of pollution in the degradation or eliminating waste from companies' products.

Entrepreneurs need to be conscious of the environment starting from the clean manufacturing process, policy of disposal of waste is not environmental degradation, and research and development do not harm to the environment and ecology. For enterprises, development of green packaging can use material of lightweight, thin, fluorine-free, biodegradable, and environmental friendly

(Guirong& Zongjian, 2012). For business owners or executives, have good environmental consciousness to society and want to do businesses that do not pollute or increase intense of global warming, there will be competition in 'packaging'. Manufacturers use packaging materials that degrade faster, they will be more advantageous than other competitors in green marketing. Thus, The environmental consciousness causes green packaging happen faster.

## 6. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

Although investment, CSR, government support, and environmental consciousness are the factors that cause green packaging, government support is the most important factor that entrepreneurs are interested. The enforcement from government by law, tax policy or government funding to support research and development in this field will help many entrepreneurs are interested in green packaging and the need to create more green packaging. The financial support and environmental consciousness will help firms achieve green packaging faster.

Another interesting point is trade competition. Major companies will be the crucial in determining the environmental requirements that partners must follow. If major companies set the standards for the purchase of the product that it must be environmentally friendly, it will cause trade competition in green market among partners. Thus, it will be chain process that starting from finding eco-material and clean production process to customers, and then it will be the whole green system or green supply chain.

Future research could also profitably explore how the success or failure in achieving green packaging. Which is the best driver for green packaging. This qualitative study was conducted with a small group by interview, thus, conclusions and advanced on the basis of this research are

perhaps best viewed as tentative, and useful in formulating future research hypotheses.

## REFERENCES

- [1] Datta S K and Ishaswini. (2011). Pro-Environmental Concern Influencing Green Buying: A Study on Indian Consumers. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 124-133.
- [2] Euromonitor International. (2013, December 22). *Packaging Industry in Thailand*. Retrieved from Euromonitor Passport GMID database.
- [3] Geetika Singh. (2013). Green: The New Colour of Marketing in India. *ASCI Journal of Management*, 42 (2), 52-72
- [4] Guirong Zhang & Zongjian Zhao. (2012). Green Packaging Management of Logistics Enterprises. *Physics Procedia*, 24, 900 – 905
- [5] Joonas R. & Liisa U. Preference for green packaging in consumer product choices – Do consumers care? *International Journal of Consumer Studies*, 32, 516-525
- [6] Pavan Mishra & Payal Sharma. (2012). Green Marketing: Challenges and Opportunities for Business. *Journal of Marketing & Communication*, 8(1), 35-41.
- [7] Official Board Markets . (2012). *UPS Seeing Success with 'Eco' Packaging Program* . Retrieved February 1, 2014, from www.packaging-online.com  
Official Board Markets . (2011). *Green Packaging Demand to Reach \$41.7B* . Retrieved

March 1, 2014, from [www.packaging-online.com](http://www.packaging-online.com)

<http://www.eoearth.org/view/article/155292/>

- [8] Sandra Muizniece-Brasava1, Lija Dukalska, and Ingrida Kantike. *Consumers Knowledge And Attitude to Traditional and Environmentally Friendly Food Packaging Materials in Market of Latvia*. Conference Proceedings of the 6th Baltic Conference on Food Science and Technology FOODBALT-2011, Jelgava, Latvia, 5-6 May, 2011.
- [9] Solaiappan, S., & Palaniappan, S. (2012). A Study on Consumers Perception towards Green Packaging Initiatives With Reference to Consumers in Pudukkottai District. *International Journal of Research in Commerce & Management*, 3(11), 50-54
- [10] Sundip N, Michael W, Gary G and Gary H. (2011). *Simultaneous Sustainability and Savings: Why Companies Should Invest in Sustainable Packaging*, April 12, Retrieved February 1, 2014, from <http://www.accenture.com/us-en/Pages/insight-simultaneoussustainability-savings-summary.aspx>.
- [11] Suyog, D. (2012). Eco-Friendly Packaging in Supply Chain. *The IUP Journal of Supply Chain Management*, 4(2), 7-18
- Tan B.C. & Lau T.C. (2010). Attitude towards the Environment and Green Products: Consumers' Perspective. *Management Science and Engineering*, 4(2), 27-39
- [12] Vinod K. SHARMA & Ritu BABEL. (2001). Eco-friendly packaging and consumer buying behaviour in India: A case study of Mumbai. *Journal of Advanced Science*, 13(3), 243-245
- [13] Vito De Lucia. (2013). *Polluter Pays Principle*. Retrieved April 30, 2014, from

## AEC And The Replacement Thai Labour by Foreign Labour

Panida phokasem<sup>1</sup>, Natthanan Phatsawan<sup>2</sup> Chutima Ketsa<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Bangkok Suvarnabhumi University, Logistics Management, Faculty of Science and Technology

<sup>3</sup>Bangkok Suvarnabhumi University, Information Technology

### Abstract

Opening AEC, principle of labor demand in the labor market planning should be focused on promoting labor export  
8 professional careers in terms MRAs. The objective of the labor market study is to determine the goals and quantitative  
targets while, in a qualitative study of the conditions of employment of the foreign worker. The weakness of Thai labor  
especially is English and Information Technology (IT), therefore, we should increases the strength of Thai labour, discipline,  
teamwork, human relationship, for example, in order to have qualification that ASEAN business need.

**Keyword :** AEC, the replacement, labour

### Introduction

Currently news on the AEC (Asean Economics  
Community) to make someone understand that by 2015,  
people in ASEAN can go to work in any countries in  
ASEAN easily. There were some questions about the  
prospect of Thai labour when ASEAN community open,  
further, what labour group would get benefit?

The Center for International Trade  
Studies,University of the Thai Chamber of Commerce  
(2012) said that the free flow of labor within ASEAN is  
considered to be one of the most important negotiation  
topics. The free flow labor is under the ASEAN three  
Framework Agreements, which comprise:

1) Agreements on the free flow of  
skilled labor

2) The ASEAN Framework  
Agreement on Services (AFAS)

3) The ASEAN Comprehensive  
Investment Agreement (ACIA)

When the upcoming ASEAN, important factors  
that support the migration of labor are the expansion of  
development, labor shortages, modifications of population  
structure, and the needs of the labor market. Moreover,  
there are other factors that support the migration of labor  
are Low economic growth while high unemployment  
rates, lower wage than policy of labor export, political  
factors, for example.

**Table 1** The Number of the formal and informal employment by age group, gender and region, Whole Kingdom

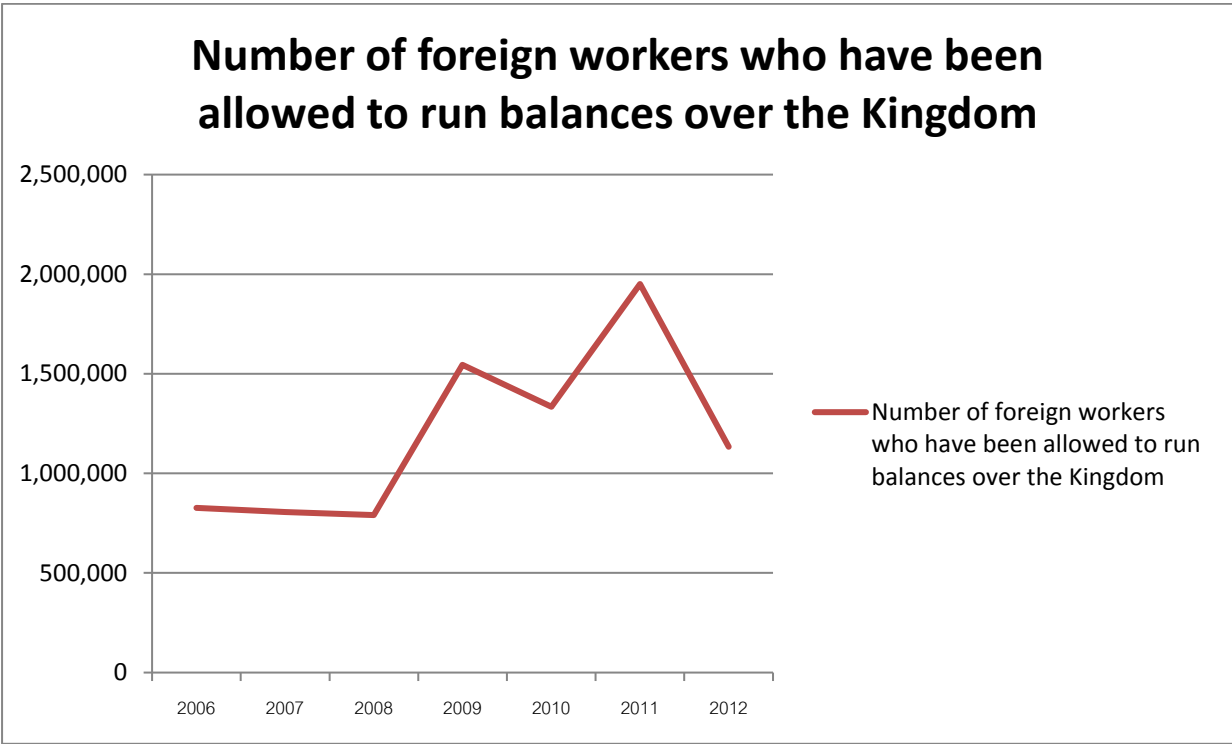
Types of employment	Whole Kingdom		
	Total	Male	Female
The formal employment	14,778,844	8,002,807	6,776,038
The informal employment	24,799,500	13,363,706	11,435,794
<b>Total</b>	<b>39,578,344</b>	<b>21,366,513</b>	<b>18,211,831</b>

*Note:* Adapted from [http://service.nso.go.th/nso/nso\\_center/project/search\\_center/23project-th.htm](http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project-th.htm) Copyright 2013 by The National Statistical Office of Thailand. Reprinted with permission.

From table 1, it showed that Thailand had the sum of formal and informal employment 39,578,344 people. The informal employment had 14,778,844 people and the formal employment 24,799,500 people. When AEC will open, it is possible that foreign workers will have the opportunity to work in Thailand. Thai labour

might be replaced by foreign workers who come to work due to many factors, for example, lower wage, language capability, and other skills are better. It might make Thai labour unemployed increasing by around millions.

**Figure 1** Number of foreign workers who have been allowed to run balances over the Kingdom



*Note:* Adapted from <http://wp.doe.go.th> Copyright 2013 by The Office of Foreign Workers Administration, Department of Employment Ministry of Labour. Reprinted with permission.

As Figure 1 showed, the number of foreign workers who have been allowed to run balances over the Kingdom increased from 2008 to 2009 rapidly. This is probably because the promulgation of Working of Aliens Act B.E. 2551 on 23rd February 2551 by improving to suit the situation and corresponding to the labor mobility in the world economy. Labor is a major factor that helped propel the country's economy (Department of Employment, 2551). The promulgation of Working of Aliens Act B.E. 2551 may be one reason that made the number of foreigners to work in Thailand increased because it is allowed to work legally. Ministry of foreign affairs (2014) indicated that in 2005, there were unskilled

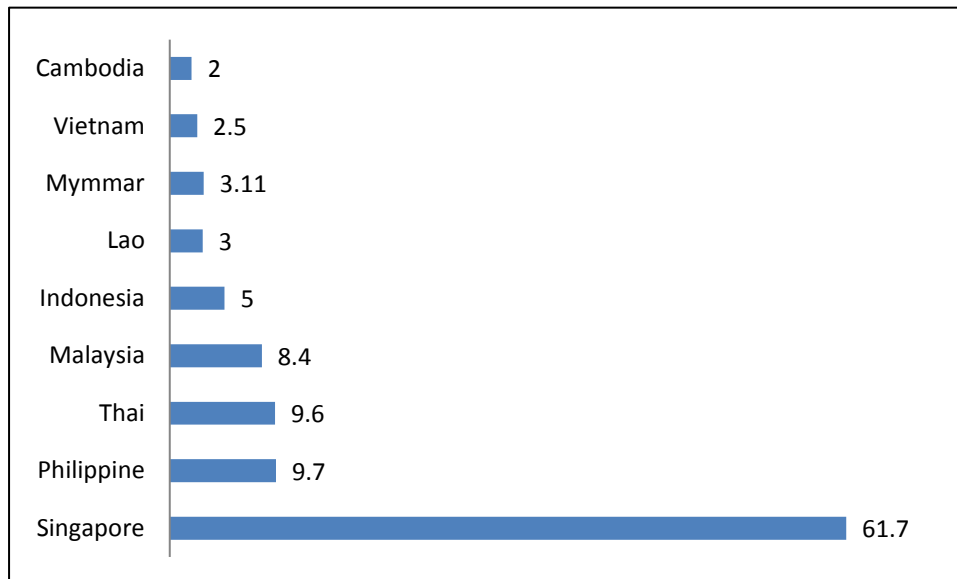
foreign workers to work in Thailand around 2 million people, most Burmese was around 1,300,000 people. Furthermore, when AEC will open, it might made foreign workers entering to work would be easier.

Although, many academics (Kazi : 2013, Ministry of foreign affairs: 2014, TDRI: 2013 ) said that under the ASEAN 3 Framework Agreements refer to the free flow of professional labour only, two another agreements refer to The liberalization of service and investment. It may be channel which move labor in the industry and services investment from foreign workers in the lower wage and other skills that are better than Thai labour.

The AEC will become an important context to affect Thai labor quickly and widely which may affect the replacement Thai labour by foreign labour when AEC will open. Thus, the author is interested to analyze aspect of the minimum wage, Language Capabilities, and Professional license under the Mutual Recognition Arrangement.

**The Minimum Wage**

**Figure 2** Comparison data on the minimum wage in each country in AEC (US. dollars/day)



*Note.* Retrieved from *ASEAN Countries Trade and Investment Handbook*. Copyright 2012 by Ministry of Commerce. Reprinted with permission.

As shown in figure 2 is comparison data on the minimum wage in each country in AEC (US. dollars/day). Malaysia and Singapore do not have minimum wage. The minimum wage in Malaysia and Singapore are showed in figure 1. It is calculated based on the average salary of unskilled labours. If any country has a higher minimum wage that would be attracted labour to work from

Wages is one factor that attracts labor to work. Matiochon Weekly (2013) noted that we can think of advantages in employment by comparing the minimum wage in each country. For instance, Indonesian got an advantage in aspect of the number of labor sufficiently and labour wage, cheaper than Thailand in low-level skilled labour and semi-skilled labour.

countries with a minimum wage lower. Thailand has a minimum wage higher than Cambodia, Laos, and Myanmar significantly that resulting labour from these countries moved into work in Thailand. From The Labor Department today found that Thailand has migrant labours from Burma, Cambodia and Laos who have permission to live and work legally in Thailand over 2.2 million people



(ASTV online manager, 2014). According to Vilmante & Ineta (2012) explained about migration theories that Neoclassical theories of migration can be named Smith (1776) and Ravenstein (1889) and Economic equilibrium theory (Bauer & Zimmermann, 1999). This theory shows the distribution level of labor and capital that labor tends to flow from low wage area to high-wage area. The following proposition outline the differences of minimum wage among AEC country and the free flow of labor in the low level:

*Proposition 1: the minimum wage among AEC country has a positive effect on the free flow of unskilled labor in Thailand.*

### **Language Capabilities**

Language is important in communication skills, international contacts, and working with foreigners. If the language is not good enough it will be certainly a barrier to work. From the cross cultural communication competence model, basic knowledge about the language is a interpersonal skill to perform task effectively, furthermore, it allow the cross cultural communication will be successful (Alexei & Paul, 2004). Language of various nationalities were also many differences, but the common language of ASEAN is English. However, the country has an advantage in the use of English as Malaysia, Singapore and the Philippines, Vietnam and Cambodia are also developing English language skills quickly (Siam Business, 2013).

Siam Business (2013) stated that there are many English schools in Vietnam and Cambodia. They also invested in learning English and diligence to develop their skills continuously because they know that the chance to get a good job and high salary depend on the ability to use English as a factor. Thailand seems to develop slower than others in this field, therefore, English skills of thai people need to be developed to pace with the neighbors.

Thus, labour who come from countries with high language skills would have the opportunities in position of the operational level up to senior management level. Language skill is necessary to communicate and management in international management, therefore, in contrast with language skill is expected to have a effect on employment opportunities in the skilled and semi-skilled labour:

*Proposition 2: the Language Capabilities of worker among AEC countries has a positive effect on employment opportunities in the skilled and semi-skilled labour in Thailand.*

### **Seven professions**

Professional license under the Mutual Recognition Arrangement (MRAs) for seven professions is a factor in employment importantly. MRAs facilitate the movement of professional-level labour, which pertains only to skilled labour with qualifications that meet the standards specified in the MRAs of Asean. Asean member nations have signed MRAs for seven professions – physician, dentist, nurse, engineer, architect, surveyor and

accountant ( TDRI, 2013). professional-level labour must have a professional license by Mutual recognition Arrangement to be able to work in all countries in AEC. When AEC will open, foreign companies that invest in Thailand will have the right to choose to hire people from other AEC who have the professional license under the Mutual recognition Arrangement and high work skills to work in Thailand. It may result higher unemployment rate in Thailand if Thai professional-level labour have skill not good enough.

For insatnce, Asean Chartered Professional Engineer (ACPE ) allowed engineers who have already registered can travel to work in professional engineering officially among the Parties in the ASEAN countries. Therefore ASEAN countries have provided arrangements for mutual acceptance, called the Mutual Recognition Arrangement (MRA). In each country in Parties provide agency inspect engineers' qualification in order to for formal approval register from ACPE Coordinating Committee again.

**Table 2** The number of Asean Chartered Professional Engineer to be certified by ACPECC in ASEAN countries

ASEAN Countries	The Number of Registered
Singapore	204
Malaysia	180
Indonesia	113
Vietnam	84
Myanmar	30
Thailand	0
Total	611

*Note.* Retrieved from <http://thaipublica.org/2014/03/apec-acpe-1/> Copyright 2013 by Thongchai Prunswad. Reprinted with permission.

As shown in Table 2, it showed that engineers in the Asean countries have certification from ACPECC except Thailand. When opening AEC will affect Thai engineers might be replaced by foreign engineers in international companies that invested in Thailand because the international companies have right to hire engineers

from other countries in ASEAN come to work in Thailand. Thus, The preparation in the quality of labor is important that government agencies should take action urgently.

In addition, it is also an opportunity for multinational companies to invest nearly full mode but

there must be a partnership, Thai people due to some legal. However, when the AEC open foreign companies to invest, they can pull foreign labour in profession to work in Thailand. It would result Thai labor Thailand will face high competition that will be employed in these occupations. Furthermore, foreign companies with experience and investments that can compete in the market possible will make Thai professional-level labour who are employed less. It might cause Thai professional-level labour have to find work in other countries which have lower wages and less development than Thailand.

However, some necessary position still need thai labour to work, coordinator for contact the governor, and interpreter , for example. According to Robert & Angelo (1998) noted that although we use English to contact when doing business in other countries, to attempt communication across culture we still have to stick to their own language, rely on translators, and learn the local language in order to avoid missing subtle yet crucial meanings.

*Proposition 3: the Professional license under the Mutual Recognition Arrangement among AEC countries has a positive effect on employment opportunities in the profession field in Thailand.*

The Center for International Trade Studies, University of the Thai Chamber of Commerce (2012) suggested about Thai labor adjustment that although Thai professional-level labour have skill in their career well, they should improve skills in foreign

languages for communication must be developed, especially for the English language.

*Proposition 4: the language capabilities among AEC country moderates the positive effect of the Professional license under the Mutual Recognition Arrangement among AEC countries on employment opportunities in the profession field in Thailand.*

### **Discussion**

Opening AEC, it might make the free flow of foreign labor increase. It is possible that Thai labour will be replaced by foreign labor. Thai labour will lose the chance of being hired. Therefore, Thai labour must develop their skills as equal or better than foreign labor. Thai labour should be emphasized in the development of language (Jackapong, 2013).

However, TDRI (2013) argued that the AEC should not bring drastic change to the Thai labour market as Thailand and Asean nations have trade and services agreements with non-Asean nations worldwide. However, the AEC offers opportunities for Thailand to send its surplus skilled labour to other Asean countries and generate income for Thailand as well as job opportunities for Thai workers.

Moreover, Ministry of Foreign Affairs (2014) stated that after AEC open, to hire migrant workers in Thailand may be reduced or increased depend on market mechanisms. The reduction of hiring migrant workers will occur if manufacturing base that focuses on labour intensive moves to invest in other ASEAN countries

which have the rate of wage rate is lower than Thailand, such as, Indonesia, Vietnam, Lao, Cambodia, and Myanmar. Meanwhile it is possible that to hire migrant workers in Thailand are increasing if Thai skill labor is still low level and lack of development which is opposite to the increase in the wages of government. It will make hiring foreign labor increase. The reason which make manufacturing will not move to other countries may be because Thailand is well equipped infrastructure.

### Conclusion

Thailand need to prepare labor with the AEC, including to consider the advantages and disadvantages of the AEC affecting Thai labour by level (skilled, Semi-Skilled, Unskilled) labor and 7 professional level labour. Although, seven professions can travel to work in nine countries since 2015, there are still several limitations. For instance, labour in seven professions who wants to work in other ASEAN countries also need to test Professional license with the language of the country where they are going to work. Therefore, the language capabilities would be a barrier in communication to work. In addition, the skills of adapting in the new environment and the ability to work with foreigners it is also a limitation that cannot be overlooked.

For skilled and semi-skilled labour, such as supervisors and managers in low / medium / high, though they are not professional labour to move freely, this group will likely be sent to work other countries temporarily if

manufacturing open or expand investment in other countries.

For group of low-level labour (unskilled labor and lowest wage) is the most worrisome. Probably, because Thailand is unable to attract investment by labour with low wages anymore. Besides Philippines, Malaysia and Singapore, there are another 6 countries with lower wages than Thailand when the level of liberalization of investment has increased.

### References

- [1] Matichon weekly. (2013). *To Compare Thai Labor with Singapore and Malaysia Labour*. Retrieved March 5, 2014, from <http://www.thai-aec.com/888#ixzz2wcHkqRrL>
- [2] ASTV online-manager. (2014). *200,000 Burmese migrant workers are due in Thailand*. Retrieved March 5, 2014, from <http://www.manager.co.th/QoI/ViewNews.aspx?NewsID=9570000019840>
- [3] Siam Business. (2013). *Cross cultural management in the AEC*. Retrieved March 5, 2014, from <http://www.thai-aec.com/815#ixzz2wbXKkI81>
- [4] Alexei V. Matveev & Paul E. Nelson. (2004). Cross cultural Communication Competence and Multicultural Team Performance: Perceptions of American and Russian Manager. *International Journal of Cross Cultural Management*. 4(2): 253-270.

- [5] Ministry of Commerce. (2012). *Burma Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [6] Ministry of Commerce. (2012). *Indonesia Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [7] Ministry of Commerce. (2012). *India Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [8] Ministry of Commerce. (2012). *Lao Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [9] Ministry of Commerce. (2012). *Myanmar Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [10] Ministry of Commerce. (2012). *Vietnam Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [11] Ministry of Commerce. (2012). *Cambodia Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [12] Ministry of Commerce. (2012). *Philippine Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [13] Ministry of Commerce. (2012). *Malaysia Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [14] Ministry of Commerce. (2012). *Singapore Trade and Investment Handbook* [Graph]. Department of Export Promotion: Bangkok.
- [15] National Statistical Office National Information Center. (2008). *Difinitins*. Retrieved March 5, 2014, from <http://services.nic.go.th/gsic/strategy.php?ds=policy-7&rd=policy-7-tab-4>
- [16] The National Statistical Office of Thailand. (2013). *The Informal Employment Survey 2012 Whole Kingdom, National Statistical Office* [Table]. Retrieved March 5, 2014, from [http://service.nso.go.th/nso/nso\\_center/project/search\\_center/23project-th.htm](http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project-th.htm)
- [17] The Office of Foreign Workers Administration, Department of Employment Ministry of Labour. (2014). *Number of Foreign Workers Who Have Been Allowed to Run Balances over The Kingdom* [Table]. Retrieved March 5, 2014, from <http://wp.doe.go.th>
- [18] The Office of Foreign Workers Administration, Department of Employment Ministry of Labour. (2013). *Statistics of Foreign Workers Legally*. Retrieved March 5, 2014, from <http://wp.doe.go.th>
- [19] Jackapong Jeenawong. (2013). *We must learn to step into ASEAN*. Think Beyond Book: Nonthaburi.
- [20] Department of Employment. (2008). *Working of Aliens Act B.E. 2551*. Retrieved March 5,

- 2014, from  
[www.doe.go.th/Page/about\\_doe/alien\\_act2551.pdf](http://www.doe.go.th/Page/about_doe/alien_act2551.pdf)
- [21] Robert K., & Angelo K. (1998). *Organization Behavior*. 4<sup>th</sup> ed. McGrawHill: US.
- [22] The Center for International Trade Studies, University of the Thai Chamber of Commerce. (2012). Thai Skilled Labor And the AEC An Analysis of “Competitive Potential of Skilled Labor in the Service Sector Free Opening under the ASEAN Economic Community (AEC)”. *Thailand Economic & Business Review*. 4(3): 4-8
- [23] Ministry of Foreign Affairs. (2014, March 25). After opening ASEAN, will migrant workers come to Thailand actually? *thairath*, pp. 18.
- [24] Thailand Development Research Institute (TDRI). (2013). *AEC is not borderless for some industrial workers*. Retrieved March 5, 2014, from <http://tdri.or.th/en/tdri-insight/aec-is-not-borderless-for-some-industrial-workers/>
- [25] Kazi Mahmood. (2013). *Asean to limit free flow of labour in member countries*. Retrieved March 5, 2014, from <http://www.freemalaysiatoday.com/category/business/2013/12/24/asean-to-limit-free-flow-of-labour-in-member-countries/>
- [26] Vilmante K., & Ineta Z. (2012). Synergy of Migration Theories: Theoretical Insights. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*. 23(4): 387-394
- [27] Thongchai Prunswad. (2013). Asean Chartered Professional Engineer and ACPECC or ACPE Coordinating Committee. Retrieved March 26, 2014, from <http://thaipublica.org/2014/03/apec-acpe-1/>

# The Conversion of Dependency and Association in UML Design Class

Natthaphong Luangnaruedom<sup>1</sup>, Thavatchai Ngamsantivong<sup>2</sup>  
College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University<sup>1,2</sup>  
<sup>1</sup>Natthaphong.Lua@dpu.ac.th <sup>2</sup>thavatchai.nga@dpu.ac.th

**Abstract**— This paper presents two novel conceptual relationships between classes of software development known as dependency and association. The design between the two relationships could interchangeable because it always takes place in real-life situations. For instance, the relationship from friends to husband and wife and vice versa. However, in terms of coding, the most important factor is system performance. In this research, four situations were designed to test the performance of each relationship, written in C++ language. A time stamp was used to measure the execution time and before and after the execution time. The four situations include messages, strings, calculation and sorting. There are two kinds of relationships; association and dependency. Association could be further divided into the factors of composition and aggregation. In general, the results showed that the aggregation relationship was the fastest, followed by composition and dependency. However, in terms of the execution of Strings were the fastest, followed by dependency, composition and aggregation.

**Index Keywords.** Relationship Between Class; Association; Dependency; Composition; Aggregation

## I. INTRODUCTION

The real-world relationship between dependency and association in this situation are interchangeable. This is because the software developer could write the code in both dependency and association styles and come up with the same results, except for the fact that the execution time still be in question. Which style of code-writing will be the fastest? Therefore, intelligent software should know how to react accordingly when real-world situations change. It should be provided with the best methods for software performance. In fact, software developers follow design concepts like a blueprint and rarely consider the best way to write the code. Therefore, designers should be aware when to use dependency and association.

## II. RELATED LITERATURE.

Unified Modeling Language (UML) is the language of identifying, specifying and documenting system and software artifacts. Therefore, the class diagram and relationships are the main focus of this study.

### A. Dependency

Webster's Dictionary defines dependency as something that is dependent on something else. In UML, a dependency is a using relationship that represents a relationship between a client and a supplier and a situation in which a change in the specifications of the supplier may affect the client. It is represented by a line of dashes (-----) and the arrow provides the direction. For instance, if A is dependent on B ( $A \rightarrow B$ ) and then if B changes, A has to change too.

In UML, Class A is dependent on Class B, as represented in Figure 1.



Figure 1. Dependency relationship

### B. Association

Associations represent structural relationships between objects of different classes or information that must be preserved for some duration of time and it is not only characterized by procedural dependency relationships. It is represented by a line (\_\_\_) and the arrow indicates the direction.



Figure 2. Association relationship

One object has a permanent association to another object. There are two categories of associations; aggregation and composition. An aggregation is a stronger form of a relationship, in which a relationship exists between itself and its parts. The aggregate has an aggregation association with its

constituent parts. A hollow diamond was attached to the end of an association path on the side of the aggregate (the whole  $\diamond$ ) to indicate aggregation. Composition is a form of aggregation with strong ownership and coincident lifetimes on the part of the aggregate. When the whole is removed, the part is also removed. The part may be removed (by the whole) before the whole is removed. A solid filled diamond ( $\blacklozenge$ ) was attached to the end of an association path (on the “whole side”) to indicate composition.

C. Interchangeable relationships in the real-world situations

As previously mentioned, in real-world situations, relationships can be interchangeable. For instance A and B, have a friend relationship. After a period of time, A and B develop a husband-wife relationship, as shown in Figure 3.

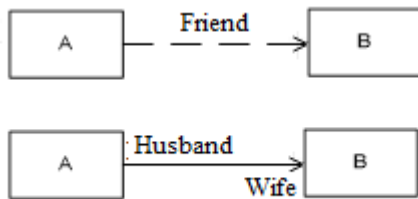


Figure 3: Interchangeable relationship

D. Composition and Aggregation in Coding

In Object-Oriented Analysis and Design, an association relationship consists of composition and aggregation. Composition is a strong type of relationship. For instance, A is composed of B, which means that A could not exist if B did not exist. In coding language, it is as follows:

```

Class A {
    A ();
    B_ref = new B ();
    ...
}
    
```

In terms of aggregation, this relationship is not strong, therefore Class A could exist even though Class B does not exist. The code should be:-

```

Class A {
    A ();
    B_ref;
    ...
}
    
```

E. Analysis of Variance

The Analysis of Variance or ANOVA is a statistical tool used to identify the mean and the differences between three or more sample groups. The ANOVA can be computed by using the formula below.

Mean Square Between / Mean Square Within or

$$F = \frac{\text{Between}}{\text{Within}} = \frac{MSG}{MSE}$$

III. CASE STUDY DESIGN

This research created four situations and the execution of each relationship; the first sent the message, the second showed the string, the third calculation and the last was sorting. An example of the output of execution is illustrated below:

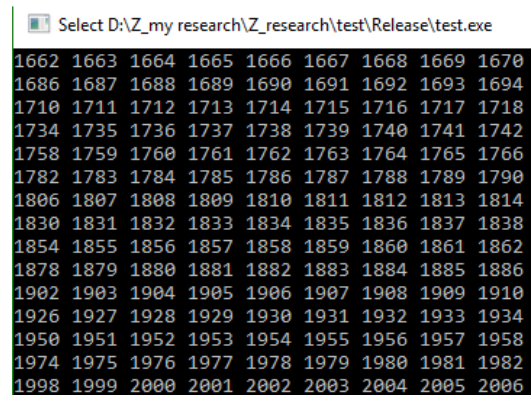


Figure 4. Execution output

A. Dependency class diagram

The researcher created three classes; Basic, Dependency and Code. The basic class is the main class and includes strings, messages, sorting and calculation. The Dependency class demonstrated the relationship between Basic and Dependency. The Coding class was used to perform the execution of the program.

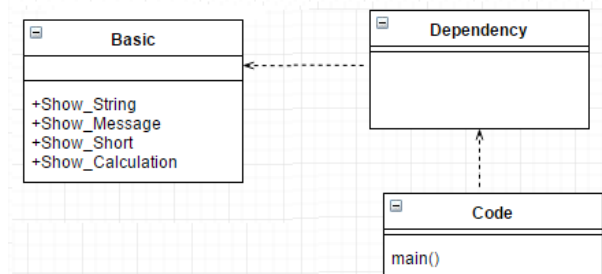


Figure 5. Dependency class diagram



**B. Aggregation class diagram**

This result is similar to that found in Figure 5. There were three classes created for the purpose of this research, known as Basic, Aggregation and Code. The Basic and Code classes executed the same tasks as the participants in Figure 5. The only change was the Aggregation class, which showed the relationship between the Aggregation and Basic classes.

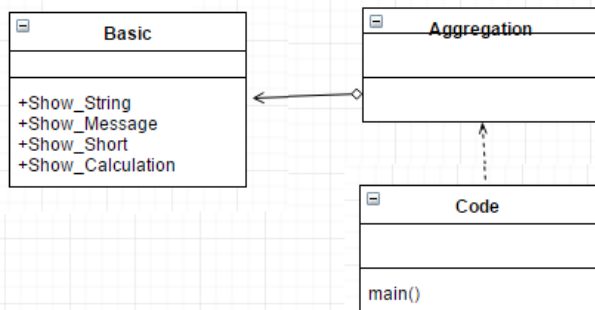


Figure 6. Aggregation class diagram

**C. Composition class diagram**

In the previous example, the researcher replaced the Aggregation class with the Composition class. This changed the relationships in the Composition class while the rest remained the same.

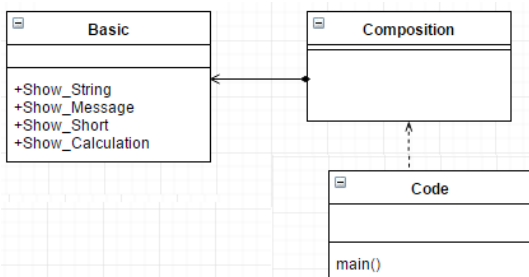


Figure 7. Composition class diagram

**D. Normal class diagram**

In the last case, the researcher moved all of the functionality in terms of dependency, aggregation, and composition into the main function and created none objected-oriented programming.

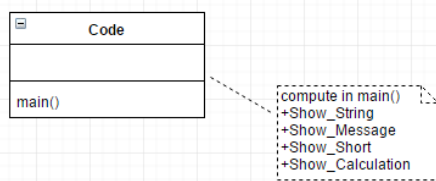


Figure 8. None object oriented programming.

**IV. RESEARCH FINDINGS**

From the executable program, time stamps were provided to show the execution and before and after the execution in all cases.

**A. Message execution time**

The computation of the messages indicated a relationship between the Aggregation, Composition, Dependency and Normal classes are shown in the Table 1.

Table 1  
Message execution time

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
SMessage	Agresion	50	17891.70	1117.779	158.078	15001	20012
	Composition	50	18532.66	1386.841	196.129	14737	21953
	Dependency	50	19336.76	1211.394	171.317	18990	27244
	Normal	50	13566.60	1254.096	177.356	13176	22052
Total		200	17331.93	2557.916	180.872	13176	27244

The results revealed that Aggregation was the fastest class (17891.70), followed by Composition (18532.66) and Dependency (19.336.76). The Normal class was not included because it was not relevant in terms of computation. In real-life situations, developers could not write all of the code, only the main function.

**B. String execution time**

With regard to string execution times, the results demonstrated that Dependency was the fastest (27449.76), followed by Composition (28478.24) and Aggregation (28788.19). The dependency relationship was the fastest, perhaps because the other two relationships took time to create the object.

Table 2  
String execution time

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
SString	Agresion	50	28788.18	5411.671	765.326	21644	37170
	Composition	50	28478.24	2056.578	290.844	24743	35534
	Dependency	50	27449.76	3082.564	435.940	21197	29983
	Normal	50	23785.88	1925.830	272.354	21309	33841
Total		200	27125.52	3935.561	278.286	21197	37170

**C. Calculation execution time**

Aggregation (29311.86) was the fastest class in terms of calculation, followed by Composition (29377.50), and finally, Dependency (29397.30). The results are shown below, as follows:

Table 3  
Calculation execution time

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
SCal	Aggression	50	29311.86	973.713	137.704	26239	30137
	Composition	50	29377.50	1177.776	166.563	24617	30715
	Dependency	50	29397.30	976.654	138.120	26224	30275
	Normal	50	26982.68	71.335	10.088	26926	27300
	Total	200	28767.34	1370.818	96.931	24617	30715

D. Sort execution time

In terms of sorting, the aggression (18408.36) relationship was the fastest way to execute, followed by composition (21641.68) and dependency (22861.14). The results are shown in Table 4.

Table 4  
Sorting execution time

		Descriptives					
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
SSort	Aggression	50	18408.36	1276.999	180.595	18096	26567
	Composition	50	21641.68	2497.211	353.159	16905	25089
	Dependency	50	22861.14	1524.002	215.526	20514	30800
	Normal	50	17925.20	1836.955	259.785	16317	26183
	Total	200	20209.10	2783.520	196.825	16317	30800

V. CONCLUSIONS

In order to confirm the findings, an Analysis of Variance was employed to compare average calculation times. The results are shown below, as follows:

Table 5  
ANOVA of Aggregation, Composition, and Dependency Classes

		ANOVA				
		df	Mean Square	F	Sig.	
SMessage	Between Groups	3	332535805.4	214.091	.000	
	Within Groups	196	1553247.902			
	Total	199				
SString	Between Groups	3	264210276.4	22.617	.000	
	Within Groups	196	11681680.51			
	Total	199				
SCal	Between Groups	3	70844302.88	86.023	.000	
	Within Groups	196	823553.938			
	Total	199				
SSort	Between Groups	3	292407756.3	86.232	.000	
	Within Groups	196	3390944.318			
	Total	199				

Table 5 indicates a significant difference regarding the average execution times of messages toward aggregation, composition and dependency. The most effective way to design the system to execute messages is the use of aggregation, composition and dependency.

There were significant differences between average string execution time of with regard to aggregation, composition and

dependency. Therefore, the designer should use dependency, composition and aggregation.

There are significant differences of the average execution time of calculation with regard to aggregation, composition and dependency. The best way to design the system to execute calculation was also to utilize aggregation, composition and dependency.

There were also significant differences in terms of the average execution time of sorting toward aggregation, composition and dependency. The best way to design the system to execute calculation was to employ aggregation, composition and dependency.

Therefore, designers and developers should not just consider real-life situations, but also the fastest way to develop computer systems.

ACKNOWLEDGMENTS

This paper used the data from my class at King Mongkut's University of Technology, North Bangkok.

The authors are thankful to the anonymous referees for their valuable suggestions.

REFERENCES

- [1] B Baudry and Y Le Traon, "Measuring design testability of a UML class diagram Information and Software Technology," Volume 47, Issue 13, 1 October 2005, Pages 859-879.
- [2] BW Stone, WC Joy, CK Kemper "System and methodology for providing fixed UML layout for an object oriented class browser," US Patent 6,804 2004.
- [3] Craig Larman, "Applying UML and Patterns: An Introduction to Object-Oriented Analysis and Design and Iterative Development," 3rd Edition Pearson Education, 2005.
- [4] Hans-Erik Eriksson Others, "UML 2 Toolkit," OMG Press Advisory Board xix 2003.
- [5] Scott W. Ambler, "The Elements of UML(TM) 2.0," Style Cambridge University Press 2005.
- [6] Scott W. Amber, "The Object Primer 3rd Edition: Agile Model Driven Development with UML 2," CambCambridge University Press, 2004.
- [7] T Yi, F Wu, C Gan A comparison of metrics for UML class diagrams ACM SIGSOFT Software Engineering Notes, 2004.
- [8] Association vs. Dependency vs. Aggregation vs. Composition <https://nirajrules.wordpress.com/2011/07/15/association-vs-dependency-vs-aggregation-vs-composition/>
- [9] DependencyAndAssociation <https://martinfowler.com/bliki/DependencyAndAssociation.html>
- [10] Difference between association and dependency? <https://stackoverflow.com/questions/1230889/difference-between-association-and-dependency>
- [11] Relationship types [https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/S5JSH\\_9.1.1.com.ibm.xtools.modeler.doc/topics/rreltyp.html](https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/S5JSH_9.1.1.com.ibm.xtools.modeler.doc/topics/rreltyp.html)
- [12] What is the difference between dependency and association in UML <https://www.quora.com/Whats-the-difference-between-Dependency-Association-Aggregation-and-Composition-In-Class-Diagrams-in-UML>

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือก  
ธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Marketing Mix Factors that Decision of  
Foreign Tourists to Food Tourism

รณกร สุริยมงคล<sup>1</sup>, กิ่งแก้ว เอี่ยมแฉล้ม<sup>2</sup>, รุ่งทิวา เสาร์สิงห์<sup>3</sup>, หทัยกร พันธุ์งาม<sup>4</sup>, พิลาพรรณ โพธิ์นรินทร์<sup>5</sup>

<sup>1</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: urwhatu8soimsushi@gmail.com

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: kingkeaw.a@mail.rmutk.ac.th

<sup>3</sup>คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: rungtiva.s@mail.rmutk.ac.th

<sup>4</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: hathaikorn.p@mail.rmutk.ac.th

<sup>5</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: pilapan.p@mail.rmutk.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ 2. เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เครื่องมือรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค = 0.71 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใช้สูตรโคครัน คำนวณได้ 384 คน ได้รับคืนจำนวน 196 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 51.04 สถิติวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ผลการวิจัยสรุป ดังนี้ ประเด็นที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X}$  = 4.99) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X}$  = 4.98) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}$  = 4.91) ด้านบุคคล ( $\bar{X}$  = 4.91) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$  = 4.89) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}$  = 4.89) และด้านราคา ( $\bar{X}$  = 4.85) และประเด็นที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**คำสำคัญ:** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์

**Abstract**

The purposes of this research are as following: 1) to study the marketing mix factors was important that foreign tourists to decide on the food tourism 2) to compare the given priority with the marketing mix factors to decide on the food tourism from foreign tourists by personal factors. The research instruments were a questionnaire and Cronbach's alfa coefficient with reliability at 0.71. The samples sizes used was 384 foreign tourists, calculate by formula of the Cochran, questionnaires were returned that the 196 questionnaires or 51.04%. The statistical analysis was used descriptive statistics were percentage, mean, standard deviation mean. Statistics and inferential statistics t-test and One way ANOVA statistic. The results show that:

1) the average overall of the opinions on marketing mix factors were at highest level when consider on each aspect, physical environment ( $\bar{X}$ =4.99),process ( $\bar{X}$  = 4.98),promotion ( $\bar{X}$  = 4.91), personnel ( $\bar{X}$  = 4.91), products ( $\bar{X}$  = 4.89), distribution channel ( $\bar{X}$  = 4.89) and price ( $\bar{X}$  = 4.85).

2) the examining the hypothesis, difference personal factors do not difference foreign tourists' decision to food tourism with statistical significant level at 0.05.

**Keyword:** Marketing mix factors Food tourism

## 1. บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ข้อมูลจาก ปี 2561 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางทั่วโลก มีจำนวนสูงถึง 1.4 พันล้านคน ขยายตัวร้อยละ 5.6 [1] คาดว่าในปี 2562 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ประมาณ 40.06 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.65 จากปี 2561 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.13 ล้านล้านบาท เพิ่มร้อยละ 6.23 สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวให้ความ สนใจเพิ่มขึ้น มีรายงานวิจัยว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายใน หมวดอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่าย ทั้งหมด เหตุที่การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีแนวโน้มได้รับความนิยม เพิ่มขึ้น มาจาก (1) สังคมโลกได้ให้ความสนใจกับอาหาร ในเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่าง (2) มีการเพิ่มแหล่งสถานที่ รับประทานอาหารที่แปลกใหม่ และหลากหลาย (3) การ ส่งเสริมการตลาดที่ใช้อาหารเป็นสิ่งดึงดูด เป็นแนวทางใหม่ที่ ใช้สร้างความนิยมให้แก่การท่องเที่ยว (4) อาหารเป็นการสร้าง ประสบการณ์ เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมแบบหนึ่งของ นักท่องเที่ยว (5) อาหารทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและสัมผัส แหล่งท่องเที่ยวในเชิงลึก และเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น [2]

ในประเทศไทยมีธุรกิจการท่องเที่ยว ที่เรียกว่า “ธุรกิจ บริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์” ที่ผสมผสานการ ท่องเที่ยวควบคู่กับธุรกิจอาหารไปพร้อมกัน นักท่องเที่ยว ต่างประเทศนิยมเลือกการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เพราะต้องการ ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสกับรสชาติของ อาหารในพื้นที่ การได้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดกับไกด์ที่ เป็นบุคคลในพื้นที่ และได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็น เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวใกล้พื้นที่อาหารเหล่านั้น แต่ จากการศึกษางานวิจัย ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษากลยุทธ์

การตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ ในบริบทประเทศไทย ด้วยอาจเพราะเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ในประเทศไทย ดังนั้น ด้วยผู้ศึกษาที่ทำงานในธุรกิจนี้อยู่แล้ว จึงมีความสนใจศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ บริการ (7Ps) ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มี ความสำคัญต่อการนำมาใช้ตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการ ท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ ทั้งนี้เพื่อที่จะมีข้อมูลสามารถ นำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการธุรกิจบริการท่องเที่ยว รูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ให้มีประสิทธิภาพได้ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับ ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการ ตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์
2. เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยว รูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนก ตามข้อมูลส่วนบุคคล

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการ ฟู้ดทัวร์แตกต่างกัน

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

- กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พื้นที่ กรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบ บริการฟู้ดทัวร์ บริษัทเอซีฟู้ดทัวร์ จำนวน 384 คน คำนวณจาก สูตรของโคครัน (Cochran) กรณีนี้อัตราความน่าจะเป็นของ ประชากร ความเชื่อมั่นที่ 95%

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ใช้แนวคิดกลยุทธ์ ธุรกิจบริการ ของคอตเลอร์ (Philip Kotler) ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกระบวนการ การให้บริการ และ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

- ข้อมูลประชากรศาสตร์ ที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อปี

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

สุพรรณิ อินทร์แก้ว [3] สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ตามแนวคิดฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง กิจกรรมการบริการที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเสนอขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่มีตัวตน ลักษณะผลิตภัณฑ์บริการ ได้จากการปฏิบัติของผู้ขายบริการ ดังนั้นคุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับปฏิบัติของผู้ให้บริการ หรือผู้ขายบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่คิดเป็นค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือมูลค่ารวมที่ผู้บริโภคยอมจ่าย เพื่อแลกกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการ การตั้งราคาสำหรับธุรกิจบริการต้องคำนึงถึงคุณค่าของบริการที่ลูกค้าจะได้รับ คุณค่าเท่ากับประโยชน์ของบริการลดค่าใช้จ่าย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดสถานที่สำหรับให้ลูกค้ามารับบริการ การจำหน่ายบริการมีงานที่เกี่ยวข้อง คือ การจัดช่องทางการจัดจำหน่ายบริการที่เข้าถึงได้โดยตรง

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ธุรกิจใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารด้านบริการให้ลูกค้าได้รับรู้และตัดสินใจ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อหาลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเก่าโดยการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า

5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานในธุรกิจบริการ ประกอบด้วย เจ้าของ ผู้บริหาร และพนักงาน สำหรับผู้บริหารมีบทบาทกำหนดนโยบายการให้บริการลูกค้า กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน ออกแบบกระบวนการให้บริการ และการแก้ไขปรับปรุงกระบวนการให้บริการ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

6. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการ ต้องอาศัยพนักงานและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้

ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก ควรจัดให้บริการในลักษณะเบ็ดเสร็จในขั้นตอนเดียว เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ตัวอาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศภายในสำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ การจัดสรรพื้นที่บริการ หรืออื่น ๆ สำหรับใช้บริการลูกค้า

### กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

แบ่งตามระยะเวลาของเหตุการณ์ แบ่งได้ 5 ขั้นตอน ตามแนวคิดของคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler & Keller) [4] ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) เป็นพฤติกรรมที่ซื้อ ที่เป็นจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการจากการกระตุ้นภายนอก เช่น สื่อโฆษณาที่จูงใจ หรือเห็นคนรอบข้างใช้สินค้านั้นๆ เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็น ขั้นตอนหลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้ว จากนั้นจะค้นหาศึกษาข้อมูลของสินค้านั้น ๆ แต่กระบวนการหาข้อมูลในขั้นนี้อาจไม่เกิดขึ้น กรณีที่ผู้บริโภคต้องการสินค้านั้น ๆ สูงมาก และสามารถซื้อสินค้าได้ทันที

3. การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ (Evaluation of Alternatives) เป็นขั้นตอนต่อจากขั้นตอนที่เมื่อผู้บริโภคได้เสาะหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะสร้างความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ เช่น ตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้านี้หรืออะไร หรือซื้อสินค้านี้จะอะไร ผู้บริโภคแต่ละบุคคลจะมีแนวทางตัดสินใจที่แตกต่างกัน ขึ้นกับสถานการณ์และทางเลือกที่มีอยู่

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ พิจารณาถึงทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ ทั้งนี้การที่ผู้บริโภคสามารถประเมินและเลือกสินค้าหรือตราสินค้าได้แล้ว ไม่ได้หมายความว่า จะเกิดการซื้อได้ เพราะปัจจัยทั้งสองอย่างนี้จะส่งผลให้เกิดความเสี่ยงจากการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้านั้นๆ ได้อีกด้วย

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ หากพอใจ ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้า ก็ทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้ หรืออาจแนะนำผู้บริโภครายใหม่ได้ แต่หากไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ผู้บริโภค ซื้อสินค้า น้อยลงตามไปด้วย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมศักดิ์ หงส์สุวรรณ และกรวีร์ ชัยอมรไพศาล [3] ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาต่างประเทศออสเตรีย อคาเดมี จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ลงทะเบียนเรียนภาษาต่างประเทศที่บริษัท จำนวน 320 คน ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันภาษาต่างประเทศฯ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

สมหทัย จารุมิลินท [5] ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 2) นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว คือ ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว

ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) มีการดำเนินงานดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พื้นที่ กรุงเทพมหานคร ที่เลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการพัสดุภัณฑ์ของบริษัทเอเซียพัสดุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่าง กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากร ใช้สูตรของโคครัน (Cochran) กรณีไม่ทราบขนาดของประชากร ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% คำนวณได้ = 384 ราย

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อปี

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการพัสดุภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการพัสดุภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 พฤติกรรมในกระบวนการตัดสินใจ ดังนี้ 1) พฤติกรรมการตัดสินใจเลือก และ 2) พฤติกรรมหลังการซื้อ การหาคุณภาพแบบสอบถาม ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษางานวิจัยและทฤษฎี เพื่อนำมากำหนดกรอบการกำหนดคำถามในแบบสอบถาม

2. นำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ผลประเมินรายชื่อ ระหว่าง 0.70-1.00

3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ค่าความได้ = 0.71

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตผู้บริหารบริษัทเอซีฟู้ด เพื่อขอข้อมูล อีเมลแอดเดรส จำนวน 384 คน ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ

2. แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน โดยติดช่องทางเมล

3. รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามได้รับกลับคืน จำนวน 196 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 51.04 ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวนน้อย เพราะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทั่วโลก ช่วง พ.ศ.2562-2563

#### 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 สถานภาพโสด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 อายุอยู่ในช่วง 41 – 55 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 มีภูมิลำเนาที่อเมริกาเหนือ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และมีรายได้สูงกว่า 60,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9

4.2 ผลวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับตามระดับความสำคัญจากมากไปน้อย ดังนี้

ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X} = 4.99$ ) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.98$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 4.91$ ) ด้านบุคคล ( $\bar{X} = 4.91$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.89$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.89$ ) และด้านราคา ( $\bar{X} = 4.85$ )

4.3 ผลวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยด้านพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกบริการท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีดังนี้

- ปัจจัยพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภาพรวมมีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.95$ )

- ปัจจัยพฤติกรรม การตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภาพรวมมีระดับความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.93$ )

4.4 ผลวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในทุกด้าน ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อปี แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ ไม่แตกต่างกัน

#### 5. อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นที่ 1 อภิปรายผลจากวัตถุประสงค์ ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.99$ ) เมื่อพิจารณาความสำคัญของประเด็นย่อยในด้านนี้ มีความสำคัญสูงสุด 3 ข้อ คือ รายการอาหารที่อยู่ในแพ็คเกจทัวร์ เป็นรายการอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ รายการอาหารที่อยู่ในแพ็คเกจทัวร์ มีรสชาติแบบท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ และรสดูดี ศึกษานำเที่ยวในแพ็คเกจทัวร์ มีสภาพที่สะอาดและปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ ) สอดคล้องกับบทความวิชาการของ เบญจมาภรณ์ ชำนาญญา [6] ที่กล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อ

รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ เป็นการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจด้านความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) เพื่อต้องการสัมผัส ประสบการณ์การกินอาหาร การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded) หรือรากเหง้าของอาหารที่แสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) และนอกจากอาหารแล้ว ยังรวมถึงการท่องเที่ยวสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับอาหารหรือใกล้เคียงแหล่งอาหารอีกด้วย ซึ่งเหล่านี้เป็นลักษณะการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ มีข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเป็นลำดับสุดท้าย สอดคล้องกับข้อมูลส่วนบุคคลในการศึกษาครั้งนี้ที่มีรายงานผลว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี สูงกว่า 60,000 เหรียญสหรัฐ จึงมีทุนทรัพย์พร้อมและเพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ประเด็นที่ 2 อภิปรายผลจากวัตถุประสงค์ ทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ภูมิฐานะ รายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ฯ โดยสมหทัย จารุมิลินท [5] พบว่านักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ รายได้แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ งานวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยณเรญชรา กิจวิกรานต์ [7] พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เป็นเชื้อชาติยุโรป จำนวน 174 คน มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเลือกกลับมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ที่ไม่แตกต่างกัน

## 6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากข้อมูลความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญอันดับแรกคือด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นข้อมูลแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่มีผลต่อแรงจูงใจด้านความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) เพื่อต้องการสัมผัสประสบการณ์การรับประทานอาหารที่แสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) และนอกจากอาหารเฉพาะพื้นที่แล้ว ผู้ประกอบธุรกิจบริการท่องเที่ยวแบบธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ ยังต้องนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่สร้างสรรค์ความโดดเด่นของพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อดึงดูดความสนใจให้ตัดสินใจเลือกหรือเลือกซ้ำ ตัวอย่างเช่น การนำเที่ยวด้วยรถตุ๊ก ตุ๊ก และมีกระบวนการให้บริการการท่องเที่ยวของไกด์ และพนักงานขับรถที่ปรับยืดหยุ่นได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นลักษณะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) กลุ่มลูกค้าจะมีความชอบ รสนิยม หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตเฉพาะ ที่มีการใช้ชีวิตคล้ายกัน ดังนั้นจากผลการศึกษานี้ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ภูมิฐานะ รายได้เฉลี่ยต่อปี แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกและเลือกใช้บริการท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการฟู้ดทัวร์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ของกลุ่มบุคคลที่มีรสนิยมการท่องเที่ยวคล้ายกันอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องมีกลยุทธ์การตลาดที่จัดเสนอตามความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล



ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการผู้ดูแลตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
2. พัฒนารูปแบบธุรกิจการให้บริการท่องเที่ยวธุรกิจบริการท่องเที่ยวรูปแบบบริการผู้ดูแลตัวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. รายงาน **ภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว**. 1(2562). หน้า 4.
- [2] กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ และคณะ. (พฤษภาคม 2561). การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่าง อุดัง เมืองมิชชีวานะ จังหวัดกุนมะ ประเทศญี่ปุ่น และข้าวซอย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 12(ฉบับพิเศษ). หน้า 340-355.
- [3] สมศักดิ์ หงส์สุวรรณ และ กรวีร์ ชัยอมรไพศาล. (มกราคม – มิถุนายน 2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเรียน สถาบันสอนภาษาต่างประเทศ อพเทรคคาเดมี จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**. 28(1). หน้า 155-156.
- [4] สุรคุณ คณุตตยานนท์. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [5] สมหทัย จารุมิลินท. (2660). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรศิลปศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [6] เบญจมาภรณ์ ชำนาญญา. (มกราคม-มิถุนายน 2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. **วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย**. พระราชบัญญัติคุ้มครองสิทธิบัตร. 24(1). หน้า 113-116.

- [7] เณริญชรา กิจวิกรานต์. (2557). ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. 10(1). หน้า 12-28.

ปัจจัยแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Motivation Factors to Effectiveness at Strategic Research Skill  
to Academic Staff of Rajamangala University of Technology Krungthep

เกตุวดี อุเทน<sup>1</sup>, กิ่งแก้ว เอี่ยมแฉล้ม<sup>2</sup>, รุ่งทิวา เสาร์สิงห์<sup>3</sup>, หทัยกร พันธุ์งาม<sup>4</sup>, พิลาพรรณ โพธิ์นรินทร์<sup>5</sup>

<sup>1</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: katewadee.u@mail.rmutk.ac.th,

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: kingkaew.e@mail.rmutk.ac.th

<sup>3</sup>คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: rungtiva.s@mail.rmutk.ac.th

<sup>4</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: hathaikorn.p@mail.rmutk.ac.th

<sup>5</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: pilapan.p@mail.rmutk.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาแรงจูงใจของบุคลากรสายวิชาการที่มีต่อประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ 2) เปรียบเทียบแรงจูงใจของบุคลากรสายวิชาการกับประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรทาร์โรวามาเน่ จำนวนได้ 227 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) จาก 7 คณะวิชา ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 125 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นครอนบาค เท่ากับ 0.82 สถิติวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ผลการวิจัยสรุป ดังนี้ 1) ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นแรงจูงใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ ด้านปัจจัยจูงใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.75$ ) และด้านปัจจัยค้ำจุน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.60$ ) 2) ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.07$ ) และ 3) ผลทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลบุคลากรสายวิชาการที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำวิจัยไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์  
ประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์

**Abstract**

This research aims 1) to study motivations of academic personnel on the effectiveness of strategic research 2) to compare the academic personnel motivation with the effectiveness of conducting strategic research classified by personal information. The sample was using the Taro Yamane to included 227 persons and used Stratified Random Sampling from 7 faculty. The questionnaires were returned that the 125 or 55.0%. The instrument was a questionnaire and Cronbach's alfa coefficient with reliability at 0.82. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation, t-test and One way ANOVA statistic.

The results show that: 1) the overall of strategic research on motivation factors ( $\bar{X}=3.75$ ) and hygiene factors ( $\bar{X}=3.60$ ) was at a high level . 2) the overall of effectiveness of conducting strategic research was at a high level ( $\bar{X}=4.07$ ). 2) the examining the hypothesis, difference personal factors do not difference to effectiveness of conducting strategic research of academic personnel with statistical significant level at 0.05.

**Keywords :** motivations of strategic research, effective of strategic research

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการวิเคราะห์ความสามารถการแข่งขันด้านวิทยาศาสตร์ของประเทศไทยตามการจัดอันดับของ International Institute for Management Development (IMD) ประเด็นเกี่ยวกับงานวิจัย มีดังนี้ ระบบการศึกษาและการพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ยังคงเป็นจุดอ่อน โดยบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยจำนวนมากไม่เพียงพอต่อการส่งเสริมการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมในระดับก้าวหน้า ส่งผลให้ประเทศไทยเสียโอกาสที่จะพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในหลายด้าน [1] ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพเห็นความสำคัญของนโยบายการพัฒนากำลังคนด้านงานวิจัย และนวัตกรรมเป็นอย่างยิ่ง จึงได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พ.ศ. 2561-2565 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2563) ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 แผนอุดมศึกษา ระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2574) และพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 นำมาสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยแห่งการพัฒนาคมนวัตกรรมและเทคโนโลยีเชิงสร้างสรรค์ หนึ่งในประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านงานวิจัย คือ ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 การยกระดับการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีเป้าประสงค์ คือ การเพิ่มมูลค่างานวิจัยและนวัตกรรม

อย่างไรก็ตาม จากการที่ได้ศึกษาข้อมูลจำนวนนักวิจัยในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พบว่าจำนวนบุคลากรด้านงานวิจัย เมื่อเทียบสัดส่วนบุคลากรทั้งหมดแล้ว ยังมีไม่ถึง 50% และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการขาดแรงจูงใจในการทำวิจัย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญว่าจำเป็นต้องศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ในด้านแรงจูงใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อที่จะมีข้อมูลรายงานนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการส่งเสริมพัฒนานักวิจัยในมหาวิทยาลัย ให้เกิดแรงจูงใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในลำดับต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของบุคลากรสายวิชาการที่มีต่อประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของบุคลากรสายวิชาการกับประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

บุคลากรสายวิชาการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลของแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์แตกต่างกัน

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร คือบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ปีการศึกษา 2563 รวม 7 คณะ รวมจำนวน 523 คน

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของทาโร ยามาเน กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 กำหนดได้ 227 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ

ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน

ความหมายของแรงจูงใจ

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นเรื่องราวของความรู้สึกซึ่งไม่หยุดนิ่ง เป็นผลให้เกิดพฤติกรรม หรือการกระทำ [2] บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันในการแสดงออก พฤติกรรมการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน มิใช่เป็นเพราะมีความรู้ความสามารถมีสติปัญญาตลอดจนประสบการณ์ที่

แตกต่างกันเท่านั้น แต่ปัจจัยที่สำคัญยิ่งกว่าอีกประการหนึ่งคือ การที่บุคคลได้รับการจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน

ทฤษฎีแรงจูงใจมีหลายทฤษฎี เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น ทฤษฎีแรงจูงใจของ เฮอริชเบอร์ก (Herzberg's Two Factor Theory) เป็นทฤษฎี แรงจูงใจในการทำงาน แบ่งเป็น 2 องค์ประกอบ คือ [3]

- ปัจจัยกระตุ้น (Motivation Factor) ทำให้คนทำงานมีความรู้สึกพอใจในงาน ได้แก่ ความสำเร็จของงาน การยอมรับ นับถือ ความรับผิดชอบ โอกาสก้าวหน้า และลักษณะของงาน

- ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยป้องกัน ไม่ให้คนเกิดความไม่พอใจในงานที่ปฏิบัติอยู่ เช่น นโยบาย ของหน่วยงานและการบริหาร การบังคับบัญชา สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รายได้ ตำแหน่งและความมั่นคง ถ้าปัจจัยเหล่านี้ขาดไปจะทำให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน แต่ถ้ามีอยู่ก็จะสามารถช่วยป้องกัน ไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน เช่น การนัดหยุดงานของคนงานใน โรงงาน มีปัญหามาจากเรื่องเงินซึ่งอยู่ในปัจจัยค้ำจุน

ทฤษฎีของ เฮอริชเบอร์ก นี้ให้เห็นว่าผู้บริหารจะต้องมีทัศนคติที่เกี่ยวกับงานของผู้ใต้บังคับบัญชา 2 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง สิ่งที่ได้บังคับบัญชามีความสุข และประการที่สอง สิ่งที่ทำให้เขาไม่มีความสุขในการทำงาน เดิมนั้นการจูงใจมักจะคิดว่าเป็นด้านการเงินเท่านั้น แต่การปรับปรุงในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่นและสภาพแวดล้อมในการทำงานจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิต การขาดงานและการออกจากงานจะน้อยลง เป็นสิ่งสำคัญในการป้องกันไม่ให้คนงานเกิดความไม่พอใจในการทำงานและไม่ให้เกิดปัญหาในหน่วยงานนั่นเอง

### แนวคิดทฤษฎีประสิทธิภาพในการทำงาน

ความหมายเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ดิน ปรัชญพฤทธิ [4] ให้ความหมาย ประสิทธิภาพ หมายถึง การสนับสนุนในวิธีการ บริหารที่จะได้รับผลดีมากที่สุด โดยสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด นั่นก็คือ การลดค่าใช้จ่ายด้านวัสดุ และบุคลากรลง ในขณะที่พยายามเพิ่มความแม่นยำ ความรวดเร็ว และความราบเรียบของการ บริหารให้มากขึ้น

ทิพาวดี เมฆสุวรรณ [5] ให้ความหมาย ประสิทธิภาพ ในระบบราชการ ตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน มีความหมายรวมถึงผลิตภาพและ ประสิทธิภาพ โดยประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่วัดได้หลายมิติตามแต่ วัตถุประสงค์ที่ต้องการพิจารณา คือ

1) ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน การผลิต (Input) ได้แก่ การใช้ทรัพยากรการบริหาร คือ คน เงิน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดการสูญเสียให้น้อยที่สุด

2) ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการบริหาร (Process) ได้แก่การทำงานที่ถูกต้องได้ มาตรฐาน รวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีที่สะดวกกว่าเดิม

3) ประสิทธิภาพในมิติของผลผลิตและผลลัพธ์ (Outcome and Result) ได้แก่ การทำงานที่มีคุณภาพเกิด ประโยชน์ต่อสังคม เกิดผลกำไร ทนเวลา ผู้ปฏิบัติงานมี จิตสำนึกที่ดีต่อการทำงานและบริการเป็นที่พอใจของลูกค้า หรือผู้รับบริการ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธิพร สายทอง [6] ศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ ด้านการวิจัยของอาจารย์ในกำกับของรัฐ กลุ่มภาคเหนือ ตอนบน ผลการวิจัย มีดังนี้ แนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้าน การวิจัยเพื่อสร้างความรู้แก่อาจารย์ พบว่า มหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพสูงส่วนหนึ่งเป็นเพราะการบริหาร จัดการวิจัยที่มีคุณภาพ ควรจัดให้มีกลไกของระบบ ช่วยเหลือจากระบบพี่เลี้ยง หรือระบบที่ปรึกษา ให้คำแนะนำการพัฒนา สมรรถนะการวิจัยเพื่อสร้างทัศนคติแก่อาจารย์ ควรสร้างความตระหนักรู้แก่การทำวิจัยของอาจารย์ ควรสร้างค่านิยมใน การทำวิจัยแก่อาจารย์ อาจารย์จะต้องมุ่งวิจัยอย่างมีทิศทางและ ต้องทุ่มเทเอาใจใส่งานวิจัยอย่างจริงจัง แนวทางการพัฒนา สมรรถนะด้านการวิจัยเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่อาจารย์ พบว่า ปัจจัยสาเหตุความต้องการจำเป็นสมรรถนะด้านการวิจัย สำหรับอาจารย์ สิ่งสำคัญอันดับแรก คือ การกำหนดแนว ทางการพัฒนางานวิจัย คือ การศึกษารอบแนวคิด นโยบาย

วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ของประเทศและทิศทางการสนับสนุนงานวิจัยของหน่วยงานให้ชัดเจน

อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว [7] วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยในการทำงานระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เปรียบเทียบความแตกต่างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการทำงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผลดำเนินงานคือปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานพบว่า ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ด้านที่มีค่าสูงสุดคือ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ในด้านย่อยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้และความเข้าใจในงานที่ทำ ความมั่นคงก้าวหน้าในงาน ขวัญและกำลังใจในการทำงาน และความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ทำงาน สำหรับผลเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ดำเนินงานดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ปีการศึกษา 2563 รวม 7 คณะ ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ และคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 523 คน

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของทาโร ยามาเน กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จำนวนได้ 227 คน

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ ประสบการณ์ทำวิจัย คณะที่สังกัด

ตอนที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มี 2 ด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยจูงใจ และ 2) ปัจจัยก้าจน

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการทำงานวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ศึกษา 3 ด้าน ดังนี้ ด้านต้นทุนการผลิต (Input) ด้านการบริหาร (Process) ด้านผลลัพธ์ (Output)

การหาคุณภาพแบบสอบถาม ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษางานวิจัยและทฤษฎี เพื่อนำมากำหนดกรอบการกำหนดคำถามในแบบสอบถาม

2. นำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ผลประเมินทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.70-1.00

3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) จำนวนได้เท่ากับ 0.82

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอหนังสือจากคณะบริหารธุรกิจ เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้บุคลากรสายวิชาการ ทุกคณะทั้ง 7 คณะ แจกแบบสอบถาม 227 คน

2. นำส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ และอำนวยความสะดวกโดยการส่งกลับผ่านออนไลน์

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามได้รับกลับคืน จำนวน 125 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 55.0 ทั้งนี้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวนน้อย เพราะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทั่วโลก ช่วง พ.ศ.2562-2563

#### 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 4.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 60 อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 52 คน ร้อยละ 41.60 มีสถานภาพสมรส จำนวน 66 คน ร้อยละ 52.80 การศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 70 คน ร้อยละ 56.00 ตำแหน่งเป็นอาจารย์ จำนวน 74 คน ร้อยละ 59.20 มีประสบการณ์เคยทำวิจัย จำนวน 123 คน ร้อยละ 98.40 สังกัดคณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 29 คน เท่ากัน ร้อยละ 23.20

4.2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยจุดใจในการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ภาพรวมแรงจูงใจด้านปัจจัยจุดใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.75$ ) และผลวิเคราะห์ภาพรวมแรงจูงใจด้านปัจจัยจุดใจ ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.52$ )

4.3 ผลวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ภาพรวมประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พบว่าอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 4.07$ )

4.4 ผลทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลบุคลากรสายวิชาการที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำวิจัยไม่แตกต่างกัน

#### 5. การอภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของภาพรวมปัจจัยจุดใจในการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พบว่าภาพรวมมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก แรงจูงใจด้านปัจจัยจุดใจ อันดับแรก คือ ปัจจัยจุดใจด้านความก้าวหน้าในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) สอดคล้องกับงานวิจัยของอัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว [7] ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิต ในจังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การทำงาน มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนั้นองค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับประเด็นการปรับปรุงกลยุทธ์ในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานด้วยการเชื่อมโยงกับความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากผลวิเคราะห์ภาพรวมปัจจัยจุดใจในการทำงานวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ) แรงจูงใจด้านปัจจัยจุดใจ อันดับแรก คือ ปัจจัยจุดใจด้านนโยบายและการบริหารงานองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) อภิปรายว่า ควรใช้แนวทางจากผลการวิจัยของสุทธิพร สายทอง [6] ที่กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยเพื่อสร้างความรู้แก่อาจารย์ โดยมหาวิทยาลัยต้องจัดให้มีกลไกของระบบช่วยเหลือนักวิจัยโดยใช้ระบบที่เรียบง่ายเพื่อให้คำแนะนำแก่นักวิจัยให้สามารถพัฒนาตนเองได้ รวมทั้งมหาวิทยาลัย จำเป็นต้องสมรรถนะนักวิจัยด้านทักษะคิดแก่อาจารย์ สร้างความตระหนักรู้แก่การทำวิจัยของอาจารย์ เพื่อมุ่งวิจัยอย่างมีทิศทางและและต้องทุ่มเทเอาใจใส่ในแนวทางการวิจัยนั้นอย่างจริงจัง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่อาจารย์ กล่าวโดยสรุปมหาวิทยาลัย ต้องกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ของมหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนานักวิจัยให้สอดคล้องยุทธศาสตร์ของประเทศและมีนโยบายการสนับสนุนงานวิจัยของหน่วยงานให้ชัดเจนในระดับการบริหารงาน

ประเด็นที่ 2 จากผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลทุกรายข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ ประสบการณ์ทำวิจัย คณะที่สังกัด ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์สายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในทุกมิติของประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของอภิชัย จตุพรวาท [8] ที่มีผลการวิจัยว่า ข้อมูลส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ อาชีพ ระยะเวลาปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครคุมประพฤติ

จังหวัดนครสวรรค์ ไม่แตกต่าง และสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของอัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว [7] ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุงาน ที่แตกต่างกันนั้น มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน

## 6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้เชิงนโยบาย

1. จากผลประเมินความคิดเห็นแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจต่อการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ บุคลากรสายวิชาการ ให้ค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ดังนั้นหน่วยงานจึงอาจต้องมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้ผลงานวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ นอกจากจะให้เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานในสัดส่วนคะแนนที่สร้างแรงจูงใจในส่วนกายบุคคลให้มีแรงขับเคลื่อนให้มุ่งมั่นสร้างงานวิจัยเชิงยุทธศาสตร์เพิ่มขึ้นแล้ว การจัดอบรมสัมมนาเพื่อปรับทัศนคติเชิงบวกในการทำงานวิจัยย่อมเป็นสิ่งจำเป็นเช่นกัน

2. จากผลประเมินความคิดเห็นแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจต่อการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ บุคลากรสายวิชาการ ให้ค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ด้านนโยบายและการบริหารงานองค์กร ดังนั้นหน่วยงานจึงจำเป็นต้องกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจเพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้สร้างผลงานวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ โดยให้เป็นนโยบายแผนพัฒนาบุคลากรด้านงานวิจัย ทั้งแผนระยะสั้น และระยะยาว รวมทั้งการเตรียมบุคคลที่เป็นพี่เลี้ยงนักวิจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีสมรรถนะที่พร้อมต่อการสร้างงานวิจัยเชิงยุทธศาสตร์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

2. พัฒนารูปแบบการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพสมรรถนะที่จำเป็นต่อการเป็นนักวิจัยสายวิชาการเพื่อส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ของบุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน

## เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.nesdb.go.th> (วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2562).
- [2] สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ. (2542). **พฤติกรรมองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [3] สุกัญญา จันทร์มณี. (2557). **แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฮานา เซมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [4] ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2536). **ทฤษฎีองค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- [5] ทิพาดี เมฆสวรรค์. (2538). **การส่งเสริมประสิทธิภาพในส่วนราชการ**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- [6] สุทธิพร สายทอง. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2562). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของ อาจารย์มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐกลุ่มภาคเหนือตอนบน. **วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง**. 8(2). หน้า 129-139.
- [7] อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว. (มกราคม – มิถุนายน 2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมคิดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา. **วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี**. 5(1). หน้า 95-121.
- [8] อภิชัย จตุพรบาท. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครชุมชนประเพณี จังหวัดนครสวรรค์**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

# การประมาณระดับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์

## Software Development Cost Level Prediction

สมชาย ปรากการเจริญ<sup>1</sup>, สุชาดา รัตนคงเนตร<sup>2</sup>, วิเชียร ศรีพระจันทร์<sup>3</sup>, ธวัชชัย งามสันติวงศ์<sup>4</sup>

<sup>1</sup>คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม กทม. E mail: somchai-prakan@hotmail.com

<sup>3</sup>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กทม. E mail: w.sriprachan@gmail.com

<sup>2,4</sup>คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กทม.

E-mail:suchada.r@gmail.com, tv35@hotmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ แสดงการพยากรณ์ระดับของค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งร้อยค่าสังเกตได้รวบรวมจากบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งหนึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2562-2563 สมการในการพยากรณ์ได้พัฒนาโดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นหลายตัวแปร ค่าความสามารถในการอธิบายกลุ่มตัวอย่างมีค่าความแม่นยำที่ 62.10%

คำสำคัญ: การพยากรณ์ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์, การวิเคราะห์สมการถดถอย, การสกัดปัจจัย

### Abstract

This research presents an empirical study of software project on development cost level prediction. The experiment data were collected from three software development companies. There are one hundred sample observations that were collected during 2019-2020. Multivariate linear Regression analysis was used to predict the software development cost level. The model gave best fit to experiment data about 62.10% ( $R^2$ )

Keywords: Software cost estimation, Regression analysis,

Factor analysis

### 1. คำนำ

ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์จะต้องทำการประมาณการต้นทุนของการพัฒนาซอฟต์แวร์ การ

ประมาณการ ค่าใช้จ่ายจะพิจารณาจากหลายรายการค่าใช้จ่าย เช่นขนาดของซอฟต์แวร์ ระดับคุณภาพของซอฟต์แวร์ การใช้จัดหาซอฟต์แวร์พิเศษ ฯลฯ ผู้ประมาณราคาจะทำการประเมินค่าใช้จ่าย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประเมินราคาในการรับจ้างพัฒนาซอฟต์แวร์ต่อไป โดยการบวกกำไรในการประกอบธุรกิจ หากผลการประเมินต้นทุนผิดพลาดจะก่อให้เกิดผลเสียแก่ธุรกิจได้ งานวิจัยนี้ได้รวบรวมการประมาณ การในข้อมูลต่างในการพัฒนาซอฟต์แวร์จากอดีต จากบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์จำนวน สามแห่ง โดยบริษัท ตัวอย่างจะเป็นบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีขนาดเล็ก มีบุคลากรพัฒนาซอฟต์แวร์ประมาณสามถึงห้าคน และเน้นพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจบนพื้นฐานเว็บแอปพลิเคชัน การประมาณ ค่าใช้จ่ายที่ได้จากสมการที่พัฒนาขึ้น จะช่วยให้ผู้ประมาณ การต้นทุนได้ทราบความน่าจะเป็นว่า การกำหนดต้นทุนจะมี แนวโน้มออกมาในทิศทางใด เช่นค่าใช้จ่ายที่ประมาณการตาม แนวคิด หรือประสบการณ์ จะสูงเกินไป, ต่ำเกินไป หรือ เหมาะสม ผลการดำเนินการประมาณต้นทุน จะช่วยให้ผู้ ประมาณการสามารถเห็นแนวโน้มความน่าจะเป็น ของต้นทุน เพื่อทำการปรับการประเมินราคาใหม่ โดยการเปลี่ยนแปลงค่า ของบางรายการต้นทุน

### 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 การสกัดตัวแปร (Factor analysis)[1]

การสกัดตัวแปรเป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการสร้าง ตัวแปรใหม่ (Factor) ขึ้นจากตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ กัน ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อาจพิจารณาจากราคาสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ หรือค่าของความแปรปรวนร่วม ตัวแปรต่างๆจะ



ถูกเลือกให้อยู่กับปัจจัยหนึ่งใด โดยดูจากค่า น้ำหนักที่มีต่อตัวแปรปัจจัยต่างๆ โดยพิจารณาว่ามีปริมาณค่านี้กับปัจจัยใดมากที่สุด

## 2.2 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุตัวแปร (Multivariate linear regression)[2]

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุตัวแปร เป็นเทคนิคทางสถิติ ที่ใช้ในการสร้างสมการเชิงเส้นที่สามารถแทนค่าต่างๆของทุกตัวแปร หากมีระยะห่างจากเส้นตรงนี้กับค่าจริงของตัวแปร สมการจะพยายามหาเส้นตรงที่มีผลรวมระยะห่าง (Error-residual) ให้มีค่าน้อยที่สุด ค่าความเหมาะสมของสมการเชิงเส้นในการอธิบายค่าต่างๆของทุกตัวแปร จะพิจารณาจากค่าความสามารถในการอธิบายข้อมูลของตัวแปร ( $R^2$ )

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Barry Boehm[3] ได้สร้างสมการในการประมาณค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Constructive cost model-COCOMO) ตัวแปรที่ใช้ในการสร้างสมการประกอบด้วย Product attribute, Personnel attribute, Hardware attribute และ Project attribute เทคนิคที่ใช้ในการประมาณการคือ การวิเคราะห์สมการถดถอยไม่เชิงเส้น (Non linear regression analysis)

Gonnet [4] ได้เสนอแนวคิดในการประมาณค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์ โดยพิจารณาจากขนาดของซอฟต์แวร์ (Size) ที่จะพัฒนาคูณด้วยศักยภาพ (Productivity) ของทีมงานที่จะพัฒนาซอฟต์แวร์ ศักยภาพจะวัดจากจำนวนวันในการทำงาน ต่อจำนวนชิ้นงานๆที่ผลิตได้ ชิ้นงานอาจหมายถึงจำนวนบรรทัดของคำสั่งหรือ จำนวนฟังก์ชัน

Estimacs [5] ได้เสนอการพิจารณาค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์ โดยเทียบเคียงกับการประมาณการค่าใช้จ่ายจากอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวกับการบิน โดยมีตัวชี้วัดหกตัวคือขนาดของบุคลากรและการว่าจ้างเพิ่มเติม (หากมี) ความต้องการใช้ฮาร์ดแวร์ ความเสี่ยง ผลกระทบ โดยห้าปัจจัยนี้จะทำการปรับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์ปกติให้สูงขึ้น มากน้อยแล้วแต่ระดับความสำคัญของแต่ละตัวชี้วัด

## 3. ขั้นตอนการวิจัย และผลการวิจัย

### 3.1 การระบุตัวแปร(Attribute definition)

ในงานวิจัยนี้ได้รวบรวม ตัวแปรต้นจำนวนแปดตัว (#1-8) และตัวแปรตาม(#9) ซึ่งบริษัทผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ได้ใช้ในการประมาณการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์ ซึ่งมีหลายตัวแปรคล้ายคลึงกับตัวแปรต้นของวิธีการ COCOMO รายละเอียดตัวแปรดังแสดงในตารางที่ 1.

ยกตัวอย่างเช่น S\_SW (Size of software project) เป็นการระบุขนาดของซอฟต์แวร์ที่จะพัฒนา ว่ามีขนาดเท่าไร เช่น small หมายถึง จำนวนบรรทัดในการเขียนโปรแกรม (line of code:LOC) มีขนาดน้อยกว่า 3,000 บรรทัด, medium หมายถึง 3,000<LOC<5,000 และ large หมายถึง LOC>5,000 เป็นต้น อนึ่งมีหลายๆตัวแปรไม่สามารถระบุเป็นเชิงปริมาณได้ ผู้ประมาณการจะใช้ประสบการณ์ ในการระบุขนาดของตัวแปรนั้นๆ

ตารางที่ 1: รายละเอียดตัวแปร (Attribute detail)

Attribute	Label	Data type	Data range
S_SW	Size of software project	continous	1.small,2.medium,3.large
Q_SW	Quality of software level	continous	1.low,2.normal,3.high
A_HW	Need of additional hardware	continous	1.no,2.normal,3.high
A_SW	Need of additional software	continous	1.no,2.normal,3.high
S_PW	Need of skilled peopleware	continous	1.no,2.normal,3.high
T_C	Tavelling cost	continous	1.no,2.normal,3.high
P_COM	Project communication	continous	1.low,2.normal,3.high
T_S	Training and support	continous	1.low,2.normal,3.high
P_COST (dependent variable)	Project cost-level	continous	1. under estimate,2.moderate, 3. over estimate

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection)

ข้อมูลตัวอย่างได้ทำการรวบรวมจาก สามบริษัทที่ทำการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีขนาดเล็ก และมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์เชิงธุรกิจ ค่าสังเกตได้ทำการรวบรวมในปี พ.ศ. 2562-2563 รวมจำนวนหนึ่งร้อยตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดบางส่วนดังแสดงในตารางที่ 2

### 3.3 การปรับแก้ข้อมูล (Data cleaning)

ข้อมูลที่รวบรวมมาได้ถูกทำการปรับแก้ไขให้มีความเป็นค่าปกติในการแจกแจงโค้งปกติ โดยการวัดค่าความเบ้ ในที่นี้ได้กำหนดค่าความเบ้ที่เหมาะสมคือ  $-0.35 < \text{ค่าความเบ้} < 0.35$  หากค่าความเบ้มีค่าสูงจะทำการปรับปรุงค่าของตัวแปร นั้น โดยวิธีการต่างๆเพื่อให้ค่าความเบ้ของค่าข้อมูลของตัวแปร

ตารางที่ 2: Partial of collected observations

Attribute	Label	Data type	Data range
S_SW	Size of software project	continous	1.small,2.medium,3.large
Q_SW	Quality of software level	continous	1.low,2.normal,3.high
A_HW	Need of additional hardware	continous	1.no,2.normal,3.high
A_SW	Need of additional software	continous	1.no,2.normal,3.high
S_PW	Need of skilled peopleware	continous	1.no,2.normal,3.high
T_C	Tavelling cost	continous	1.no,2.normal,3.high
P_COM	Project communication	continous	1.low,2.normal,3.high
T_S	Training and support	continous	1.low,2.normal,3.high
P_COST (dependent variable)	Project cost-level	continous	1.under estimate,2.moderate, 3. over estimate

ที่ถูกแปลงแล้วมีค่าความเบ้อยู่ในช่วงที่กำหนด ตัวอย่างเช่น ค่าข้อมูลของตัวแปร Q\_SW มีค่าความเบ้ “-0.41” ซึ่งสูงกว่ากำหนด ค่าข้อมูลทุกตัวได้ถูกแปลงค่าเป็นค่าใหม่โดยการยกกำลังค่าข้อมูลทีละค่าโดยการยกกำลังสอง จากนั้นทำการวัดค่าความเบ้ใหม่ปรากฏว่าค่าความเบ้ใหม่มีค่าเท่ากับ 0.28 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด มีความเบ้ที่เหมาะสม หรือมีการแจกแจงข้อมูลแบบปกติ (Normal distribution)

### 3.4 การสกัดตัวแปร

ตัวแปรต้นทั้งแปดตัว ได้ถูกนำมาพิจารณาความเกี่ยวข้องกัน และถูกรวมเป็นตัวแปร หรือ บัญญัติใหม่ ในกรณีที่ตัวแปรต้นเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องกันสูง การสกัดบัญญัติใหม่ช่วยลดปัญหาของการขึ้นต่อกัน หรือไม่เป็นอิสระจากกันของตัวแปรต้น ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความผิดพลาดในการวิเคราะห์สมการถดถอย จากการสกัดบัญญัติพบว่าค่า KMO แสดงความเหมาะสมในการสกัดบัญญัติ ( $KMO > 0.5$ ) และบัญญัติที่พัฒนาใหม่มีความสามารถในการอธิบายภาพรวม ของความแปรปรวน ของทุกตัวแปร (ไม่มีการทำการสกัดบัญญัติ) ดีที่ระดับ 69.17%

ตารางที่ 3: ค่าความเบ้และการปรับปรุงค่าข้อมูลเพื่อปรับค่าความเบ้

Attribute	Skewness	Adjust	new Skewness	new Attribute name
S_SW	-0.28	-		
Q_SW	-0.41	$(Q\_SW)^2$	0.28	Q_SW_aj
A_HW	0.28	-		
A_SW	0.47	$\lg_{10}(A\_SW)$	-0.079	A_SW_aj
S_PW	0.29	-		
T_C	0.33	-		
P_COM	0.4	$\sqrt{\text{P\_COM}}$	-0.01	P_COM_aj
T_S	-0.13	-		

ผลการสกัดบัญญัติพบว่า มีบัญญัติทั้งหมดรวมสามเช่น บัญญัติๆที่หนึ่ง (F1) มีตัวแปรต้นสี่ตัว T\_S, S\_SW, Q\_SW\_aj และ S\_PW โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.83, 0.81, 0.79 และ 0.69 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4 ค่าบัญญัติต่างได้ทำการคำนวณ

จากสมการวิเคราะห์ความถดถอย (ค่าคะแนนมาตรฐาน) ดังแสดงในสมการที่ 1, 2 และ 3

R <sup>2</sup>	0.621
Model sig	0.000

ตารางที่ 4: ผลการสกัดปัจจัย

Factor	Label	Factor component	Component score
F1	Product	T_S	0.83
		S_SW	0.81
		Q_SW_aj	0.79
		S_PW	0.69
F2	Need of -sw &hw -sw &hw	A_HW	0.87
		A_SW_aj	0.81
F3	Project Communication	T_C	0.83
		P_COMM_aj	0.78
KMO			0.64
Cumulative variance			69.17%

$$F1=0.83T\_S+0.81S\_SW+0.79Q\_SW\_aj+0.69S\_PW \quad (1)$$

$$F2=0.87A\_HW+0.81A\_SW\_aj \quad (2)$$

$$F3=0.83T\_C+0.78P\_COMM\_aj \quad (3)$$

### 3.5 การวิเคราะห์สมการถดถอย

ค่าคะแนนปัจจัยของทุกค่าสังเกต (ปกติจะมีค่าเป็นคะแนนมาตรฐาน) ได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรต้นในการวิเคราะห์สมการถดถอย ส่วนตัวแปรตาม P\_COST (Project cost-level) จะถูกแปลงเป็นคะแนนมาตรฐาน (Standardized score) ก่อนนำไปประมวลผลการวิเคราะห์สมการถดถอย ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าว จะทำให้ทุกตัวแปรมีหน่วยข้อมูลแบบเดียวกันทั้งหมด

ตารางที่ 5: สมการวิเคราะห์ความถดถอยแบบคะแนนมาตรฐาน (Regression equation- standardized form)

Factor	Standardized coefficient (Beta)	p
Constant	-	
F1	0.763	0.000
F2	0.188	0.003
F3	0.057	0.37

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่าปัจจัย F1, F2 มีอิทธิพลในการแสดงค่าตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 ส่วนปัจจัย F3 ไม่มีนัยสำคัญต่อการพยากรณ์ค่า P\_COST แต่เพื่อให้ครอบคลุมความแปรปรวนในการพยากรณ์ให้มีค่าน้อยสุดสมการพยากรณ์ (4) จึงได้รวมตัวแปร F3 ด้วย ดังแสดงในสมการที่ (4) สมการวิเคราะห์ถดถอยมีค่านัยสำคัญในการพยากรณ์ที่ระดับ  $\alpha 0.001$  และมีค่า R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.621 หรือประมาณ 62.10%

$$\text{Project cost-level(standardized)}=0.763F1+0.188F2+0.057F3 \quad (4)$$

### 4.สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สมการที่ 4 ช่วยในการพยากรณ์ค่าระดับของ P\_COST การใช้งานผู้ประมาณการค่าใช้จ่ายจะทำการป้อนค่าประมาณการในแต่ละตัวแปรต้นทั้งแปดตัว บางตัวแปรต้นอาจต้องมีการแปลงค่า แล้วนำค่าทั้งหมดแทนค่าลงในสมการที่ (4) สมการจะแจ้งระดับของ P\_COST ว่าเป็นเช่นใด เช่นหากค่า P\_COST มีค่าเท่ากับ “1” นั้นแสดงว่าการประมาณค่าของค่าใช้จ่ายมีความน่าจะเป็น (มีแนวโน้ม) ต่ำกว่าความเป็นจริง ดังนั้นให้ผู้ประมาณราคาค่าใช้จ่ายไปทำการปรับค่าขึ้น หรือหมายถึงผู้ประมาณค่าใช้จ่ายยังสามารถเพิ่มค่าของตัวแปรบางตัว จากนั้นทำการคำนวณใหม่ แล้วพิจารณาที่ระดับ P\_COST ว่าเข้าสู่ใกล้ระดับที่ 2 หรือยัง โดยทั่วไปการดำเนินการผู้ประมาณการค่าใช้จ่ายจะพิจารณาเพิ่มค่าให้กับตัวแปรที่ผู้ประมาณค่าใช้จ่ายคิดว่าสามารถจัดการได้ดีหรือมีต้นทุนต่ำสุดในการดำเนินการ

### 5. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณบริษัทผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ทั้งสามแห่งที่ได้มอบตัวอย่างข้อมูลโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์ เพื่อใช้ประกอบการวิจัยในครั้งนี้

### เอกสารอ้างอิง

[1] Institute of digital research and education, A practical

introduction to factor analysis, UCLA, USA, 2020.

Available on: A Practical Introduction to Factor Analysis:  
Exploratory Factor Analysis (ucla.edu)

[2] Yao xei, Simple linear regression, Georgia tech  
university, USA, 2013.

[3] Nancy Merlo, Constructive Cost Model, University of  
Zurich, Switzerland, 2003.

[4] Emmanuel Gonnet, Estimating software- intensive  
projects, GEM-UP consulting, Canada, 2008.

[5] ESTIMACS, Interior Design Business Software, Esti  
Software Ltd., UK, 2020.

# คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการต้องการ Characteristics of professional practice students Business Computer at the establishment requires.

นางสาวปิยาภา พรหมทอง<sup>1</sup>, นางสาวสุภาวีย์ อินทรมา<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> สาขาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย (Thai Qualification Framework - TQF) 5 ด้าน ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการที่นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 47 แห่ง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการมีความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านทักษะทางปัญญา และสุดท้ายด้านความรู้ตามลำดับ

คำสำคัญ: ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ, คุณลักษณะที่พึงประสงค์

## Abstract

This research aims to study of Characteristics of professional practice students Business Computer at the establishment requires needs. According to the Higher Learning Commission (Thai Qualification Framework - TQF) This study collected data from the

quantitative a Research. In a study exploring. By the Questionnaire. As a tool to collect data. Of an establishment of 47 locations and analyzed. With the conversion of the variables that are studied as quantitative data. And to calculate statistics. The results of the study, the frequency distribution table. Percentages and averages.

This research found that The most desirable. The relationship between individual skills and responsibilities. is first and second is skill of numerical analysis. Communication and information technology. The third is Morality the fourth the intellectual skills and last knowledge.

Keywords: Professional Experience , Desirable features.

## 1. คำนำ

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศนั้นปัจจัยที่สำคัญอยู่หลายประการเช่น นโยบายของรัฐบาล สภาพการณ์ การลงทุน สภาพการเมือง สภาพเศรษฐกิจโลก และกำลังคน เป็นต้น ซึ่งกำลังคนนั้นนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ในปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมของประเทศกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้เกิดปัญหาด้านการเตรียมความพร้อมของกำลังคนที่มีความรู้ความสามารถเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม การศึกษาในการพัฒนา กำลังคนดังกล่าวนี้ถือเป็นหน้าที่โดยตรงของสถาบันการศึกษา เพราะการศึกษาจัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างกำลังคนที่

สามารถนำไปพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งการฝึกประสบการณ์วิชาชีพตามการจัดการศึกษา ในระดับอุดมศึกษา เป็นกิจกรรมที่มุ่งเสริมให้นักศึกษา ได้รับ ประสบการณ์ตรงในการทำงาน เป็นการเรียนรู้สถานการณ์ และสภาพการณ์ที่เป็นจริงของการทำงาน อีกทั้งเป็นการนำเอา ความรู้ที่ได้รับ ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติไปทดลองใช้ เพื่อ ก่อให้เกิดความชัดเจน เห็นจริงในองค์ความรู้ที่ได้รับ อันจะ เป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษาในการเตรียมความพร้อม ใน พฤติกรรมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น ใน ส่วนของบุคลิกภาพ สติปัญญา เจตคติ ที่ถูกต้องเหมาะสม และสอดคล้องกับ ความ ต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน

ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยได้จัดเตรียมความพร้อมให้ นักศึกษาก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพในทุกๆ สาขา โดยเฉพาะสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ทั้งในด้านเนื้อหาวิชาชีพ ด้านเทคโนโลยี ด้านบุคลิกภาพ การวางตัว รวมทั้งจัดให้มี อาจารย์ที่ปรึกษาตามไปให้คำปรึกษาแนะนำและประสาน ความร่วมมือกับสถานประกอบการมาโดยตลอด แต่ที่ผ่าน มายังไม่ทราบถึงความต้องการของสถานประกอบการที่ชัดเจน ว่าสถานประกอบการต้องการนักศึกษาที่มีคุณลักษณะอย่างไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของนักศึกษาฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถาน ประกอบการต้องการ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษามี คุณสมบัติตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณลักษณะ หมายถึง สิ่งที่ชี้ให้เห็นความดีหรือ พฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็น หรือลักษณะประจำของแต่ละ บุคคล เป็นการแสดงออกที่สามารถสังเกตและเห็นได้ ซึ่งได้มี ผู้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตไว้ ดังนี้

อริวัฒน์ โพธิ์พนาและคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา ตามทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะ บัณฑิตที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บัณฑิต ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง

บุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะ ทางปัญญา ด้านทักษะ การวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการสื่อสารและเทคโนโลยี สารสนเทศ และ ด้านความรู้ ตามลำดับ

เพลินพิศ ศิริสมบุรณ์ (2559 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณ ลักษณะ บัณฑิต ตาม กรอบ มาตรฐาน คุณ วุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประจำปีการศึกษา 2556 - 2557 (รุ่น ที่ 15) ผลการศึกษาพบว่า คุณ ลักษณะ ของ บัณฑิต ตาม กรอบ มาตรฐาน คุณ วุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยภาพรวมของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์ บางกอก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วน ใหญ่มีคุณลักษณะของบัณฑิตด้านคุณธรรมจริยธรรมสูงสุด รองลงมาคือ คุณลักษณะของ บัณฑิตด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ อันดับสามคือ คุณลักษณะ ของ บัณฑิตด้านความรู้ อันดับสี่คือ คุณลักษณะของบัณฑิต ด้านทักษะทางปัญญา อันดับสุดท้ายคือ คุณลักษณะของ บัณฑิตด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อ พิจารณาแยกตามหลักสูตร ผลการประเมินจากผู้ใช้บัณฑิต เรียงตามลำดับ พบว่า หลักสูตรนิติศาสตร์ มีคุณลักษณะของ บัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนหลักสูตรอื่นได้แก่ หลักสูตรการ บัญชี หลักสูตร ภาษาอังกฤษธุรกิจ หลักสูตรระบบสารสนเทศ ทางธุรกิจ หลักสูตรการจัดการ โลจิสติกส์ หลักสูตร เทคโนโลยี สารสนเทศ หลักสูตรเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรมและ หลักสูตรการตลาด อยู่ในระดับ มากเรียงตามลำดับ

ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ (2559 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการ ใช้บัณฑิตกับ คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจใน การใช้บัณฑิตตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ทั้ง 6 ด้าน สถาน ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจใน การใช้บัณฑิตสูงสุดในด้านของ ทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความรับผิดชอบ โดยมีค่าคะแนนที่ 4.25 ผลการ วิเคราะห์ความ คาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตตามคุณลักษณะบัณฑิต ที่พึงประสงค์ทั้ง 6 ด้าน ด้านที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ

ทักษะด้านคุณธรรมจริยธรรมโดยมีค่าคะแนนที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่าง ความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตกับความคาดหวังที่ผู้ประกอบการต้องการจากบัณฑิตพบว่า มีเพียง 1 ด้านเท่านั้นที่ไม่มีค่าเป็นลบ คือ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และอีก 5 ด้านที่เหลือมีค่าคิดลบโดยด้านที่มีค่าคิดลบมากที่สุดคือ ด้านทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีค่าคะแนนที่ -0.27

รัชดาภรณ์ ตันทิกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในด้านคุณธรรม จริยธรรมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีและด้านทักษะการจัดการเรียนรู้ตามลำดับ

วิไลวรรณ ศรีแสงอ่อน (2557) ได้ศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 ผลการสำรวจความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 สามารถสรุปได้ดังนี้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสามารถทางสังคม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อที่ว่า อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ว่า มีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบและปฏิบัติตามกติกาของสังคม และมีบุคลิกภาพที่ดี มีมารยาทและมีสัมมาคารวะและ ข้อที่ว่า มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต และมี

ความสำนึกต่อส่วนรวม ด้านความสามารถและความรับผิดชอบต่อหน้าที่อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อที่ว่า เข้าใจและปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ว่า ตั้งใจทำงาน อดทน และมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมาย และข้อที่ว่า การตรงต่อเวลา และด้านความเห็น โดยรวมต่อนักศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ สถานประกอบการที่นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ เข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 47 แห่งโดย วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือสถานประกอบการที่นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ เข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และตัวแปรตาม คือ คุณลักษณะของนักศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยลักษณะของแบบสอบถามมีโครงสร้างรายละเอียดของคำถามที่ระบุคำถามชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และคำถามปลายปิด (Close-ended Question) 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะและคุณสมบัติ 5 ด้าน ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethical and moral development) มีลักษณะย่อย 3 ด้าน คือ

- 1.1 ตระหนักในคุณค่าและจริยธรรมเสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- 1.2 มีวินัย มีความรับผิดชอบ และตรงต่อเวลา
- 1.3 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กร

2. ด้านความรู้ (Knowledge) มีลักษณะย่อย 4 ด้าน คือ

2.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง

2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

2.3 มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง

2.4 สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive skill) มีลักษณะย่อย 2 ด้าน คือ

3.1 คิดอย่างมีวิจารณญาณ และเป็นระบบ

3.2 สามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย และการแก้ไขปัญหา

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and responsibility) มีลักษณะย่อย 3 ด้าน คือ

4.1 ความรับผิดชอบและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

4.2 มีภาวะความเป็นผู้นำ และผู้ตาม รวมทั้งทำงานเป็นทีมได้

4.3 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหา สถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำและบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Analytical and communication skills) มีลักษณะย่อย 3 ด้าน คือ

5.1 มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงาน

5.2 สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

5.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด 2538 : 99) ซึ่งมีเกณฑ์แต่ละระดับดังนี้

5 มีความต้องการระดับมากที่สุด

4 มีความต้องการระดับมาก

3 มีความต้องการระดับปานกลาง

2 มีความต้องการระดับน้อย

1 มีความต้องการระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543 :100) 5 ระดับ มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย ความหมาย

4.21-5.00

ระดับความต้องการมากที่สุด

3.41-4.20

ระดับความต้องการมาก

2.61-3.40

ระดับความต้องการปานกลาง

1.81-2.60



ระดับความต้องการน้อย

1.00-1.80

ระดับความต้องการน้อยสุด

## ผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสถาน

#### ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 47 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.96 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.23 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 75.96 มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.64 และเป็นหัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 89.34 ผู้ประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ส่วนใหญ่สังกัดบริษัทเอกชน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 68.08 และ วิชิตัดเลือกนักศึกษาฝึกงานที่หน่วยงานใช้มากที่สุดคือ พิจารณาประวัติ คุณสมบัติ และ / หรือประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 74.46

### ตอนที่ 2 คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ

จากการศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่สถานประกอบการต้องการพบว่า สถานประกอบการมีความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพดังตารางที่ 1 : แสดงคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ

คุณลักษณะ 5 ด้าน	สถานประกอบการ		ระดับความต้องการ
	( $\bar{X}$ )	S.D.	
ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.14	0.50	มาก
ด้านความรู้	3.93	0.64	มาก
ด้านทักษะทางปัญญา	4.03	0.50	มาก
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	4.32	0.66	มากที่สุด
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี	4.25	0.48	มากที่สุด

สารสนเทศ			
เฉลี่ยรวม	4.13	0.55	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าสถานประกอบการมีความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ อยู่ในระดับมาก (4.13) โดยด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.32) รองลงมาเป็นด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (4.25) ด้านคุณธรรม จริยธรรม (4.14) ด้านทักษะทางปัญญา (4.03) และด้านความรู้ (3.93) ตามลำดับ โดยรายละเอียดของแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบเป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์ วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการ เป็นอันดับแรก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญกับเรื่อง มีความรับผิดชอบและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นอันดับแรก ( 4.46) รองลงมาสามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหา สถานการณ์ต่างๆทั้งในบทบาทของผู้นำและบทบาทของผู้นร่วมทีมทำงาน (4.32) และมีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม รวมทั้งทำงานเป็นทีมได้ ( 4.18) ตามลำดับ

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถานประกอบการต้องการเป็นอันดับที่สอง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญเรื่องสามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม เป็นอันดับแรก (4.42) รองลงมามีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็น ที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงาน (4.21) และความสามารถในการสื่อสาร อย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่า และการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม (4.12)

ด้านคุณธรรม จริยธรรม เป็นคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่

สถานประกอบการมีความต้องการเป็นอันดับสาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญเรื่อง การตระหนักในคุณค่าและจริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์ สุจริต เป็นอันดับแรก (4.21) รองลงมาคือมีวินัย มีความ รับผิดชอบ และตรงต่อเวลา (4.12) และเรื่องเคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆขององค์กร (4.09) ตามลำดับ

ด้านทักษะทางปัญญา เป็นคุณลักษณะของนักศึกษา ฝึกประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถาน ประกอบการต้องการเป็นอันดับที่สี่ เมื่อพิจารณาใน รายละเอียดพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญเรื่อง สามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือที่ เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมายและการแก้ไขปัญหา เป็น อันดับแรก (4.17) รองลงมา คือคิดอย่างมีวิจารณญาณ และ เป็นระบบ (3.89)

ด้าน ความรู้เป็น คุณ ลักษณะ ของ นักศึกษา ฝึก ประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถาน ประกอบการมีความต้องการเป็นอันดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาใน รายละเอียดพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญกับเรื่อง มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ได้อย่างต่อเนื่อง (4.10) รองลงมาสามารถบูรณาการความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์ กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง (4.08) มีความรู้ ความ เข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการใน งานที่เกี่ยวข้อง (3.93) และสามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและ ภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมี ประสิทธิภาพ (3.58) ตามลำดับ

## สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

### สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักศึกษาฝึก ประสบการณ์วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ที่สถาน ประกอบการต้องการ ตามคุณลักษณะ 5 ด้าน ตามกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย (Thai Qualification Framework -TQF) พบว่าโดยภาพรวมสถานประกอบการ มี ความต้องการคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์ วิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับมาก โดยด้านทักษะ

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ย สูงสุด รองลงมาเป็นด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การ สื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านทักษะทางปัญญา และด้านความรู้ ตามลำดับ

### อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญ ในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เป็นอย่างแรก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการฝึกประสบการณ์ วิชาชีพสถานประกอบการจะเน้นในเรื่องความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบของนักศึกษาฝึกประสบ การวิชาชีพสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจเป็นหลักซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของวิไลวรรณ ศรีแสงอ่อน (2557) ได้ศึกษาความ คิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับ การประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปี การศึกษา 2557 ผลการสำรวจความคิดเห็น พบว่าด้าน ความสามารถทางสังคม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เช่นกัน ดังนั้นทางสถาบันการศึกษาจึงควรนำผลการวิจัยที่ได้ ไปปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตรและจัดการเรียนการสอน โดยเพิ่มให้นักศึกษามีการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

1.งานวิจัยเล่มนี้เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะความ คิดเห็นของสถานประกอบการจำนวน 47 แห่งที่นักศึกษาสาขา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิเข้ารับการ ฝึกประสบการณ์วิชาชีพเท่านั้นซึ่งผลที่ได้ อาจจะยังไม่ ครอบคลุมทั้งหมด ดังนั้นจึงควรมีการศึกษากลุ่มประชากรใน พื้นที่มากกว่านี้

2.งานวิจัยเล่มนี้จะเกิดประโยชน์ถ้าสถาบันการศึกษา นำเอาผลการวิจัยไปพัฒนาหรือปรับปรุงรายละเอียดของ หลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องและตรง ตามความต้องการของสถานประกอบการ

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิที่  
ให้การสนับสนุนเงินอุดหนุนวิจัย

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์. (2559). “การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยธนบุรี” วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี. 10 (22), 9 – 20.
- [2] เพลินพิศ ศิริสมบูรณ์. (2559). คุณลักษณะบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ประจำปีการศึกษา 2556 - 2557 (รุ่นที่ 15). รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
- [3] ชดาภรณ์ ตันฑิกุล. (2559). “ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา” วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 11 (2), 237 – 245.
- [4] วิไลวรรณ ศรีแสงอ่อน.(2557) ทำการศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานเกี่ยวกับการประเมินผลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 : สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- [5] อธิวัฒน์ โพธิ์พนา (2559) คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา ตามทัศนะของผู้ใช้บัณฑิต นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 12: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ.
- [6] บุญชม ศรีสะอาด. (2538). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนของนักศึกษา ตรีศึกษา : มหาวิทยาลัยเอกชน  
แห่งหนึ่ง

Factors Affecting Student the Decision to Buy a Smart phone Case Study: A Private University

ปณิคนันท์ ปานพลอย<sup>1</sup> ศรีัญญา บวรรัตนวงศ์<sup>2</sup> ภกภัตสรร์ แสงหิรัญ<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>สาขาคอมพิวเตอร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่ตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 337 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.8 อายุพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.0 ระดับการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 100 สาขาที่ศึกษาพบว่าศึกษาอยู่สาขาวิชาการบัญชีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.7 รายได้พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.5 ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และด้านราคา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่ามีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.2926 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผลการศึกษา พบว่ามีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.2092 และปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษา พบว่ามีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.1935

คำสำคัญ: การตัดสินใจ , สมาร์ทโฟน , พฤติกรรม

**Abstract**

This research study is descriptive study aimed to study the factors affecting the decision to buy a mobile phone and smartphone. And to study the behavior of students' use of mobile phones and smartphones Bangkok Suvarnabhumi University Who decide to buy a mobile phone or smart phone The sample used in this research was 337 Bangkok Suvarnabhumi University students using questionnaires as a tool used in the survey. The statistics used in this research are percentage, mean, standard deviation. Maximum and minimum values.

The research results were found that Most of the sample groups found that Most of them are female. Representing 71.8 percent of age found that most were in the range of 21-25 years, accounting for 54.0 percent. Education level found that most of them were at the bachelor's degree. Accounted for 100 percent The fields studied were the most in accounting. Accounting for 34.7 percent of income found that most of them were in the 10,001-15,000 baht or 44.5%. Data on product factors Distribution and price were the product factors, the study found that the mean was 3.2926, the distribution factor, the study found that the mean was 3.2092 and the price factor, the study found that the mean was 3.1935.

KEYWORD : The Decision , Smart Phone , Behavior

**1. บทนำ**

ปัจจุบันอุปกรณ์สื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินกิจกรรมของมนุษย์อย่างมาก ทำให้ต้องพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ให้ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือสื่อสาร[1] ให้มีความทันสมัยมากขึ้น โดยเฉพาะ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ซึ่งไม่เพียงแต่นำไปใช้เพื่อการสนทนาเพียงแต่โทรออกหรือรับสายเท่านั้น แต่ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ใช้งานจากโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนได้ เช่น การเชื่อมต่อข้อมูลเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตที่สะดวก และง่าย โดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย อย่าง 3G 4G 5G หรือ Wifi ที่สามารถทำการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารหรือแม้กระทั่งการดูหนัง ฟังเพลง และความบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น ด้วยฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายนี้จึงทำให้ผู้คนสนใจการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน มากยิ่งขึ้น มากไปกว่านั้น การแข่งขันของผู้ผลิตมีผลให้โทรศัพท์มือถือมีราคาถูกลง ส่งผลให้เยาวชนมีการเข้าถึงโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนักเรียนระดับอุดมศึกษา ซึ่งแต่ละยี่ห้อมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย แบบนี้เน้นด้านความบันเทิง หรือที่เน้นการติดต่อสื่อสารอย่างเดียว ก็มีให้เลือกใช้ตามความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป ดังนั้นพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนของนักศึกษา มีผลกระทบของตัวนักศึกษามากมายหลายพฤติกรรมตามการใช้งาน ซึ่งมีทั้งด้านที่เป็นประโยชน์ และด้านที่ส่งผลกระทบต่อนักศึกษาด้วยเช่นกัน ซึ่งความสำคัญของโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนนั้นมีมากต่างจากเมื่อก่อนที่ใช้เพียงโทรออกหรือรับสาย ในปัจจุบันโทรศัพท์สามารถเชื่อมอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและง่ายดาย โดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายอย่าง 3G หรือ Wifi ซึ่งสามารถส่งผ่านข้อมูลจำนวนมากถึงกันได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ [2] การเรียนการสอน นอกจากนี้ ยังทำให้การเข้าถึงโซเชียลเน็ตเวิร์คอย่าง Facebook Twitter และ Skype เป็นไปอย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้อย่างตลอดเวลา อีกทั้งที่ชื่นชอบ

การ Chat เขียน Blog ก็สามารถที่จะถ่ายทอดความรู้สึกและประสบการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันนี้สามารถทำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เพียงแค่ Download โปรแกรมนั้น ๆ ลงบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน

ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาผู้ที่ซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านใดบ้างในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งจะสามารถสื่อให้เห็นถึงระดับความสำคัญและความต้องการเลือกซื้อของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะพัฒนาสินค้าและการบริการมากยิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

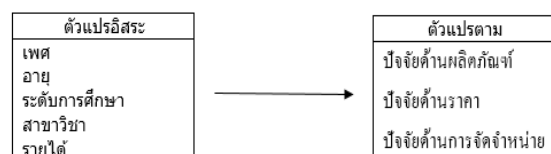
2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

ประชากร คือนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรของทาร์โรว์ ยามาเน่ โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 337 ราย

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 เพื่อเป็นแนวทางของผู้ประกอบการเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

5.2 เพื่อเป็นแนวทางของผู้ประกอบการเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน ใช้ในการพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ และการใช้งานที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองให้ตรงกันตามความต้องการของผู้บริโภค

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 337 คน โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกและสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [3]

## 7. ผลการวิจัย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 71.8 และเป็นเพศชายเพียง ร้อยละ 28.2

มีช่วงอายุอยู่ในช่วง 21 – 25 ปี ร้อยละ 54.0 รองลงมาอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี ร้อยละ 31.2 , ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 6.5 , ช่วงอายุ 31 - 35 ปี ร้อยละ 6.2 และช่วงอายุ 36 – 40 ปี ตามลำดับ

ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 100 และระดับการศึกษาปริญญาโท ร้อยละ 0

ส่วนใหญ่เรียนสาขาวิชาการบัญชี ร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 17.8, สาขาวิชาการจัดการ ร้อยละ 15.1, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ร้อยละ 13.4, สาขาวิชาการตลาด ร้อยละ 11.0 , สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ร้อยละ 3.3 , สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ร้อยละ 1.8 , สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาโลจิสติกส์ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 44.5 รองลงมาอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 37.1, ช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 9.8 , ช่วง

มากกว่า 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 6.5 และช่วง 25,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาองค์ประกอบ 5 ลำดับ คือ ขนาดกะทัดรัด น้ำหนักเบา ( $\bar{X}$  = 3.3976, S.D. = 1.66969) รองลงมา คือ ทรายี่ห้อยที่ได้รับความนิยม ( $\bar{X}$  = 3.3353, S.D. = .63880) , รูปแบบรูปทรงของเครื่องที่ทันสมัย ( $\bar{X}$  = 3.3116, S.D. = .55174) , ความง่ายของฟังก์ชันการใช้งาน ( $\bar{X}$  = 3.2878, S.D. = .62460) และมีอุปกรณ์เสริม พร้อมอุปกรณ์ต่อพ่วงที่มีให้เลือกมาก เช่น เคส ,ชุดหูฟัง เป็นต้น ( $\bar{X}$  = 3.1306, S.D. = .70764) ตามลำดับ

ความคิดเห็นด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาองค์ประกอบ 5 ลำดับ คือ มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ( $\bar{X}$  = 3.2315, S.D. = .65906) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติ ( $\bar{X}$  = 3.2285, S.D. = .65784) , ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ( $\bar{X}$  = 3.2226, S.D. = .65080) , ค่าใช้จ่ายในการซ่อม ( $\bar{X}$  = 3.1543, S.D. = .73997) และ อุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วงราคาไม่แพง ( $\bar{X}$  = 3.1306, S.D. = .73650) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาองค์ประกอบ 5 ลำดับ คือ สถานที่จัดจำหน่าย สะดวก หาซื้อง่าย ( $\bar{X}$  = 3.2789, S.D. = 1.74043) รองลงมา คือ มีศูนย์บริการ และการให้บริการหลังการขาย ( $\bar{X}$  = 3.2374, S.D. = .67482) , ที่ตั้งของร้านค้า มีความสะดวกในการเดินทาง ( $\bar{X}$  = 3.2196, S.D. = .62619) และร้านค้าจัดจำหน่าย มีมาตรฐานเชื่อถือได้ ( $\bar{X}$  = 3.1009, S.D. = .66496) ตามลำดับ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จล่วงลู่ไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1] Parasuraman, Zeithaml and Berry  
1985.”แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการ  
ให้บริการ”. เข้าถึง  
<http://spsstheiss.blogspot.com/สืบค้นข้อมูล>  
เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน, 2563.
- [2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552: 80-81).  
“แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทาง  
การตลาด”. เข้าถึง<http://spsstheiss.blogspot.com/>  
สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน, 2563.
- [3] กัลยา วานิชย์บัญชา, “การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย  
SPSS for Windows”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร,  
2549.

# The relationship of Community Characteristics of Social Commerce and Purchasing Intention of OTOP: Textile and Clothing

Assoc. Prof. Dr Sureerut Inmor<sup>1</sup>  
Dr. Sukontip Wongpun<sup>1</sup>  
Information System Department<sup>1</sup>  
Rajamangala University of Technology  
Thanyaburi  
Thailand  
[sureerut\\_i@rmutt.ac.th](mailto:sureerut_i@rmutt.ac.th)

**Abstract**— Research on the relationship of community characteristics of social commerce and purchasing intention of OTOP: textile and clothing conducted a survey with the population in Bangkok metropolitan region who used to purchase OTOP products through social commerce. A sample population of 385 people, calculated from the Cochran formula. Questionnaires were used to collect basic data from October 2019 to September 2020. The statistics used for data analysis were descriptive statistics and Pearson correlation. The results of the study showed that the community characteristics of social commerce in 4 areas (a community to introduce products and services, a community to review products and services, having a subscription, and recommendations of products and services from other online communities) have a relationship on purchasing intention of textile and clothing. The highest relation is a community to introduce products and services, and the lowest is recommendations of products and services from other online communities. Data obtained from research analysis can be used to recommend the social commerce design for OTOP sales of textiles and clothing in order to develop the strategies to manage social commerce more effectively.

**Keywords**—Social Commerce, Online Community, Purchase Intentions, e-commerce, OTOP

## I. INTRODUCTION

The use of high speed internet has been developed to be more efficient at present. Resulting in more access from devices. Network reliability and the presence of users that are constantly increasing makes it possible for product operators to easily distribute their products to different locations as well as lower operating costs. Originally it was used through the E-Commerce business, where sellers would have created a website to serve as a medium to visit and sell products by using bank transfer or credit card. But nowadays, there is a very high and constantly increasing use of social networks. Customers are now familiar with the using of social networks for product recommendation from other users [1,2]. Social commerce is a concept that enable selling products through social network and also on electronic commerce of the organization. The concept is combining the traditional online shopping and marketing by word of mouth [3,4,5,6]. This has resulted in entrepreneurs starting to take advantage of the social commercial significantly more [7,8]. For this reason, the researcher has developed a research study to analyze the information on the community characteristics of social

commerce that are related to OTOP purchase intentions in order to provide advice on the creation of OTOP sales and promotion for textile and clothing category.

## II. LITERATURE REVIEW

OTOP(One Tambon One Product) is a program to support the local community product in each sub-district of Thailand. The inspiration program is originated from Japan's One Village One Product (OVOP). The program will encourage the community to improve their product both quality and marketing aspects. The classification of product groups are food items and beverages, textiles and clothing, woven handicrafts, artistry items, gifts, household and decorative items, and non-edible herbal products [9,10,11].

Huang, Z., and Benyoucef, M (2015) conducted research to study the characteristics of commercial social networks satisfying social network users. It has been found that the main characteristics that social networks allow for users to express their opinions (comment) are the key features that encourage users to respond and receive product reviews from other users and to provide feedback on the products [12].

Carolina S., and Jonas C. (2019) researched on the effects of impartiality disclosure of e-commerce landing pages. The research found that the customer is likely to perceive the post that is not state clearly to be the influencer post and tend to activate purchase intentions more. Also the participant's attitude to brand and purchase intention reduce when inform that the information is come from the influencer [13].

## III. METHODOLOGY

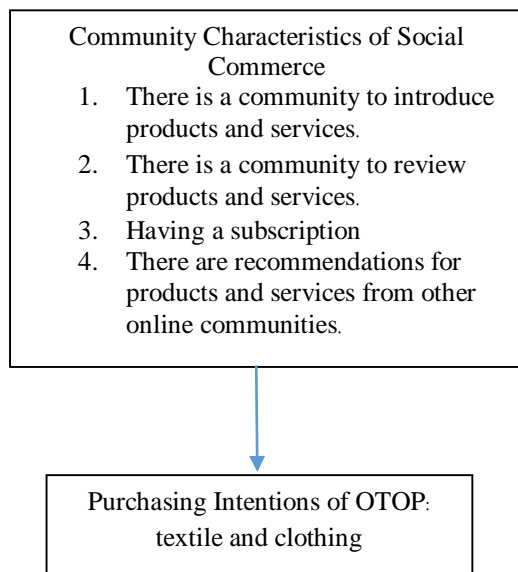
### A. Purpose of the Study

To study the community characteristics of social commerce that related to purchasing intention of OTOP in textiles and clothing. Entrepreneurs / communities selling OTOP products can use the information obtained to create a site for selling products and services through commercial social networks that are suitable for target customers.



## B. Conceptual Framework and Hypotheses

The conceptual framework for the research is as follow:



Hypothesis: The community characteristics of commercial social networks correlate with purchasing intentions of OTOP.

## C. Scope of Study

The population used in the study was a group people in Bangkok metropolitan region who used to purchase OTOP products through social commerce. A sample population of 385 people, calculated from the Cochran formula [14]. Questionnaires were used to collect basic data from October 2019 to September 2020. The statistics used for data analysis were descriptive statistics and Pearson correlation.

## IV. FINDINGS

The population are mostly Female (63.38), age between 18-25 yrs. (60.86%), educational background in Bachelor degree (65.91), with the status of student (55.81%), and the monthly income less than 15,000.00 Thai Baht (69.95). This is in line with the basic information that social commerce that used by the majority of the younger generation. The descriptive statistics is used to explain the online community characteristics of social commerce as in Table I.

TABLE I. SHOWS THE NUMBER (FREQUENCY), PERCENTAGE, MEAN AND STANDARD DEVIATION OF THE COMMUNITY CHARACTERISTICS OF SOCIAL COMMERCE THAT AFFECT OTOP PURCHASING INTENTIONS

Community Characteristics	$\bar{x}$	S.D.	Meaning	Order
1. There is a community to introduce products and services.	3.86	.953	High	1
2. There is a community to review products and services.	3.81	.973	High	2
3. Having a subscription	3.49	1.064	High	4
4. There are recommendations for products and services from other online communities.	3.65	1.056	High	3

From Table I, it was found that respondents gave priority to a community to introduce products and services at the highest level in the group, followed by community to reviews products and services, there are recommendations from other online communities, and having a subscription system. Social networking users are already active to create a community with a similar mindset. Therefore, when applied with electronic commerce, the buyers usually focus on building a community to recommend or review products as much as possible. Entrepreneurs should find measures to incentivize buyers who use the product to write reviews and recommend the product to build confidence in other users to create a sense of participation in the community

The descriptive statistics is used to explain the analysis of relationship of community characteristics and purchasing intention as in Table II.

TABLE II. SHOWS THE NUMBER (FREQUENCY), PERCENTAGE, MEAN AND STANDARD DEVIATION FOR PURCHASING INTENTIONS OF EACH TYPE OF OTOP PRODUCTS

OTOP Purchasing Intention	$\bar{x}$	S.D.	Meaning	Order
1. Food items	3.90	0.875	High	1
2. Textiles and clothing	3.69	0.968	High	2
3. Household and decorative items	3.52	1.044	High	5
4. Non-edible herbal products	3.69	1.046	High	3
5. Beverages	3.58	1.094	High	4
6. Woven handicrafts	3.38	1.076	Medium	6

From Table II, it was found that food items is the most popular products to buy on social networks followed by the textiles and clothing segment. The woven handicrafts are the lowest popular segment for commercial network. The reason is that type of product is a unique item. The buyers want to see the real product before making a buying decision. In this research, we used the textiles and clothing as the focus product for recommendations because this result will help in the textile entrepreneurs.

TABLE III. TESTING THE RELATIONSHIP BETWEEN THE COMMUNITY CHARACTERISTICS OF SOCIAL COMMERCE AND PURCHASING INTENTIONS OF OTOP: TEXTILES AND CLOTHING.

Community Characteristics		Purchasing Intentions
1. There is a community to introduce products and services.	Pearson Correlation	0.299**
	Sig.	0.000
	Meaning	+(Lowest)
2. There is a community to review products and services.	Pearson Correlation	0.333**
	Sig.	0.000
	Meaning	+(Low)
3. Having a subscription	Pearson Correlation	0.276**
	Sig.	0.000

4. There are recommendations for products and services from other online communities.	Meaning	+(Lowest)
	Pearson Correlation	0.210**
	Sig.	0.000
	Meaning	+(Lowest)

X = no correlation + = positive correlation - = negative correlation

\* Statistically significant at 0.05 \*\* Statistically significant at 0.01.

The analysis of the relationship between the community characteristics of social commerce showed that the four characteristics of the online community had a statistically significant positive correlation at the level of 0.01. The online community is building with members who are users of the merchandise and services of the entrepreneurs. It is very important to influence the decision-making level of purchasing OTOP: textiles and clothing. It would show that consumers value the participation with the community and exchanging ideas about such products and services. The correlation analyzes the aspects from the most correlated side to the least correlated side as follows:

1. A community to introduce products and services with Pearson Correlation value 0.333 which is the highest in all categories. For engaging the community in product reviews, it is the most important aspect for customers of textile and clothing products. Because it creates a group of people who have used this type of product. It creates a feeling of trust that it is actually the people who use it. The product review is said to be based on the actual feeling of the purchase and use experience. This is consistent with research by Huang, Z., and Benyoucef, M (2015) that online shoppers want to participate in the comments and read the opinions of other users.
2. A community to review products and services with Pearson Correlation value 0.299. If a community that is familiar to users with a recommendation is given, it will affect the level of consumers' purchasing decisions. This is consistent with research by Carolina S., and Jonas C. (2019) that if a buyer sees a product recommendation from a familiar user, he or she is more likely to trust the brand. As well as resulting in higher purchasing decisions as well.
3. Having a subscription system with Pearson Correlation value 0.276. For selling products through social media, it will be more pressing to subscriptions. Buyers weren't too focused on this section and had a very low correlation.
4. Recommendations for products and services from other online communities with Pearson Correlation value 0.210, which is the lowest in any online community category. It could mean that consumers reassure the community that is directly involved in the products and services. They do not trust information coming from other unrelated online communities. It may be thought that it is just an advertisement or

publicity that does not correspond to its actual usage. The analysis results in the following recommendations for social commerce design for OTOP sales of textiles and clothing as follows:

1. Creating an online community for selling products is a very important concern for consumers. The system must facilitate the exchange of information about products and services from real users in order to build up the reliability of the products. System administrators must take a communication role to answer questions that may arise from purchasing or using products and services in order to build a good relationship between customers and organizations.
2. Recommendations for new products and services should be introduced primarily through the online community. Which may choose to allow people who have actually used other products to become a reviewer and recommend new products. This will increase the reliability of the product. Administrators must be instrumental in selecting customers who will represent product reviews in order to increase authenticity and reliability.
3. Regulation that customers must apply for membership before purchasing products is not a good idea because it can affect the reluctance to disclose the customer's personal information. The seller should let the general public buy the product and if there is a desire to apply for membership of the online community according to the wishes, they must be able to do so. Administrators should work towards incentivizing them to subscribe to online communities for products and services rather than solely for purchasing a product.
4. Referrals from third parties such as famous people or recommending products from unrelated communities may not be a good choice for promoting a product. Because the buyer does not trust information provided by third parties who have no reason to believe that the actual product was used. The organization should not spend a lot of budget in this area as it is associated with very low relationship on purchasing intention.

These recommendations should also present to the authority that related to supporting and promoting the OTOP community. The researcher hope that this will bring to development in social commerce for all entrepreneurs.

#### ACKNOWLEDGMENT

This research was supported by Faculty of Business Administrator, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The researcher would like to express great appreciation to all parties that provided us with very valuable information.

#### REFERENCES

- [1] N. Hajli, J. Sims. (2015). Social commerce: the transfer of power from sellers to buyers. *Technol. Forecast. Soc. Change*, 94 (C), pp. 350-358.
- [2] R. Scoble, S. Israel. (2006). *Naked Conversations: How Blogs Are Changing the Way Businesses Talk with Customers*. John Wiley & Sons.

- [3] J.A. Chevalier, D. Mayzlin. (2006). The effect of word of mouth on sales: online book reviews. *J. Market. Res.*, 43 (3), pp. 345-354
- [4] D. Godes, D. Mayzlin. (2004). Using online conversations to study word-of-mouth communication. *Market. Sci.*, 23 (4) (2004), pp. 545-560.
- [5] C. Liu, K. Arnett. (1999). Assessing the customer behavioural intentions on the web: a research model. Paper Presented at the the 5th Americas Conference on Information Systems.
- [6] B. Tedeschi. (2006). Like Shopping? Social Networking? Try Social Shopping. *New York Times* (2006). September 11, 2006.
- [7] W. Nadeem, A.H. Khani, C.D. Schultz, N.A. Adam, R.W. Attar, N. Hajli. (2020). How social presence drives commitment and loyalty with online brand communities? the role of social commerce trust. *J. Retailing Consum. Serv.*, 55, Article 102136.
- [8] L.-Y. Leong, T.-S. Hew, K.-B. Ooi, A.Y.-L. Chong. (2020). Predicting the antecedents of trust in social commerce - A hybrid structural equation modeling with neural network approach. *J. Bus. Res.*, 110 (2020), pp. 24-40 119875.
- [9] WHAT IS OTOP?. Tourism Authority of Thailand e-Magazine and Thai Depart of Export and Promotion. Retrieved from: <https://www.thaiembassy.sg/friends-of-thailand/p/what-is-otop>
- [10] Pongchanun Luangpaiboon. (2017). Strategic design for dynamic multi-zone truckload shipments: A study of OTOP agricultural products in Thailand. *Computers and Electronics in Agriculture*. Volume 135, 1 April 2017, Pages 11-22.
- [11] Government Public Relations Department. (2004). Thailand's smart OTOP program. Retrieved from [http://thailand.prd.go.th/view\\_news.php?id=165&a=2](http://thailand.prd.go.th/view_news.php?id=165&a=2)
- [12] Huang, Z., & Benyoucef, M. (2015). User preferences of social features on social commerce websites: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 95, 57-72.
- [13] Carolina S., and Jonas C. (2019). "This is not sponsored content" - The effects of impartiality disclosure and e-commerce landing pages on consumer responses to social media influencer posts. *Computers in Human Behavior*. Volume 98, September 2019, Pages 210-222.
- [14] Israel, Glenn D. 1992. Sampling the Evidence of Extension Program Impact Program Evaluation and Organizational Development, IFAS, University of Florida. PEOD-5.

# The Service Quality Factors affecting Repurchasing Decision in Food Product via Service Provider “Grab Food”

Vipaspon Thammarakkitanon  
Master Program of Business Administration  
Rajamangala University of Technology  
Thanyaburi  
Thailand  
[vipaspon\\_t@mail.rmutt.ac.th](mailto:vipaspon_t@mail.rmutt.ac.th)

Assoc. Prof. Dr Sureerut Inmor<sup>1</sup>  
(Corresponding Author)  
Information System Department<sup>1</sup>  
Rajamangala University of Technology  
Thanyaburi  
Thailand  
[sureerut\\_i@rmutt.ac.th](mailto:sureerut_i@rmutt.ac.th)

**Abstract**— Research on Service Quality Factors affecting Repurchasing Decision in Food Product via Service Provider “Grab Food” in Pathum thani conducted a survey with a sample population who has used the service to order such food 385 people, aged 18-21 years. The objective of research is to find out about the importance of service quality to repurchases. The analyzed data will be used for giving advice in improving service quality for food ordering company. The statistics used for data analysis are descriptive statistics and Pearson correlation. The service quality factors were found to be correlated with repurchase orders. The factors that were associated at a high level were: Reliability and Empathy. The parts that have a relationship at the intermediate level are: Assurance and Responsiveness, while the Tangibility is only factor that has low level of relationship. Data obtained from research analysis can be presented to benefit entrepreneurs in conducting sales promotions to meet target groups. As well as to improve service quality, in order to affect the increase in product sales effectively.

**Keywords**— Online Food Delivery, Service Quality, Repurchase Intention, Customer Satisfaction

## I. INTRODUCTION

Food delivery service is a format that combines popular restaurants in various places including stores in department stores around Bangkok. That can be ordered through the Grab app and there will be a service to pick up and deliver food to the destination [1,2], with cash and credit card payments. This is to promote an increasingly cashless society where the above services are the efficient use of technology and the behavior of Customers with reasonable changes[3]. Food delivery is another option that creates convenience for consumers. In addition to the convenience that consumers receive, quality of service is also a factor. Another important issue that will make consumers decide to choose food delivery services in the next time, whether it is the speed of delivery or the delivery time to the consumer's home each time. As well as many other factors of service quality that will influence consumers' repeat purchasing decisions[4,5]. Therefore, the study was interested in studying the factors of service quality influencing the decision to repurchase food through a “Grab Food” service provider in Pathum Thani province. To guide the creation of marketing strategies for food delivery entrepreneur as information to create competitiveness and business

sustainability as well as improving service efficiency in response to more demanding goals.

## II. LITERATURE REVIEW

The service quality uses five key elements to measure expectations and perception of customers [6]. The key elements are as the following:

1. Reliability means making the client feel trust in the service. This is due to the ability to perform or properly perform the service as promised [7]. It can be applied to the service business as follows: - Is the service provided under the contract or not? - There should be no mistakes from the service.

2. Assurance means making clients feel confident with the knowledge and manners of personnel. These include the ability to create trust such as cope with the problem of the service recipient, keep the client's secret, be polite and gentle with service recipients all the time and the knowledge that can answer the questions of the service recipient [8].

3. Tangibles means giving the service client the view of the availability and elements of the utilities, equipment, tools and the dress of the personnel in the organization. It can be applied to each service business such as modern and quality equipment, appropriate buildings, and good looking for personnel and staff that dressed appropriately [9].

4. Empathy means making service recipients feel the service. This is caused by the care and attention of the service recipient individually such as service recipients should receive individual attention, should have sufficient personnel to provide advice, and interact with clients in caring [10].

5. Responsiveness means to make the service recipient feel the response. Caused by the intention to help the service recipient and provide fast services such as should provide services to the recipient in a timely manner [11].

In this study, the researchers concluded that service quality is the recipient expectations from the service. If it is at an acceptable level, the service recipient will be satisfied with the service. Which will have different levels according to individual expectations and this satisfaction received from the service over time. The service quality provided in this study was based on the concept of Parasuraman [12]. It is the

key to providing services that affect the quality of the organization's service. Parasuraman's concept of service quality will be applied in five areas: reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness.

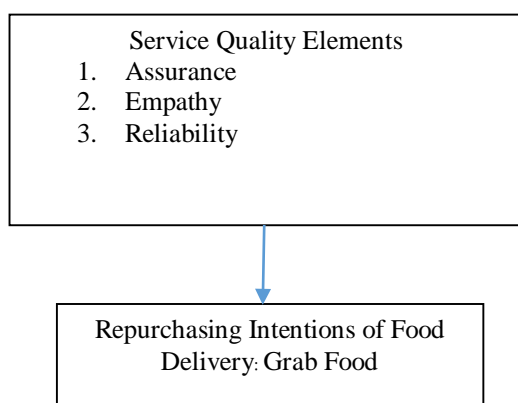
### III. METHODOLOGY

#### A. Purpose of the Study

To study the importance of service quality to repurchasing decision of food delivery customer. Data obtained from research analysis can be presented to benefit entrepreneurs in conducting sales promotions to meet target groups. As well as to improve service quality, in order to affect the increase in food delivery sales effectively.

#### B. Conceptual Framework and Hypotheses

The conceptual framework for the research is as follow:



Hypothesis: The service quality elements correlate with repurchasing intentions of food delivery: Grab Food.

#### C. Scope of Study

The population used in the study was people in Pathum thani province who used to order food delivery from grab food service provider. A sample population of 385 people, calculated from the Cochran formula. Questionnaires were used to collect basic data from October 2020 to January 2021. The statistics used for data analysis were descriptive statistics and Pearson correlation.

### IV. FINDINGS

The population are mostly Female (58.2%), age between 18-30 yrs. (58.2%), educational background in Bachelor degree (92.7%), with the status of working with private sector (54.5%), and the monthly income between 15,000.00 – 30,000.00 Thai Baht (61.8%). This population is considered as a target group that entrepreneurs should pay attention to due to the income and limited time components in the provision of food consumption. The descriptive statistics is used to explain the service quality elements that important to the customer of food delivery are in Table I.

TABLE I. SHOWS THE NUMBER (FREQUENCY), PERCENTAGE, MEAN AND STANDARD DEVIATION OF THE SERVICE QUALITY ELEMENT

Service Quality Elements	$\bar{x}$	S.D.	Meaning	Order
1. Assurance	4.61	0.60	Highest	2
2. Empathy	4.39	0.70	Highest	3
3. Reliability	4.64	0.51	Highest	1

From Table 1, it was found that respondents paid attention to the three aspects of service quality with the highest level of importance. The most important aspect of the group is the reliability of the service and the areas that were least important in the group were empathy aspect.

The descriptive statistics is used to explain the analysis of relationship of service quality element and the repurchasing intention are in Table II.

TABLE II. SHOWS THE NUMBER (FREQUENCY), PERCENTAGE, MEAN AND STANDARD DEVIATION FOR REPURCHASING INTENTION.

Repurchasing Intention	$\bar{x}$	S.D.	Meaning	Order
1. Repurchase within the next 1 month.	4.61	0.67	Highest	1
2. Repurchase within the next 3 months.	3.90	0.51	High	3
3. Definitely repurchase.	4.12	0.78	High	2

From Table II, it was found that most of the consumers in Pathum thani area who decided to order food via Grab Food app made repurchasing decisions at the highest level, with an average of 4.21. Respondents who intend to purchase again within the next 1 month has the highest level of decision making. It shows that if a consumer who downloads an app and orders food for the first time, he or she is more likely to repeat orders in the near term or even become regular customers. Therefore, first impression and satisfaction is of utmost importance to online food ordering service providers. This will result in good customer retention in the future.

In the next table, the Pearson correlation statistics is used to analyze the relationship between service quality elements and the repurchasing intention as follow:

TABLE III. TESTING THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SERVICE QUALITY ELEMENTS AND THE REPURCHASING INTENTION

Service Quality Elements		Repurchasing Intentions
1. Assurance	Pearson Correlation	0.629**
	Sig.	000.0
	Meaning	+(Moderate)
2. Empathy	Pearson Correlation	0.731**
	Sig.	0.000
	Meaning	+(High)
3. Reliability	Pearson Correlation	0.831**
	Sig.	0.000
	Meaning	+(High)

X - no correlation + = positive correlation - = negative correlation

\* Statistically significant at 0.05 \*\* Statistically significant at 0.01.

From Table III shows the test results of the relationship between service quality factors and the decision to repurchase food products through "Grab Food" service providers in Pathum Thani district. The analysis are as follow:

1. Assurance element has a Sig. 0.00, which is less than 0.05, that is, reject the primary hypothesis and accept the secondary hypothesis. It showed that the two variables were statistically significant at the 0.05 level with  $r = 0.629$ , so they were moderately correlated.

2. Empathy element has a Sig. 0.00, which is less than 0.05, that is, reject the primary hypothesis and accept the secondary hypothesis. This showed that the two variables were statistically significant at the 0.05 level with  $r = 0.731$ , so they were highly correlated.

3. Reliability element has a Sig. 0.00, which is less than 0.05, that is, reject the primary hypothesis and accept the secondary hypothesis. This showed that the two variables were statistically significant at the 0.05 level with  $r = 0.831$ , so they were highly correlated.

From the relationship test, it was found that the quality of service factor in reliability was higher than other factors. It means that consumers who have ordered food online have repeat orders because the service provider can give good advice, resolve the issue, and delivery food on time to the location of the customer accurately. Therefore, online food delivery entrepreneur should focus on these three areas as much as possible.

The results of the data analysis can be presented for discussion as follows:

1. Demographic aspects, the main customer group is likely to be the group under 31 years of age as students or who started working, having monthly income from 15,001 - less

than 30,000 baht and work in a private organization. Because there is a way of life that is consistent with the convenience of online food ordering

2. Reliability of service quality is the highest in all three areas. Customers can trust the work of staff, the politeness, and the company has fully supported the performance of employees. This implies that confidence in the employees serving on behalf of the company is the highest priority of the customer.

3. Service quality factors are also related to repurchase decisions and have the overall relationship at a moderate level. The reliability aspect of the service has the highest relationship in the area of the service provider can advise and solve the problem well, the service delivers the food at the indicated time, and the service delivers the food according to the customer's location.

Overall, the analysis showed that customers who choose to order food online will place a high level of emphasis on service quality.

#### ACKNOWLEDGMENT

The researcher would like to express great appreciation to all parties that provided us with very valuable information.

#### REFERENCES

- [1] L. Zhou, A. Chong, E. Ngai. (2015). Supply chain management in the era of the Internet of things. *International Journal of Production Economics*, 159 (2015), pp. 1-3.
- [2] T.P. Kian, A.C.W. Loong, S.W.L. Fong. (2018). Customer Purchase Intention on Online Grocery Shopping. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8 (12)(2018), pp. 1579-1595.
- [3] N.A. Shimi, C. Michael. (2018). "Free shipping" or "dollar off"? The moderating effects of list price and e-shopping experience on consumer preference for online discount. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 9 (1)(2018), pp. 55-70.
- [4] P.C. Addo, F. Jiaming, N.B. Kulbo, L. Liangqiang. (2020). COVID-19 : Fear appeal favoring purchase behavior towards personal protective equipment. *Service Industries Journal*, 40, pp. 471-490.
- [5] M. Nicola, Z. Alsafi, C. Sohrabi, A. Kerwan, A. Al-Jabir, C. Iosifidis, M. Agha, R. Agha. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus and COVID-19 pandemic: A review *International Journal of Surgery*, 78, pp. 185-193.
- [6] Lovelock and Wirtz (2011) *Services Marketing-People, Technology, and Strategy*. 7th Edition, Pearson Prentice Hall.
- [7] Babakus, E., Boller, G.W., (1992). An empirical assessment of the servqual scale. *Journal of Business Research* 24 (3), pp. 253-268.
- [8] Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., Zeithaml, V.A., 1993. A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, Vol. 30, February, pp. 7-27.
- [9] Cox, J., Dale, B.G., 2001. Service quality and e-commerce: an exploratory analysis. *Managing Service Quality*, Vol. 11 No. 2, pp. 121-31.
- [10] Juwaheer, T.D., 2004. Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a modified servqual approach: A case study of Mauritius. *Managing Service Quality* 14 (5), pp. 350-364.
- [11] Reidenbach, R.E., Sandifer-Smallwood, B., 1990, Exploring perceptions of hospital operations by a modified SERVQUAL approach. *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 10 No. 4, December, pp. 47-55.
- [12] 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.

# การพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การอนุรักษ์ช้างไทย

## The Development of 3D Animation on the Conservation of Thai Elephants

พระวุฒิไกร พิมพ์พันธ์<sup>1</sup>, ภัศรา ปัทวงค์\*, นันทรัตน์ กลิ่นหอม<sup>3</sup>, สุธีรัช วัชรสฤณี<sup>4</sup>, ณรงค์ ชวนชนิด<sup>5</sup>

<sup>1234</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

<sup>5</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

<sup>12345</sup>298 ถ.สรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : 0-27447356 ต่อ 248

<sup>1</sup>E-mail: pophodrone123@gmail.com, <sup>2</sup>E-mail: aommiimon@gmail.com\*, <sup>3</sup>E-mail: aumim\_it@hotmail.com\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การอนุรักษ์ช้างไทย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ ๓ 2) เพื่อศึกษาผลการประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ ๓ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อมัลติมีเดียโดยวิธีแบบเจาะจงจำนวน 10 คน และกลุ่มที่ 2 คือนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยได้แก่ 1) โปรแกรม Autodesk Maya 2020 , โปรแกรม Unreal Engine และ โปรแกรม Adobe Premiere Pro 2020 2) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.18 และกลุ่มที่ 2 ผู้รับชมสื่ออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.16

**คำสำคัญ:** แอนิเมชัน 3 มิติ, อนุรักษ์, ช้างไทย

### Abstract

The Development of 3D Animation on the Conservation of Thai Elephants. The purposes of the study were: 1) development and design of 3D Animation on the

Conservation of Thai Elephants; 2) to examine the satisfaction of media audience. The sample group in this study was selected by purposive. The sample consisted of group 1: 10 person of multimedia design specialist and group 2: 50 students of the faculty of science and technology. Tools for the research were consisted 1) Program Autodesk Maya 2020, Unreal Engine and Adobe Premiere Pro 2020 2) the satisfaction of media audience. The statistics for analyzing the data were mean and standard deviation. The results of the study were as follows the satisfaction of group 1 of media audience for on the design is the highest level with mean at 4.44 standard deviation 0.18 and group 2 is the highest level with mean at 4.64 standard deviation 0.16.

**Keywords:** 3D Animation, Conservation, Thai Elephants

### 1. บทนำ

ประเทศไทยนั้นถือว่าเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติ โดยเหตุที่ช้างนั้นเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมืองที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ การเมืองการปกครอง และวัฒนธรรมของไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานนับตั้งแต่ในอดีต ดังนั้นประชาชนคนไทยส่วนใหญ่จึงมีความผูกพันและต่างให้ความสำคัญกับช้างเป็นพิเศษ ซึ่งรวมถึงการอนุรักษ์และคุ้มครองช้างเพื่อให้อยู่คู่กับสังคมไทย แต่ปัจจุบันกลับพบว่าจำนวนช้างในประเทศไทยนั้นกำลังลดจำนวนลงอย่างน่าวิตก

โดยมีสาเหตุมาจากที่มนุษย์บุกรุกทำลายป่าไม้อันเป็นที่อยู่อาศัยและแหล่งอาหารตามธรรมชาติของช้าง และปัญหาความขัดแย้งระหว่างเกษตรกรกับช้างในพื้นที่การเกษตรใกล้พื้นที่ป่าที่ช้างอยู่อาศัย ตลอดจนล่าช้างเพื่อเอางาหรืออวัยวะต่างๆ มาขาย เป็นต้น [1]

จากความเป็นมาและปัญหาข้างต้น ผู้จัดทำได้เล็งเห็นความสำคัญของการรณรงค์อนุรักษ์ช้าง เพื่อลดการลักลอบล่าช้าง ล่างาช้างหรืออวัยวะต่าง ๆ มาขายและบุกรุกทำลายการดำรงชีวิตของสัตว์ป่าเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ช้างมีจำนวนลดน้อยลง จึงได้พัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้รับสื่อได้อย่างเข้าใจและเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครในเรื่องที่ต้องการสื่อได้อย่างชัดเจน และรณรงค์อนุรักษ์ช้างให้อยู่คู่กับสังคมไทยต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย

2.2 เพื่อศึกษาผลการประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย

## 3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 3.1.1 แอนิเมชัน 3 มิติ

แอนิเมชัน 3 มิติ (3D Animation) คือ ภาพเคลื่อนไหวแบบ 3 มิติ มองเห็นได้ทั้งความสูง ความกว้าง และความลึก ภาพที่เห็นจะมีความสมจริงมากที่สุดถึงมากที่สุด [2]

ซึ่งสามารถสรุปความหมายของแอนิเมชัน 3 มิติ ได้ว่าเป็นภาพเคลื่อนไหวที่สามารถมองเห็นได้ทุกมุมมอง มีความเสมือนกับความเป็นจริง

#### 3.1.2 อนุรักษ์

อนุรักษ์ หมายถึง การรักษาไว้ให้นานที่สุด และสามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด [3]

ซึ่งสามารถสรุปความหมายของอนุรักษ์ได้ว่า เป็นการรักษาลักษณะหนึ่งให้นานที่สุด ไม่ให้สูญหายไปและเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการรักษาไว้

## 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติเพื่อส่งเสริมคุณธรรมด้านความซื่อสัตย์สำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติเรื่อง ฮีโร่ น้อยหัวใจซื่อสัตย์ 2) ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ชมการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติเรื่อง ฮีโร่ น้อยหัวใจซื่อสัตย์ 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ชมการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติเรื่อง ฮีโร่ น้อยหัวใจซื่อสัตย์มีกลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนช่วงชั้นที่ 2 โรงเรียน เทศบาล 1 จังหวัดนครราชสีมา ประเทศไทย ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2559 จำนวน 30 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากนักเรียนที่มีอายุระหว่าง 9 ปีไปจนถึงอายุ 12 ปี ซึ่งการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติได้พัฒนาขึ้นตามหลักการผลิตสื่อ 3P คือ 1) ขึ้นก่อนการผลิต (Pre-Production) 2) ขึ้น การผลิต (Production) 3) ขึ้น หลังการผลิต (Post-Production) ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่องฮีโร่ น้อยหัวใจซื่อสัตย์ โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.73 2) การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างจากการชมการ์ตูนแอนิเมชัน มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าร้อยละ 91.00 3) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ชมการ์ตูนแอนิเมชัน โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.72 [4]

## 4. วิธีดำเนินการวิจัย

### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อมัลติมีเดียและนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำนวน 400 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อมัลติมีเดียโดยวิธีแบบเจาะจงจำนวน 10 คน และกลุ่มที่ 2 คือนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 50 คน



#### 4.2 ลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยการออกแบบและพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย ผู้วิจัยได้ใช้แบบจำลองของ Addie Model [5] ดังนี้

1. การวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชัน 3 มิติ และเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับช้างไทย

2. การออกแบบ หลังจากวิเคราะห์แล้วได้ทำการออกแบบตัวละคร และฉากประกอบ เพื่อจัดองค์ประกอบการทำงานและผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยเขียนแผ่นเรื่องราว (Storyboard) และจัดเตรียมข้อมูลเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการพัฒนาต่อไป

3. การพัฒนา ผู้วิจัยได้ออกแบบตัวละคร และฉากประกอบ อีกทั้งเสียงประกอบ โดยนำข้อมูลและไฟล์ที่ได้จัดเตรียมไว้แล้วนั้นมาประกอบเข้าด้วยกันตามที่ได้ออกแบบไว้และนำไปพัฒนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

4. การนำไปประยุกต์ใช้ จากการปรับปรุงแก้ไขออกแบบและพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทยแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อและผู้วิจัยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินผลข้อมูลต่อไป

5. การประเมินผล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้หลักทางสถิติดังต่อไปนี้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [6]

#### 4.3 เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย

1. โปรแกรม Autodesk Maya 2020, โปรแกรม Unreal Engine และโปรแกรม Adobe Premiere Pro 2020 สำหรับการออกแบบและพัฒนาแอนิเมชัน

2. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต [7] (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนของความพึงพอใจนั้นผู้วิจัยได้ใช้ของเบสท์ [8] แบ่งระดับไว้ดังนี้

ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด มีคะแนนระหว่าง 1.00-1.49

ระดับความพึงพอใจน้อย มีคะแนนระหว่าง 1.50-2.49

ระดับความพึงพอใจปานกลาง มีคะแนนระหว่าง 2.50-3.49

ระดับความพึงพอใจมาก มีคะแนนระหว่าง 3.50-4.49

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีคะแนนระหว่าง 4.50-5.00

#### 5. ผลการวิจัย

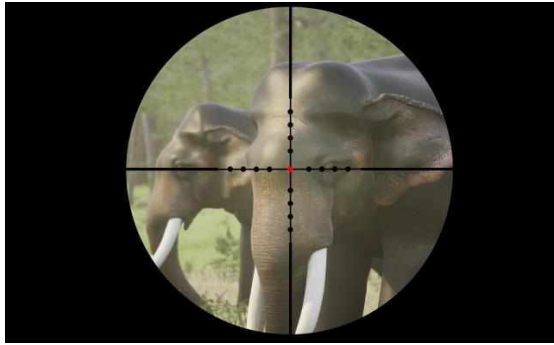
##### 5.1 ผลการพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย



ภาพที่ 1 : จากเปิดเข้าสู่เนื้อเรื่อง



ภาพที่ 2 : ฉากช้างรวมตัวอยู่กันเป็นโขลง



ภาพที่ 3 : ฉากช้างกำลัง โคนยิง



ภาพที่ 4 : ฉากการนำช้างไปเป็นเครื่องประดับ หรือบูชา

จากภาพที่ 1-4 เป็นผลการออกแบบและพัฒนาแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย ในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ เพื่อให้ผู้รับชมเข้าถึงได้ง่าย และเพื่อเป็นสื่อรณรงค์ให้กับสังคมไทย

## 5.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย

โดยผลการประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย ดังตารางที่ 1 ตารางที่ 1 : ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้รับชมสื่อที่มีต่อการออกแบบฯ

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ (n=10)			ผู้รับชมสื่อ (n=50)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.การดำเนินเรื่องมีความน่าสนใจ	4.70	0.48	มากที่สุด	4.78	0.91	มากที่สุด
2.ฉากมีความสวยงาม น่าสนใจ เหมาะสมกับเนื้อเรื่อง	4.90	0.32	มากที่สุด	4.68	0.97	มากที่สุด
3.ตัวละครและบุคลิกท่าทางมีความเหมาะสม	4.70	0.48	มากที่สุด	4.80	0.78	มากที่สุด
4.เสียงประกอบและเสียงพากย์มีความเหมาะสม	4.30	0.95	มากที่สุด	4.72	0.77	มากที่สุด
5.ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสมกับเนื้อหา	4.20	0.79	มาก	4.66	0.84	มากที่สุด
6.ความคมชัดในการรับชมสื่อแอนิเมชัน	4.20	0.79	มาก	4.68	0.85	มากที่สุด
7.สื่อแสดงให้เห็นถึงการดำรงชีวิตของช้าง	4.30	0.48	มากที่สุด	4.70	0.90	มากที่สุด
8.สื่อแสดงให้เห็นถึงผลกระทบของการล่าช้าง	4.50	0.53	มากที่สุด	4.54	1.05	มากที่สุด
9.ประโยชน์ที่ได้จากการรับชมสื่อ	4.40	0.52	มากที่สุด	4.60	1.08	มากที่สุด
10.ความประทับใจโดยรวมต่อสื่อแอนิเมชัน	4.20	0.63	มาก	4.20	1.30	มาก
<b>ภาพรวมความพึงพอใจ</b>	<b>4.44</b>	<b>0.18</b>	<b>มากที่สุด</b>	<b>4.64</b>	<b>0.16</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินความพึงพอใจผู้รับชมสื่อที่มีต่อสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.44 โดยฉากมีความสวยงาม น่าสนใจ เหมาะสมกับเนื้อเรื่อง มีระดับความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90

และกลุ่มที่ 2 ผู้รับชมสื่อ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.64 ซึ่งตัวละครและบุคลิกท่าทางมีความเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจเป็นลำดับแรก โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง การรณรงค์อนุรักษ์ช้างไทย ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และกลุ่มที่ 2 ผู้รับชมสื่อ พบว่ามีความพึงพอใจในประเด็นที่ฉากมีความสวยงาม น่าสนใจและในประเด็นตัวละครและบุคลิกท่าทางมีเหมาะสมกับเนื้อเรื่องนั้นเป็นเพราะการออกแบบที่ใช้แบบจำลองของ Addie Model [5] โดยออกแบบมีสีสันและภาพประกอบเสมือนจริงด้วยการสร้างงานด้วยแอนิเมชันประกอบให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

## 7. ข้อเสนอแนะ

7.1 สามารถนำไปพัฒนาในรูปแบบภาพยนตร์ที่มีกลุ่มเป้าหมายในการรับชมกว้างขวางขึ้น

7.2 จัดทำคำบรรยายและเสียงประกอบเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อรองรับการรับชมของต่างชาติ

## เอกสารอ้างอิง

- [1] อภิรักษ์ นิมไทย. (2556). การค้าช้างกับกฎหมายเพื่อการอนุรักษ์และคุ้มครองช้าง. *วารสารจตุรนิติ*. ปีที่ 10(3), หน้า 121-128
- [2] แอนิเมชัน 3 มิติ เข้าถึงได้จาก <https://funfunit.wordpress.com/2012/07/02/unit1-1> สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2563
- [3] อนุรักษ์ เข้าถึงได้จาก <http://bio.flas.kps.ku.ac.th/courses/201/2.pdf> สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2563

- [4] ดนัยพร ตดากุลและปญญรัตน์ ปญญา. (2018). การพัฒนาการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติเพื่อส่งเสริมคุณธรรมด้านความซื่อสัตย์สำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 2. *วารสารวิทยาการสารสนเทศและเทคโนโลยีประยุกต์*. ปีที่ 1(1), หน้า 64-71
- [5] Branch, R.M., “**Instructional Design: The ADDIE Approach**”, New York: Springer, 2009.
- [6] ธานินทร์ ศิลป์จารุ, การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์พรีนซ์, 2549.
- [7] Likert, S, **New patterns of management**. New York: McGraw-Hill, 1961.
- [8] Best, John W, **Research in Education**. 4<sup>th</sup> ed, New Jersey : Prentice-Hall, 1981.

## เว็บไซต์เช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์ดนตรีโดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์

### Websites development for Sound Recording Studio and music equipment rental based on electronic service quality Concept

ศุคาสวรรค์ งามมงคลวงศ์<sup>1</sup>, สุชาติ รมณีyarักษ์<sup>2</sup>, นฤทธิตา สูดสงวน<sup>3</sup>, สุมินตรา แก่นท่าตาล<sup>4</sup>

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

289 ถ.สรรพาวุธ แขวง/เขต บางนา จ.กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ : 02-7447356

sudasawan@southeast.ac.th

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

289 ถ.สรรพาวุธ แขวง/เขต บางนา จ.กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ : 02-7447356

suchart@southeast.ac.th

<sup>3</sup> อาจารย์ผู้ช่วยสอนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

289 ถ.สรรพาวุธ แขวง/เขต บางนา จ.กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ : 02-7447356

naritta@southeast.ac.th

<sup>4</sup> อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

289 ถ.สรรพาวุธ แขวง/เขต บางนา จ.กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ : 02-7447356

Aumim\_it@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์ดนตรีโดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งหาประสิทธิภาพและความพึงพอใจของเว็บไซต์เช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์ดนตรีโดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้พัฒนาขึ้น โดยได้พัฒนาระบบขึ้นในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) และได้นำหลักการพัฒนาระบบแบบ SDLC (System Development Life Cycle) และแนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ออกแบบและพัฒนาระบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ เว็บไซต์เช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์ดนตรีโดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้พัฒนาขึ้นและแบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านระบบสารสนเทศ จำนวน 3

คน ผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยจำนวน 3 คน และผู้ใช้งานเว็บไซต์จำนวน 60 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลของการศึกษาวิจัยพบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพในเว็บไซต์เช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์ดนตรีโดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต โดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า ระบบมีประสิทธิภาพทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .59 และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .59 ซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ระบบเช่าห้องอัดเสียง, อุปกรณ์ดนตรี, คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์

## Abstract

The purposes of this research are to website design and development for sound recording studio and music equipment rental based on electronic service quality concept and to find the efficiency and satisfaction of the developed system. The system was developed in the form of a web application and used SDLC (System Development Life Cycle) and concept of electronic service quality to design and develop the system. The research instruments were Recording studio and music equipment rental websites using the developed electronic service quality concepts and questionnaires to assess their performance. The sample groups were Information system experts 3 people, 3 research experts and 60 website users. The statistics used for analysis are Mean and standard deviation

The results of experts found that The system had a high level of efficiency in all four areas, with a mean of 4.30 and a standard deviation of .59, and the results of the user satisfaction assessment of all aspects of information systems had a mean of 4.32 standard deviations. 59, where satisfaction is at a high level

Keywords: sound recording studio rental, music equipment ,electronic service quality

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีวิวัฒนาการมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการใช้ชีวิตของประชาชนมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในด้าน เช่น ทางด้านอุตสาหกรรม ด้านการศึกษา ด้านการธุรกิจ ด้านการคลัง การติดต่อสื่อสารและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการค้ากับประเทศต่าง เพื่อลดกระบวนการทำงานในแต่ละขั้นตอนรวมถึงการวางแผนการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศที่ให้มีความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำพาประเทศให้เจริญก้าวหน้าสู่เศรษฐกิจและสังคมภูมิปัญญาและการเรียนรู้โดยสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีไปใช้ในกิจกรรม

ความสำคัญของห้องอัดเสียงการได้ใช้ห้องอัดเสียงให้มีคุณภาพ ฟังชัดเจน เพื่อให้สามารถสื่อสารสิ่งสำคัญไปยังผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะปัจจุบันห้องอัดเสียงมีการ

แข่งขันกันสูงมาก เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าได้มากขึ้นไม่ว่าจะเป็น อุปกรณ์เครื่องดนตรี ระบบเช่า ระบบการบันทึกเสียง การให้ข้อมูลรวมไปถึงการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจลูกค้า จึงได้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดการในด้านต่าง ๆ ให้มีความสะดวกในการเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีให้กับลูกค้า และเพิ่มของระบบงานให้ดียิ่งขึ้น มีความเป็นระเบียบ น่าเชื่อถืออีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลาในการจัดการข้อมูล จากเดิมระบบเช่าห้องอัดเสียง และเครื่องดนตรีนั้นจะเป็นการที่ลูกค้าที่มีความต้องการ ที่จะใช้ห้องอัดเสียงเท่านั้น และต้องการทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ลูกค้าต้องใช้วิธีการโทรศัพท์ติดต่อ แต่การใช้โทรศัพท์นั้นอาจจะโทรไม่ติดหรือสายไม่ว่าง ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจเลือกเช่าห้องอัดเสียงที่อื่น

ดังนั้นผู้จัดทำเห็นว่า การนำเอาอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรี เป็นตัวเผยแพร่ให้สมาชิกได้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับการเช่าห้องอัดเสียง อัตราค่าบริการและอื่น ๆ ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ค่าบริการทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานดังกล่าวมีความสะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอน ของการพัฒนาาระบบสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงานให้ดียิ่งขึ้น มีความเป็นระเบียบ น่าเชื่อถือทั้งยังช่วยประหยัดเวลาในการจัดการข้อมูล

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเพิ่มช่องทาง และหาลูกค้าใหม่ ๆ ในการเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรี
2. เพื่อความถูกต้อง ลดความซ้ำซ้อน และข้อผิดพลาดในการเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรี
3. เพื่อให้การจัดการข้อมูลมีมาตรฐานระเบียบเรียบร้อย
4. เพื่ออำนวยความสะดวก และเพิ่มความรวดเร็วในการเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรี

## 3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการพัฒนาระบบ สารสนเทศ โดยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการพัฒนาระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้านคือผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนา

ระบบสารสนเทศ และผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย เพื่อทำการพัฒนาระบบสารสนเทศโดยใช้หลักทฤษฎีวงจรการพัฒนา ระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) (โอกาส เอี่ยมศิริวงศ์, 2554) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้เลือกใช้หลักทฤษฎีวงจรการพัฒนา ระบบ 7 ขั้นตอน ซึ่งนำมาวิเคราะห์และออกแบบระบบเชิงโครงสร้าง (Structured System Analysis and Design) ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 4. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

##### 1. ส่วนของลูกค้า

- 1.1 สามารถสมัครเป็นสมาชิกได้
- 1.2 สามารถเข้าสู่ระบบด้วยบัญชีของลูกค้าได้
- 1.3 สามารถเช่าห้องอัดเสียงตามความต้องการได้
- 1.4 สามารถเลือกเช่าอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้
- 1.5 สามารถแจ้งการชำระเงินค่าเช่าห้องอัดเสียง

และอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้

1.6 สามารถพิมพ์ใบเสร็จการชำระเงินค่าเช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์เครื่องดนตรี

1.7 สามารถแจ้งต่อเวลาได้

##### 2. ส่วนของผู้ดูแลระบบ

2.1 สามารถเข้าสู่ระบบด้วยบัญชีของผู้ดูแลระบบได้

2.2 สามารถบันทึก แก้ไข และลบข้อมูลห้องอัดเสียงได้

2.3 สามารถบันทึก แก้ไข และลบข้อมูลอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้

2.4 สามารถบันทึกข้อมูลค่าความเสียหายได้

2.5 สามารถเรียกดู และพิมพ์รายงานการเช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์เครื่องดนตรี

2.6 สามารถออกใบเสร็จรับเงินค่าความเสียหายจากการใช้งานห้องอัดเสียงและอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้

##### 3. ส่วนของระบบ

3.1 สามารถคำนวณข้อมูลค่าบริการเช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้

3.2 สามารถแสดงสถานะของห้องอัดเสียง

#### 5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องระบบเช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้สอบถามผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 ท่าน คือ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการวิจัยจำนวน 3 ท่าน และด้านการพัฒนาระบบ จำนวน 3 ท่าน

2. ระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต

3. แบบประเมินประสิทธิภาพของระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยจำนวน 3 ท่าน และด้านการพัฒนาระบบจำนวน 3 ท่าน

4. แบบประเมินประสิทธิภาพของระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้งาน (นักศึกษา)

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การดำเนินการวิจัยในการออกแบบและพัฒนาระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้วงจรพัฒนาระบบ (SDLC) แบบ Adapted Waterfall 7 (โอกาส เอี่ยมศิริ วงศ์, 2554) ขึ้น โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. Determination of system requirements เป็นขั้นตอนการกำหนดรายละเอียดความต้องการของระบบ จากการศึกษาหาข้อมูลสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาระบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยกับระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต จำนวน 6 ท่าน แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำเป็นข้อกำหนดความต้องการของระบบ

2. Analysis เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบ ตามโครงสร้างของระบบเพื่ออธิบายภาพรวมของระบบที่มีโครงสร้างต่าง ๆ เชื่อมโยงกับองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการทำงานของระบบ เพื่อให้มีการทำงานครบตามฟังก์ชันและคุณลักษณะที่สมบูรณ์

3. Design เป็นขั้นตอนการออกแบบส่วนที่เป็นรายละเอียดการทำงานของระบบ

4. Development เป็นขั้นตอนพัฒนาระบบ โดยการเขียนโปรแกรม เพื่อให้เป็นไปตามคุณลักษณะและรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้

5. Testing เป็นขั้นตอนการทดสอบระบบ เพื่อค้นหาข้อผิดพลาดหรือจุดบกพร่องของระบบ โดยใช้การทดสอบแบบ Black box ที่จะทดสอบการทำงานของระบบเช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต

6. Implement เป็นขั้นตอนการติดตั้งระบบและการใช้งานจะติดตั้งแบบทยอยติดตั้งเป็นระยะ เป็นการติดตั้งระบบด้วยการทำงานแบบทีละเฟส และจัดทำเอกสารประกอบการใช้งาน

7. Maintenance เป็นขั้นตอนการบำรุงรักษาหลังการนำไปใช้งานเรียบร้อยแล้วเกิดข้อบกพร่องในด้านการทำงานของระบบจะต้องถูกดำเนินการแก้ไข

ระยะที่ 2 ประเมินคุณภาพการใช้งานระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต โคนมีขั้นตอนดังนี้

1. สร้างแบบสอบถาม ด้วยแบบจำลอง E-S-QUAL เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ

2. วิเคราะห์ผลประเมินคุณภาพการใช้งานของระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์บนอินเทอร์เน็ต ด้วยค่าสถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการประเมินผลด้านความพึงพอใจเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) (Likert, 1967)

โดยให้เกณฑ์ระดับ 5 คะแนน คือ ค่าน้ำหนัก ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ

5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

คะแนนจากแบบสอบถามวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย โดยมีกำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และกำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ

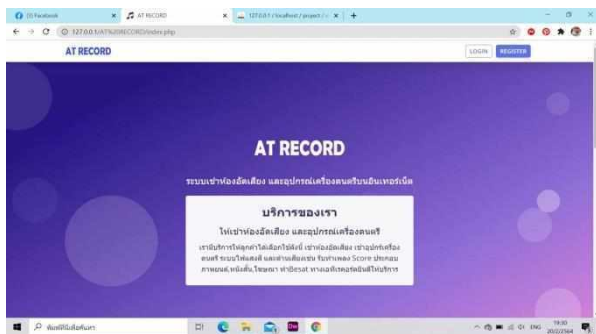
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

โดยแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic service quality) เริ่มต้นเมื่อผลการศึกษาเชิงประจักษ์ พบว่า เครื่องมือวัดคุณภาพแบบดั้งเดิมอาจไม่เพียงพอต่อการวัดคุณภาพในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Gefen, 2002) โดย Parasuraman Zeithaml และ Malhotra (2005) ได้พัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพบริการใน

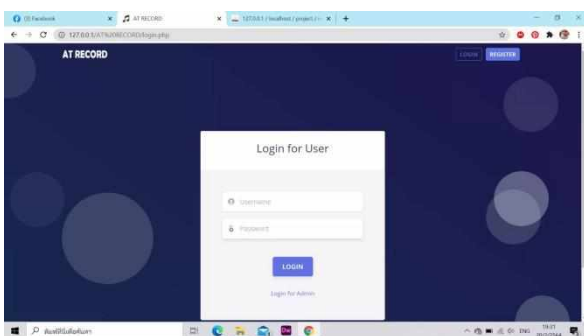
ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ ซึ่งได้แก่ E-S-QUAL และ E-RecS-QUAL พร้อมจัดกลุ่มของการวัดระดับคุณภาพของเว็บไซต์ โดยชุดหลัก E-S-QUAL ถูกแบ่งมิติการวัดคุณภาพออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน(Efficiency) เว็บไซต์มีความง่ายในการใช้งาน โดยมีหน้าจอที่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาเพื่อจะได้รับการบริการที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว (2) ด้านความพร้อมของระบบ (System availability)ระบบมีเสถียรภาพสามารถตอบสนองการใช้งานได้ตลอดเวลาที่ผู้ใช้ต้องการ (3) ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) เว็บไซต์สามารถรับคำสั่งและส่งข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บรรลุวัตถุประสงค์ในการใช้งานตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ และ (4) ด้านความเป็นส่วนตัว(Privacy)

## 7. ผลการวิจัย

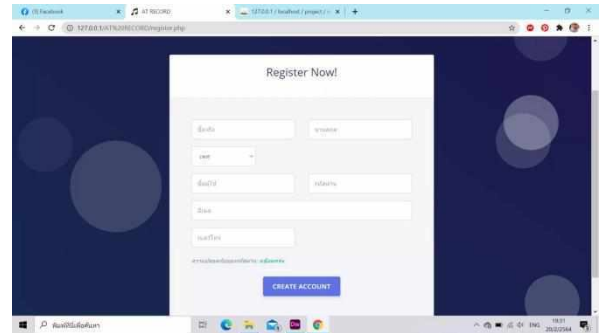
ตอนที่ 1 ผลการออกแบบระบบเช่าห้องอสังหาริมทรัพย์และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต



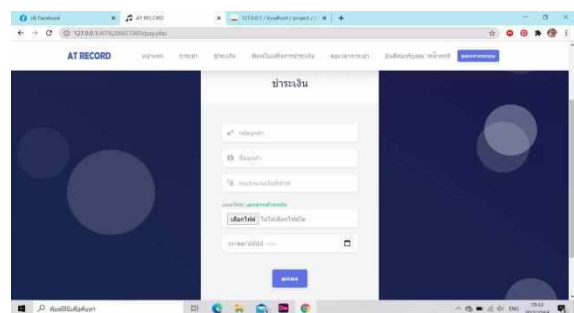
รูปที่ 1 หน้าจอแรกของระบบเช่าห้องอสังหาริมทรัพย์และเช่าอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต



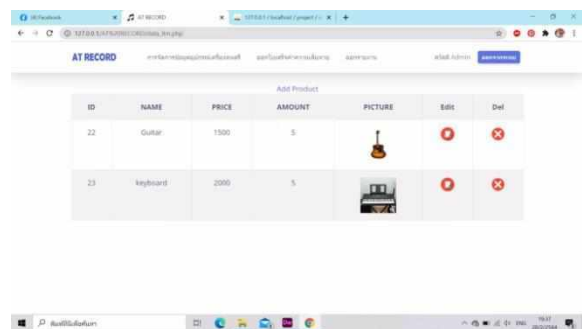
รูปที่ 2 หน้าจอการเข้าสู่ระบบเช่าห้องอสังหาริมทรัพย์และเช่าอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต



รูปที่ 3 หน้าจอการสมัครสมาชิกระบบเช่าห้องอสังหาริมทรัพย์และเช่าอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต



รูปที่ 4 หน้าจอการชำระเงินระบบเช่าห้องอสังหาริมทรัพย์และเช่าอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต



รูปที่ 5 หน้าจอระบบ Admin สำหรับการจัดการข้อมูลเครื่องดนตรี

ตอนที่ 2 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบเช่าห้องอสังหาริมทรัพย์และเช่าอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต n=60 โดยมีรายละเอียดดังนี้



**ตารางที่ 1** การใช้งานง่ายและความเร็วในการเข้าถึงระบบ

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมิน		ความพึงพอใจ
	X	S.D.	
1.1 ความง่ายการเข้าถึงระบบต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์	4.40	.59	มาก
1.2 ความสามารถในการทำธุรกรรมได้ถูกต้อง รวดเร็ว	4.46	.57	มาก
1.3 การแสดงผลได้อย่างรวดเร็ว	4.39	.54	มาก
1.4 ความง่ายในการใช้งาน	4.43	.59	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.42</b>	<b>.57</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจความสามารถในการทำธุรกรรมได้ถูกต้อง รวดเร็ว อยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .57 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านการแสดงผลได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในลำดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .54 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 2** แสดงความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมิน		ความพึงพอใจ
	X	S.D.	
2.1 การจัดรูปแบบในระบบ ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.10	.54	มาก
2.2 หน้าระบบมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	3.90	.54	มาก
2.3 ลีขันธ์ในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม มีการใช้ภาพเคลื่อนไหว มีไฟล์เสียงและกราฟิกส์	4.60	.66	มากที่สุด
2.4 ลีขันธ์หลังกับลีขันธ์อักขรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	3.90	.94	มาก
2.5 ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่าย	3.80	.60	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.06</b>	<b>.65</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจด้าน ลีขันธ์ในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม มีการใช้ภาพเคลื่อนไหว มีไฟล์เสียงและกราฟิกส์ อยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 ความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมากที่สุด และด้านขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่ายอยู่ในลำดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 3** ความสามารถในการนำเสนอบริการและการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมิน		ความพึงพอใจ
	X	S.D.	
3.1 การนำเสนอเป็นไปตามระยะเวลาที่เหมาะสม	4.34	.59	มาก
3.2 ความเร็วในการนำเสนอตามการร้องขอ	4.35	.60	มาก
3.3 การส่งผลลัพธ์ตามการร้องขอ	4.38	.56	มาก
3.4 ความน่าเชื่อถือของการนำเสนอผลงาน	4.40	.59	มาก
3.5 ความแม่นยำในการนำเสนอผลงาน	4.34	.62	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.36</b>	<b>.59</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือของการนำเสนอผลงานอยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .59 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านความเร็วในการนำเสนอตามการร้องขออยู่ในลำดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .60 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 4** ความถูกต้องในการทำงานของระบบ

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมิน		ความพึงพอใจ
	X	S.D.	
4.1 ระบบสามารถใช้งานได้อย่างสม่ำเสมอ	4.38	.60	มาก
4.2 ระบบสามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง	4.35	.62	มาก
4.3 ระบบงานไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน	4.40	.59	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.38</b>	<b>.60</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านระบบงานไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงานอยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .59 ความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมาก และด้านระบบสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องอยู่ในลำดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .62 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 5** การรักษาความลับ และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมิน		ความพึงพอใจ
	X	S.D.	
5.1 การป้องกันสารสนเทศในการใช้งาน	4.43	.57	มาก
5.2 การรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล	4.35	.59	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.39	.58	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการป้องกันสารสนเทศในการใช้งานอยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .57 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านการรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ในลำดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .59 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ซึ่งจากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .59 ซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ใช้งานระบบสารสนเทศว่าอยากให้ระบบแสดงข้อมูลเครื่องดนตรีให้ละเอียดมากกว่านี้เพื่อผู้ใช้งานจะได้ตัดสินใจในการเช่าได้ง่ายขึ้น

## 8. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการดำเนินการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต” ผู้วิจัยขอนำไปสู่การอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต เพื่อรวบรวมความต้องการของระบบทำให้คณะผู้วิจัยทราบถึงความต้องการของระบบ ซึ่งผู้วิจัยนำไปกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบระบบผู้ใช้งานระบบเช่าห้องอัดเสียง และ อุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นไปตามหลักการพัฒนาระบบสารสนเทศ

2. การพัฒนาระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ตได้พิจารณาจากการออกแบบระบบสารสนเทศตามวงจรการพัฒนาสารสนเทศซึ่งทำให้ได้ส่วนงานของผู้ดูแลระบบ คือ (1) สามารถเข้าสู่ระบบด้วยบัญชีของผู้ดูแลระบบได้ (2) สามารถบันทึก แก้ไข และลบข้อมูลห้องอัดเสียงได้ (3) สามารถบันทึก แก้ไข และลบข้อมูลอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้ (4) สามารถบันทึกข้อมูลค่าความเสียหายได้ (5) สามารถเรียกดูและพิมพ์รายงานการเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรี (6) สามารถออกใบเสร็จรับเงินค่าความเสียหายจากการใช้งานห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้ และส่วนของลูกค้า (1)สามารถสมัครเป็นสมาชิกได้ (2)สามารถเข้าสู่ระบบด้วยบัญชีของลูกค้าได้ (3) สามารถเช่าห้องอัดเสียงตามความต้องการได้ (4) สามารถเลือกเช่าอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้ (5) สามารถแจ้งการชำระเงินค่าเช่าห้องอัดเสียงและอุปกรณ์เครื่องดนตรีได้ (6) สามารถพิมพ์ใบเสร็จรับเงินค่าเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรี (7) สามารถแจ้งต่อเวลาได้

3. ผลการประเมินคุณภาพการใช้ระบบจัดการข้อมูลการเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก ผลการประเมินความพึงพอใจด้าน สีสันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม มีการใช้ภาพเคลื่อนไหว มีไฟล์เสียงและกราฟิกส์ อยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินเว็บไซต์สำหรับเด็ก (กิตติศักดิ์ คงพูน และ ประภาส พาวินันท์, 2556) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของครูบรรณารักษ์โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการพัฒนาเกณฑ์การประเมินเว็บไซต์สำหรับเด็ก พบว่า เนื้อหาของเว็บไซต์มีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการใช้ มีข้อมูลที่ผู้เขียนหรือผู้จัดทำแสดงบนเว็บเพจเชื่อถือได้ ด้านภาษา มีการใช้คำที่มีน้ำหนักและมีพลังในการโน้มน้าวให้ผู้อ่านคล้อยตาม ด้านการออกแบบส่วนองค์ประกอบ มีการใช้ภาพเคลื่อนไหว มีไฟล์เสียงและกราฟิกส์ การวางภาพและข้อความมีความสมดุลเหมาะสม และงานวิจัยได้ใช้แบบจำลองการประเมินการใช้บริการแบบ E-S-QUAL ซึ่งถือได้ว่าเป็นแบบจำลองการประเมินคุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสะท้อน

ความสามารถในการให้บริการระบบสารสนเทศได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (จารุณี ศรีปฎิมาธรรม,2558) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางด้านคุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ โดยซึ่งงานวิจัยจากต่างประเทศดังที่กล่าวมานั้น ได้นำเครื่องมือเพื่อประเมินคุณภาพของเว็บไซต์มาปรับใช้แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม ทั้งนี้ สำหรับมาตรวัด และเครื่องมือเพื่อประเมินคุณภาพเว็บไซต์ที่นิยมใช้ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Success Metrics) ของ William H. DeLone และ Ephraim R.McLean (2003) และ แบบประเมิน คุณภาพเว็บไซต์ ที่มีชื่อว่า E-S-QUAL และ E-RecS-QUAL ของ Parasuraman, Zeithaml และ Malhotra (2005) สอดคล้องกับงานวิจัยของ มริษา ไกรงู (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้ ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของประสิทธิภาพของ ระบบเท่ากับ 3.34 สรุปว่าประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพผลของการใช้งานเว็บไซต์ โดยรวมมีประสิทธิภาพมาก และพึงพอใจต่อผู้ใช้งาน

## 9. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

- การนำระบบสารสนเทศที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาใช้งาน ควรเพิ่มเติมในส่วนของการแก้ไขข้อมูลโดย ผู้ใช้งาน สามารถแก้ไขข้อมูลของตนเองได้ เนื่องจาก โดยภาพรวมระบบมีความเหมาะสมทุกอย่างดีแล้ว เช่น สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข และแสดงผลได้ชัดเจน ใช้งานง่าย และสะดวก

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- เพื่อให้ระบบเช่าห้องอัดเสียง และอุปกรณ์เครื่องดนตรีบนอินเทอร์เน็ตสามารถทำงานได้สะดวกต่อผู้ใช้งาน ควรเปลี่ยนให้ระบบทำงานบนอุปกรณ์โมบายที่ไม่ต้องเรียกใช้งานผ่านโปรแกรมประเภทบราวเซอร์

## เอกสารอ้างอิง

[1] กิตติศักดิ์ กงพูน และ ประภาส พาวินนท์.(2556). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินเว็บไซต์สำหรับเด็ก วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2556

- [2] จารุณี ศรีปฎิมาธรรม.(2558).คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.วารสารการสื่อสารและการจัดการนิคต้า.ปีที่1 ฉบับที่1, มกราคม-เมษายน 2558
- [3] บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.
- [4] โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2554). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ = Management Information System : MIS. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [5] มริษา ไกรงู .(2553).ความพึงพอใจความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำ เส้นทาง ฉบับที่1,มกราคม 2553, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [6] Likert, Rensis. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale". In Reading in Fishbein, M (Ed.), Attitude Theory and Measurement (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- [7] Gefen, D. (2002). Reflections on the dimensions of trust and trustworthiness among online consumers. ACM Sigmis Database, 33(3), 38-53.
- [8] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A.(2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of service research, 7(3), 213-233

# Business Strategy Factors Affecting Customers Satisfaction of Thai SME Export Companies

Suraporn Onputtha<sup>1</sup>, Metinee Rasadaraksa<sup>2</sup> Chitralada Trisakhon<sup>3</sup>, Pornapa Peamchai<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Department of International Business Administration  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: suraporn\_o@rmutt.ac.th

<sup>2</sup>Department of International Business Administration  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: metinee\_r@rmutt.ac.th

<sup>3</sup>Department of Management  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: chitralada\_t@rmutt.ac.th

<sup>4</sup>Department of Management  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: pornapa\_p@rmutt.ac.th

*Abstract* — This study had objective to investigate the effect of networking business strategy and differentiation business strategy on customer satisfaction in Thai SME export company. The data was collected from 400 from SME export entrepreneurs in Thai SME export company. The purposive sampling method followed by convenient sampling method were used for data collection. Statistics used in the data analysis include descriptive statistics covering frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The findings indicated that networking business strategy in terms of business partner relationship, supplier relationship, and governmental relationship, had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company. In addition, the differentiation business strategy in terms of new customer identification, new product and service development, and new product and service presentation, had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company at the statistically significant level as of 0.05.

**Keywords** – *Networking Business Strategy, Differentiation Business Strategy, Customer Satisfaction, Thai SME Export Company*

## I. INTRODUCTION

Small and medium enterprise (SME) has significance impact on Thai economy since it contributes 43 percent to Thai gross domestic products (GDP) and creates 85 percent of job and employment opportunity. For the SME in export sectors, the study from Bangkokbiznews (2021) revealed

that there is a large proportion of SME export companies can contribute to Thai GDP, corroborating to the study done by Office of Small and Medium Enterprises Promotion: OSMEP (2017) revealed that Thai SME export sector had worth about 167,706.9 million baht exporting to Asean countries (49,760 million baht), followed by exporting to China (20,101 million baht), and United State of America (15,473 million baht). The most important items including Gems and jewelry, plastic and plastic products and sugar. According to significant contribution, it can be concluded that increase in potentials of Thai SME to export more products and services can be considered. Many researchers attempted to study about the factors that can link to the SME business performance and SME export performance. For instance, in Brazil, Oura, Zilber, & Lopes (2016) studied about the innovation capacity and international experience associating with export performance of SMEs. Meanwhile, Hasaballah, Genc, Mohamad, & Ahmed (2019) indicated the relational variables including adaptation, cooperation and communication, which mediated by trust and commitment, affect export performance of Malaysian exporters. In addition, Haddoud, Nowinski, Jones, & Newbery (2019) attempted to study about internal and external determinants of export performance in Algeria. In the meantime, the study done by Haddoud, Jones, & Newbery (2017) found that the network promotion role and export promotion programmes can create the UK SMEs' performance. In Thailand, Charoensukmongkol, (2016) found the interconnections between political network and government

supports on export performance of small and medium enterprises.

In align with significant contribution and knowledge to manage the export business discovered by various researchers, it can interest the researchers from this study to confirm business management of Thai SMEs to increase their business performance. However, this study has the research scope to focus on differentiation business strategy and networking business strategy linked to customers satisfaction because customer satisfaction can lead to other advantages such as business growth, business profitability as well as business reputation. The aim of the study as well as research hypothesis, methodology, results and discussion with recommendation will be portrayed in the following sections.

## II. OBJECTIVES

This study had objective to investigate the effect of networking business strategy and differentiation business strategy on customer satisfaction in Thai SME export company.

## III. HYPOTHESES

The hypotheses (H) had been written as follows:

H1: Networking business strategy had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company.

H2: Differentiation business strategy had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company.

## IV. LITERATURE REVIEWS

### A. *Networking Business Strategy and Customer Satisfaction*

Network strategy refers to the way the organization attempting the build the relationship with the stakeholders including business partners, dealers/retailors, suppliers, and government agencies. The network strategy is very important for the organization because it can ensure that the organization can be supported from all stakeholders and utilize the supports from them to create the business performance and customer satisfaction. For instance, the suppliers can support good materials or production inputs; while the business partners and dealers/retailors can support more marketing channels, research center, business joint venture or production laboratory. In addition, the government can support export entrepreneur policy, taxation subsidy, information support and others. Accordingly, reviewing the literature such as Sáenz, Knoppen, & Tachizawa (2018) can be evidenced that the relationship with the suppliers can facilitate create the manufacturing flexibility and downstream customer satisfaction. In addition, the study done by Hoque (2018) portrayed that government support policy had significant effect on Bangladeshi SME performance. Similarly, the study done by Park, Lee, & Kim (2019) found that the government support can influence the Korean small-and medium-sized enterprise (SME) performance. In addition, the study by Eniola, & Entebang (2015) revealed that the

government policy had relationship with the performance of small and medium business in Nigeria.

### B. *Differentiation Business Strategy and Customer Satisfaction*

Differentiation strategy refers to the way the organization manage and develop their products and services, process and management. Differentiation strategy has it importance for many businesses nowadays since it can help them to obtain new products and services, new business processes and new organization management. In fact, not only create new business opportunity, but the newness also should link to commercialize and value for the entrepreneurs. Many researchers found that the differentiation can influence the business performance and customer satisfaction. In the literature, the study result done by Al-Alak, & Tarabieh (2011) that differentiation strategy can affect the customer satisfaction. In addition, the study by Gebauer, Gustafsson, & Witell (2011) revealed that service differentiation can link to business competitive advantage of manufacturing companies. Meanwhile, Santos, & Isaias (2016) advocated that differentiation strategy can be implemented to create the after-sales services by crating customer relationship management, which the result can link to customer satisfaction. This is corresponding to Vogel & Paul (2015) indicated that price differentiation can influence on customer retention.

## V. RESEARCH METHODOLOGY

### A. *Population and Samples*

The samples were calculated by Krejcie, & Morgan, (1970) and selected as of 400 entrepreneurs at the confident level as of 95%.

### B. *Research Tools and Data Collection*

Researchers used close-ended survey questionnaires divided into 4 parts. The first part consisted of check-list questions asking about the demographic and organization characteristics including gender, age, education level, duration of company, and basic customer requirement. The second and third part consisted of rating scale questions (1-5 Likert scale) asking about networking business strategy, differentiation business strategy, and customer satisfaction. The score "1" refers to "Not at all agreeable", "2" refers to "Slightly agreeable", "3" refers to "Moderately agreeable", "4" refers to "highly agreeable" and "5" refers to "Extremely agreeable" on the statement in the questionnaires. For data collection, the researchers employed purposive and convenience sampling method to distribute the questionnaires. After the questionnaires returned, the researchers inspected the completion and correctness.

### C. *Validity and Reliability*

For validity check, the researchers had experts in related fields inspect the accurateness and consistency of contents and questions and recommend the improvement and edition. For reliability check, the researchers used the

Cronbach's alpha coefficient. The value was 0.901 for networking business strategy, 0.700 for differentiation business strategy, and 0.759 for customer satisfaction. These values were higher than 0.700, this meant that the data derived from this survey questionnaire can be proceeded to have further study.

#### D. Data Analysis

Researchers analyzed the data derived from samples by using descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics consisting of multiple regression. The research result was presented in tabulated and descriptive writing.

## VI. RESULTS

The result of this study can be mentioned as follows.

### A. Study of Demographical and Organizational Characteristics, Customer Satisfaction, Networking Business Strategy, and Differentiation Business Strategy

- Study of Demographical and Organizational Characteristics

From the study, there were 400 entrepreneurs answering the questionnaires. As a result, it was found that most of the respondents were female (50.2%), aged between 31-40 years old (54.8%), graduated bachelor's degree (73.8%). Most of the company had operated years between 1-5 years (49.0). Most of the customers highly concern environmental impact as of 50.2%, highly concern product and service quality and reliability as of 75.5%, and concern delivery time as of 76.0.

- Study of Networking Business Strategy, Differentiation Business Strategy, and Customer Satisfaction

From the study, the result indicated that the mean scores of studied items. The variables in networking business strategy in the perspectives of business partner relationship, supplier relationship, dealer/retailer relationship, and governmental relationship have mean score as of 4.682, 4.657, 4.665, and 4.698. In addition, the variables in focus business strategy in terms of product and service development focus, product and service offering focus, and market focus have mean score as of 4.068, 4.112, and 4.125. Lastly, the Business Performance in the perspectives of Customer Satisfaction has mean score as of 4.544.

### B. Hypothesis Investigation

- H1: Networking business strategy had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company.

From the study, the result indicated that networking business strategy in terms of business partner relationship, supplier relationship, and governmental relationship, had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company at the statistically significant level as of 0.05. In

addition, the model has correlation coefficient (r) as of 0.870, meaning that the networking business strategy has high positive relationship with customer satisfaction in Thai SME export company. The Adjusted R<sup>2</sup> is equal to 0.754, meaning that the model can accurately predict the effect of differentiation business strategy on customer satisfaction in Thai SME export company as of 75.4% at the significant level as of 0.05. The equation can be written as follows:

$$Y = 1.514 + 0.293(\text{Business Partner Relationship}) + 0.188(\text{Supplier Relationship}) + 0.167(\text{Governmental Relationship})$$

- H2: Differentiation business strategy had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company.

From the study, the result found that differentiation business strategy in terms of new customer identification, new product and service development, and new product and service presentation, had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company at the statistically significant level as of 0.05. In addition, the model has correlation coefficient (r) as of 0.826, meaning that the differentiation business strategy has high positive relationship with customer satisfaction in Thai SME export company. The Adjusted R<sup>2</sup> is equal to 0.679, meaning that the model can accurately predict the effect of differentiation business strategy on customer satisfaction in Thai SME export company as of 67.9% at the significant level as of 0.05. The equation can be written as follows:

$$Y = 1.194 + 0.499(\text{New Customer Identification}) + 0.138(\text{New Product and Service Development}) + 0.110(\text{New Product and Service Presentation})$$

## VII. DISCUSSION, LIMITATION AND RECOMMENDATION

### A. Discussion of the Study

- *Networking business strategy had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company.*

From the study, it was found that the networking business strategy in terms of business partner relationship, supplier relationship, and governmental relationship, had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company. This is because the customers will be satisfied when the products and services from the export company can be delivered impressively to them. In order to well offer the products and services for customers, the entrepreneurs should build the relationship with business partners, suppliers, and governmental agency. The business partners and suppliers can supply the inputs and expand the channels for the entrepreneurs. Meanwhile, the government can also support in terms of governmental services such as international business management knowledge, market information, taxation subsidy. This study result is matched with the study done by Sáenz, Knoppen, & Tachizawa (2018) who found that the relationship with suppliers can create the manufacturing flexibility and downstream customer satisfaction. In addition, the study is also matched

with the study done by Hoque (2018) who found that the government support policy had significant effect on Bangladeshi SME performance. Similarly, the study done by Park, Lee, & Kim (2019) found that the government support can influence the Korean small-and medium-sized enterprise (SME) performance. In addition, the study also matched with Eniola, & Entebang (2015) who found that the government policy had relationship with the performance of small and medium business in Nigeria.

- *Differentiation business strategy had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company.*

From the study, it was found that differentiation business strategy in terms of new customer identification, new product and service development, and new product and service presentation, had an effect on customer satisfaction in Thai SME export company. This is because the differentiation business strategy can bring interest from the customers. The study result is corresponding to the study done by Al-Alak, & Tarabieh (2011) studying about the differentiation strategy and organizational performance including customer satisfaction and business performance and found that differentiation strategy can affect the customer satisfaction. In addition, this result is also corresponding to the study by Gebauer, Gustafsson, & Witell (2011) who found that service differentiation can link to business competitive advantage of manufacturing companies. Also, Santos, & Isaias (2016) advocated that differentiation strategy related to after-sales and customer relationship management on customer satisfaction. And, Vogel & Paul (2015) indicated that price differentiation can influence on customer retention.

#### B. Limitation of the Study

The study was limited to the quantitative method by using questionnaire survey to collect the data from the export entrepreneurs. In addition, the study emphasized on merely differentiation strategy, networking strategy, and customer satisfaction. The other variables should be considered.

#### C. Recommendation of the Study

- *For Practitioners*

The entrepreneurs should consider building the relationship with business partners, suppliers, and governmental agency in order to have smooth work operation. In addition, the entrepreneurs should emphasize on new customer identification, new product and service development, and new product and service presentation.

- *For Future Studies*

The future research should consider the other research approaches such as mixed method or purely qualitative method by using in-depth interview in order to obtain insights. In addition, the other variables that can affect the customer satisfaction can be additionally considered.

We would be grateful to all respondents who provides very good information for this research. Also, the researchers would like to thank all academicians who have share their knowledge related to the study. Without them, this article would not be successful.

#### REFERENCES

- [1] Al-Alak, B. A., & Tarabieh, S. A. (2011). Gaining competitive advantage and organizational performance through customer orientation, innovation differentiation and market differentiation. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(5), 80-91.
- [2] Charoensukmongkol, P. (2016). The interconnections between bribery, political network, government supports, and their consequences on export performance of small and medium enterprises in Thailand. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(2), 259-276.
- [3] Eniola, A. A., & Entebang, H. (2015). Government policy and performance of small and medium business management. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2), 237-248.
- [4] Gebauer, H., Gustafsson, A., & Witell, L. (2011). Competitive advantage through service differentiation by manufacturing companies. *Journal of business research*, 64(12), 1270-1280.
- [5] Haddoud, M. Y., Jones, P., & Newbery, R. (2017). Export promotion programmes and SMEs' performance: Exploring the network promotion role. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 24(1), 68-87.
- [6] Haddoud, M. Y., Nowinski, W., Jones, P., & Newbery, R. (2019). Internal and external determinants of export performance: Insights from Algeria. *Thunderbird International Business Review*, 61(1), 43-60.
- [7] Hasaballah, A. H. A., Genc, O. F., Mohamad, O. B., & Ahmed, Z. U. (2019). How do relational variables affect export performance? Evidence from Malaysian exporters. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 31(1), 128-156.
- [8] Hoque, A. S. M. M. (2018). Does government support policy moderate the relationship between entrepreneurial orientation and Bangladeshi SME performance? A SEM approach. *International Journal of Business Economics and Management Studies*, 6(3), 37-59.
- [9] Office of Small and Medium Enterprises Promotion: OSMEP: (2017). *International trade of small and medium enterprises. Report on the situation of small and medium enterprises*, 9(10), 1-9.
- [10] Oura, M. M., Zilber, S. N., & Lopes, E. L. (2016). Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil. *International Business Review*, 25(4), 921-932.
- [11] Park, S., Lee, I. H., & Kim, J. E. (2019). Government support and small-and medium-sized enterprise (SME) performance: The moderating effects of diagnostic and support services. *Asian Business & Management*, 1-26.
- [12] Sáenz, M. J., Knoppen, D., & Tachizawa, E. M. (2018). Building manufacturing flexibility with strategic suppliers and contingent effect of product dynamism on customer satisfaction. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 24(3), 238-246.
- [13] Santos, C., & Isaias, P. (2016). After-sales and CRM: Their role as a differentiation strategy for clients. In 2016 Multi Conference on Computer Science and Information Systems, *International Association for Development of the Information Society*, 66-72.
- [14] Vogel, J., & Paul, M. (2015). One firm, one product, two prices: Channel-based price differentiation and customer retention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 126-139.

#### ACKNOWLEDGMENT





# Factors Affecting Green Supply Chain Adoption in Small-Medium Enterprises with High Growth Rate in Thailand

Sarakul Sukortpromme<sup>1</sup>, Suraporn Onputtha<sup>2</sup>, Putthiwat Singhdong<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Department of International Business Administration  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: sarakul\_s@rmutt.ac.th

<sup>2</sup>Department of International Business Administration  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: surapom\_o@rmutt.ac.th

<sup>3</sup>Department of International Business Administration  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: putthiwat\_s@rmutt.ac.th

*Abstract* —The objectives of this research were to study about the factors including employees' demographic factors and external business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate. The data was collected from 400 from employees, managers, and owners in Thai small-medium enterprises with high growth rate by using questionnaires. The purposive sampling method followed by convenient sampling method were used for data collection. Statistics used in the data analysis include descriptive statistics covering frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The findings indicated that different employees with age, position, education, monthly income, and experience in organization had different degree of green supply chain adoption. In addition, the external business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate at the statistically significant level as of 0.05.

**Keywords** – *Green Supply Chain Management, Adoption, Small-Medium Enterprises with High Growth Rate*

## I. INTRODUCTION

Recently, green supply chain management is interested by many companies including the small and medium enterprise because it can create effective management in all processes from purchasing, operating, and distributing things from suppliers to customers, for example, reverse logistics, green design, green purchasing, green manufacturing, green packaging, green outsourcing, green warehousing and green marketing (Zhu, Sakis & Lai, 2007; Zhu et al., 2008; Chan, He and Wang, 2012; Salimifard et

al., 2012; Tseng and Chiu, 2012; Govindan et al., 2015; Kuei, Madu, Chow & Chen, 2015; Tippayawong, Tiwaratreewit & Sopadang, 2015; Çankaya, & Sezen, 2019). Furthermore, it can also create the satisfactory benefits to the companies, including economic aspects, social aspect, and environmental aspect. However, the recent problems and obstacles that company is encountering is that the companies cannot still adopt the green supply chain management. The terms of adoption means the way to utilize the thing to benefit the organization (McWilliams & Zilberman, 1996), which consist of 5 stages from Rogers's (1962) including awareness, interest, evaluation, trial, and adoption. In accordance, this is because there is a lot of factors from external sides such as government, customers, suppliers, competitors, and technology providers Kuei, Madu, Chow & Chen, 2015; Dhull, & Narwal, 2016; Yang, 2018). These external factors are very important for helping the utilization of green supply chain management. In accounting to this, it is necessary to study about the factors affecting green supply chain adoption in small-medium enterprises with high growth rate in Thailand. The result of this study can benefit the enterprises with high growth rate in Thailand and they will finally obtain economic, social, and environmental performance.

## II. OBJECTIVES

Regarding the significance of external business environment on green supply chain adoption; therefore, the objectives of this research were to study about the factors including employees' demographic factors and external business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate.

### III. HYPOTHESES

The hypotheses (H) had been written as follows:

H1: Different Employees had different degree of green supply chain adoption in Thai Small-Medium Enterprises with High Growth Rate.

H2: External business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate.

### IV. LITERATURE REVIEWS

#### *A. Problems and Obstacles Related to External Business Environment Factors*

The theory of problem refers to the difficulty that occur to the human' attitude and behavior interacting to the subjects therefore there should be a lead to find the problem solving (Linhart, 1976). In the meantime, Duncker (1945) advocated that the problem refers to the difficulty and uncertainty that occur at human and they do not know how to solve it. In the other aspect, the obstacle means something that interrupt or block the tasks or goals to be achieved, which is similar to the definition identified by Marguc, Van Kleef, & Förster, (2010) in studying about obstacles impacting thinking and beyond thinking. The terms of problems and obstacles have been employed in various fields of the study since it is the first stage opening the ways to find the best solutions. In adopting to green supply chain management, the study done by Govindan, Kaliyan, Kannan, & Haq (2014) suggested to study the problems and obstacles in green supply chain management implementation in Indian industries. Meanwhile, Tseng, Islam, Karia, Fauzi, & Afrin (2019) attempted to study future challenges on green supply chain management in order that the appropriate solution can be prepared. Literature review indicated that the problems and obstacles in adopting green supply chain management in organization can be explicitly from external business environment factors such as government, customers, suppliers, competitors, and technology providers (Kuei, Madu, Chow & Chen, 2015). In addition, Dhull, & Narwal (2016) who studied about drivers and barriers in green supply chain management adaptation and found that external factors such as government support is important for companies for sustainable development. This is corresponding to the study done by Crum et al. (2011) and Jenkin et al. (2011) who found that both information technology and cleaner technology for production can link to the success of green supply chain practice adoption. Finally, Yang (2018) who study about the analysis of institutional pressures, green supply chain management, and green performance in the container shipping context also indicated the importance of external factors on green supply chain management adoption.

#### *B. Adoption of Green Supply Chain Management*

Adoption is the way people behave to interact with choices occurs and benefit the choices effectively (McWilliams & Zilberman 1996). The elements of adoption

can include organizational policy, supports, budgets, planning, and ways to achieve the effective adoption. The stages of adoption from Rogers's (1962) can be about 5 stages consisting of awareness, interest, evaluation, trial, and adoption. The adoption concept has been used in various fields including green supply chain management. For green supply chain management, it consists of reverse logistics, green information technology and systems, green design, supplier environmental collaboration, customer environmental collaboration, internal management, green purchasing, green manufacturing, green packaging, green distribution and packaging, green logistics, green outsourcing, green warehousing and green marketing (Zhu, Sakis & Lai, 2007; Zhu et al., 2008; Chan, He and Wang, 2012; Salimifard et al., 2012; Tseng and Chiu, 2012; Govindan et al., 2015; Kuei, Madu, Chow & Chen, 2015; Tippayawong, Tiwaratreewit & Sopadang, 2015; Çankaya, & Sezen, 2019). Recently, adoption of green supply chain management has been found various problems and obstacles which it is needed to be understood so that there can be ways to remedy such problems and obstacles. Mostly, the problems and obstacles related to green supply chain management can be about the external business environment factors such as government, customers, suppliers, competitors, and technology providers (Kuei, Madu, Chow & Chen, 2015).

### V. RESEARCH METHODOLOGY

#### *A. Population and Samples*

The samples were calculated by Krejcie, & Morgan, (1970) and selected as of 400 employees at the confident level as of 95%.

#### *B. Research Tools and Data Collection*

Researchers used close-ended survey questionnaires divided into 3 parts. The first part consisted of check-list questions asking about the personal factors including gender, age, education level, position, working experience and monthly income. The second and third part consisted of rating scale questions (1-5 Likert scale) asking about problems and obstacles related to external business environment factors and adoption of green supply chain management. The score "1" refers to "Not at all agreeable", "2" refers to "Slightly agreeable", "3" refers to "Moderately agreeable", "4" refers to "highly agreeable" and "5" refers to "Extremely agreeable" on the statement in the questionnaires. For data collection, the researchers employed purposive and convenience sampling method to distribute the questionnaires. After the questionnaires returned, the researchers inspected the completion and correctness.

#### *C. Validity and Reliability*

For validity check, the researchers had experts in related fields inspect the accurateness and consistency of contents and questions and recommend the improvement and edition. For reliability check, the researchers used the Cronbach's alpha coefficient. The value was 0.853 for

government, 0.878 for customers, 0.926 for suppliers, 0.879 for competitors, and 0.926 for technology. In the meantime, Cronbach's alpha coefficient of adoption of green supply chain management as of 0.939. These values were higher than 0.70, this meant that the data derived from this survey questionnaire can be proceeded to have further study.

#### D. Measurements

The problems and obstacles related to external business environment factors consisted of 16 items related to government, customers, suppliers, competitors, and technology providers, which questions can be about, for instances, difficulty in relating with suppliers, lack of government supports, lack of technology provision. In the meantime, the adoption of green supply chain management consists of 4 items identifying policy, budget, practices and planning in adopting green supply chain management.

#### E. Data Analysis

Researchers analyzed the data derived from samples by using descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics consisting of multiple regression. The research result was presented in tabulated and descriptive writing.

### VI. RESULTS

The result of this study can be mentioned as follows.

#### A. Study of Respondents' General Information, Problems and Obstacles Related to External Business Environment Factors, and Green Supply Chain Adoption

- Study of respondents' general information

The study indicated that there were 400 employees answering the questionnaires. As a result, it was found that most of the respondents were female (50.2%), aged between 21-30 years old (56.0%), graduated bachelor's degree (93.3%), worked as operational staff (79.5%), had working experience between 1-5 years (57.5) and earned monthly income between 25,001 - 25,000 baht (74.0%).

- Study of Problems and Obstacles Related to External Business Environment Factors, and Green Supply Chain Adoption

The study indicated that the mean scores of studied items including government, suppliers, adoption of green supply chain management, customers, technology providers, and competitors, were all in high level with mean score as of 3.91, 3.81, 3.75, 3.73, and 3.73, expect problems and obstacles related to external factors in terms of competitors with mean score as of 3.33.

#### B. Hypothesis Investigation

- H1: Different Employees had different degree of green supply chain adoption in Thai Small-Medium Enterprises with High Growth Rate.

The study indicated that different employees with age, position, education, monthly income, and experience in organization had different degree of green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate at the statistically significant level as of 0.05. Meanwhile, different employees with gender had no different degree of green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate at the statistically significant level as of 0.05.

- H2: External business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate.

From the study, it is found that external business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate at the statistically significant level as of 0.05. In addition, the model has correlation coefficient (r) as of 0.910, meaning that the external business environment has high positive relationship with green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate. The Adjusted R<sup>2</sup> is equal to 0.826, meaning that the model can accurately predict the effect of external business environment on business performance as of 82.6% at the significant level as of 0.05. The equation can be written as follows:

$$Y = 0.042 + 0.371 (\text{Suppliers}) + 0.276 (\text{Government}) + 0.274 (\text{Technology}) + 0.058 (\text{Competitors})$$

### VII. DISCUSSION, LIMITATION AND RECOMMENDATION

#### A. Discussion of the Study

- *Different Employees had different degree of green supply chain adoption in Thai Small-Medium Enterprises with High Growth Rate*

The study indicated that different employees with age, position, education, monthly income, and experience in organization had different degree of green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate at the statistically significant level as of 0.05. This is because that the adoption of green supply chain management also requires knowledge, skills, motivation, and experiences related to the works that associated with environmental management which there are a lot of technical management. Therefore, the organizational trainings related to green knowledge and green adoption were undertaken. The study matched with the study done by Teixeira et al. (2016) studying about green training and green supply chain management: evidence from Brazilian firms. Furthermore, the study matched with Chaimongkol, Onputtha, and Chienwattanasook (2018) who studied about transactional leadership and environmental supply chain

management in food and beverage business and found that age and education had significant impact on green supply chain adoption.

Meanwhile, different employees with gender had no different degree of green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate at the statistically significant level as of 0.05. This is because the gender equality was promoted in the organization where both male and female employees were treated equally, they are assigned equally. The study matched with Chaimongkol, Onputtha, and Chienwattanasook (2018) who studied about transactional leadership and environmental supply chain management in food and beverage business and found that gender was not significant.

- *External business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate.*

From the study, the result indicated that external business environment factors influenced green supply chain adoption in Thai small-medium enterprises with high growth rate at the statistically significant level as of 0.05. This is because that the adoption of green supply chain in the small-medium enterprises still need collaboration from the external parties especially suppliers, government, technology providers, and forces from competitors. For example, the enterprises have to contact for the favor from the related suppliers to supply the environmental-friendly inputs for business operation. If the suppliers cannot supply such inputs and services, the enterprises cannot also achieve the adoption of green supply chain practices. The study is correspondent with the study done by Kuei, Madu, Chow & Chen (2015) who found that the enterprises should have cooperation in terms of environmental requirements for purchased items, environment objectives as well as second-tier supplier environmentally friendly practice evaluation.

In addition, the small-medium enterprises in Thailand are still small and dependent mostly on the subsidies such as fund, education, information sharing, green training, green regulation and law supports from the government. If the government lack supports for small-medium enterprises in Thailand, it can surely affect the adoption of green supply chain practices. This study has similar result from the study done by Kuei, Madu, Chow & Chen (2015) who government supports were important in adopting green practices. In addition, the study also matched with Dhull, & Narwal (2016) who studied about drivers and barriers in green supply chain management adaptation and found that the government support is important for companies for sustainable development.

In the same time, the technology was also found the significant level on adoption of green supply chain practices since the green supply chain practices also require the smooth works from the recent technology provision. This is corresponding to the study done by Crum et al. (2011) and Jenkin et al. (2011) who found that both information technology and cleaner technology for production can link to the success of green supply chain practice adoption.

Lastly, the competitor aspect also found the crucial effect on green supply chain practices adoption. This happens due to the fact that the enterprises seem to lack the motivation to compete with the other competitors. This looks to be true because the competitive entrepreneurs in Thai small-medium enterprises with high growth rate also have similar problems and obstacles to adopt green supply chain practices and perhaps feel no reason why such adoption is important since the other entrepreneurs encounter the same phenomenon which cannot successfully utilize the concept of green supply chain in the organization. In addition, the study also matched with Dhull, & Narwal (2016) who found that the competitors can be the good pressure for utilizing the concept of green supply chain in the organization. In addition, this study matched with Yang, (2018) who study about the analysis of institutional pressures, green supply chain management, and green performance in the container shipping context.

#### *B. Limitation of the Study*

The study was limited to the external business environment factors only. In addition, the population and samples of this study were about employees and entrepreneurs in small-medium enterprises with high growth rate sector. Lastly, the quantitative research was merely employed in this study. The recommendations for future research will be mention in the next part.

#### *C. Recommendation of the Study*

- *For Practitioners*

1) The entrepreneurs should understand that employees with different demographic factors can have different degree in adopting green supply chain management. Perhaps, the entrepreneurs can have a look at employees' information associated with age, education, monthly income, working experiences, and position; so that, the organizational activities such as green training, green recruitment as others are offered.

2) In order to drive the enterprises successfully adopting green supply chain in the organization, the enterprises should welcome the external forces from suppliers, government, technology, and competitors.

- *For Future Studies*

The future research can employ other factors such as internal factors affecting green supply chain adoption in order that the study can explore it precisely. In addition, the future research is encouraged to study about adoption of green supply chain management in other sectors such as tourism, housing, dining and others. Lastly, the next research can use other research approaches such as qualitative or mixed method such as in-depth interview, focused group, and others.

#### ACKNOWLEDGMENT

We would be grateful to all respondents who provides very good information for this research. Also, the

researchers would like to thank all academicians who have share their knowledge related to the study. Without them, this article would not be successful.

#### REFERENCES

- [1] Çankaya, S. Y., & Sezen, B. (2019). Effects of green supply chain management practices on sustainability performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(1), 98-121.
- [2] Chaimongkol, N., Onputtha, S., & Chienwattanasook, K. (2018). Transactional Leadership and Environmental Supply Chain Management in Food and Beverage Business in Pathum Thani Province. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 7(2).
- [3] Chan, H. K., He, H., & Wang, W. Y. (2012). Green marketing and its impact on supply chain management in industrial markets. *Industrial Marketing Management*, 41(4), 557-562.
- [4] Crum, M., Poist, R., Carter, C.R. and Easton, P.L. (2011), "Sustainable supply chain management: evolution and future directions", *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, Vol. 41, No. 1, pp. 46-62.
- [5] Dhull, S., & Narwal, M. (2016). Drivers and barriers in green supply chain management adaptation: A state-of-art review. *Uncertain Supply Chain Management*, 4(1), 61-76.
- [6] Duncker, K. (1945). On problem solving. *Psychological Monographs*, 58.
- [7] Govindan, K., Soleimani, H., & Kannan, D. (2015). Reverse logistics and closed-loop supply chain: A comprehensive review to explore the future. *European journal of operational research*, 240(3), 603-626.
- [8] Jenkin, T.A., Webster, J., & McShane, L. (2011). An agenda for 'Green' information technology and systems research. *Information and Organization*, 21(1). 17-40.
- [9] Govindan, K., Kaliyan, M., Kannan, D., & Haq, A.N. (2014). Barriers analysis for green supply chain management implementation in Indian industries using analytic hierarchy process. *International Journal of Production Economics*, 147(PartB), 555-568.
- [10] Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607-610.
- [11] Kuei, C. H., Madu, C. N., Chow, W. S., & Chen, Y. (2015). Determinants and associated performance improvement of green supply chain management in China. *Journal of cleaner production*, 95, 163-173.
- [12] Marguc, J., Förster, J., & van Kleef, G. A. (2009). Stepping back to see the big picture: When Obstacles increase perceptual and conceptual scope. Unpublished manuscript, University of Amsterdam, under revision.
- [13] McWilliams, B. & Zilbermanfr, D. (1996). Time Of Technology Adoption And Learning By Using. *Economics of Innovation and New Technology*, 4(2), 139-154.
- [14] Rogers, E.M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: Free
- [15] Salimifard, K., Shahbandarzadeh, H., & Raeesi, R. (2012). Green transportation and the role of operation research. *International Conference on Traffic and Transportation Engineering (ICTTE 2012)*, 26, 74-79.
- [16] Tippayawong, K. Y., Tiwaratreeewit, T., & Sopadang, A. (2015). Positive influence of green supply chain operations on Thai electronic firms' financial performance. *Procedia engineering*, 118, 683-690.
- [17] Tseng, M. L., Islam, M. S., Karia, N., Fauzi, F. A., & Afrin, S. (2019). A literature review on green supply chain management: Trends and future challenges. *Resources, Conservation and Recycling*, 141, 145-162.
- [18] Yang, C. S. (2018). An analysis of institutional pressures, green supply chain management, and green performance in the container shipping context. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 61, 246-260.
- [19] Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K. H. (2008). Confirmation of a measurement model for green supply chain management practices implementation. *International journal of production economics*, 111(2), 261-273.

# Factors Affecting Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand

Atchira Tiwasing<sup>1</sup>, Orawee Sriboonlue<sup>2</sup>, Suraporn Onputtha<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Department of Tourism and Hospitality  
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: atchira\_t@rmutt.ac.th

<sup>2</sup>Department of Management  
Faculty of Business Administration, Kasetsart University  
Bangkok, Thailand  
E-mail: orawee.sr@ku.th

<sup>3</sup>Department of International Business Administration  
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT)  
Pathum Thani Province, Thailand  
E-mail: suraporn\_o@rmutt.ac.th

*Abstract* —The objectives of this research were to study about the adjustment of the organization related to promotion of employees' skill and employees' shared value linked to business sustainability as well as provide related equation. The samples of this study were 401 employees working in the logistics service providers' adjustment in Bangkok and metropolitan area, Thailand. The questionnaire was used as research tool. Data collection employed purposive and convenience sampling techniques. Data analysis employed descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics including multiple regression analysis. The result indicated that adjusted employees' skill and adjusted employees' shared value affected business sustainability of logistics service providers in Thailand with adjusted R squared as of 0.614 and 0.570 and predictive power as of 61.4% and 57.0% at the statistically significant level as of 0.005. The company should focus on promoting the adjustment of employees' skill and employees' shared value in order to achieve business sustainability.

**Keywords – Employees' Skill, Employees' Shared Value, Business Sustainability**

## I. INTRODUCTION

The business environment nowadays is very competitive and dynamic, which many business entrepreneurs are required to keep updating and developing business otherwise they will not be able to survive in the markets (Eisdorfer & Hsu, 2011). One way that can help the business to perform better performance is to strengthen

employees' skills in the company (Mendes, & Machado, 2015) and create shared value among the employees and organization (Fernández-Gámez et al., 2019). This is because the shared value can be business strategy enhancing effective communication and practices enabling the employees to understand and attempt to achieve the company direction, goal, commitment, and vision by using their developed skills provided the company. In the end, it can lead the company to meet the business sustainability, company growth, reputation, and community relationship (Kang, & Na, 2020). However, it is necessary that there should be a study to understand what elements can increase the employees skills and promote employee shared value with the organization and finally link the company to the business sustainability.

In accordance, this study aimed to study about the factors affecting business sustainability. The study area of logistics service providers in Thailand was selected because this business is in trend and very popular. In addition, it has very huge impact towards the Thai gross domestic product (GDP), which is about 13.6 percent of Thai GDP, accounted for 2,106.5 trillion baht in 2016 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018).

## II. OBJECTIVES

This research has the objectives to study about the adjustment of the organization related to promotion of employees' skill and employees' shared value linked to business sustainability as well as provide related equation.

### III. HYPOTHESES

The hypotheses (H) had been written as follows:

H1: Adjusted employees' skill affected Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand.

H2: Adjusted employees' shared value affected Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand.

### IV. LITERATURE REVIEWS

#### A. *Adjusted Employees' Skill*

Employees' skill refers to the ability of the employees employing their knowledge and experiences to achieve the work objectives and plan. The skills can be separated into hard-skills and soft-skill (Sopa et al. 2020). In the meantime, the adjusted employees' skill refers to the skills of the employees in the organization that have to adjust themselves in order to be ready for the business environment changes. However, the skill adjustment required the supports from the organization such as skill assessment, training programs, financial supports, facility provision, and time allocation (Garcia, 2005). The adjusted employees' skill plays important role in the company because it can link to the accomplishment of work and finally relate to business performance sustainably (Nda, & Fard, 2013). The literature reviews mentioned that the study done by Mendes, & Machado (2015) found that the employees' skills can link to manufacturing flexibility and company performance in the automotive industry. In addition, the study done by Falola, Osibanjo, & Ojo, (2014) found that the effectiveness of training and development on employees' performance can create the organization competitiveness in the Nigerian banking industry.

#### B. *Adjusted Employees' Shared Value*

The term of shared value refers to the common understanding among the employees in the organization. Most of the shared value is related to the alignment of the company policy, culture, planning and strategies. The shared value is very difficult to build in the organization since it needs participation from various parties to involve such as executives, managers, employees, and business strategy makers (Porter & Kramer, 2019). However, the adjustment of the shared value is now needed since the world of the business has changed, there are more severe competition, which all business needs to pass these difficulties. In according to response to the recent changes, the organization needs to promote the values connecting with the match of culture and policy, employees' harmony, employees' dedication for organization growth, creativity, and employees focusing on customer (Chandra et al., 2016). The study from Fraser (2019) found that the shared value can be performed as the business strategy to link to the sustainable development goals improving socio-economic outcomes and relating to core business performance. In addition, Fernández-Gómez et al., (2019) found that the shared value in the organization can affect the hotel performance in terms of achieving higher financial performance. Lastly, Kang, & Na, (2020) found that the

shared value can create the sustainable competitive advantage and business performance.

#### C. *Business Sustainability*

The business sustainability refers to ability of the organization that can manage their business and achieves the long-term profitable and non-profitable outcomes including the business relationship with stakeholders in the community, customer satisfaction, employees satisfaction, organizational growth, environmental care by providing the fairness for all business activities (Veleva, & Ellenbecker, 2000; Høgevold, & Svensson, 2012). The business sustainability in the organization has its difficulty since it requires more factors from internal and external forces. However, the external forces are the factors that are not in control. Therefore, it is necessary for the organization to put more importance on developing the internal factors, especially employees' skills and employee shared value since these two factors were found significant impact on business sustainability (Falola, Osibanjo, & Ojo, 2014; Vicario, & Ruiz-Palomo, 2019). Also, in the literature reviews, Rezaee, (2016) found that business sustainability integrated with all five economic, governance, social, ethical, and environmental dimensions, and there is integration into corporate culture and stakeholder shared value.

### V. RESEARCH METHODOLOGY

#### A. *Population and Samples*

The samples were calculated by Krejcie, & Morgan, (1970) and selected as of 401 employees working in the logistics service providers' adjustment in Bangkok and metropolitan area, Thailand at the confident level as of 95%.

#### B. *Research Tools and Data Collection*

Researchers used close-ended survey questionnaires divided into 4 parts. The first part consisted of check-list questions asking about the personal factors including gender, age, education level, position, and working experience in this organization. The second, third and fourth part consisted of rating scale questions (1-5 Likert scale) asking about adjusted employees' skills, adjusted employees' shared value and business sustainability. The score "1" refers to "Not at all agreeable", "2" refers to "Slightly agreeable", "3" refers to "Moderately agreeable", "4" refers to "Highly agreeable" and "5" refers to "Extremely agreeable" on the statement in the questionnaires. For data collection, the researchers employed purposive and convenience sampling method to distribute the questionnaires. After the questionnaires returned, the researchers inspected the completion and correctness.

#### C. *Validity and Reliability*

For validity check, the researchers had experts in related fields inspect the accurateness and consistency of contents and questions and recommend the improvement and edition. For reliability check, the researchers used the

Cronbach's alpha coefficient. The value was 0.913 for adjusted employees' skills, 0.892 for adjusted employees' shared value and 0.943 for business sustainability. These values were higher than 0.70, this meant that the data derived from this survey questionnaire can be proceeded to have further study.

#### D. Data Analysis

Researchers analyzed the data derived from samples by using descriptive statistics including frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics consisting of multiple regression. The research result was presented in tabulated and descriptive writing.

### VI. RESULTS

The result of this study can be mentioned as follows.

#### A. Study of Respondents' General Information, Adjusted Employees' Skills, Adjusted Employees' Shared Value, and Business Sustainability

- Study of respondents' general information

From the study, there were 401 employees answering the questionnaires. As a result, it was found that most of the respondents were female (54.4%), aged between 21-30 years old (54.1%), graduated bachelor's degree (64.1%), worked as operational staff (92.0%), and had working experience between 1-2 years (47.1%).

- Study of adjusted employees' skills, adjusted employees' shared value, and business sustainability

From the study, the results indicated that the mean scores of studied items were in high level. The variables in adjusted employees' skills ranged from 3.751 to 3.835. Meanwhile, the variables in adjusted employees' shared value ranged from 3.810 to 4.022. Lastly, business sustainability had mean score as of 3.892.

#### B. Hypothesis Investigation

- H1: Adjusted employees' skill affected Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand.

From the study, it was found that adjusted employees' skills in terms of training programs, skill assessment, facility provision, and time allocation, affected business sustainability of logistics service providers in Thailand at the significant level as of 0.05. In addition, the model has correlation coefficient (r) as of 0.786, meaning that the adjusted employees' skills have high positive relationship with business sustainability. The Adjusted R<sup>2</sup> is equal to 0.614, meaning that the model can accurately predict the effect of adjusted employees' skills on business sustainability as of 61.4% at the significant level as of 0.05. The equation can be written as follows:

$$Y = 1.118 + 0.208(\text{Training Programs}) + 0.237(\text{Skill Assessment}) + 0.198(\text{Facility Provision}) + 0.085(\text{Time Allocation})$$

- H2: Adjusted employees' shared value affected Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand.

From the study, it was found that adjusted employees' shared value in terms of employee harmony, culture-policy fitness, creativity, customer focus and dedication for organization growth, affected business sustainability of logistics service providers in Thailand at the statistically significant level as of 0.05. In addition, the model has correlation coefficient (r) as of 0.758, meaning that the adjusted employees' shared value has high positive relationship with business sustainability. The Adjusted R<sup>2</sup> is equal to 0.570, meaning that the model can accurately predict the effect of adjusted employees' shared value on business sustainability as of 57.0% at the significant level as of 0.05. The equation can be written as follows:

$$Y = 0.824 + 0.178(\text{Employees Harmony}) + 0.248(\text{Culture-Policy Fitness}) + 0.169(\text{Creativity}) + 0.097(\text{Customer Focus}) + 0.093(\text{Dedication for Organization Growth})$$

### VII. DISCUSSION, LIMITATION AND RECOMMENDATION

#### A. Discussion of the Study

- *Adjusted employees' skill affected Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand.*

From the study, it is found that the adjusted employees' skill in terms of skill assessment, training programs, financial supports, facility provision, and time allocation, affected business sustainability of logistics service providers in Thailand. This is because the business sustainability required the skills from the employees in the organization. These skills of the employees can be learnt from comprehensive processes such as skills assessment and supportive factors such as budget, facility provision, and time allocation allowing the employees and spend their time in learning and training themselves. The result matched with the study done by Mendes, & Machado (2015) found that the employees' skills can link to manufacturing flexibility and company performance in the automotive industry. In addition, the study done by Falola, Osibanjo, & Ojo (2014) found that the effectiveness of training and development on employees' performance can create the organization competitiveness in the Nigerian banking industry.



- *Adjusted employees' shared value affected Business Sustainability of Logistics Service Providers in Thailand.*

From the study, it was found that the adjusted employees' shared value in terms of employees' harmony, culture-policy fitness, creativity, customer focus, and dedication for organization growth, affected business sustainability of logistics service providers in Thailand. This is because that the employees with the same understanding to what the roles that they have play can help the company to achieve the business sustainability. The role of employees working logistics service providers in Thailand should have creativity, working harmony, customer focus and work dedication to organization growth. The study result from this time corresponding to the study done by Fraser (2019) who found that the shared value can be performed as the business strategy to link to the sustainable development goals improving socio-economic outcomes and relating to core business performance. In addition, the study also matched with the study result from Fernández-Gómez, Gutiérrez-Ruiz, Becerra-Vicario, & Ruiz-Palomo, (2019) mentioning that shared value in the organization can affect the hotel performance in terms of achieving higher financial performance. Lastly, the study from Kang, & Na, (2020) who found that the shared value can create the sustainable competitive advantage and business performance can also support the study result.

#### *B. Limitation of the Study*

This study focused on the logistics services providers only. In addition, the study employed pure quantitative research for guiding the study direction. Lastly, the variables were scoped to employee skill development, employee shared value, and business sustainability.

#### *C. Recommendation of the Study*

- *For Practitioners*

In order to create the sustainable performance of the company such as gaining retention employees; good relationship with all stakeholders both internal and external aspects; customer loyalty; company growth; company reputation and financial growth, the company should create and promote the adjustment and development of employees' skills. This is very important since the recent changes in economic, technology, society and governmental policy keep occurring. The organization should provide such good training programs related to technology knowledge and ability, skill assessment, facility provision, and time allocation. This can enable the employees to keep up to the state-of-the-art skills. In addition, the company should promote the employees' shared value including employees harmony, culture-policy fitness, creativity, customer focus, and dedication for organization growth. These can the organization to achieve the business' sustainable performance.

- *For Future Studies*

The study was limited to the single industry, which it is the logistics service providers. In order to generalize the result, the future research may consider extending the study to the other industry. This way can help the researchers to compare the results and conclude explicit phenomena. In addition, this study was purely on quantitative research, which the other approaches such as mixed method or purely qualitative research can be possibly employed. Lastly, this study limited to two variables covering adjusted employees' skill and adjusted employees' shared value. This can be extended to other variables such as business environment, international and local forces and drivers, or even internal management.

#### ACKNOWLEDGMENT

We would be grateful to all respondents who provides very good information for this research. Also, the researchers would like to thank all academicians who have share their knowledge related to the study. Without them, this article would not be successful.

#### REFERENCES

- [1] Chandra, A., Miller, C. E., Acosta, J. D., Weiland, S., Trujillo, M., & Plough, A. (2016). Drivers of health as a shared value: mindset, expectations, sense of community, and civic engagement. *Health Affairs*, 35(11), 1959-1963.
- [2] Eisdorfer, A., & Hsu, P. H. (2011). Innovate to survive: The effect of technology competition on corporate bankruptcy. *Financial Management*, 40(4), 1087-1117.
- [3] Falola, H. O., Osibanjo, A. O., & Ojo, I. S. (2014). Effectiveness of training and development on employees' performance and organisation competitiveness in the nigerian banking industry. *Bulletin of the Transilvania University of braşov*, 7(1), 161-170.
- [4] Fernández-Gómez, M. Á., Gutiérrez-Ruiz, A. M., Becerra-Vicario, R., & Ruiz-Palomo, D. (2019). The effects of creating shared value on the hotel performance. *Sustainability*, 11(6), 1784. 1-16.
- [5] Fraser, J. (2019). Creating shared value as a business strategy for mining to advance the United Nations Sustainable Development Goals. *The Extractive Industries and Society*, 6(3), 788-791.
- [6] Garcia, M. U. (2005). Training and business performance: The Spanish case. *The International Journal of Human Resource Management*, 16(9), 1691-1710.
- [7] Høgevoid, N. M., & Svensson, G. (2012). A business sustainability model: a European case study. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 27(2), 142-151.
- [8] Kang, S., & Na, Y. K. (2020). Effects of strategy characteristics for sustainable competitive advantage in sharing economy businesses on creating shared value and performance. *Sustainability*, 12(4), 1397.
- [9] Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- [10] Mendes, L., & Machado, J. (2015). Employees' skills, manufacturing flexibility and performance: a structural equation modelling applied to the automotive industry. *International Journal of Production Research*, 53(13), 4087-4101.
- [11] Nda, M. M., & Fard, R. Y. (2013). The impact of employee training and development on employee productivity. *Global journal of commerce and management perspective*, 2(6), 91-93.

- [12] Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). THAILAND'S LOGISTICS REPORT 2018. Accessed on 23 February 2021 from [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=9359](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9359)
- [13] Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business* (pp. 323-346). Springer, Dordrecht.
- [14] Rezaee, Z. (2016). Business sustainability research: A theoretical and integrated perspective. *Journal of Accounting literature*, 36, 48-64.
- [15] Sopa, A., Asbari, M., Purwanto, A., Santoso, P. B., Mustofa, D. H., Maesaroh, S., & Primahendra, R. (2020). Hard Skills versus Soft Skills: Which are More Important for Indonesian Employees Innovation Capability. *International Journal of Control and Automation*, 13(2), 156-175.
- [16] Veleva, V., & Ellenbecker, M. (2000). A proposal for measuring business sustainability. *Greener Management International*, 31(3), 101-120.

ศึกษาความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วน ในเขตลาดกระบัง  
กรุงเทพมหานคร

THE RELATIONSHIP AFFECTING THE BUYING DECISION PROCESS OF FAST FOOD  
CONSUMER IN LADKABANG DISTRICT BANGKOK

อุบลวรรณ ยานู<sup>1</sup>, ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>2</sup> สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคอาหารจานด่วนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงความสัมพันธ์ ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากร ในเขตลาดกระบังกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ Chi-Square Test:  $\chi^2$  - test) หากค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Pearson ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีสถานภาพ สมรส จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

10,001-20,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร คือเพศ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความต้องการ ด้านการหาข้อมูล และด้านการประเมินทางเลือก อายุมีความสัมพันธ์กับการหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการพฤติกรรมหลังซื้อ

คำสำคัญ: กระบวนการตัดสินใจซื้อ, อาหารจานด่วน

**Abstract**

This study was rational for (1) to study the public science data of fast food controllers in Ladkabang District, Bangkok (2) to study the urgent relationship of food providers in Ladkabang District, Bangkok (3) to lead The data obtained from this research are used as a guideline for the development and consideration of the relationship between the purchase study of fast food operators in Ladkabang District, Bangkok

This research is a quantitative research. The population used in this research was 400 people in Ladkabang District, Bangkok. A questionnaire was used as a tool for data collection. The data obtained from questionnaires were analyzed by using percentage

statistics, hypothesis testing using Chi-Square Test:  $\chi^2$  - test), and correlation using Pearson, statistical significance at 0.05 in descending order and discussing results.

The study found that most of the respondents were female, with 242 people, 39.5 percent, aged between 31-40 years, 166 people, representing 41.5 percent, and having a bachelor's degree of 210 people, representing 100 percent. 52.5 percent have a marital status of 215 people, or 53.8 percent There are 146 private company employees, representing 36.5 percent and their average monthly income. 10,001-20,000 baht, total 176 people, or 44.0 percent Results of the Relationship Testing Process of Fast Food Consumers in Ladkabang District Bangkok is gender correlated with the perception of needs. Finding information And alternative assessment aspects Age is related to research. And purchasing decisions and occupation were related to behavior after purchase.

KEYWORD: BUYING DECISION PROCESS, FAST FOOD

## 1. บทนำ

ปัจจุบันอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้มนุษย์นั้นสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นปกติ สำหรับการรับประทาน บางคนกินเพื่ออยู่ บางคนอยู่เพื่อกิน แล้วแต่จุดประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป การเลือกรับประทานอาหารของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป ด้วยเหตุผลหลากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม ที่อยู่ อาศัย สังคม และเศรษฐกิจ ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตในการเลือกซื้ออาหาร สังคมในปัจจุบันมีลักษณะอยู่ในภาวะที่เร่งด่วน ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ จึงทำให้ทุกคนไม่มีเวลาหันมาให้ความสนใจกับการ

เลือกอาหารที่ดูแลสุขภาพมากมายนัก อะไรที่รับประทานง่ายๆ ประหยัดเวลา สะดวกรวดเร็ว อาหารประเภทนี้ถูกจัดให้อยู่ลำดับต้นในการเลือกรับประทาน อาหารจานด่วนจึงเป็นทางเลือกที่ดีเนื่องจากมีความสะดวกทั้งในด้านการหาซื้อ ด้านการปรุงแต่ง ด้านการบริโภคตอบสนองความต้องการได้ดีในระดับหนึ่ง เป็นต้น อาหารจานด่วนแบ่งเป็น อาหารที่รับประทานแล้วอิ่ม ซึ่งประกอบด้วยแป้ง เนื้อสัตว์ ผัก และสิ่งที่แปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น ไข่กรอบ เบคอน มีทั้งชุดเล็ก-ใหญ่ ให้เลือกรับประทาน และอีกประเภทคืออาหารกึ่งขนม ซึ่งนิยมบริโภคระหว่างมื้ออาหาร เช่น ไอศกรีม เป็นต้น

จานด่วน หรือ ฟาสต์ฟู้ด (Fast food) คือ อาหารที่ปรุงเสร็จในเวลาอันรวดเร็ว หรือ ทันเวลาพอดี (Just-in-time) และพร้อมกินได้ทันที ซึ่งโดยทั่วไปคนมักจะนึกถึงแต่อาหารจานด่วนของฝรั่งจำพวก พิซซ่า ไก่ทอด แฮมเบอร์เกอร์ สอทอด ฯลฯ หากความจริงแล้วอาหารไทยบางประเภท ก็ถูกจัดอยู่ในกลุ่มอาหารจานด่วนด้วยเหมือนกัน เช่น ข้าวราดแกง อาหารตามสั่งทุกชนิด ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีนน้ำยา สุกี้ เป็นต้น ซึ่งอาหารดังกล่าวล้วนมีกรรมวิธีในการปรุงที่รวดเร็วและพร้อมกินได้เลย อาหารจานด่วนหรือที่หลายคนเรียกว่าอาหารขยะ (junk food) เป็นอาหารของชาวตะวันตก ที่เผยแพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีผู้ให้ความเห็นว่าอาหารที่อาหารจานด่วนกลายเป็นที่นิยมของคนทั่วไปก็เพราะว่าเน้นที่ความสะดวกรวดเร็ว และลูกค้าสามารถซื้อไปกินได้ทุกที่ทุกเวลา นั่งกินในร้าน ในรถ ที่ทำงาน กินไปทำงานไป กินในเวลาเร่งรีบ โดยมีเพียงกระดาษรอง และทิ้งได้ทันทีเมื่อกินเสร็จ (นิตยสารชีวิต,2558)

ธุรกิจร้านอาหารจานด่วนหรือ ฟาสต์ฟู้ด มีหลากหลายประเภท เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทำให้การแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้าร้อนแรงและดุเดือด

เช่นเดียวกับเมนู “พิชซ่า” ฟาสต์ฟู้ดยอดนิยมในกลุ่มผู้บริโภคไทย ที่เติบโตและมีมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท และตลาดพิชซ่ายังมีโอกาสที่จะเติบโตได้เพราะพิชซ่ายังเป็นอาหารที่ผู้บริโภคเลือกรับประทานในหลากหลายโอกาส โดยที่แต่ละรายต่างเดินทางขายสาขา ทำกิจกรรมแข่งขันคู่เค็ดโดยเฉพาะ โปรโมชันราคาที่สูงลดทั้งแถม รวมทั้งออกเมนูใหม่ ๆ มาสร้างความแตกต่าง การชูจุดแข็งของแบรนด์ตนเอง เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดพิชซ่า ถือเป็นตลาดที่มีการเติบโตต่อเนื่อง โดยในปีนี้อาจจะมีการเติบโต 5-10% ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา (ฐานเศรษฐกิจ,2560)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ด้านการรับรู้ความต้องการ 2. ด้านการหาข้อมูล 3. ด้านการประเมินทางเลือก 4. ด้านการตัดสินใจซื้อ 5. ด้านพฤติกรรมหลังซื้อ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนของผู้บริโภคในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร หากเราทราบส่วนประสมทางการตลาดส่วนใดส่วนหนึ่งจะทำให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และประสบความสำเร็จต่อไป

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ศึกษาความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วนในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพื่อประโยชน์ต่อการเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้ที่สนใจและเป็นแนวทางให้กับธุรกิจอาหารจานด่วนหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

อาหารจานด่วนในเขตตลาดกระบี่ จังหวัด

กรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประชากรศาสตร์ต่อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วน

ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากร

ในเขตตลาดกระบี่ จำนวน 177,769 คน (สถิติ

ประชากรและบ้านท้องถิ่นเขตตลาดกระบี่ ข้อมูล

ณ เดือนมีนาคม 2563)

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่

ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนกลุ่ม

ตัวอย่างตามวิธีการของทาโร ยามาเน่ (Taro

Yamane) (Yammane,1973 อ้างใน จุไรพร พิณิจ

ชอบ, 2560) โดยใช้สูตรคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 394 คน

#### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารจานด่วนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้สร้างจุดแข็งของแบรนด์สินค้าตนเอง อีกทั้งยังทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

5.2 เป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารจานด่วน หรือผู้ที่สนใจเปิดกิจการร้านอาหารจานด่วน เพื่อประกอบการตัดสินใจเปิดกิจการ ในการวางแผนการตลาดต่างๆ สามารถนำข้อมูลการวิจัยนี้มาเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ และเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

#### 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 394 คน โดยใช้วิธีการสุ่ม

ตัวอย่างอย่างง่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [4]

#### 7. ผลการวิจัย

**เพศ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา เป็นเพศชาย มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

**อายุ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ช่วงอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา ระดับการศึกษามัธยมปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ระดับต่ำกว่ามัธยมปลาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

**สถานภาพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดสมรส จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

**อาชีพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา รับจ้างทั่วไป จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 28 คน คิด

เป็นร้อยละ 7.0 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลที่มีผลต่อระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วนเขตตลาดกระบ้ง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับปัจจัยอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.644

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลที่มีผลต่อระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วนเขตตลาดกระบ้ง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับปัจจัยอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.644

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารจานด่วนในเขตตลาดกระบ้ง กรุงเทพมหานคร คือเพศ มีความสัมพันธ์กับด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการหาข้อมูล และด้านการประเมินทางเลือก อายุมีความสัมพันธ์กับด้านการหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับด้านพฤติกรรมหลังซื้อ

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

[1] กัลยา กมลรัตน์, “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อชุดชั้นในชายใน

กรุงเทพมหานคร”. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.

[2] ฐานเศรษฐกิจ, “การเติบโตของตลาดฟาสต์ฟู้ด” เข้าถึงได้จาก

<https://www.thansettakij.com/content/headline/133196>, 2563.

[3] คำนาย อภิปรัชญาสกุล, “พฤติกรรมผู้บริโภค” กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับ, 2558.

[4] กัลยา วานิชย์บัญชา, “การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

คุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที  
THE QUALITY OF SERVICE THAT AFFECTS THE SATISFACTION OF MRT  
SUBWAY USERS

วิทวัส ศรีพงษ์ยิ่ง<sup>1</sup>, สุจิตรา ลัชชานันท์<sup>2</sup>, อภิญญา บุญสิทธิ์<sup>3</sup>, ดร.อศวิณ เสนิษฐ์<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ

<sup>4</sup> สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 400 คน โดยได้จากการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบประชากรที่แน่นอนด้วยวิธีของคัลซานี (Khazanie) โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ วิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ได้ค่าปัจจัยที่มีอิทธิพล  $R^2$  เท่ากับ 0.029 หรือ 2.90% กล่าวได้ว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ได้ 2.90% โดยพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT คือ ด้านคุณภาพในการให้บริการ ที่สถานีรถไฟฟ้า (a) โดยให้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.167 (Beta = 0.167).

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ , รถไฟฟ้าใต้ดิน

Abstract

This research aimed to study the quality of service that affects the satisfaction of the MRT subway users, a sample of 400 people using the sampling of unknown population. The statistics used for the analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and using multiple regression analysis.

The results of the study found that the relationship between service quality factors influencing the use of MRT subway services was 0.029 or 2.90% influencing factor  $R^2$ . Able to explain the variance of the dependent variable Satisfaction of the MRT subway service was 2.90%. The factors that influenced the use of MRT subway were the quality of service. At a train station (a) with a regression coefficient of 0.167 (Beta = 0.167).



Keyword : The Quality of Service , MRT

Subway

## 1. บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ และแหล่งงานที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งทำให้กรุงเทพฯเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางความเจริญ (Growth Pole) ซึ่งภาวะนี้ทำให้“กรุงเทพฯ”มีการเจริญเติบโตของเนื้อเมืองและการเพิ่มขึ้นของความหนาแน่นเมืองตลอดเวลาเพื่อรองรับแหล่งงานและประชากรที่จะเพิ่มขึ้นนั่นเอง และการเพิ่มขึ้นของประชากรรวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ จึงทำให้รัฐบาลได้ตัดสินใจพัฒนาระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและเปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 การพัฒนาระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนทำให้เกิดการพัฒนาเมืองไปตามแนวระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนมากขึ้นแทนที่การพัฒนาเมืองไปตามถนนในรูปแบบเดิมเหมือนที่ผ่านมา[1]แต่สถานการณ์ปัจจุบันพบว่าจำนวนผู้โดยสารโดยรวมในระบบรถไฟฟ้ามีจำนวนน้อยกว่าที่ได้มีการคาดการณ์ไว้ทำให้การให้บริการรถไฟฟ้าบางเส้นทางอยู่ในสภาวะขาดทุนและส่อเค้าถึงความไม่คุ้มค่าในการลงทุนพัฒนาระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน [2]และยังส่งผลให้ราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้าในปัจจุบันมีราคาแพงเมื่อเปรียบเทียบกับราคาค่าโดยสารระบบขนส่งมวลชนในระดับสากล [3]ทั้งนี้ในอนาคตรัฐบาลมีแผนการพัฒนาระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนขึ้นอีกหลายเส้นทางหากไม่มีการวางแผนการเพื่อเพิ่มจำนวนผู้โดยสารอย่างเหมาะสม อาจก่อให้เกิดปัญหาการขาดทุนเพิ่มขึ้นทำให้ภาครัฐต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการช่วยเหลือการให้บริการระบบ

ขนส่งสาธารณะ และอาจส่งผลให้เกิดการขึ้นราคาค่าโดยสารขึ้นอีกในอนาคต

รถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที หรือ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย เริ่มก่อสร้างในปี พ.ศ. 2542 และหลังจากที่เกิดความล่าช้าขึ้นหลายครั้ง ในที่สุดได้มีการเปิดให้สาธารณชนทดลองใช้งานในวงจำกัดเมื่อวันที่ 13 เมษายน พ.ศ. 2547 และมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการในวันที่ 3 กรกฎาคม ปีเดียวกัน โดยพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เสด็จไปทรงกดปุ่มระบบคอมพิวเตอร์เปิดการเดินรถไฟฟ้าสายนี้ด้วยพระองค์เอง ณ ศูนย์ซ่อมบำรุงใหญ่ห้วยขวาง-พระราม 9 ในกรณีนี้ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง และสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในปัจจุบันทางรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีได้เปิดให้บริการด้วยความเร็วจำกัดความเร็วสูงสุดไม่เกิน 80 กิโลเมตรต่อชั่วโมง โดยระบบอาณัติสัญญาณ (ระบบควบคุมการเดินรถ) แต่กรณีปลดล็อกการจำกัดความเร็วที่ระบบอาณัติสัญญาณแล้ว เร่งให้รถไฟฟ้าวิ่งยังก็ได้ความเร็วสูงสุดแค่ที่ 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมง สถิติการให้บริการในปี 2558 อยู่ที่ 256,957 คน ในปี 2559 อยู่ที่ 269,335 คน [2]จากสถิติยอดผู้ให้บริการมากขึ้นเรื่อยๆแต่ไม่ได้มากนักเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการและที่สนใจจะใช้บริการ และการแก้ไขด้านต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการไม่พอใจ

จากเหตุผลข้างต้นจึงเป็น โอกาสอันดีในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที เพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน เอ็มอาร์ที เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการรวมถึงผู้ที่สนใจจะมาใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีที่จะมาใช้บริการที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในอนาคตอีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที

2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที

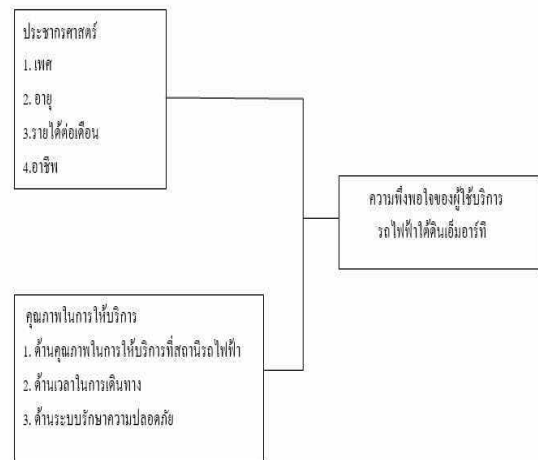
2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที

2.4 เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร : การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจำนวน 400 คน โดยได้จากการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบประชากรที่แน่นอนด้วยวิธีของคัลซานี ( Khazanie ) เฉพาะสถานี 5 สถานี ที่ทำการสำรวจ คือ สถานีสุขุมวิท สถานีศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สถานีคลองเตย สถานีลุมพินี และสถานีสีลม โดยแต่ละสถานี เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สถานีทั้ง 5 สถานีคือ สถานีสุขุมวิท สถานีศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สถานีคลองเตย สถานีลุมพินี สถานีสีลม และแจกแบบสอบถามผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จนครบจำนวนตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 ในส่วนของคุณภาพในการให้บริการในกรอบแนวคิด กำหนดสัญลักษณ์ ในการวิเคราะห์ ดังนี้ในส่วนของตัวแปรต้น กำหนดให้ a คือ ด้านคุณภาพในการให้บริการที่สถานีรถไฟฟ้า b คือ ด้านเวลาในการเดินทาง และ c คือด้านระบบรักษาความปลอดภัย และ ในส่วนของตัวแปรตาม กำหนดให้ d คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที

## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 เพื่อทราบถึงด้านคุณภาพบริการพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

5.2. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพบริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีให้บรรลุเป้าหมายตามที่รถไฟฟ้าใต้ดิน เอ็มอาร์ทีได้กำหนดไว้

5.3. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานต่างๆที่มีลักษณะการให้บริการรูปแบบเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น รถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้าแอร์พอดลิงค์ เป็นต้น

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม และทำการหาค่า IOC และ ค่าความเชื่อมั่นให้ผ่านตามเกณฑ์และทำการแจกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยด้วยวิธี Enter [4]

## 7. ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 และเป็นเพศชายจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่อายุไม่น้อยกว่า 30 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา อายุ 30-40 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ตามด้วย อายุ 41-50 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามด้วย 60 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และลำดับสุดท้าย อายุ 51-60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มิรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15001-25000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมา น้อยกว่า 15000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ตามด้วย 35000 บาทขึ้นไป 17 จำนวน คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และลำดับสุดท้าย 25001-35000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

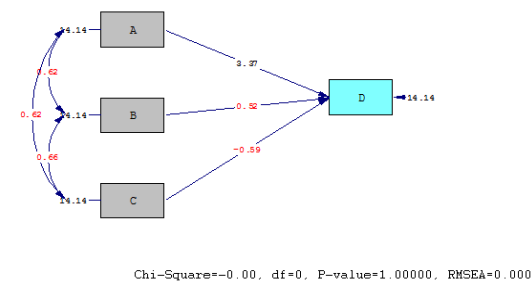
ส่วนใหญ่อำชีพพนักงานบริษัท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ตามด้วยอาชีพอิสระ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามด้วยรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามด้วยธุรกิจส่วนตัว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

และลำดับสุดท้ายอาชีพอื่นๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT พบว่าทั้ง 3 ด้านมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06, SD = 0.41$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการให้บริการที่สถานีรถไฟฟ้า (a) มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.14, SD = 0.40$ ) รองลงมาได้แก่ ด้านการให้บริการในขบวนรถไฟฟ้า (b) ( $\bar{X} = 4.04, SD = 0.40$ ) และด้านคุณภาพระบบรักษาความปลอดภัย(c) ( $\bar{X} = 4.01, SD = 0.43$ ) ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการให้บริการของรถไฟฟ้า(d)โดยรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26, SD = 0.79$ )

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่สถานีรถไฟฟ้าด้านการบริการส่งผลต่อการการให้บริการในขบวนรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT แสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที

จากภาพที่ 2 พบว่าผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ได้ค่าปัจจัยที่มีอิทธิพล  $R^2$  เท่ากับ 0.029 หรือ 2.90% กล่าวได้ว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปร

ตาม ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ได้ 2.90% โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT คือ ด้านคุณภาพในการให้บริการ ที่สถานีรถไฟฟ้า (a) โดยให้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.167 (Beta = 0.167) .

#### 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด, “รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ รายงานประจำ ปี 2563”. กรุงเทพฯ: , 2563.
- [2] กองนโยบายและแผนงาน สำนักการจราจรและขนส่ง ,” สถิติจราจร ปี 2563”. กรุงเทพฯ: สำนัก การจราจรและขนส่ง, 2563.
- [3] ศิริพร วิษณุหมิมาชัย, “การสร้างความประทับใจแก่ ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ”, วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, คณะบริหารธุรกิจ , 2558.
- [4] กัลยา วานิชย์บัญชา, “ การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows”, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2549.

# การจัดการคลังสินค้าของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตสมุทรปราการ

## Warehouse Management Of A Private Company At Samutprakan

หฤดี เจียมวงษ์<sup>1</sup>, พิมปภัทร์ สิทธิสาร<sup>2</sup>, อุทุมพร ชูจันทร์<sup>3</sup>, ดร.อศวิณ เสนิษฐ์<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ

<sup>4</sup> สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการคลังสินค้าเพื่อลดระยะทางในการค้นหาสินค้า และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่อย่างเป็นระบบโดยใช้ทฤษฎีการวางแผนโรงงานอย่างมีระบบ (Systematic Layout Planning ; SLP) เพื่อมุ่งเน้นความสัมพันธ์ของกิจกรรมการไหลในแต่ละกิจกรรม

ผลการจัดการคลังสินค้า พบว่า หลังการปรับปรุงพื้นที่และการจับคู่กิจกรรมออกแบบการปรับปรุงพื้นที่การจัดเก็บสินค้าจะเห็นได้ว่าภาพรวมระยะทางจะลดลงจากการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังพื้นที่รับเข้าและเคลื่อนย้ายไปยังพื้นที่ตรวจสอบระยะทางการเคลื่อนย้ายหลังจากนั้นพื้นที่ตรวจสอบไปพื้นที่คลังสินค้าระยะทางหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้น 15 เมตรคิดเป็นร้อยละ 55 เพื่อระยะทางการเคลื่อนย้ายจากพื้นที่คลังสินค้าไปยังพื้นที่เบิกสินค้านั้นจะได้มีการเคลื่อนย้ายที่ใกล้ขึ้นใช้ระยะทางน้อยลงสามารถลดระยะทางลงได้ 25 เมตรคิดเป็นร้อยละ 65 สามารถเคลื่อนย้ายจากพื้นที่เบิกสินค้าไปยังพื้นที่กิจกรรมระยะทางลดลงถึง 5 เมตรคิดเป็นร้อยละ 80 ระยะทางในการเคลื่อนย้าย

ลดลงทั้งหมด 90 เมตรคิดเป็นการปรับปรุงลดลง 78 เมตรคิดเป็นร้อยละ 89

คำสำคัญ : การจัดการคลังสินค้า, การลดระยะทาง, การเพิ่มประสิทธิภาพ

### Abstract

The Objective of this research was to manage warehouse to reduce the distance to find products. And to increase the efficiency in utilizing the space systematically by applying the theory of systematic layout planning (SLP) to focus on the relationship of the flow activities in each activity.

The results of the warehouse management found that after the improvement of the space and the matching of the design activities, the improvement of the storage area, the overall distance can be reduced from the movement of the goods to the receiving area and to the Distance monitoring area. After that, the inspection area to the warehouse area, the distance after the renovation increased by 15 meters or 55%.

For the distance of movement from the warehouse to the picking area, there will be a closer movement, less distances, the distance can be

reduced by 25 meters, or 65% can be moved from the picking area to Distance activity area reduced to 5 meters, 80 %. Total travel distance decreased by 90 meters, representing an improvement of 78 meters, 89%.

Keyword : Warehouse Management , Reduction of distance , Optimization

## 1. บทนำ

ในปัจจุบัน การจัดการคลังสินค้า (Warehouse) เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนในการจัดเก็บรักษาเป็นต้นทุนหลักที่เกิดขึ้นในกระบวนการโลจิสติกส์ การลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และคลังสินค้าที่ดีจะต้องมีหน้าที่ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการใหม่คือ เน้นประสิทธิภาพทางด้านลดเวลาช่วงเวลาของการเคลื่อนย้ายสินค้าและการใช้ประโยชน์สูงสุดของพื้นที่ โดยปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจในสถานการณ์เศรษฐกิจของยุคปัจจุบันนี้[1] คือ วิธีการจัดการคลังสินค้าไม่ว่าจะเป็นการรับสินค้า การจัดเก็บสินค้าและการเคลื่อนย้ายสินค้า ซึ่งการจัดการคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพที่สูงที่สุดนั้นจะส่งผลให้มีต้นทุนที่ลดลง คุณภาพเหนือกว่า เป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี บทความของการจัดการคลังสินค้าในปัจจุบัน มี

วัตถุประสงค์ในการสร้างความสมดุลในระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้ระดับคลังสินค้าต่ำสุด ลดระยะทางในการปฏิบัติการในการเคลื่อนย้ายให้มากที่สุด การใช้พื้นที่และปริมาณในการจัดเก็บให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างความมั่นใจว่าแรงงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ สาธารณูปโภคต่างๆ มีเพียงพอและสอดคล้อง กับระดับของธุรกิจที่ได้วางแผนไว้[2] โดยไม่กระทบต่อระดับการให้บริการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ใหญ่ที่สุดของต้นทุนการจัดเก็บ หลายชนิด จึงเห็นได้ว่าคลังสินค้ามีความสำคัญต่อธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

จากการที่ทำงานโลจิสติกส์ ในการติดต่อประสานกับคลังสินค้าเพื่อการนำสินค้าเข้ามาเก็บและทำกิจกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าในคลัง บริษัทชั้นนำในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ ภายในและระหว่างประเทศ สร้างโอกาสความมั่นคงและพร้อมเป็นผู้นำด้านการให้บริการโลจิสติกส์ครบวงจร ด้วยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ พิเศษ เฉพาะด้านทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ [3]สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพบริษัทที่มีความประสงค์รับพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ เข้าร่วมทีมงานในตำแหน่งงาน พร้อมรับการฝึกอบรมด้านทักษะ และความชำนาญในวิชาชีพโลจิสติกส์ ให้กับทุกท่านโดยบริษัทที่เป็นกรณีศึกษา มีคลังสินค้า ซึ่งเป็นคลังสินค้าเอกชนในเขตสมุทรปราการจะทำหน้าที่รับฝากสินค้า สินค้าที่รับฝากจะถูกจัดเก็บชั่วคราวเพื่อรอ

คำสั่งจากลูกค้า สินค้าในคลังที่ถูกจัดเก็บมีทั้งหมด 3 ประเภท คือ 1. วัตถุดิบ (Raw Material) 2. สินค้าสำเร็จรูปที่มาจาก การประกอบ (Assembly Goods) 3. สินค้าสำเร็จรูปเพื่อรอการส่งออกหรือกระจายให้กับลูกค้าปลายทาง (Finished goods) มีขั้นตอนการปฏิบัติงานภายในคลังสินค้า คือ 1. การรับลูกค้า 2. การจัดเก็บสินค้า 3. กระจายสินค้าตามคลังสินค้า [4]

จากการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า พบปัญหาหลักคือคลังสินค้าไม่ได้รับการปรับปรุงการวางผังมาเป็นระยะเวลานาน ส่งผลให้พื้นที่ในการจัดเก็บไม่เพียงพอต่อวางสินค้าที่เข้ามาไว้ด้านนอกคลังสินค้าและมีการวางกล่องสินค้าที่ปะปนกัน รวมถึงไม่มีการระบุตำแหน่งในพื้นที่การจัดเก็บที่ชัดเจนส่งผลต่อการทำงานของพนักงานต้องใช้ระยะเวลาในการจัดเก็บสินค้าเป็นเวลานานในบางครั้ง และมีการจัดสรรบุคลากรไม่เหมาะสมกับหน้าที่ทำ มีการทำงานที่ซับซ้อนมากเกินไป

ดังนั้นจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการออกแบบแผนผังคลังสินค้าใหม่ และนำเสนอแนวทางการปรับปรุงกระบวนการในการวางผังคลังสินค้า (Warehouse) โดยใช้ทฤษฎีวางแผนผังระบบ (Systematic Layout Planning : SLP) ซึ่งจะมุ่งเน้นที่ระดับความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมว่าควรมีการวางใกล้กันหรือไม่ ซึ่งนำมาวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการได้ทันต่อเวลา และ

ใช้พื้นที่ในคลังให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยแผนภูมิความสัมพันธ์ (Relationship Chart) ซึ่งมุ่งเน้นที่ระดับของความสัมพันธ์ระหว่างแผนก พื้นที่ หรือกิจกรรมต่างๆ ว่าควรอยู่ใกล้กันหรือไม่ วัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการกำหนด วางตำแหน่งของพื้นที่ ลดระยะทางในการเคลื่อนย้าย จัดวางให้มีพื้นที่ให้มีประโยชน์อย่างเต็มที่ และสร้างความปลอดภัยให้กับพนักงาน และยังนำแนวความคิด Lean ความสูญเปล่า 5 ประการ เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ลดความสูญเปล่าในกระบวนการทำงานที่ไม่ก่อประโยชน์ ซึ่งแนวคิดของสินค้า เป็นแนวคิดที่ลดความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการ การบริหารงานแบบลีนไม่ใช่การเพิ่มงาน แต่เป็นแนวทางที่จะขจัดความสิ้นเปลืองและสูญเปล่า (Wastes) ของทุกกิจกรรม และกระบวนการดำเนินงานที่ไม่ได้ก่อให้เกิดมูลค่า โดยการทำให้ต้นทุนต่ำลง และจัดเรียงทุกๆ กิจกรรมที่สร้างคุณค่า (Value) ให้กับผลิตภัณฑ์ [4]ให้มีประสิทธิภาพด้วยต้นทุนที่น้อยที่สุด เพื่อสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าโดยการใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทั้งภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัญหาการวางผังและพื้นที่กิจกรรมต่างๆ ในคลังสินค้าของบริษัทตัวอย่าง

2.2 เพื่อศึกษากระบวนการจัดพื้นที่ตำแหน่งการวางสินค้าภายในคลัง

2.3 เพื่อหาแนวทางลดระยะทางในการค้นหาสินค้า และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่อย่างเป็นระบบ

### 3. ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต แบบสนทนากลุ่ม

3.2 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า

3.4 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการไหลของความสัมพันธ์แต่ละกิจกรรม โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการวางแผนโรงงานอย่างเป็นระบบ (Systematic Layout Planning: SLP) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าและการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3.5 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวความคิด Lean มาลดความสูญเปล่า 5 ประการที่เกิดในกระบวนการต่างๆ ของคลังสินค้า

### 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของกิจกรรมภายในคลังสินค้า จากแผนภูมิความสัมพันธ์ของพื้นที่(Relationship Chart)

5.2. ลดระยะทางในการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างพื้นที่กิจกรรมในคลังสินค้า

5.3. ทราบถึงปัญหาและแนวทางแก้ไข โดย SLP และ ความสูญเปล่า 5 ประการ เข้ามาปรับใช้ในกระบวนการภายในคลังสินค้าคงคลัง เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

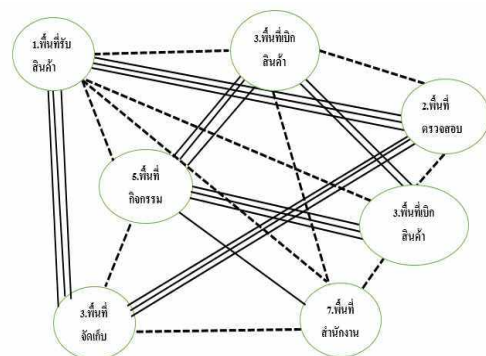
5.4. สามารถลดกระบวนการในการทำงานที่มีความซับซ้อน เนื่องจากการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานตามหลักแนวความคิด Lean

### 6. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสถานประกอบการ

3.2 ศึกษาปัญหาและสภาพปัจจุบันของบริษัทกรณีศึกษา

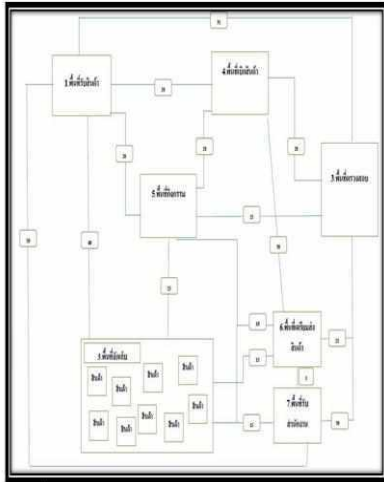
3.3 ศึกษาการไหลความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่กิจกรรม



ภาพที่ 1 การไหลความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่กิจกรรม

3.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่กิจกรรมคลังสินค้าเดิมและการใช้พื้นที่

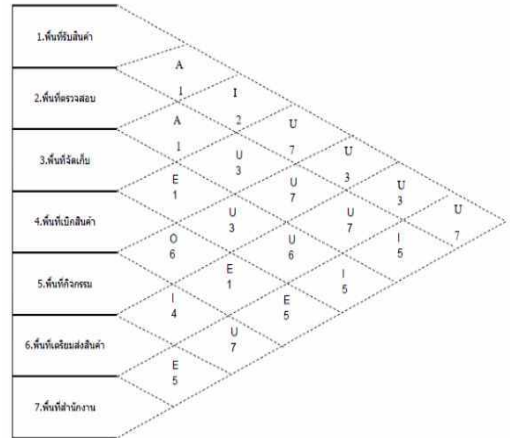




ภาพที่ 2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่กิจกรรม ผังคลังสินค้าเดิมและการใช้พื้นที่

3.5 แสดงผลระดับ ของความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรม

แสดงความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆ ภายในคลังสินค้าตัวอย่างแห่งหนึ่งจากแผนภาพจะพบว่าที่คลังสินค้าตัวอย่างมีกิจกรรมทั้งหมด 7 กิจกรรม ซึ่งต้องการวางแผนว่าจะวางกิจกรรมต่างๆ ไว้ในส่วนใดของคลังสินค้า ด้วยหลักการของ SLP ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละกิจกรรมว่าควรมีความใกล้ชิดกันมากน้อยเพียงใด แสดงดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผังแสดงการกำหนดความสัมพันธ์กิจกรรมคลังสินค้า

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรมจากแผนภูมิความสัมพันธ์ของพื้นที่ ดังตารางที่ 1

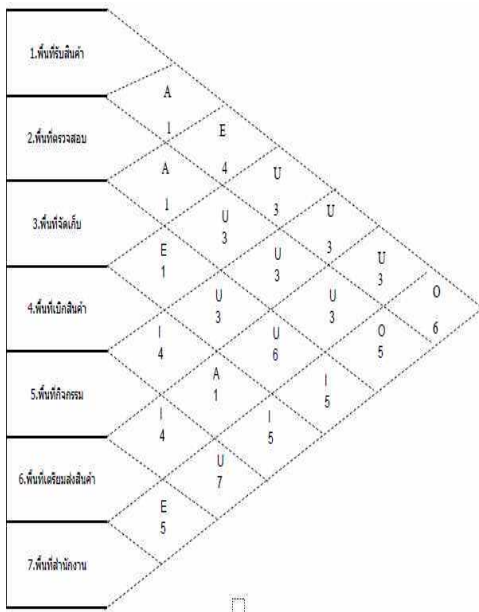
ตารางที่ 1 แสดงผลระดับของความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรม (ก่อนการปรับปรุง)

ตารางความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรม				
A	E	I	O	U
1-2	3-4	1-3	4-5	1-4
2-3	4-6	2-7		1-5
	4-7	3-7		1-6
	6-7	5-6		1-7
				2-4
				2-5
				2-6
				3-5
				3-6
				5-7

## 7. ผลการวิจัย

### 7.1 ผลการแก้ปัญหาโดยทฤษฎีหลักการ SLP จากการศึกษาข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ โดยการเขียนพื้นที่กิจกรรมทั้งหมดในคลัง ตั้งแต่การรับสินค้า, ตรวจสอบสินค้า, จัดเก็บสินค้า, เบิกสินค้า, พื้นที่กิจกรรม, พื้นที่เตรียมส่งสินค้า, พื้นที่สำนักงานทั้ง 7 กิจกรรม จะเห็นได้ว่าแผนผังคลังสินค้าเดิม ยังไม่มีการระบุพื้นที่เก็บอุปกรณ์ขนถ่าย, พื้นที่เก็บอุปกรณ์แพ็ค และพื้นที่จอตกรอไฟร์คลิฟอย่างชัดเจน ทางผู้วิจัยจึงกำหนดความสัมพันธ์เชิงคุณภาพ และเหตุผลระหว่างกิจกรรม กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมโดยโครงตาข่ายมูเทอร์ แสดงได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แผนภูมิความสัมพันธ์ของพื้นที่ (หลังปรับปรุง)

เมื่อวางแผนผังตามกระบวนการ ที่กำหนด โดยโครงตาข่ายมูเทอร์ ก็จะได้ผลระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละคู่กิจกรรมว่ามีความสัมพันธ์กันระดับใด ซึ่งสามารถแสดงคู่กิจกรรมที่สัมพันธ์และจำเป็นต้องอยู่ใกล้กัน ตามเหตุผลที่กำหนดไว้ ได้ดังรูป 4.1 แผนภาพความสัมพันธ์ของพื้นที่กิจกรรม (Activity Relationship Chart) สามารถนำมากำหนดแนวทางในการแก้ปัญหาด้านการจัดวางสิ่งของอย่างไม่เป็นระเบียบ โดยการกำหนดพื้นที่การทำงาน พื้นที่สำหรับวางสิ่งของต่างๆ และเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดของพื้นที่กิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการจัดการคลังสินค้า

ตารางที่ 2 แสดงผลระดับ ของความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรม (หลังการปรับปรุง)

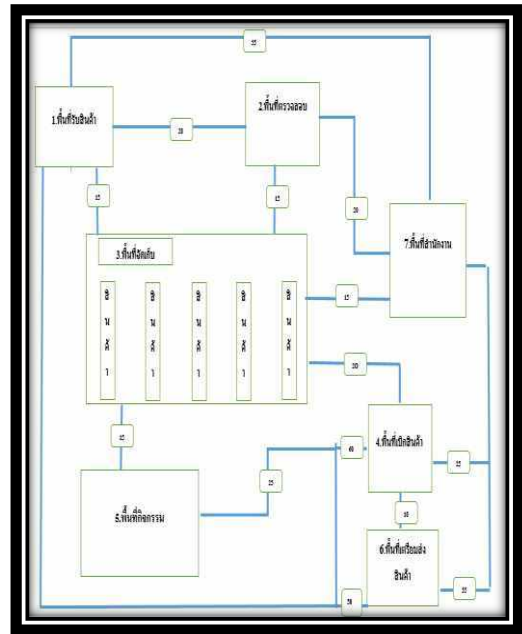
ตารางความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรม				
A	E	I	O	U
1-2	1-3	3-7	1-7	1-4
2-3	3-4	4-5	2-7	1-5
4-6	6-7	4-7		1-6
		5-6		2-4
				2-5
				2-6
				3-5
				3-6
				5-7

หลังจากที่ตารางแสดงผลระดับความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรม โดยการกำหนดสัญลักษณ์ของเหตุผลที่สัมพันธ์กันแล้ว จะสร้างแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของคู่กิจกรรมจาก

ระดับมากไปหาน้อย ความสัมพันธ์ที่สำคัญมากที่สุดจะใช้ A เป็นสัญลักษณ์หรือใช้เส้นที่มีความยาว (3 เส้น) ความสัมพันธ์ที่สำคัญมากจะใช้ E เป็นสัญลักษณ์หรือใช้เส้นที่มีความยาว (2 เส้น) ส่วนความสัมพันธ์ที่สำคัญจะใช้ I เป็นสัญลักษณ์หรือใช้เส้นที่มีความยาว (1 เส้น) ส่วนความสัมพันธ์ที่สำคัญปานกลางจะใช้ O เป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีสัญลักษณ์ และสุดท้ายไม่มีความสัมพันธ์กันจะใช้ U เป็นสัญลักษณ์หรือใช้ (เส้นปะ) ซึ่งจะได้แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ (Relationship diagram)

จากแผนภาพความสัมพันธ์ทราบถึงกรรมที่ควรอยู่ใกล้ชิดกันและกิจกรรมที่ควรอยู่ห่างกัน จากแผนภาพสามารถกล่าวได้ว่ากิจกรรมที่ควรอยู่ใกล้กันคือ

1. กิจกรรมพื้นที่รับเข้ากับกิจกรรมพื้นที่พักสินค้า และกิจกรรมพื้นที่การจัดเก็บควรอยู่ใกล้กันมากที่สุดเหตุผลเพื่อการไหลของสินค้า
2. กิจกรรมที่ควรอยู่ใกล้กันในระดับน้อยที่สุดคือกิจกรรมพื้นที่ตรวจสอบและกิจกรรมพื้นที่การจ่ายสินค้าเหตุผลไม่จำเป็นต้องอยู่ใกล้กันจากการปรับปรุงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละพื้นที่กิจกรรมสามารถระยะทางและเวลาได้ตั้งรูปตัวอย่างแผนภูมิการไหลของสินค้าจากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของแต่ละพื้นที่กิจกรรมในคลังสินค้า โดยใช้แผนภาพความสัมพันธ์และสามารถปรับปรุงแผนผังอาคารได้ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แผนผังคลังสินค้า (หลังปรับปรุง)

ในส่วนการทำงานของทฤษฎี SLP ได้มีการจัดการปัญหาในด้านเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดเก็บคลังสินค้าให้ได้มากยิ่งขึ้นได้ทำการปรับปรุงพื้นที่และสินค้าโดยการจำแนกหมวดหมู่สินค้าทำให้มีพื้นที่เพิ่มมากขึ้นและเกิดการไหลเวียนของการทำงานในด้านการหยิบสินค้าหรือจัดเก็บสินค้าที่มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้นกว่าเดิมทำให้คุณภาพชีวิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยกำหนดตำแหน่งของคนเครื่องจักรวัตถุดิบและสิ่งสนับสนุนการผลิตอันเป็นปัจจัยสำคัญของระบบการผลิตให้เหมาะสมทำให้เกิดเวลาสูญเปล่าในการผลิตที่น้อยกว่าและใช้เวลาการผลิตให้สั้นที่สุดส่งผลให้เกิดประโยชน์ในด้านการผลิตที่ต่ำลงประหยัดค่าใช้จ่ายพื้นที่หลังปรับปรุง ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขต  
สมุทรปราการ (หลังปรับปรุง)

**ผลแสดงตารางการเปรียบเทียบระยะทางในการ  
เคลื่อนย้ายระหว่างกิจกรรมก่อนปรับปรุงและหลัง  
ปรับปรุง**

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบระยะทางในการเคลื่อนย้าย  
ระหว่างกิจกรรมก่อนและหลังปรับปรุง

พื้นที่ต้นทาง	พื้นที่ปลายทาง	ก่อนปรับปรุง		ลดลง (เมตร)
		ระยะทาง (เมตร)	ระยะทาง (เมตร)	
พื้นที่รับสินค้า	พื้นที่ตรวจสอบ	35	20	15
พื้นที่ตรวจสอบ	พื้นที่คลังสินค้า	45	15	30
พื้นที่คลังสินค้า	พื้นที่เบิกสินค้า	45	20	25
พื้นที่เบิกสินค้า	พื้นที่กิจกรรม	20	15	5
พื้นที่กิจกรรม	พื้นที่เตรียมส่งสินค้า	20	20	0
	รวม	165	90	78

สรุปผลที่ได้รับหลังการมีการปรับปรุง  
พื้นที่และการจับคู่กิจกรรมออกแบบการปรับปรุง  
พื้นที่การจัดเก็บสินค้าจะเห็นได้ว่าภาพรวม  
ระยะทางจะลดลงจากการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยัง

พื้นที่รับเข้าและเคลื่อนย้ายไปยังพื้นที่ตรวจสอบ  
ระยะทางการเคลื่อนย้ายหลังจากนั้นพื้นที่ตรวจสอบ  
ไปพื้นที่คลังสินค้าระยะทางหลังการปรับปรุง  
เพิ่มขึ้น 15 เมตรคิดเป็นร้อยละ 55 เพื่อระยะทางการ  
เคลื่อนย้ายจากพื้นที่คลังสินค้าไปยังพื้นที่เบิกสินค้า  
นั้นจะได้มีการเคลื่อนย้ายที่ใกล้ขึ้นใช้ระยะทาง  
น้อยลงสามารถลดระยะทางลงได้ 25 เมตรคิดเป็น  
ร้อยละ 65 สามารถเคลื่อนย้ายจากพื้นที่เบิกสินค้าไป  
ยังพื้นที่กิจกรรมระยะทางลดลงถึง 5 เมตรคิดเป็น  
ร้อยละ 80 ระยะทางในการเคลื่อนย้ายลดลงทั้งหมด  
90 เมตรคิดเป็นการปรับปรุงลดลง 78 เมตรคิดเป็น  
ร้อยละ 89

**การลดความสูญเปล่า 5 ประการ ที่เกิดขึ้นภายใน  
คลังสินค้า**

ความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นในกระบวนการ  
ทำงานภายในคลังสินค้ามีขั้นตอนในการทำงานที่  
ซับซ้อนส่งผลให้เกิดการล่าช้าต่อการทำงานหรือมี  
การใช้รอบเวลาในการปฏิบัติงานที่นานเกินไปอาจ  
ทำให้ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน  
เพิ่มมากขึ้นงานวิจัยนี้จึงได้นำหลักการจาก  
แนวความคิดสั้นเข้ามาประยุกต์ใช้ในการบวนการ  
จัดเก็บภายในคลังสินค้าโดยนำความสูญเปล่า  
ประการนำข้อมูลของปัญหาที่เราได้ศึกษามา  
วิเคราะห์เพื่อหาความสูญเปล่าที่เกิดขึ้นภายใน  
คลังสินค้าทำให้ทราบว่าประเภทของความสูญ  
เปล่าที่เกิดขึ้นในตารางที่ 4.

ซึ่งมารายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) LEAN I ความสูญเสียนื่องจากการเก็บวัสดุ  
คงคลัง (INVENTORY)
- (2) LEAN W ความสูญเสียนื่องจากการรอคอยงาน  
(WAITING LOST)

(3) LEAN E ความสูญเสียจากการมีกระบวนการมากเกินไป (EXTRA PROCESSING)

(4) LEAN N ความสูญเสียเนื่องจากไม่มีการใช้ความคิดจากทีมงาน (NONE USE IDEA FROM TEAM LOST)

(5) LEAN M ความสูญเสียจากการเคลื่อน (MOTION LOST)

ผลการลดความสูญเสียเปล่า 5 ประการ

แสดงได้ดังนี้

ประเภทของความสูญเสียเปล่า	ปัญหาภายในคลังสินค้า	วิธีแก้ไข
<u>LEAN I ความสูญเสียเนื่องจากการเก็บวัสดุคงคลัง (INVENTORY)</u>	มีการใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากเกินไปจนเกิดความจำเป็นต้นทุนจมทำให้วัสดุตกค้างมีของเสียในปริมาณมากโดยไม่มีกำหนดว่าจะได้ใช้งานเมื่อไหร่	มีการปรับปรุงโดยกำหนดปริมาณการจัดเก็บหรือพื้นที่การจัดเก็บที่ชัดเจน และจัดทำแผนการจัดซื้อที่สอดคล้องกับการผลิต รวมถึงการใช้ระบบ Firs in First out เพื่อลดปริมาณวัสดุตกค้างเป็นเวลานาน

<u>Lean W ความสูญเสียจากการรอคอยงาน (Waiting lost)</u>	เกิดการหยุดทำงานของเครื่องจักรหรือพนักงานส่งผลให้เกิดการทำงานที่ไม่เสร็จทันเวลา มีการเสียต้นทุนที่สูญเสียเปล่าของแรงงานที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม	มีจัดสรรปริมาณแรงงานให้มีความสมดุลในกระบวนการทำงาน มีแรงงานเพียงพอที่จะทดแทนหากเกิดการหยุดการทำงานของแรงงานบางส่วนและรวมถึงการฝึกทักษะการทำงานให้กับพนักงานเพื่อรองรับการทำงานทดแทน
<u>Lean E ความสูญเสียจากการมีกระบวนการมากเกินไป (Extra Processing)</u>	ขั้นตอนไร้ค่าคืองานที่มีขั้นตอนมากเกินไปเกินความจำเป็นหรือคุณภาพเกินกว่าความต้องการของลูกค้า	ลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าขึ้นภายในบริษัท ลดขั้นตอนต่างๆ ที่ไม่มีการปรับปรุงหรือขั้นตอน

		ที่ใช้ว่างมากเกินไป เช่น การประชุมที่ต้องมีการประชุมทุก
--	--	---

		วัน อาจจะลดเหลือแค่ 2-3 ต่อสัปดาห์
--	--	------------------------------------

<b>Lean N</b> ความสูญเสียเนื่องจากไม่มีการใช้ความคิดจากทีมงาน (None use idea from team Lost)	ไม่สามารถใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถได้เต็มประสิทธิภาพ ความสูญเสียจากการไม่รับฟังความเห็นและข้อเสนอของคนในองค์กร มักเกิดจากการขาดความใส่ใจในการคัดเลือกคนงาน ใช้คนไม่ถูกกับงานและหน้าที่ หรือละเลยในเรื่องการฝึกอบรมพัฒนาแรงงาน รวมไปถึงการที่พนักงานเข้า	มีการจัดอบรมในแผนกต่างๆ ให้พนักงานมีความรู้ในการทำงานมากขึ้น และมีการรับฟังปัญหาต่างๆ หรือคำแนะนำที่พนักงานต้องการเสนอแนะโดยมีการจัดทำกล่องเสนอความคิดเห็นในการทำงานให้กับพนักงานเพื่อจะได้แก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นภายในบริษัท
--	--	--

	และออกถี่เกินไป	
<b>Lean M</b> ความสูญเสียจากการเคลื่อนไหวมากเกินไป (Motion lost)	พนักงานมีการเคลื่อนไหวมากเกินไป เนื่องจากอาจจะมีการวางวัสดุอยู่ห่างกันทำให้ต้องเดินไกลหรือเอื้อมหิ้วของที่อยู่ไกล รวมถึงการก้มตัวของพนักงานเป็นต้น อาจจะส่งผลให้เกิดความเหนื่อยล้าหรือบาดเจ็บต่อร่างกาย	มีการปรับปรุงโดยการจัดวางสิ่งต่างๆ ให้อยู่ใกล้กัน รวมทั้งการจัดวางผังภายในโรงงานให้เหมาะสมกับกระบวนการทำงาน

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

[1] เฉลิมศักดิ์ ถาวรวัตต์และคณะ. “การปรับปรุงผังโรงงาน” ห้างหุ้นส่วนจำกัดกรีนเคลี่, คณะวิศวกรรมศาสตร์, 2560.

[2] โศภนา จิระชุตีโรจน์. “การวิเคราะห์และการปรับปรุงผังโรงงานผลิตรถจักรยานสองล้อ” วิทยานิพนธ์วิศวกรรมบัณฑิต, วิศวกรรมอุตสาหกรรม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.

[3] ภัทรวิทย์ ศรีเมืองและคณะ. “การประยุกต์ใช้การออกแบบผังโรงงานอย่างมีระบบเพื่อปรับปรุงผังโรงงานเครื่องแกง”, สาขาเทคโนโลยีวิศวกรรมอุตสาหกรรมและโลจิสติกส์, คณะวิศวกรรมและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2561.

[4] พรเทพ แก้วเชื้อและคณะ. “การปรับปรุงผังโรงงานกรณีศึกษา บริษัท Z จำกัด”, ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, 2560.

การเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณตู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ของ  
บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

A Comparison of a Forecasting Model for CBL Type Fiberglass Quantity of a Private Company  
in Bangkok

นริศรา สุริยะ<sup>1</sup>, ณัฐวดี ยี่มละมัย<sup>2</sup>, ชัยนันท์ บัวลอย<sup>3</sup>, ดร.อัศวิน เสนิษฐ์<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

<sup>4</sup> สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณตู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งโดยเก็บข้อมูล ช่วงตั้งแต่ 1 มกราคม 2559 ถึง 31 ธันวาคม 2563 (รวมระยะเวลา 5 ปี) วิธีที่ใช้ในการพยากรณ์มี 3 วิธี ได้แก่ วิธีการพยากรณ์โดยวิธีแยกส่วนประกอบ (Decomposition Method) การพยากรณ์โดยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพเนนเชียล อย่างง่าย (Single Exponential Smoothing Method) และการพยากรณ์โดยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพเนนเชียล แบบดับเบิ้ล (Double Exponential Smoothing Method) เกณฑ์ในการวัดความถูกต้องของตัวแบบ ได้แก่ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Percent Error; MAPE) และ ค่าเบี่ยงเบน สมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Deviation; MAD)

ผลการวิจัย พบว่า วิธีการพยากรณ์ที่มีความเหมาะสมที่สุดได้แก่ วิธี Decomposition Method แบบ Multiplicative Model โดยมีสมการพยากรณ์ คือ  $Y_t = 19.71 + 0.582 \cdot t$  โดยให้ค่า MAPE เท่ากับ 43.784 และ ค่า MAD เท่ากับ 15.673 และ ค่าพยากรณ์ปริมาณตู้ขนส่ง

สินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในปี 2564 ส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มการผลิตลดลง โดยเดือนที่มีแนวโน้มการผลิตเพิ่มขึ้น คือ เดือนกันยายน และเดือน พฤศจิกายน โดยคิดเป็น 14.37% และ 16.09%

คำสำคัญ : ตัวแบบการพยากรณ์ , ปริมาณตู้ขนส่งสินค้า

#### Abstract

The Objective of this research was to compare a model of a CBL type of fiberglass container volume forecast by a private company by collecting data from January 1, 2016 to December 31, 2020 (5 years in total). There are 3 methods: forecasting by separating components. (Decomposition Method) Forecasting by Single Exponential Smoothing Method and Forecasting by Double Exponential Smoothing Method. The correctness of the model was the percentage of mean absolute deviation (Mean Absolute Percent Error; MAPE) and Mean Absolute Deviation (MAD).



The results showed that the most suitable forecasting method was Decomposition Method, Multiplicative Model, with the forecasting equation  $Y_t = 19.71 + 0.582 * t$  with MAPE value of 43.784 and MAD of 15.673 and container volume forecasting. Fiberglass products category CBL in 2021 will tend to decline in production. The months that are likely to increase production are September and November, accounting for 14.37% and 16.09%.

Keyword : Forecasting Model , Fiberglass Quantity

## 1. บทนำ

หลายทศวรรษที่ผ่านมาปัจจัยที่ขับเคลื่อนโลกาภิวัตน์ อาทิ การเปิดเสรีทางการค้า การลดข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบทางการค้าและการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ทำให้การค้าระหว่างประเทศเติบโตขึ้น ส่งผลให้องค์กรธุรกิจสามารถขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จากการเชื่อมโยงเป็นตลาดไร้พรมแดนและการเชื่อมโยงในการผลิต ในปี ค.ศ. 2018 องค์การการค้าโลกคาดการณ์ว่าการค้าระหว่างประเทศในตลาดโลกมีการเติบโตประมาณร้อยละ 4.40 การเติบโตที่เพิ่มขึ้นของการค้าระหว่างประเทศสืบเนื่องมาจากการที่องค์กรธุรกิจสามารถเลือกดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในแหล่งผลิตที่สามารถผลิตได้ต้นทุนต่ำและส่งสินค้าไปสู่ตลาดต่างๆ [1] ทั่วโลก ทำให้การจัดการห่วงโซ่อุปทานโลก โดยเฉพาะการจัดการโลจิสติกส์มีความสำคัญมากขึ้น

องค์กรธุรกิจในปัจจุบันต่างเผชิญแรงกดดันด้านราคาและต้นทุน ทำให้ต้องเพิ่มผลิตภัณ์และประสิทธิภาพในการผลิต และต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง แรงกดดันด้านราคาและต้นทุนทำให้กิจกรรมโลจิสติกส์ในองค์กรมีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีการขนส่งและระบบคอมพิวเตอร์

ใหม่ๆ ทำให้ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าขององค์กรธุรกิจน้อยลง และสามารถเชื่อมโยงตลาดในแต่ละภูมิภาคได้มากขึ้น ส่งผลให้องค์กรธุรกิจสามารถบริหารคลังสินค้าและการจัดการตารางส่งสินค้าที่สามารถลดต้นทุนและตอบสนองความต้องการของลูกค้าของธุรกิจได้ดีขึ้น ทั้งนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายราย มีความสนใจซื้อรถตู้บรรทุก เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ขายไปยังผู้บริโภค กระตุ้นยอดขายและบริการด้านการขนส่งสินค้าให้กับธุรกิจของตน ทำให้อุตสาหกรรมผู้ผลิตผู้รถบรรทุกสินค้า ได้รับความนิยมนมากขึ้นด้วยเช่นกัน จึงเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Demand) [2]

บริษัท ผลิตผู้รถบรรทุกสินค้าไฟเบอร์กลาส แห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2512 ผลิตรถตู้บรรทุกไฟเบอร์กลาส มียอดขายสูงสุดในประเทศไทย โดยมีตัวแทนจำหน่าย ศูนย์อู่ไหล่และบริการกว่า 750 แห่งทั่วประเทศ และมีตัวแทนจำหน่ายกว่า 150 ประเทศทั่วโลก เป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตหลังการรถบรรทุก และ รถตู้บรรทุก จากกรณีการศึกษาข้อมูล บริษัท ผลิตผู้รถบรรทุกสินค้าไฟเบอร์กลาส แห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ถึงแม้บริษัทจะเปิดมานาน แต่บริษัทต้องผลิตผู้รถบรรทุกสินค้าไฟเบอร์กลาส ให้พร้อมเพื่อรอจำหน่ายแก่ลูกค้าแต่เนื่องจากต้นทุนของผู้สินค้าไฟเบอร์มีราคาสูง และหากผลิตเก็บไว้ในคลังมากจนเกินไปจะทำให้ผู้เสื่อมสภาพเร็วกว่าเวลาอันควร[3]

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้างตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า (Demand) ในอนาคตที่ควรจะเป็นไปได้ และปริมาณการผลิตผู้รถบรรทุกสินค้าคงคลัง เพื่อไม่ให้ผู้รถบรรทุกสินค้าไฟเบอร์กลาสขาดสต็อกหรือมากเกินไปจนผู้รถบรรทุกเสื่อมสภาพ

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสร้างตัวแบบการพยากรณ์ทั้ง 3 วิธี ได้แก่ วิธีแยกส่วนประกอบ (Decomposition Method) , วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพเนนเชียล อย่างง่าย (Single Exponential Smoothing Method) และ วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพเนนเชียล แบบดับเบิ้ล (Double Exponential Smoothing Method)

2.2 เพื่อเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสม โดยใช้เกณฑ์ในการวัดความถูกต้องของตัวแบบ ได้แก่ ค่า

เปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Percent Error; MAPE) และ ค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Deviation; MAD)

2.3 เพื่อพยากรณ์แนวโน้มปริมาณผู้สินค้าในปี พ.ศ. 2564

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

3.1.1 บริษัท ผลิตตู้บรรจุทุกสินค้าไฟเบอร์กลาส แห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.2.1 การศึกษาเรื่อง การสร้างตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3.2.2 ขอบเขตการศึกษา การสร้างตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในอนาคตที่ควรจะเป็นไปได้ ได้ศึกษาปริมาณยอดขายย้อนหลัง เป็นรายเดือน

3.3 ขอบเขตด้านเวลา

3.3.1 ระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล 1 มกราคม 2559 ถึง 31 ธันวาคม 2563 (รวมระยะเวลา 5 ปี)

## 4. ประโยชน์ของการวิจัย

4.1 ทราบถึงความต้องการผู้บรรจุทุกสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ของลูกค้าได้ ในแต่ละเดือน ไตรมาส หรือปีตามความต้องการ

4.2 สามารถแก้ไขปัญหาในการผลิตตู้บรรจุทุกสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ให้ตรงตามเป้าหมายได้

4.3 สามารถวางแผนการผลิต ในด้านของอุปกรณ์ หรือ การจัดการการทำงานภายในองค์กรได้

4.4 สามารถนำข้อมูลมาพัฒนาปริมาณการผลิตตู้บรรจุทุกสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในอนาคต

## 5. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

### 5.1 การพยากรณ์โดยวิธีแยกส่วนประกอบ

#### (Decomposition Method)

เป็นวิธีการพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาในระยะปานกลาง โดยการแยกส่วนประกอบข้อมูลอนุกรมเวลา อดีต เป็น 4 ส่วน สี่แยกเป็นแนวโน้ม (T) ความผันแปรตามวัฏจักร (C) ความผันแปรตามฤดูกาล (S) ความผันแปรที่ไม่แน่นอน (I) เพื่อพิจารณาว่าส่วนประกอบใด มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลบ้าง แล้วคำนวณหา อิทธิพลของแต่ละส่วนประกอบ แล้วนำค่าความผันแปร ของแต่ละส่วนไปพยากรณ์ค่าของข้อมูลในอนาคต โดยถือ ว่าปัจจัยหรือสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลอนุกรมเวลา ในอนาคต เหมือนกับในอดีต ที่นี้จะให้ตัวแปรหรือข้อมูล อนุกรมเวลาเป็นรูปแบบการคูณดังนี้ [4]

$$Y_t = T_t S_t I_t ; t = 1, 2, \dots$$

### 5.2 การพยากรณ์โดยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพเนนเชียลอย่างง่าย (Single Exponential Smoothing Method)

เป็นวิธีที่ใช้หลักการของการหาค่าเฉลี่ยวิธีหนึ่ง โดย ให้น้ำหนักความสำคัญกับข้อมูลใหม่มา ค่า

พยากรณ์จะ ตอบสนองกับข้อมูลใหม่เป็นหลัก เหมาะกับข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงและคาดเดาได้ยาก ในการนี้จะกำหนดน้ำหนัก ข้อมูลล่าสุดเป็น  $\alpha$  โดยให้ค่า  $\alpha$  อยู่ระหว่าง 0-1 ถ้าค่า  $\alpha = 1$  แสดงว่าให้น้ำหนักกับข้อมูลล่าสุดมาก ค่าพยากรณ์ ในช่วงเวลาถัดไปจะเท่ากับข้อมูลจริงในช่วงเวลาล่าสุด แต่ ถ้า  $\alpha$  มีค่าน้อยก็จะหมายความว่ายึดข้อมูลพยากรณ์ในอดีตเป็นหลักโดยไม่คำนึงถึงข้อมูลปัจจุบัน[4] การหาค่า พยากรณ์คำนวณได้จากสมการ

$$F_{t+1} = aA_t + (1 - s)F_t$$

เมื่อ  $F_{t+1}$  = ค่าพยากรณ์ในช่วงเวลาถัดไป  
 $F_t$  = ค่าพยากรณ์ของช่วงเวลาปัจจุบัน  
 $A_t$  = ความต้องการที่เกิดขึ้นจริงในหน่วยเวลา t  
 $a$  = ค่าถ่วงน้ำหนักปรับเรียบ

### 5.3 การพยากรณ์โดยวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โพเนนเชียล แบบดับเบิล (Double Exponential Smoothing Method)

การพยากรณ์วิธีนี้มีอีกชื่อหนึ่งคือ วิธี Holt's Linear Method (เรียกสั้นๆว่า "Holt") เป็นวิธีที่ใช้หลักการของเอ็กซ์โพเนนเชียล มาใช้ซึ่ง คล้ายกับวิธี single exponential smoothing แต่วิธี single exponential smoothing เหมาะกับข้อมูลที่มีความไม่แน่นอนเพียงอย่างเดียว (ไม่มีแนวโน้มและฤดูกาล) จึงมี ค่าคงที่สำหรับปรับเรียบเพียง 1 ค่า คือ  $\alpha$  แต่วิธีของ Holt มีค่าคงที่สำหรับปรับระดับ 2 ค่า คือ  $\alpha$  และ  $\gamma$  (Bunchongsilp, 2007) โดยที่  $\alpha$  (alpha) = ค่าคงที่ที่ทำให้เรียบระหว่างข้อมูลกับ ค่าพยากรณ์ มีค่าระหว่าง 0-1 ถ้า  $\alpha$  มีค่าใกล้ 1 แสดงว่า ให้ความสำคัญกับข้อมูลล่าสุดมากกว่าข้อมูลอื่นๆ  $\gamma$  (gamma) = ค่าคงที่ที่ทำให้เรียบระหว่าง แนวโน้มจริงกับค่าประมาณแนวโน้ม มีค่าระหว่าง 0-1 ถ้า  $\gamma$  มีค่าใกล้ 1 แสดงว่า ให้ความสำคัญกับข้อมูลล่าสุด มากกว่าข้อมูลอื่นๆ[5] สมการที่ใช้ในการพยากรณ์คือ

$$F_{t+m} = L_{t+m} + b_t m$$

เมื่อ  $b_t$  = ความชัน (slope)ข้อมูล  
 $m$  = จำนวนช่วงเวลาที่ต้องการพยากรณ์ไปข้างหน้า เช่น  $m = 5$  หมายถึงต้องการพยากรณ์ข้อมูลที่จะเกิดขึ้น 5 เดือนข้างหน้า โดยที่

$$L_t = aY_t + (1 - a)(L_{t-1} + b_{t-1})$$

$$b_t = \gamma(L_t - L_{t-1}) + (1 - \gamma)b_{t-1}$$

### 5.4 การวัดความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ (Forecasting Error)

#### 5.4.1 ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน

สมบูรณ์ (Mean Absolute Deviation: MAD) Mean Absolute Deviation (MAD) เป็นค่าวัดความถูกต้องของการพยากรณ์ที่วัดจากขนาดของค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์โดยไม่คำนึงถึงทิศทางของความคลาดเคลื่อน ที่แทนด้วยค่าสัมบูรณ์ของค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ ค่า MAD มีหน่วยวัดหน่วยเดียว[6]

$$MAD = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n |A_t - F_t|$$

#### 5.4.2 ค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อน

สมบูรณ์ (Mean Absolute Percent Error: MAPE) Mean Absolute Percent Error (MAPE) ร้อยละ ของ ค่าคลาดเคลื่อนเฉลี่ยสัมบูรณ์เป็นค่าวัดความถูกต้องของการพยากรณ์ที่วัดจากขนาดของความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์เทียบกับค่าจริง ค่าวัดความถูกต้องนี้เป็นค่าที่ไม่มีหน่วยจึงเหมาะที่จะใช้ในการเปรียบเทียบอนุกรมเวลาหลายชุดที่อาจจะมีหน่วยของการวัดต่างกันเมื่อใช้วิธีการพยากรณ์เดียวกัน[6]

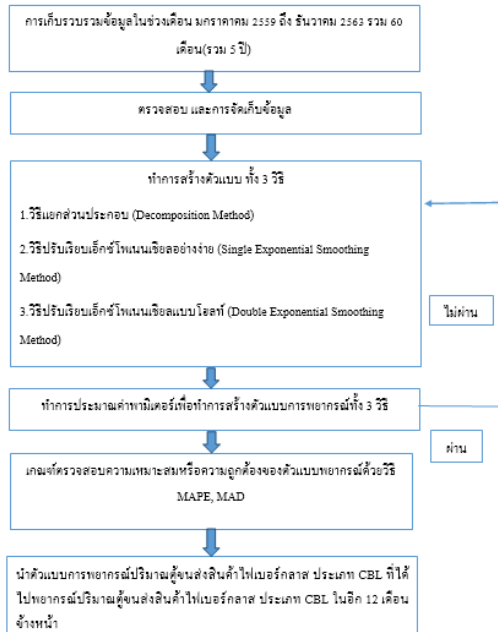
$$MAPE = \frac{100}{n} \sum_{t=1}^n \frac{|A_t - F_t|}{A_t}$$

โดยที่ค่า MAD และ MAPE ยิ่งน้อยก็ยิ่งแสดงว่าการ

พยากรณ์มีความแม่นยำสูง

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

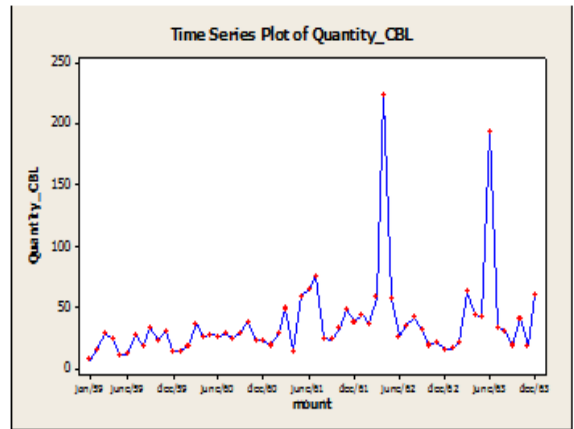
ขั้นตอนดำเนินการวิจัยการสร้างตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณปริมาณตู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาสประเภท CBL แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การดำเนินการวิจัยการสร้างตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณปริมาณตู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาสประเภท CBL

## 7. ผลการวิจัย

7.1 ผลการตรวจสอบอนุกรมเวลาว่ามีอิทธิพลของแนวโน้มและฤดูกาลหรือไม่ โดยแสดงจากกราฟ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มและฤดูกาล

จากภาพที่ 2 จะเห็นว่าข้อมูลมีแนวโน้มที่มีลักษณะเชิงเส้นตรงและมีฤดูกาล

7.2 ผลแสดงค่าความเหมาะสมของตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณตู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาสประเภท CBL ด้วยวิธีการพยากรณ์ทั้ง 3 วิธี คัดผลสรุป ดังตารางที่ 1

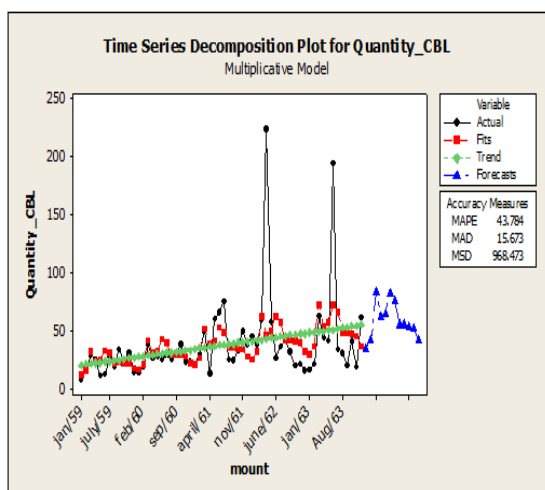
ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความเหมาะสมของตัวแบบการพยากรณ์

วิธีการพยากรณ์	MAPE	MAD
Decomposition Method แบบ Multiplicative Model	43.784	15.673
Single Exponential Smoothing Method ( $\alpha = 0.2$ )	53.41	19.79
Double Exponential Smoothing Method ( $\alpha = 0.2, \gamma = 0.029$ )	59.58	22.09

จากตารางที่ 1 พบว่า วิธีการพยากรณ์ที่มีความเหมาะสมที่สุดได้แก่ วิธี Decomposition Method แบบ

Multiplicative Model โดยมีสมการพยากรณ์ คือ  $Y_t = 19.71 + 0.582 * t$  โดยให้ค่า MAPE เท่ากับ 43.784 และค่า MAD เท่ากับ 15.673

7.3 ผลการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในปี 2564 แสดงได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในปี 2564

จากภาพที่ 3 พบว่าผลการพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในปี 2564 มีแนวโน้มในช่วงต้นปีในเดือน มกราคม และ กุมภาพันธ์ ลดลงแต่ไม่น้อยกว่าปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในช่วงปีที่ผ่านมา และในช่วงเดือนมีนาคม และ มิถุนายน พบว่า ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL มีปริมาณการผลิตสูงสุด และ หลังจากช่วงเดือนกรกฎาคม เป็นต้นไปพบว่า ปริมาณการผลิตผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ลดลง

7.4 ผลการเปรียบเทียบระหว่างค่าจริงกับค่าพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในปี 2564 แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบระหว่างค่าจริงกับค่าพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในปี 2564

ปี	ค่าจริงปี2563	ค่าพยากรณ์ปี2564	ผลต่าง (เพิ่ม/ลด)	เปอร์เซ็นต์
มกราคม	17	12	-5	-26.65
กุมภาพันธ์	21	16	-5	-24.93
มีนาคม	63	32	-31	-49.89
เมษายน	44	24	-20	-45.81
พฤษภาคม	42	26	-16	-38.87
มิถุนายน	194	33	-161	-83.12
กรกฎาคม	34	30	-4	-10.44
สิงหาคม	31	23	-8	-26.66
กันยายน	20	23	3	14.37
ตุลาคม	41	22	-19	-45.14
พฤศจิกายน	19	22	3	16.09
ธันวาคม	61	18	-43	-70.44

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการเปรียบเทียบระหว่างค่าจริงกับค่าพยากรณ์ปริมาณผู้ขนส่งสินค้าไฟเบอร์กลาส ประเภท CBL ในปี 2564 ส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มการผลิตลดลง โดยเดือนที่มีแนวโน้มการผลิตเพิ่มขึ้น คือ เดือนกันยายน และ เดือน พฤศจิกายน โดยคิดเป็น 14.37% และ 16.09%

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่คอยช่วยเหลือทางการวิจัยจนสำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

[1] รัตนากร จันทร์เรือง, "การพยากรณ์และการวางแผนการผลิตรวม กรณีศึกษาโรงงานผลิตคอนกรีตขนาดเล็ก", วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2549.

[2] ณรงค์เดช เดชทวิสุทธิ์, "การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเฟอ์นเจอร์ไม้ด้วยวิธี การพยากรณ์ความต้องการ", วารสาร มจร.วิชาการ, 15(30), 107-117, 2555.

[3] จุฑามาศ ศุภนคร, "การพยากรณ์อนุกรมเวลาสำหรับการวางแผนการผลิตชิ้น ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์แปรรูป", วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 21(3), 595-606, 2554.

[4] วัชรินทร์ เป็ยสกุล และธนัญญา วสุศรี, "การพยากรณ์และการวางแผนการผลิตรวม : กรณีศึกษาบริษัทผลิตกะทิสด", ใน การประชุมสัมมนาวิชาการด้าน การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 7. 321-334. วันที่ 15-16 พฤศจิกายน 2550 ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ก กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2550.

[5] David C. Heath and Peter L. Jackson, "Modeling the Evolution of DemandForecasts ITH Application to Safety Stock Analysis in Production/Distribution Systems", IIE Transactions. 26(3), 17-30, 1994.

[6] Gabriel R. Bitran, Elizabeth A. Haas and Hirofumi Matsuo, "Production Planning of Style Goods with High Setup Costs and Forecast Revisions", Operations Research. 34(2), 226 – 236. 1986.

# ผลของการใช้อีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมืองกับนักศึกษา ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3

## Effects of using e-learning theory and political ethics to 3rd year undergraduate degree

ดร.เฉลิมพล นุษุขุม<sup>1</sup> ผกากรอง ชุตติกุลวรนันท์<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ (pakakong\_bsc@hotmail.com)

### บทคัดย่อ:

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพบทเรียนอีเลิร์นนิ่ง เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนโดยใช้อีเลิร์นนิ่งกับการเรียนการสอนแบบปกติ ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่ออีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 30 คน ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ ปีการศึกษา 2563 โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บทเรียนอีเลิร์นนิ่งที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นให้ได้ตามเกณฑ์ 80/80 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบสอบถามความพึงพอใจ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ t – test ผลการวิจัยพบว่า 1) บทเรียนอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมืองมีประสิทธิภาพ 83.67 /92.33 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนโดยใช้อีเลิร์นนิ่งกับการเรียนการสอนแบบปกติไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 3) นักศึกษาพึงพอใจต่อการเรียนการสอนโดยใช้อีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ในระดับดี

**คำสำคัญ:** อีเลิร์นนิ่ง, จริยธรรม

### ABSTRACT

This research aims to develop and find effective e-learning courseware. Compare the achievement of teaching using e-learning with traditional teaching. Satisfaction of students toward e-learning, ethics, political theory, and the samples were 30 to 3rd year undergraduate degree of Bangkok Suvarnabhumi University in 2020 academic year selected by

purposive sampling. The instruments used in the research were e-learning, which had the standard criterion 80/80, an achievement test and an opinion questionnaire. Data were analyzed by Percentage, Mean, Standard Deviation and t - test. The research findings were as follows: 1) The efficiency of e-Learning for theory and political ethics was 83.67 /92.33 and higher than the set criteria requirement. 2) Achievement of students using e-learning with regular classroom was not significantly different at 0.05 significance level. 3) Student is satisfied with e-learning for theory and political ethics to a great extent.

**KEYWORDS:** e-Learning, ethics

### 1. บทนำ

วิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง เป็นวิชาหนึ่งในคณะรัฐประศาสนศาสตร์ วิชาดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายให้นักศึกษาศึกษาหาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง เนื่องจากเป็นวิชาที่มีลักษณะเป็นนามธรรม มีเนื้อหาค่อนข้างมาก จึงยากที่จะสอนให้นักศึกษาเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งกรณีที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid – 19) ไม่คลี่คลาย จะจัดการเรียนการสอนระดับ ปฐม ้วยถึงระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลาย ระดับอุดมศึกษา ด้วยระบบทางไกลผ่าน Zoom DLTV และวิดีโอทัศน์การสอน โดยครูต้นแบบ และระบบออนไลน์ด้วยเครื่องมือการเรียนรู้ตามความเหมาะสมและบริบทของสถานศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้สอนในวิชานี้ จึงคิดหาวิธีสอนที่เพิ่มเติมไปจากที่มีอยู่และเห็นว่าควรอธิบายให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทาง

การเมืองที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นนั้น ควรต้องอาศัยสื่อการเรียน การสอนที่เรียกว่า “อีเลิร์นนิ่ง” เป็นการเรียนการสอนใน ลักษณะ หรือรูปแบบใดก็ได้โดยการถ่ายทอดนั้นกระทำผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซีดีรอม เครื่องฉายอินเทอร์เน็ท สัญญาณ ดาวเทียม ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งการเรียนในลักษณะนี้ได้มีการนำเข้าสู่ ตลาดเมืองไทยในระยะหนึ่งแล้ว เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ ช่วยสอนด้วยซีดีรอม การเรียนการสอนผ่านเว็บ การเรียน ออนไลน์ การเรียนทางไกลผ่านดาวเทียม หรือการเรียนด้วย วิดีโอผ่านออนไลน์ เป็นต้น

ในปัจจุบันรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ เปิดเผย ภายหลังประชุมคณะรัฐมนตรีว่า ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีมีมติ รับทราบ การเตรียมความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน เพื่อรองรับการเปิดภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 โดยจะ ดำเนินการให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โคร ค ติ ด เชื้อ อ ไว รุ ส โ ค โ ร น า 2019 (COVID-19) (กระทรวงศึกษาธิการ, 2563) ซึ่งเป็นทางเลือกที่เหมาะสมใน การช่วยนักศึกษาที่ขาดเรียนและบางส่วนต้องเรียนทางไกลใน จังหวัดที่ตนเองอาศัยด้วยมาตรการปิดประเทศตามคำสั่ง นโยบายของรัฐบาลดังนั้นเพื่อให้มีโอกาสเข้าถึงเนื้อหาการ เรียนการสอนได้ง่ายขึ้น ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการใช้อีเลิร์นนิ่งจะ ช่วยให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้เนื้อหาในบทเรียนได้เข้าใจ และช่วยแก้ปัญหาการขาดเรียนหรือทำงานนอกเวลาได้ ทาง มหาวิทยาลัยจึงให้ความสำคัญและสนับสนุนให้มีการใช้อีเลิร์น นิ่งกับนักศึกษา เพื่อช่วยเหลือนักศึกษาที่มีปัญหาด้านการ เรียนการสอนวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ให้มีความ เข้าใจในบทเรียนมากขึ้น สะดวกและเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุก เวลาเปรียบเสมือน ห้องเรียนออนไลน์ สอดคล้องกับ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อสร้างและพัฒนาอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและ จริยธรรมทางการเมือง ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ให้มี ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2.2 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของ นักศึกษาที่ได้รับการเรียนการสอนโดยใช้อีเลิร์นนิ่งกับการ

เรียนการสอนแบบปกติ วิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3

2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่ออีเลิร์น นิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมืองระดับปริญญาตรีชั้น ปีที่ 3

## 3. ระเบียบวิธีวิจัย

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ภาคเรียนที่ 1 ในปี การศึกษา 2563 คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มีจำนวนนักศึกษาที่ ลงทะเบียนเรียน 30 คน โดยเป็นภาควันอาทิตย์ จำนวน 30 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงเป็นภาควันอาทิตย์ จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาที่จัดแบบลดความสามารถ และไม่ใช้ กลุ่มทดลอง ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

### 3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

3.2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ อีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและ จริยธรรมทางการเมือง ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 และการสอนแบบปกติ

3.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักศึกษา

3.2.3 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความพึงพอใจของ นักศึกษาที่มีต่ออีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 บทเรียนอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรม ทางการเมือง ดังรูปที่ 1





ภาพที่ 1 บทเรียนอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง

3.3.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งผู้วิจัยสร้างให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้เป็นแบบทดสอบชนิด 4 ตัวเลือก รวม 30 ข้อ มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (IOC) ตั้งแต่ 0.80 ถึง 1.00 มีค่าความยากง่าย (p) ตั้งแต่ 0.30 ถึง 0.71 ค่าอำนาจจำแนก (r) ตั้งแต่ 0.23 ถึง 0.48 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.81

3.3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้บทเรียนอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง มี 4 ด้าน จำนวน 12 ข้อ แต่ละข้อแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด นำไปหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น 0.92

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 สร้างและพัฒนาบทเรียนอีเลิร์นนิ่งให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 โดยนำบทเรียนที่ได้รับการตรวจแก้ไขไปทดลองใช้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 คณะรัฐประศาสนศาสตร์ ที่ลงทะเบียนเรียนภาควิชาทฤษฎี ซึ่งเป็นนักศึกษาที่จัดแบบคละความสามารถ ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คนที่ลงทะเบียนเรียน จากนักศึกษาภาควิชาทฤษฎีระดับชั้นปีที่ 3 ทั้งหมดจำนวน 30 คน โดยจัดการ

เรียนการสอนแบบใช้โอเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง โดยใช้กลุ่มทดลองภาคปคมาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

กลุ่มทดลองรายบุคคล จำนวน 3 คน นำอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญและได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำไปทดลองสอนกับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและไม่เคยเรียนเนื้อหานี้มาก่อน ซึ่งมีระดับความสามารถทางการเรียนแตกต่างกัน คือ เก่ง ปานกลาง อ่อน จำนวน 3 คน โดยผู้วิจัยได้สังเกต ชักถาม ทดสอบและให้นักศึกษาตอบแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง จากนั้นนำข้อบกพร่องต่างๆ มาปรับปรุง

กลุ่มทดลองกลุ่มเล็ก จำนวน 6 คน นำอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ที่ได้รับการปรับปรุงจากการทดลองครั้งที่ 1 ไปทดลองสอนกับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มทดลองเดิมและไม่เคยเรียนเนื้อหานี้มาก่อน ซึ่งมีระดับความสามารถทางการเรียนแตกต่างกัน คือ เก่ง ปานกลาง อ่อน จำนวน 6 คน เพื่อนำผลที่ได้มากำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพของอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง และเป็นการทดลองหาข้อบกพร่องครั้งที่ 2 ซึ่งผลการทดลองสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 นั่นคืออีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง มีประสิทธิภาพ

กลุ่มทดลองภาคสนาม จำนวน 30 คน เพื่อความเที่ยงตรงของประสิทธิภาพจึงนำอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ทดลองสอนกับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มทดลองเดิมและไม่เคยเรียนเนื้อหานี้มาก่อน ซึ่งมีระดับความสามารถทางการเรียนแตกต่างกัน คือ เก่ง ปานกลาง อ่อน จำนวน 30 คน เพื่อนำผลที่ได้มาหาประสิทธิภาพของอีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

เกณฑ์การหาประสิทธิภาพของอีเลิร์นนิ่งในการทดลอง 3 กลุ่ม ดำเนินการโดยให้นักศึกษาแต่ละคนทำแบบทดสอบก่อนเรียน และแบบทดสอบหลังเรียนโดยใช้อีเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง จากนั้นหา

ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนที่ได้จากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนกับคะแนนที่ได้จากการทำแบบทดสอบหลังเรียนโดยใช้อิเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง โดยคิดเป็นร้อยละแล้วนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบเพื่อให้ผลที่ได้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.4.2 วิเคราะห์ค่าความยากง่าย อำนาจจำแนกของข้อสอบโดยใช้เทคนิค 50% และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับ โดยวิธีทดสอบซ้ำ 2 ครั้งของ Pearson ที่กลุ่มทดลองภาคสนามเพื่อให้มีประสิทธิภาพก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.4.3 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนแบบปกติกับการเรียนการสอนโดยใช้อิเลิร์นนิ่ง ที่ใช้สถิติทดสอบ t-test ว่าแตกต่างกันหรือไม่ และสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่ออิเลิร์นนิ่ง

#### 4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนอิเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ของนักศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อเปรียบเทียบ  $E_1$  และ  $E_2$  ได้ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการหาประสิทธิภาพของอิเลิร์นนิ่ง

	N	คะแนนเต็ม	รวม	ประสิทธิภาพ
ก่อนเรียน ( $E_1$ )	30	900	753	83.67
หลังเรียน ( $E_2$ )	30	900	831	92.33

จากตารางที่ 1 นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียนจากบทเรียนอิเลิร์นนิ่งได้ถูกต้องร้อยละ 83.67 และทำแบบทดสอบหลังเรียนด้วยบทเรียนอิเลิร์นนิ่งได้ถูกต้องร้อยละ 92.33 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ 80/80

6.2 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนแบบปกติกับการเรียนการสอนโดยใช้อิเลิร์นนิ่งทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง โดยใช้ t-test มีผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนแบบปกติกับการเรียนการสอนโดยใช้อิเลิร์นนิ่ง

	N	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-test	Sig.
แบบปกติ	30	25.10	1.94	1.95	0.10
ใช้อิเลิร์นนิ่ง	30	27.70	1.39		

จากตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนแบบปกติกับการเรียนการสอนโดยใช้อิเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.3 นักศึกษามีความพึงพอใจในการเรียนการสอนโดยใช้อิเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง มีผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่ออิเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย
1.ด้านการเข้าถึงและใช้งาน	4.28
2.ด้านบทเรียนและเนื้อหา	4.26
3.ด้านการวัดและประเมินผล	4.14
4.ด้านเสียง ภาพ และภาษา	4.23
เฉลี่ยรวม	4.23

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจต่อบทเรียนอิเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23

#### 5. อภิปรายผล

ผลการใช้อิเลิร์นนิ่งในรายวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ครั้งนี้พบว่า

7.1 บทเรียนอิเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือ 83.67 /92.33 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศระพัฒน์ ชีรพัฒน์ศิริ(2552) ได้ศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนที่มี

ต่อการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมของนักการเมืองเป็น  
ยุทธศาสตร์ชาติร่วมกันขับเคลื่อนให้เกิดพลังผลักดันสังคมผู้  
คุณธรรม ความดีงาม เพื่อนำไปเป็นบทเรียนในการดำเนินชีวิต

7.2 การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาทฤษฎีและ  
จริยธรรมทางการเมือง พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอน  
แบบปกติกับการเรียนการสอนโดยใช้โอเลิร์นนิ่งไม่แตกต่างกัน  
ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้  
เนื่องจากการเรียนด้วยบทเรียนโอเลิร์นนิ่งนั้นเป็นการเรียนการ  
สอนที่ยืดหยุ่นที่ผู้เรียนทุกคนสามารถเรียนรู้ พัฒนาตนเอง  
ได้ และถือผู้เรียนเป็นศูนย์กลางหรือผู้เรียนเป็น สำคัญ  
(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2542: 12)  
สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริชัย นามบุรี (2550) ปราโมทย์  
พงศ์พิสุทธิโกศล (2551) ทองกร ศรีบุญเรือง (2552) ที่ทำการ  
พัฒนาบทเรียนโอเลิร์นนิ่งมาใช้ในการเรียนและเปรียบเทียบ  
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

7.3 การศึกษาความพึงพอใจต่อบทเรียนโอเลิร์นนิ่งวิชา  
ทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง ด้วยเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23  
แสดงว่านักศึกษาที่มีความพึงพอใจมาก เนื่องจากบทเรียนโอเลิร์น  
นิ่งเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ  
ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งเป็นทางเลือกที่เหมาะสม  
ในการช่วยนักศึกษาที่ขาดเรียนและบางส่วนต้องเรียนทางไกล  
ในจังหวัดที่ตนเองอาศัยด้วยมาตรการปิดประเทศตามคำสั่ง  
นโยบายของรัฐบาลสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล ลด  
ปัญหาเรื่องการแพร่เชื้อ ลดระยะทางค่าใช้จ่ายในการเดินทาง  
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปณิกา หาญยุทธ (2550)

## 6. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า

6.1 บทเรียนโอเลิร์นนิ่งวิชาทฤษฎีและจริยธรรมทาง  
การเมือง ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ  
83.67 /92.33 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

6.2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนแบบปกติกับการ  
เรียนการสอนโดยใช้โอเลิร์นนิ่งไม่แตกต่างกัน ที่ระดับ  
นัยสำคัญ 0.05

8.3 นักศึกษามีความพึงพอใจต่อบทเรียนโอเลิร์นนิ่งวิชา  
ทฤษฎีและจริยธรรมทางการเมือง เฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งอยู่ใน  
ระดับมาก

## 7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ควรจัดฝึกอบรมให้คณาจารย์ในสถาบันมีความรู้ใน  
การทำบทเรียนโอเลิร์นนิ่งในรายวิชาของตนเอง

7.2 ควรให้มีการสร้างและพัฒนาโอเลิร์นนิ่งในรายวิชาอื่นๆ  
อีก

## 8. เอกสารอ้างอิง

- [1] กมล ทองธรรมชาติ, 2529. **คุณธรรมและจริยธรรม  
ของพลเมืองไทย**. วารสารไทย: 2มกราคม-  
มีนาคม 2525. 80-82.
- [2] กระทรวงศึกษาธิการ, 2563. **แผนพัฒนาการศึกษา  
ระดับอุดมศึกษา ฉบับ ที่10**. กรุงเทพมหานคร: โรง  
พิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- [3] ดวงเดือน พันธมนาวิน. 2520. **รายงานการวิจัย เรื่อง  
จริยธรรมของเยาวชนไทย**. กรุงเทพมหานคร:  
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรี นค  
รินทรวินิจฉัยประสานมิตร.
- [4] ถนอมพร เลาหจรัสแสง, 2545. **หลักการออกแบบ  
และการสร้างเว็บเพื่อการเรียนการสอน**.  
กรุงเทพมหานคร: อรุณการพิมพ์.
- [5] ทองกร ศรีบุญเรือง, 2552. **การพัฒนาเว็บเพจเพื่อ  
การศึกษารายวิชาคณิตศาสตร์พื้นฐานระดับชั้น  
มัธยมศึกษาปีที่ 5 เรื่อง กำหนดการเชิงเส้น**.  
กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัย ศรี  
นครินทรวินิจฉัย.
- [6] ปณิกา หาญยุทธ, 2550. **ความพึงพอใจต่อการใ้  
ประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ในการเผยแพร่ความรู้  
ของข้าราชการและลูกจ้าง**. สำนักวิจัยและ  
บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- [7] ปราโมทย์ พงศ์พิสุทธิโกศล, 2551. การพัฒนา  
บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียเรื่องสมุนไพรมะเขือ  
ที่ใช้ในงานสาธารณสุขมูลฐานสำหรับนิสิต เกษศาสตร์  
ชั้นปีที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [8] พันธุ์ หันนาคินทร์, 2526. การสอนคำนิยามและ  
จริยธรรม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
พิมพ์เนศ.
- [9] วศิน อินทสระ, 2545. **พุทธวิธีในการสอน.**  
กรุงเทพมหานคร : ธรรมดา.
- [10] ศิริชัย นามบุรี, 2550. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์  
ทางการเรียนและความพึงพอใจของผู้เรียนโดย ใช้  
กิจกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และบทเรียนสำเร็จรูป  
อิเล็กทรอนิกส์ในสภาพแวดล้อมแบบ  
อีเลิร์นนิ่งผ่านโปรแกรม Moodle. สำนักวิจัย  
และบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- [11] สาโรช บัวศรี, 2542. **จริยธรรมศึกษา.**  
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.  
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ,  
2542. **พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ.**  
กรุงเทพมหานคร:  
บริษัทพริกหวานกราฟฟิคจำกัด.
- [12] อิศระพัฒน์ ชีรพัฒน์ศิริ, 2552. **บทบาทของ  
สื่อมวลชนที่มีต่อการเสริมสร้างคุณธรรมและ  
จริยธรรมของ  
นักการเมือง.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนา  
การเมืองและการเลือกตั้งระดับสูง
- [13] Lawrence, K. & Lickona, T. (1976). **Moral stages  
and moralization: The cognitive-  
developmental approach. Moral  
Development and Behavior: Theory,  
Research and Social Issues.** Holt,  
NY: Rinehart and Winston.