



SUTHIPARITHAT JOURNAL



วารสารสุทธิปริทัศน์

ปีที่ 35 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2564

(THAI - JOURNAL CITATION INDEX CENTER: TCI 2)

ISSN 2730-2717 (online)

ISSN 2730-2709 (print)

VOL 35 NO.2 April - June 2021



dpujournal@dpu.ac.th



[/suthiparithat](https://www.facebook.com/suthiparithat)



www.dpu.ac.th/dpurc/journal



วารสารสุทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL

ปีที่ ๓๕ ฉบับที่ ๒ เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๔

Volume 35 Number 2 April - June 2021

ISSN 2730-2717 (Online)

ISSN 2730-2709 (Print)

<http://www.dpu.ac.th/duprc/journal>

วารสารสุทธิปริทัศน์ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจาก
ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย กลุ่มที่ 2 (Thai - Journal Citation Index Center: TCI 2)
ประกาศ ณ วันที่ 10 มกราคม 2563

เจ้าของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
 โทร. 02-954-7300 (อัตโนมัติ 30 หมายเลข) ต่อ 646
 Dhurakij Pundit University 110/1-4 Prachachen Road Laksi, Bangkok 10210
 Telephone 02-954-7300 (Automatic 30 Number) # 646

คณะที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ สินลารัตน์ รองศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ สามโกเศศ รองศาสตราจารย์ ดร.นิത്യ เพ็ชรวัชรีย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู คณบดีทุกคณะ/วิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
---------------------	---	---

บรรณาธิการ	ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พุดมิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
-------------------	---------------------------	-------------------------

กองบรรณาธิการบุคคลภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริวิศม์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ลินทรัตนศิริกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจฤจิ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียา วิบูลย์เศรษฐ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปิตลันต์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริ์ บวรกิตติ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา คกะสุวรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรีย์ เหล่าพัคจัน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ดร.พุดวิทย์ บุญนาค	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ดร.ลินาต ตริ์วรรณไชย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

กองบรรณาธิการบุคคลภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา จิตรน้อมรัตน์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.นิത്യ เพ็ชรวัชรีย์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ทินิจ ทิพย์มณี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทันทกานต์ ดวงรัตน์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิฎีรัตน์ พิมลศรี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ทัศนะข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารสุทธิปริทัศน์ เป็นทัศนะวิจารณ์อิสระทางคณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยกับทัศนะข้อคิดเห็นเหล่านั้นแต่ประการใด ลิขสิทธิ์บทความของผู้เขียนและวารสารสุทธิปริทัศน์ และได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย
 The View Expressed in each Article are Solely those of Author(s).

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันนอร์ จະນู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลา พงศ์ยี่หล้า

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

กองการจัดการ

ปัทมพร โพนโลว
สุตารัตน์ ชำภักตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ออกแบบรูปเล่ม-จัดหน้า

ทัตพิชา บุญคล้าย

กำหนดออก

ราย 3 เดือน ฉบับละ 550 บาท

จัดจำหน่าย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail: dpujournal@dpu.ac.th

โทร. 02-954-7300 ต่อ 415

พิมพ์ที่

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

โทร. 02-954-7300 ต่อ 277

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์
ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริรัมย์
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ลินทร์ตนศิริกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุก
รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ชาติไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ์ ศิริประกอบ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียา วิบูลย์เศรษฐ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม
รองศาสตราจารย์ ดร.มาฆะ ชิตตะสังคะ
รองศาสตราจารย์ ดร.เริงชัย ต้นสุชาติ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัศิกดิ์ สุนทรไชย
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒน์ พุกเจริญ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์
รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ
รองศาสตราจารย์ วิรัช สงวนวงศ์วาน
รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย
รองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจนันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรศุทธิ ขอฟ่วงกลาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานดา บุญโสธรสถิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตศร เทอดเผ่าพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุพล ยงศร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวรรณ ปลั่งพงษ์พันธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยนเรศวร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชานนท์ โกมุกุฑุมิพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ต่อพงศ์ กิตติยานุพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ กฤษเจริญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนศักดิ์ สายจำปา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงคินันต์ จันทร์จรัส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนันทน์ ศุภศิริพงษ์ชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน ไล้สัทรูไกล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุลย์จีรา ชีรเวทย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา กองจันทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลอย สืบวิเศษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปิติสันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรุณา ไบโลวัส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาดาลักษณ์ เสรมะธากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพล วิเชียรอินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริ์ บวรกิตติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทยมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แหวดตา เตชะทวีวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา คณะสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิ วงศ์ทองคำ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี เหล่าพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไสว พักขาว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อสมมา คัมภีรานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศกร ไชยพงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกบุญ วงศ์สวัสดิ์กุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถพล อนันตวรสกุล
ดร.กัลยา ชาวบ้านแพ้ว
ดร.จินตนาญ ไพรสณฑ์
ดร.ประสิทธิ์ เขียวศรี
ดร.พัฒนวิทย์ บุญนาค
ดร.ม.ล. กุณฑลรัตน์ ทวีวงศ์
ดร.มานิต บุญประเสริฐ
ดร.ละเอียด ศิลาน้อย
ดร.วนิดา พลเดช

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยพะเยา
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สารบัญ Contents

- การจัดการทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
ของพนักงานของธุรกิจค้าส่งจังหวัดเชียงราย /
**HUMAN CAPITAL MANAGEMENT FOR EFFICIENT WORK PERFORMANCE
IMPROVEMENT OF WHOLESALE BUSINESS IN CHIANG RAI PROVINCE**
เบญจวรรณ เบญจกรณ์, อัจฉราภรณ์ เขมอัครเจตต์**, จินดาภา สีนีวา****
Benjawan Benjakorn, Atcharaphat Khem-akrajat**, Jindapa Leeniwa****
-
- การใช้กลยุทธ์การเรียนรู้เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักศึกษา
ในห้องเรียนภาษาอังกฤษขนาดใหญ่: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี /
**IMPLEMENTING ACTIVE LEARNING STRATEGIES TO PROMOTE
STUDENTS' ENGAGEMENT IN LARGE ENGLISH CLASSROOMS:
A CASE STUDY OF RMUTT**
ฐิตาภา สินธุ์รัตน์, กฤษณะ โฆษกชุนหนันท์**, ประภาพร เล็กดำรงศักดิ์****
Thitapa Sinturat, Krishna Kosashunhanan**, Prapaporn Lekdumrongsak****
-
- การเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงิน ก่อนและระหว่างสถานการณ์โควิด
ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร /
**THE COMPARISON OF FINANCIAL PLANNING BEFORE AND DURING
COVID-19 PANDEMIC OF WORKABLE-AGED PERSONS IN BANGKOK**
แพรพรรณ คำนวน, จริญญา ปานเจริญ***
Praepphan Khamnuan, Charunya Pamcharoen***
-
- การยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหาร ผ่าน
Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงสถานการณ์ โควิด-19 /
**TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND MOTIVATION AFFECTING ON THE
INTENTION TO REUSE OF FOOD DELIVERY SERVICE VIA MOBILE
APPLICATION OF CONSUMERS IN BANGKOK DURING COVID-19
PANDEMIC SITUATION**
ธรรมรัตน์ สิบประยงค์, จริญญา ปานเจริญ***
Thammarat Seubpayong, Charunya Pamcharoen***
-

สารบัญ Contents

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ 63
ของนักศึกษาปริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร /

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF CAREER ADAPT-ABILITIES SCALE OF UNDERGRADUATE STUDENTS OF COMMUNICATION ARTS PROGRAM IN BANGKOK

กนกพร ดวงเสาร์*, ปิยดา สมบัติวัฒนา**, พลเทพ พูนพล***,

Kanokpond Duangsao, Piyada Sombatwattana**, Polthep Poonpol ****

การศึกษากลยุทธ์การเนื้อหาการตลาดและกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ 78
บน FACEBOOK FANPAGE ของ ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ /
**A STUDY OF CONTENT MARKETING STRATEGY AND RELATIONSHIP
MANAGEMENT STRATEGY ON FACEBOOK FANPAGE OF A STREAMING
SERVICE**

ชุตินา เกศดาญรัตน์*

*Chutima Kessadayurat**

ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร 94
ในยุค Digital Transformation /

CHANGES READINESS IN DIGITAL TRANSFORMATION ERA OF WORKABLE-AGED PERSONS IN BANGKOK

ชนิสรา พันิกทอง*, จริญญา ปานเจริญ**

Chanissara Phanuekthong, Charunya Pancharoen***

คุณภาพการให้บริการการรับประกันสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ 112
บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด /

SERVICE QUALITY OF PRODUCT WARRANTY INFLUENCING DECISION TO CHOOSE AFTER SALE SERVICE OF ASCENTI RESOURCES COMPANY

ไชยภพ คัมภีร์พงศ์*, สายพิน บันทอง**

Chaiyapob Kumpeepong Saiphin Panthong***

สารบัญ Contents

- โครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับร่วมกับอัตราการเรียนรู้แบบ
ปรับตัวเองสำหรับการจำแนกประเภทข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน /
**BACKPROPAGATION NEURAL NETWORK WITH ADAPTIVE LEARNING RATE
FOR CLASSIFICATION OF IMBALANCED DATA** 130
*รุจิรา จุลภักดิ์*อาริต ธรรมโน***
Rujira Jullapak, Arit Thammano***
-
- ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพิพจน์
ของผู้ใหญ่ตอนต้น: กรณีศึกษาบุคลากรในโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร /
**THE PSYCHOSOCIAL FACTORS RELATED TO THE PREPARATION OF
BEING AN ACTIVE ELDERLY OF EARLY ADULTHOOD: A CASE STUDY OF
PERSONNEL AT A PRIVATE HOSPITAL IN BANGKOK** 147
นันต์ธิญา ภูคุ้ม, ภิญาพันธ์ เพี้ยชัย**, สุพัทธ แสนแจ่มใส****
Nanthiya Phookhum, Pinyapan Piasai**, Supat Sanjamsai****
-
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน /
**FACTORS THAT INFLUENCE THAI TRAVELERS'S DECISION IN CREATIVE
TOURISM AT BAAN BANGKHEN** 164
สุดาพิมพ์ สรสุชาติ, สายพิณ บั้นทอง**, จิรรัตน์ จันทวัชรการ****
Sudapim Sorasuchart, Saiphin Panthong**, Jirarat Jantawatcharakorn****
-
- วิถีชีวิตปกติแบบใหม่ภายหลังการระบาดใหญ่โควิด-19: กรณีศึกษาธุรกิจยานยนต์
และธุรกิจการบินกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย /
**NEW NORMAL AFTER COVID-19 PANDEMIC: THE CASE STUDY OF
AUTOMOTIVE DEALER AND AVIATION BUSINESSES AND CHANGING
DIRECTION OF TRANSPORT AND LOGISTICS IN THAILAND** 179
*ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์**
*Taweesak Theppitak**
-

สารบัญ
Contents

หมอยาพื้นบ้าน: ความเชื่อการรักษาโรคโดยสมุนไพรของชุมชนบ้านสอง
ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม / 197

**FOLK MEDICINE PRACTITIONERS: BELIEF IN HERBAL MEDICINAL
TREATMENT IN BAAN SONG COMMUNITY, TALAD SUB-DISTRICT, MUANG
DISTRICT, MAHASARAKHAM PROVINCE.**

ชลดา จัดประกอบ*, อรุณรัตน์ แซ่อู่**, สุธิมา ศรีจันทร์***, ณัฐพล นาทันตอง****,
ไกรวิทย์ นรสาร*****

Chonlada Judprakob, Arunrat Saeou**, Suthima Srichan***, Nuttapon Nathuntong****,
Kraiwit Norasan******

แนะนำหนังสือ

13 POLICY INSTRUMENTS FOR ENVIRONMENTAL AND NATURAL RESOURCE MANAGEMENT 211

วรารุณี เรือนคำ*

*Warawut Ruankham**

บทบรรณาธิการ

วารสารสุทธิปริทัศน์ ได้ดำเนินการเผยแพร่องค์ความรู้สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และได้ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานบทความทางวิชาการและบทความวิจัยจากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย มาเป็นระยะเวลายาวนานถึง 35 ปีแล้ว ปัจจุบันนับเป็นฉบับที่ 2 เดือนเมษายน - มิถุนายน 2564 ทำการตีพิมพ์ทวิจ้ยจำนวน 13 บทความ โดยนำความรู้ที่มีความหลากหลายและน่าติดตามเช่นเดิม

หนังสืออ่านนำติดตามประจำฉบับนี้ได้แก่ POLICY INSTRUMENTS FOR ENVIRONMENTAL AND NATURAL RESOURCE MANAGEMENT กล่าวถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการที่เศรษฐกิจสังคมโลกกำลังพัฒนาไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) มนุษยชาติจำเป็นต้องมีเครื่องมือในการบริหารจัดการ การเติบโตเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้ไปด้วยกันได้อย่างสมดุล แต่อย่างไรก็ตามมนุษย์เรายังขาดด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม หนังสือเล่มนี้ จะสอนวิธีการเลือกเครื่องมือเชิงนโยบายที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบนโยบายให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางธรรมชาติแต่ละประเภท โดยอาศัยองค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์เป็นตัวช่วยในการเลือกนโยบายที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด และจะให้แง่มุมคิดแก่ผู้อ่านอีกหลายด้าน

ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ วารสารสุทธิปริทัศน์ยังได้ตีพิมพ์บทความดีดีเช่นเดิม และได้รวบรวมได้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์วารสารสุทธิปริทัศน์อย่างเต็มรูปแบบที่ผู้อ่านและผู้สนใจสามารถมาค้นคว้า สืบค้นหาความรู้เพิ่มเติมได้ภายหลัง ขอท่านผู้อ่านจงประสบความสำเร็จ ความเจริญ ก้าวหน้า สืบไป

ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พุดพิกุล

บรรณาธิการและผู้เชี่ยวชาญพิเศษ

สายงานวิจัยและพัฒนา

การจัดการทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของพนักงานของธุรกิจค้าส่งจังหวัดเชียงราย

HUMAN CAPITAL MANAGEMENT FOR EFFICIENT WORK PERFORMANCE IMPROVEMENT OF WHOLESALE BUSINESS IN CHIANG RAI PROVINCE

Received: 18 January, 2021

Revised: 29 April, 2021

Accepted: 30 April, 2021

เบญจวรรณ เบญจกรณ์*

Benjawan Benjakorn*

อัศจรรย์ภัทร์ เขมอัครเจตต์**

Atcharaphat Khem-akrajat**

จินดาภา ลีนิวา***

Jindapa Leeniwa***

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรการบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

* Assistant Professor in Bachelor of Business Administration, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

* Email: ben.wanjakorn@gmail.com

** อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

** Lecturer in Bachelor of Business Administration, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

** Email: atcharaphat58@gmail.com

*** อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*** Lecturer in Bachelor of Business Administration, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University. *** Email: jindapa.lee@crru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการจัดการทุนมนุษย์ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 2) ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานของธุรกิจค้าส่ง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า 6 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการหาค่าสถิติพื้นฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง จำนวน 4 ปัจจัยเรียงลำดับตามน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน เรียงลำดับตามน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านเวลาในการทำงาน ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน และด้านค่าใช้จ่าย ตามลำดับ

ทั้งนี้ ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้คือ ค่า p เท่ากับ .067 ค่า $2/df$ เท่ากับ 1.181 ค่า CFI เท่ากับ .993 ค่า TLI เท่ากับ 989 ค่า RMSEA เท่ากับ .021 และ ค่า HOELTER เท่ากับ 406.00 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งเป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การจัดการทุนมนุษย์ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ธุรกิจค้าส่ง

Abstract

The objective of the study were 1) to study the relationship between human capital management and work performance efficiency, and 2) to examine the consistency of a model and empirical data of human capital management and work performance efficiency of wholesale business staff. The quantitative method was used as the research methodology in this research. The samples were from 400 wholesale business staff in Chiang Rai Province. The purposive sampling was used to collect data. The research instrument was a six-level rating scale questionnaire. Data were analyzed by using software program for basic statistics and confirmatory factor analysis to test the model consistency, the structural equation with empirical data

The study indicated that there were four factors of human capital management of wholesale business staff (human resource training and development, recruitment, selection, and compensation and benefits) affecting work performance. Moreover, work performance efficiency of wholesale business staff sector, it was found that work performance efficiency aspect included timing, work quality, work load and expense, respectively.

The conformance test results of causal relationship model of human capital management factors and work performance efficiency of wholesale business staff indicated that the constructed model was consistent with empirical data by considering from the P-value statistic that was 0.067. The χ^2/df value was 1.181. The CFI value was 997. The TLI value was 989. The RMSEA was 0.021, and the HOELTER value was 406.00. The findings were found that the concepts and theories used were very efficient in explaining about the structural relationship of human capital management factors and work performance efficiency of wholesale business staff.

Keywords: Human Capital Management, Work Performance Efficiency, Wholesale Business

บทนำ

ในระบบเศรษฐกิจปัจจุบัน ธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญมีหลายธุรกิจด้วยกันซึ่งหากพิจารณาธุรกิจค้าส่งก็ถือว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าอาหารและของใช้ในชีวิตรประจำวันให้กับผู้ค้าปลีกและผู้ค้าปลีกส่งต่อไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งมีในสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจภาคการค้ากำลังเผชิญกับความท้าทายครั้งสำคัญกับการประกอบธุรกิจเนื่องจากกำลังซื้อครัวเรือนที่ลดลง การเข้ามาของธุรกิจจากส่วนกลาง การเข้ามามีบทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) และล่าสุดคือ การปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้สามารถอยู่รอดได้ในสภาวะการณดังกล่าว โดยไม่ว่าจะเป็นการปรับรูปแบบ การบริหารโดยให้ความสำคัญในการทำระบบบัญชี โดยเฉพาะทำงบกำไรขาดทุนซึ่งจะช่วยสะท้อนภาพผลการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลา ให้ความสำคัญในการวิเคราะห์ตลาดและลูกค้าเพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่นิยม สิ่งที่ถูกค้าต้องการเพิ่มมากขึ้น แทนการแข่งขันกันในด้านราคา ตลอดจนใช้ประโยชน์จากการมีหน้าร้านที่ถูกค้าสามารถสัมผัส ทดลองและเป็นเจ้าของสินค้าในทันทีเพื่อใช้ในการวางแผนขณะเดียวกันควรมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการขาย และที่สำคัญที่สุดผู้ประกอบการจำเป็นต้องมองไปข้างหน้าถึงแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับ (วชรวิช รามอินทรา, 2561) จะเห็นได้ว่าความสำเร็จของธุรกิจมิได้เกิดจากการดำเนินการในเรื่องเดิมโดยไม่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงแต่ต้องเกิดจากทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นทุนที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญด้วยเหตุที่ว่าไม่เหมือนเครื่องจักรที่สามารถทำงานได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ โดยการจัดการทุนมนุษย์เป็นแนวความคิดที่เกิดจากการศึกษาวิจัยของ ศาสตราจารย์แกรี่ เบคเคอร์ (Gary Stanley Becker) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยถึงแนวทางในการลงทุนที่จะทำให้เกิดผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจมากที่สุด และได้พบว่า การลงทุนที่ดีและจะได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่ดีที่สุด คือ การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ หรือที่ถือว่าเป็นทุนมนุษย์ (Human Capital) อันจะนำมาสร้างเป็นคุณค่าให้แก่ธุรกิจได้เพราะบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาจะนำเอาทุนที่อยู่ในตนเองกลับมาพัฒนาองค์กรหรือสังคมได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหากองค์กรสามารถหาแนวทางในการบริหารทุนมนุษย์ในองค์กรได้อย่างเหมาะสม ก็จะทำให้องค์กรควรจะได้ผลตอบแทนได้สูงที่สุดเพราะทุนมนุษย์ต้องอาศัยหลักในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมประกอบกับการจัดการทุนมนุษย์ที่สอดคล้องกับธุรกิจนั้นๆ เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่ดีดังนั้นจะพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีศักยภาพ จะต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบและต้องได้รับการพัฒนาเฉพาะเจาะจงจึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Rosdi & Harris, 2011)

ดังนั้นการวิจัยนี้เริ่มจากศึกษาการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานและทดสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง เพื่อนำเสนอรูปแบบของการจัดการทุนมนุษย์เพื่อประสิทธิภาพของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง และเป็นแนวทางเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการของธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการจัดการทุนมนุษย์ที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน
2. ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดการทุนมนุษย์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีต้นทุนให้บริหาร นั่นคือ บุคลากรในองค์กร ซึ่งการได้มาซึ่งบุคลากรในองค์กรจำเป็นต้องมีขั้นตอน (นิมนวล คำปลื้ม, 2556) ดังนี้

1. การสรรหาบุคลากรเข้าสู่สถาน ทั้งนี้ Werther and Davis (1998) ได้กล่าวว่า การสรรหาเป็นกระบวนการแสวงหา ชักจูงใจ และแยกแยะผู้สมัครที่มีคุณสมบัติในจำนวนที่พอเพียง เพื่อบรรจุลงไปในกลุ่มคนที่ต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต วิธีการสรรหาจึงต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เพราะไม่มีการสรรหาใดที่ดีที่สุด การวิเคราะห์งานและการออกแบบงานจึงเป็นเครื่องมือที่จำเป็นในการสรรหา โดยเฉพาะการสรรหาบุคลากรในองค์กรขนาดใหญ่ที่ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก มีรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะงานหลากหลาย

2. การคัดเลือกบุคลากรเข้าสู่สถาน Mondy and Noe, (1996, p. 187) กล่าวว่า การคัดเลือกผู้สมัครงานจากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อบรรจุลงในตำแหน่งงานที่เปิดรับเป็นงานสำคัญ เป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารในการตัดสินใจคัดเลือกคนเข้าสู่สถาน ซึ่งหมายถึงความก้าวหน้าหรือล้มเหลวขององค์กรเพราะคนที่ได้รับ การคัดเลือกจะต้องเข้ามาปฏิบัติงานให้ได้ผล และไม่สร้างปัญหาในการทำงานให้กับองค์กร ความมุ่งหมายของการคัดเลือกคือ กระบวนการเลือกคนที่เหมาะสมกับงาน คนที่มีคุณสมบัติดีที่สุดสำหรับตำแหน่งงาน

3. การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นขั้นตอนต่อจากการได้มาซึ่งบุคลากรเป็นเรื่องของการปฐมนิเทศและการบรรจุ การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน และวงจรการพัฒนาทุนมนุษย์

- 3.1 การปฐมนิเทศ คือ กิจกรรมทางการบริหารทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการแนะนำพนักงานใหม่ให้รู้จักหน่วยงาน รู้จักงานในหน้าที่ที่ต้องทำตลอดจนรู้จักผู้บริหารและเพื่อนร่วมงาน เพื่อช่วยให้พนักงานได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในระยะเริ่มแรกที่เข้ามาทำงาน

- 3.2 การฝึกอบรมและพัฒนา เป็นขั้นตอนการลงทุนในมนุษย์การฝึกอบรมและพัฒนา มีลักษณะคล้ายกัน แต่มีความแตกต่างกันบางประการการฝึกอบรมเป็นความพยายามที่จะปรับปรุงการปฏิบัติงานในปัจจุบันเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง เป้าหมาย คือเพื่อให้บุคลากรได้เกิดความมั่นใจว่าเขามีทักษะในการทำงานที่มีคุณภาพ ช่วยให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

- 3.3 การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) เป็นกระบวนการที่องค์กรประเมินการทำงาน หากทำได้อย่างถูกต้องบุคลากรทั้งหมดรวมถึงผู้บริหารองค์กร และองค์กรจะได้รับประโยชน์สูงสุดเพราะผลการประเมินจะเป็นผลสะท้อนกลับมาสู่การแก้ไขปัญหาการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

Peterson and Plowman (1989, p. 325) ได้กำหนดกรอบแนวคิดระดับปัจจัยที่ปฏิบัติแล้ว สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นได้อย่างชัดเจน โดยสรุปองค์ประกอบของประสิทธิภาพไว้ 4 ข้อ ประกอบด้วย

1. คุณภาพของงาน (Quality) จะต้องมีคุณภาพสูงคือผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์คุ้มค่าและมีความพึงพอใจผลการทำงานมีความถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็ว นอกจากนี้ผลงานที่มีคุณภาพ ควรก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจของลูกค้า หรือผู้มารับบริการ
2. ปริมาณงาน (Quantity) งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงานโดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสมตามที่กำหนดในแผนงาน หรือเป้าหมายที่บริษัทวางไว้และควรมีการวางแผน บริหารเวลา เพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
3. เวลา (Time) คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการเหมาะสมกับงานและทันสมัยมีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น
4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Costs) ในการดำเนินงานทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงานและวิธีการคือจะต้องลงทุนน้อยและให้ได้ผลกำไรมากที่สุด ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนการผลิต ได้แก่การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุเทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่าและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ศึกษาเป็นพนักงานของธุรกิจค้าส่ง จังหวัดเชียงราย ซึ่งจำนวนธุรกิจค้าส่งในจังหวัดเชียงรายมีทั้งสิ้น 1,833 แห่ง โดยไม่ทราบจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติงานที่แน่นอน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, น. 74) ใช้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อให้ครอบคลุมความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิเคราะห์ผลข้อมูล ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร และรายงานวิจัยเพื่อค้นคว้าทฤษฎี นำมารวบรวมและเลือกข้อมูลที่มีประเด็นเนื้อหาตรงกันเพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจค้าส่ง และจึงนำมาสร้างเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามฉบับร่างนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความเหมาะสม และทำการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และนำแบบสอบถามนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความตรงตามเนื้อหา ยิ่งไปกว่านั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC เพื่อปรับปรุงแบบสอบถาม โดยค่า IOC ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.859 ลำดับสุดท้ายผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเดียวกับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ราย มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbrachs Alpha Confident) สำหรับค่าความเชื่อมั่นที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.944 แล้วจึงนำแบบสอบถามมาจัดพิมพ์เพื่อใช้ในการจัดเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้พัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีการแบบ 4 ขั้นตอน (Four step Approach to Modeling) (Mulaik & Millsap, 2000) โดยมีขั้นตอนการพัฒนาโมเดล ดังนี้

ขั้นตอนแรก วิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรเพื่อทำการคัดเลือกตัวแปรที่มีความสำคัญเข้าสู่โมเดลการวัด

ขั้นตอนที่สอง ตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรเพื่อยืนยันโครงสร้างของโมเดลการวัดในขั้นตอนแรกว่าตัวแปรแฝงที่ผู้วิจัยทำการศึกษาวัดมาจากตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดไว้หรือไม่

ขั้นตอนที่สาม ตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงในโมเดลสมการโครงสร้างว่ามีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างหรือไม่

ขั้นตอนที่สี่ วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Model) พิจารณาความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดูจากค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น และความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้นผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ได้แก่ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ดังที่สรุปข้างต้น สามารถสรุปรายละเอียดของแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

เป็นปัจจัยสำคัญในลำดับแรกของการจัดการทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุด การรับพนักงานใหม่มีการประเมินเทคนิคทุกครั้งในการเตรียมความพร้อมปฏิบัติงาน มีการฝึกอบรมสำหรับพนักงานในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเลื่อนตำแหน่ง การสนับสนุนพนักงานในการพัฒนาตนเอง เช่น พนักงานสามารถใช้วันทำงานปกติไปฝึกอบรม การให้ทุนการศึกษา เป็นต้น มีการจัดกิจกรรมในการฝึกอบรมให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง มีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ ทักษะ ความสามารถ ด้วยวิธีการปฏิบัติงานจริง การกำหนดนโยบายการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความชัดเจน และงานที่พนักงานได้รับมอบหมายในปัจจุบันเปิดโอกาสพัฒนาตนเองเพื่อเลื่อนตำแหน่งตามลำดับ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้ คือ p เท่ากับ .662 ค่า χ^2/df เท่ากับ .751 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า TLI เท่ากับ 1.009 ค่า RMSEA เท่ากับ 0 และค่า HOELTER เท่ากับ 999 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อใช้ในประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งได้เป็นอย่างดี

2. ด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์

จากผลการศึกษาสรุปผลได้ว่าปัจจัยด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ในอันดับที่ 2 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุดได้แก่ การสรรหาภายในองค์กรมีการกำหนดวิธีการที่เหมาะสมเพื่อ

การเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น การรับสมัครพนักงานใหม่จากแหล่งการสรรหาที่มีความเหมาะสม การสรรหาภายนอกมีการกำหนดวิธีการชักจูงใจบุคลากรภายนอกเข้ามาสมัครงานในองค์กร มีกระบวนการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน ตามลำดับ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันของด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อตัดตัวแปรการกำหนดวิธีการสรรหาพนักงานที่แตกต่างจากคู่แข่งขึ้น โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้คือ p เท่ากับ .051 ค่า χ^2/df เท่ากับ 4.272 ค่า CFI เท่ากับ .995 ค่า TLI เท่ากับ .969 ค่า RMSEA เท่ากับ .091 และค่า HOELTER เท่ากับ 359 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อใช้ในการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่งได้เป็นอย่างดี

3. ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์

จากผลการศึกษาสรุปผลได้ว่าปัจจัยด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ในอันดับที่ 3 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุดได้แก่ มีการแจ้งผลการคัดเลือกให้แก่บุคคลที่เข้ากระบวนการในการคัดเลือก การคัดเลือกพนักงานมีกระบวนการที่มีความโปร่งใส และยุติธรรม การมอบหมายผู้ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เป็นผู้สัมภาษณ์พนักงานใหม่ และวิธีการทดสอบผู้สมัครงานมีความสอดคล้องกับตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัคร ตามลำดับ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันของการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อตัดตัวแปรวิธีการสอบสัมภาษณ์พนักงานอย่างเหมาะสม โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้คือ p เท่ากับ .506 ค่า χ^2/df เท่ากับ .443 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า TLI เท่ากับ 1.010 ค่า RMSEA เท่ากับ 0 และค่า HOELTER เท่ากับ 3460 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ เพื่อใช้ในการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่งได้เป็นอย่างดี

4. ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ

จากผลการศึกษาสรุปผลได้ว่าปัจจัยด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ในลำดับสุดท้ายที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุดได้แก่ การจัดสวัสดิการขององค์กรทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน การเลื่อนค่าตอบแทนให้กับพนักงานมีความเป็นธรรม และตรวจสอบได้ ค่าตอบแทนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน ตามลำดับ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันของค่าตอบแทนและสวัสดิการ พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อตัดตัวแปรค่าตอบแทนที่ได้รับในปัจจุบันสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจประเภทเดียวกัน และการให้สวัสดิการแก่พนักงาน เช่น การประกันชีวิต การประกันอุบัติเหตุ การเพิ่มวันหยุดประจำปี เป็นต้น โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้คือ p เท่ากับ .058 ค่า χ^2/df เท่ากับ 7.056 ค่า CFI เท่ากับ .981 ค่า

TLI เท่ากับ .944 ค่า RMSEA เท่ากับ .123 และค่า HOELTER เท่ากับ 218 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยคำตอบแทนและสวัสดิการ เพื่อใช้ในการจัดการ ทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่งได้เป็นอย่างดี

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ได้แก่ ด้านเวลาในการทำงาน ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน และด้านค่าใช้จ่าย ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ดังที่สรุปข้างต้น สามารถสรุปรายละเอียดของแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านเวลาในการทำงาน

จากผลการศึกษาสรุปผลได้ว่าปัจจัยด้านเวลาในการทำงานเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสำคัญในลำดับแรก ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุดได้แก่ พนักงานมีการกำหนดลำดับความสำคัญของงานทำให้ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการปฏิบัติงานทำให้ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด พนักงานมีการกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานเพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ และพนักงานปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานเพื่อลดเวลาในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของด้านเวลาในการทำงาน พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้ คือ p เท่ากับ .317 ค่า χ^2/df เท่ากับ 1.149 ค่า CFI เท่ากับ .999 ค่า TLI เท่ากับ .996 ค่า RMSEA เท่ากับ .019 และค่า HOELTER เท่ากับ 1041 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของด้านเวลาในการทำงาน เพื่อใช้ในการสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานได้เป็นอย่างดี

2. ด้านคุณภาพงาน

จากผลการศึกษาสรุปผลได้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพงานเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสำคัญในลำดับที่สอง ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุดได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการปฏิบัติงานทำให้ผลงานมีคุณภาพ พนักงานปฏิบัติงานตามแผนงานขององค์กรที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้คุณภาพของงาน พนักงานมีใส่ใจในการปฏิบัติงานในการเน้นคุณภาพของงาน และพนักงานมีการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้คุณภาพงานที่ดีขึ้น ตามลำดับ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของด้านคุณภาพงาน พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้ คือ p เท่ากับ .647 ค่า χ^2/df เท่ากับ .210 ค่า CFI เท่ากับ .953 ค่า TLI เท่ากับ 1.010 ค่า RMSEA เท่ากับ 0 และค่า HOELTER เท่ากับ 7299 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของด้านคุณภาพงานเพื่อใช้ในการสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานได้เป็นอย่างดี

3. ด้านปริมาณงาน

จากผลการศึกษาสรุปผลได้ว่าปัจจัยด้านปริมาณงานเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสำคัญในลำดับที่สาม ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุดได้แก่ พนักงานมีการกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานทำให้ปริมาณงานตรงกับเป้าหมายที่กำหนด พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการปฏิบัติงานทำให้ปริมาณงานตรงกับเป้าหมายที่กำหนด พนักงานใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานส่งผลให้ปริมาณงานเป็นไปเป้าหมายอย่างต่อเนื่องพนักงานมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานทำให้ปริมาณงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และพนักงานนำเทคโนโลยีเข้ามาส่วนช่วยในการปฏิบัติทำให้ปริมาณงานบรรลุเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตามลำดับ

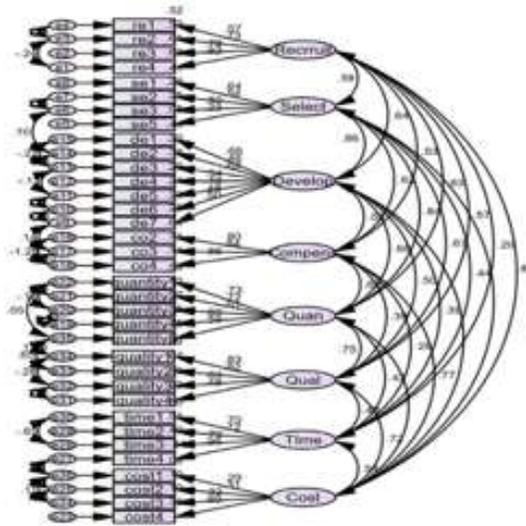
เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของด้านปริมาณงาน พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้ คือ p เท่ากับ .547 ค่า χ^2/df เท่ากับ .708 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า TLI เท่ากับ 1.005 ค่า RMSEA เท่ากับ 0 และค่า HOELTER เท่ากับ 1469 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของด้านปริมาณงาน เพื่อใช้ในการสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานได้เป็นอย่างดี

4. ด้านค่าใช้จ่าย

จากผลการศึกษาสรุปผลได้ว่าปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสำคัญในลำดับสุดท้าย ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญที่สุดได้แก่ พนักงานปฏิบัติเน้นการใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด พนักงานมีการวางแผนการปฏิบัติงานในการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พนักงานมีความสามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงานทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลง และพนักงานมีการดูแล รักษา ตรวจสอบอุปกรณ์การปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

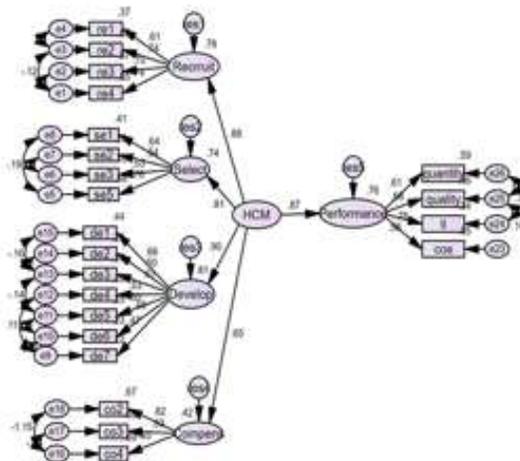
เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของด้านค่าใช้จ่ายพบว่า แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้ คือ p เท่ากับ .205 ค่า χ^2/df เท่ากับ 1.527 ค่า CFI เท่ากับ .988 ค่า TLI เท่ากับ .977 ค่า RMSEA เท่ากับ .036 และค่า HOELTER เท่ากับ 681 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของด้านค่าใช้จ่าย เพื่อใช้ในการสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานได้เป็นอย่างดี

และจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องพบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ได้ คือ p เท่ากับ .067 ค่า χ^2/df เท่ากับ 1.181 ค่า CFI เท่ากับ .993 ค่า TLI เท่ากับ .989 ค่า RMSEA เท่ากับ .021 และค่า HOELTER เท่ากับ 406.00 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในครั้งนี้มีประสิทธิภาพในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งเป็นอย่างดี



ภาพที่ 2 ผลการตรวจสอบความเที่ยงของโมเดลหลังปรับปรุง

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องพบว่าโมเดลองค์ประกอบปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และปัจจัยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งหลังการปรับปรุงพบว่าค่า p เท่ากับ .069 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ จึงสรุปได้ว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาสถิติอื่นที่เกี่ยวข้อง พบว่าค่า χ^2/df เท่ากับ 1.104 ค่า CFI เท่ากับ .992 ค่า TLI เท่ากับ .989 ค่า RMSEA เท่ากับ .016 และค่า HOELTER เท่ากับ 404.00 ค่าสถิติทั้งหมดผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด จึงสรุปได้ว่าโมเดลองค์ประกอบปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และปัจจัยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และปัจจัยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งหลังปรับปรุงโมเดล

จากภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องพบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งหลังการปรับปรุง พบว่า p เท่ากับ .067 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ จึงสรุปได้ว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาสถิติอื่นที่เกี่ยวข้อง พบว่าค่า χ^2/df เท่ากับ 1.181 ค่า CFI เท่ากับ .993 ค่า TLI เท่ากับ 989 ค่า RMSEA เท่ากับ .021 และค่า HOELTER เท่ากับ 406.00 ค่าสถิติทั้งหมดผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด จึงสรุปได้ว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าส่งกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อภิปรายผล

การจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2) ด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ (3) ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ และ (4) ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ เรียงลำดับความสำคัญ แต่ละด้านมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นกิจกรรมของธุรกิจที่สร้างความสัมพันธ์กับพนักงานซึ่งมอบให้กับการรับพนักงานใหม่โดยการจัดรูปแบบการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีการปฏิรูประบบในการเตรียมความพร้อมปฏิบัติงาน และมีความต่อเนื่องโดยมีการฝึกอบรมสำหรับพนักงานในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเลื่อนตำแหน่ง การสนับสนุนพนักงานในการพัฒนาตนเอง เช่น พนักงานสามารถใช้วันทำงานปกติไปฝึกอบรม การให้ทุนการศึกษา เป็นต้น เป็นองค์ประกอบปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานที่มีความสำคัญอันดับหนึ่ง โดยมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ความสามารถ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของพนักงาน (Werther & Davis, 1998) ทำให้เกิดการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความสามารถไปจนถึงมีทักษะในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น ผลที่พบเช่นนี้เนื่องจากพนักงานต้องการมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจที่มีความต้องการอยู่รอดภายใต้ภาวะการแข่งขัน โดยธุรกิจต้องมีกิจกรรมในการเสริมสร้างศักยภาพการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนเป็นหน้าที่หลักในการทำให้ทุนมนุษย์มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น เป็นส่วนสำคัญในการช่วยให้เกิดความสำเร็จ ความต้องการมีผลงานและบรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนา (McClelland, 1961) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษญาภา พิมพ์สิงห์ (2558) ที่พบว่าปัจจัยการพัฒนาทุนมนุษย์ไปสู่การปฏิบัติผู้บริหารจะต้องมีการถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติ ตั้งแต่ระดับองค์กรสู่ระดับบุคคล แบ่งกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาให้เหมาะสมกับความรู้ที่จำเป็นต้องพัฒนา วิเคราะห์ความรู้ที่จำเป็นในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กรและต้องมีการบูรณาการการพัฒนาทุนมนุษย์ ให้เชื่อมโยงกับการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย ศรีเจริญประมง (2556) การพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กร

ธุรกิจควรจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่พนักงาน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิยะดา วรานนทวัฒน์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ของ มหาวิทยาลัยเอกชนสู่ประชาคมอาเซียน ที่พบว่าการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการทุนมนุษย์ มีการสร้างคุณค่าของทุนมนุษย์ มีการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีการสร้าง อัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะบุคคล และมีการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

2. ด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ โดยการสรรหาภายในองค์กรมีการกำหนดวิธีการที่เหมาะสมเพื่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น และการรับสมัครพนักงานใหม่จากแหล่งการสรรหาที่มีความเหมาะสม รวมไปถึงการสรรหาภายนอกมีการกำหนดวิธีการชักจูงใจบุคลากรภายนอกเข้ามาสมัครงานในองค์กร มีกระบวนการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน เป็นองค์ประกอบปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานที่มีความสำคัญอันดับสอง ผลที่พบเช่นนี้เนื่องจากเป็นกิจกรรมแสวงหาพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ เมื่อธุรกิจต้องการพนักงานการสรรหาจึงถือเป็นวิธีการที่ทำให้ได้พนักงานที่ตรงกับการวิเคราะห์งานในการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่ง องค์กรต้องการพนักงานเพิ่มเติม จึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมในการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ โดยมีการกำหนดแหล่งสรรหาภายในหรือแหล่งสรรหาภายนอกทั้งปริมาณที่เพียงพอต่อการคัดเลือกและกำหนดวิธีการสรรหาที่เหมาะสมทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคลากรภายในและภายนอกซึ่งเป็นที่ยอมรับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย ศรีเจริญประมง (2556) ที่พบว่าปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ขององค์กรธุรกิจควรใช้หลักการให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างคนกับกระบวนการผ่านกิจกรรมการวางแผนและสรรหาทุนมนุษย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอาด บรรณเจตฤทธิ (2558) ที่มีภาพลักษณ์ของนายจ้างที่สูง และด้านองค์กรเป็นเลิศที่สูงมีแนวโน้มที่ทำให้ประสิทธิผลการสรรหาบุคลากรของธุรกิจสูงขึ้นตามไปด้วย โดยงานวิจัยของ กิตติ มิลาเอียง (2559) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการสรรหาและการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้การได้มาซึ่งบุคลากรภายในองค์กรมีความเหมาะสมทั้งในด้านความรู้ความสามารถ ทักษะ บุคลิกภาพ อันจะนำไปสู่การพัฒนาและความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน

3. ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ในกระบวนการของการคัดเลือกมีการแจ้งผลการคัดเลือกให้แก่บุคคลที่เข้ากระบวนการในการคัดเลือก ในกระบวนการมีความโปร่งใส และยุติธรรม โดยมีการมอบหมายผู้ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เป็นผู้สัมภาษณ์พนักงานใหม่ และวิธีการทดสอบผู้สมัครงานมีความสอดคล้องกับตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัคร เป็นองค์ประกอบปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานที่มีความสำคัญอันดับสาม ผลที่พบเช่นนี้เนื่องจาก การจัดการทุนมนุษย์ในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจากการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าต้องมีความต่อเนื่องกันขาดเรื่องใดเรื่องหนึ่งไม่ได้ และเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในด้านทำให้ได้พนักงานที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานในทางตรงกันข้ามหากธุรกิจได้พนักงานที่ไม่เหมาะสมสามกับตำแหน่งงานหรือ

ขาดความรู้ ทักษะ ความสามารถที่จำเป็นต่อการปฏิบัติการแล้วนั้นก็ส่งผลกระทบต่อเป็นด้านลบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดการคัดเลือกที่มีความเหมาะสมมากที่สุด โดยการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ได้พนักงานที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดสำหรับตำแหน่งงานต้องอาศัยเกณฑ์ในการคัดเลือกที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน (Mondy & Noe, 1996; Bohlander & Snell, 2010) เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงานในองค์กรเพื่อใช้คนให้เกิดประโยชน์สูงสุด และงานวิจัยของ ฉัตรวีณา เอื้อแท้ (2559) มีแนวทางในการสร้างจุดแข็งของการสรรหาและคัดเลือกบุคคลของภาคเอกชนโดยการใช้วิธีการและช่องทางหลายช่องทาง และพึงระวังจุดอ่อน คือ สรรหาบุคคลเฉพาะกลุ่มทำให้สรรหาได้ยาก ส่วนโอกาส คือการนำเทคโนโลยีและระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในดำเนินการ และอุปสรรค คือการนำข้อมูลแหล่งข้อมูลภายนอกทำให้ไม่สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้ และมีคู่แข่งและการแข่งขันในตลาดแรงงานสูง

4. ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยการจัดสวัสดิการขององค์กรทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน รวมไปถึงการเลื่อนค่าตอบแทนให้กับพนักงานมีความเป็นธรรม และตรวจสอบได้ ค่าตอบแทนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน เป็นองค์ประกอบปัจจัยการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานที่มีความสำคัญอันดับสี่ ผลที่พบเช่นนี้เนื่องจากการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการมีผลต่อการผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยตรง (Herzberg, Mausner, & Synderman, 1959) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลดความไม่พอใจในงาน ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติงานในธุรกิจเป็นระยะเวลานาน และทำให้พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงานในการปฏิบัติงาน ในทางตรงกันข้ามค่าตอบแทนและสวัสดิการก็ถือว่าเป็นต้นทุนของธุรกิจ การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการเพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเป็นธรรมจะทำให้เกิดการบริหารต้นทุนที่เกิดประโยชน์สูงสุดให้กับธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร พงษ์ศรี (2557) โดยการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานควรกำหนดค่าตอบแทนทางการเงิน ค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงิน (งาน) และค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงิน (ความภาคภูมิใจ) และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิพรรณ เจริญรูป, พวงทอง วัชรราษฎร์, และนภาพรณ์ ทรัพย์กุลมงคล. (2560) ความสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์กับผลการดำเนินงานของกิจการทุนมนุษย์มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์อัน บริษัทที่ลงทุนในส่วนของบุคลากรมีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินงาน ในเรื่องของเงินปันผลหรือมูลค่าหุ้นสูงกว่าจากนักลงทุนภายนอก ซึ่งส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างมูลค่าและความมั่นคงให้กับบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

การเตรียมความพร้อมในการจัดประชุมนิเทศ การชี้แจงนโยบายแนวทางการปฏิบัติ รวมถึงผลประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและสร้างความประทับใจให้พนักงานทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรมในการอยู่ร่วมกันในองค์กร

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ในเรื่องของการสรรหาภายในองค์กรมีการกำหนดวิธีการที่เหมาะสมเพื่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยธุรกิจต้องให้ความสำคัญการพนักงานภายในก่อนในการเลื่อนขั้นตำแหน่งงานโดยมีวิธีการสรรหาพนักงานภายในองค์กรอย่างมีระบบแบบแผน เช่น การวางแผนสืบทอดตำแหน่งงาน เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะที่โดดเด่น ให้มีความพร้อมในการเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นหรือในการเตรียมความพร้อมในการขยายธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาการจัดการทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ในธุรกิจค้าส่ง จังหวัดเชียงราย ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาองค์ประกอบการจัดการทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจค้าส่ง ได้แก่ ด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรกำหนดองค์ประกอบให้ครอบคลุมกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการศึกษาการจัดการทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ในธุรกิจค้าส่ง จังหวัดเชียงราย ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติ มิลำเอียง. (2559). การสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ในองค์การภาครัฐยุคใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 8(1), 131-152.
- ฉัตรวีณา เอื้อแท้. (2559). *ศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการสรรหาและคัดเลือกบุคคลเชิงรุก ระหว่างภาคราชการกับภาคเอกชน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นันทนวล คำปลื้ม. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทุนมนุษย์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในสังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดราชบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประภาพร พฤกษ์ศรี. (2557). *ปัจจัยค่าตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พิชญาภา พิมพ์สิงห์. (2558). *ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยพิชญทรรศน์*, 10(1), 45-54.
- วชรวิช รามอินทรา. (2561). *ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกถูกรปรับตัว เพื่ออยู่รอด: กรณีศึกษาธุรกิจค้าส่งค้าปลีกในภาคใต้*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/article__southern__local__retailwholesale.pdf
- วรีวรรณ เจริญรูป, พวงทอง วัชรราชฎี, และนภาพรณี ทรัพย์กุลมงคล. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์กับผลการดำเนินงานของกิจการ: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(3), 43-54. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/107050>
- วิยะดา วรานนท์วันิช. (2558). การเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ของ มหาวิทยาลัยเอกชนสู่ประชาคมอาเซียน . *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 10(19), 88-99.
- สอาด บรรณเจตฤทธิ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสรรหาบุคลากรของธุรกิจโลจิสติกส์ภาคบริการ เขตภาคกลางในประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(3), 133-141.
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- Bohlander, G. W., & Snell, S. A. (2010). *Managing human resources* (15th ed.). Cincinnati, OH: Cengage.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Synderman, B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). NY: John Wiley & Sons.
- McClelland, David C. (1961). *The achieving society*. New York: D. Van Nostrand.
- Mondy, R. W., & Noe. R. M. (1996). *Human resource management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mulaik, S. A., & Millsap, R. E. (2000). Doing the four-step right. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 7(1), 36-73. Retrieved from https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0701__02
- Peterson, E., & Plowman, G. E. (1989). *Business organization and management*. Illinois: Irwin.
- Rosdi, I. S., & Harris, H. (2011). Human resource management practices and organizational commitment: The case of academics in a Malaysian Higher Education Institution. In *Proceedings of International Conference on Business and Economic Research*, 1155-1173. Kedah: Malaysia.
- Werther, W. B., & Davis, K. (1998). *Human resource and personnel management*. New York: McGraw-Hill.

การใช้กลยุทธ์การเรียนรู้เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม
ของนักศึกษาในห้องเรียนภาษาอังกฤษขนาดใหญ่:
กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

IMPLEMENTING ACTIVE LEARNING STRATEGIES
TO PROMOTE STUDENTS' ENGAGEMENT IN
LARGE ENGLISH CLASSROOMS: A CASE STUDY
OF RMUTT

Received: 23 January, 2021

Revised: 29 April, 2021

Accepted: 10 May, 2021

ฐิตาภา สินธุรัตน์*

Thitapa Sinturat*

กฤษณะ โฆษขุนหนันท์**

Krishna Kosashunhanan**

ประภาพร เล็กดำรงศักดิ์***

Prapaporn Lekdumrongsak***

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก สาขาภาษาตะวันตก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

*Assistant Professor and Ph.D., Western Languages Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Email: thitapa_s@rmutt.ac.th

**อาจารย์ และปริญญาเอก สาขาภาษาตะวันตก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

**Lecturer and Ed.D., Western Languages Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

**Email: krishna_k@rmutt.ac.th

***อาจารย์ สาขาภาษาตะวันตก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

***Lecturer, Western Languages Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

***Email: prapaporn_l@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

ในประเทศไทยปัญหาหลักที่มักเกิดขึ้นในห้องเรียนภาษาอังกฤษคือจำนวนนักเรียนที่มีมากกว่า 50 คนต่อห้องเรียน และการเรียนรู้แบบเน้นฟังบรรยายของผู้เรียน ดังนั้นการเรียนรู้เชิงรุก ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 จึงได้รับความนิยมและเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นในห้องเรียน จุดมุ่งหมายของงานวิจัยในครั้งนี้คือ 1) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของการประยุกต์ใช้วิธีการเรียนรู้แบบเชิงรุกในห้องเรียนภาษาอังกฤษด้วยการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนและ 2) เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของ กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักเรียน 267 คนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษพื้นฐานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีบทเรียนกิจกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก 8 สัปดาห์ มีกิจกรรมหลายหลายรูปแบบ รวมถึงการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้คือแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษแบบปรนัยจำนวน 75 ข้อ ที่ใช้เป็นแบบทดสอบก่อนเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนและแบบสอบถามจำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วยแบบประเมินตนเองของนักเรียน 6 ข้อและแบบประเมินโดยครู 14 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที่ผลการวิจัยพบว่าคะแนนทดสอบหลังเรียนสูงกว่าคะแนนทดสอบก่อนเรียนที่ระดับค่าสถิติ .05 คะแนนการประเมินตนเองของนักศึกษาต่อการใช้กิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกและการจัดการเรียนการสอนพบว่ามีคามพึงพอใจในระดับสูงโดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.75) คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อครูผู้สอนอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.20 ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.73) ผลการทดสอบก่อนการเรียนชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาอาจไม่คุ้นเคยกับการใช้กลยุทธ์การเรียนรู้เชิงรุกในห้องเรียนภาษาอังกฤษขนาดใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้เชิงรุก สามารถส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ดังที่เห็นได้จากผลการทดสอบหลังการเรียน

คำสำคัญ: กิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก การประเมิน รายวิชาภาษาอังกฤษพื้นฐาน ห้องเรียนภาษาอังกฤษขนาดใหญ่

Abstract

In Thailand, the main problems normally occurring in English classroom are the large size of more than 50 students per class and passive learning of students. Thus, active learning, the essential skill in the 21st century, is rising in popularity and presence as an essential strategy in classrooms. The aims presented in this study are 1) to investigate the effectiveness of applying active learning methods in the English classrooms through pretest and posttest, and 2) to explore the degree of their satisfaction. The samples were 267 students who enrolled in the English basic course at Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT). The active learning activities for an 8-week lesson plan applied in the course were various, including educational technology tools. The instruments were the 75-item, four multiple choice English learning achievement test used as pretest and posttest and the questionnaire of 20 items comprising six items of student self-assessment and 14 items for teacher assessment by students. Mean, standard deviation, and t-test were used for data analysis. The results of the study revealed that the posttest score was higher than the pretest score at .05 statistical level. The students' self-assessment rating to the use of active learning activities and instructional arrangement showed high level of satisfaction (\bar{X} = 4.16, S.D. = 0.75). The mean score for the students' satisfaction to the teacher was at the high level (\bar{X} = 4.20, S.D. = 0.73). The students' performance on the pretest could stem from their unfamiliarity with active learning. However, after participating in active learning activities in large English classrooms, their English proficiency was improved, as shown by their better performance on the posttest.

Keywords: Active Learning Activities, Assessments, Foundation English Course, Large English Classes

Introduction

The traditional way of learning, that is, lecturing is a popular teaching technique used by many teachers in many countries like Thailand. Students are expected to sit for hours, listening and absorbing what the teacher is presenting in front of the class. Students only receive messages from their teachers. The class interaction happens when teachers give the students a chance only. This creates tension and boring atmosphere in the class; the students lack interest and are not responsible for their self-learning process. The reason is that the lecture is a method that the students have little interaction in the class and can lead to disregard the class. If a teacher is not a good speaker and cannot attract his/her students, the students will not pay attention to the class. Also, if the teacher cannot properly organize his/her lessons, the students may not understand the lessons and they also cannot ask questions if the teacher provides no chance for questioning. Therefore, active learning was applied in classrooms through various activities. Active learning allows students to activate more areas of their brain via activities, so they retain more of what they learn; it gives students more autonomy over their learning; and it helps students learn how to learn. As for the teacher's role, active learning shifts the focus of instruction since his/her role is changed from being a lecturer to facilitator by helping to develop learning and thinking skills of the students. Rotellar and Cain (2016) support the use of active learning activities with students since they increase student engagement and deeper learning, and gain information better than learning from lecturing traditionally.

In teaching and learning English language, one primary goal for students who study English as a foreign language (EFL) like Thai students is to develop their four skills in English communication. In order to gain students' engagement in learning English, students need to participate actively in class. Moreover, active group or pair work plays an important role in acquiring English since English needs practical skills. Especially, English classrooms in Thai universities since classes are normally big in size and the class size will not be reduced in the near future. Therefore, active learning can help in this situation since students can communicate with each other to share "suggestions, insights, feedback and failures" and then they can learn from one another. Any size class can benefit from active learning with some modifications of activities. Group/Pair activities develop higher levels of thinking than the traditional lecture approach and help to retain knowledge, including stimulating students' experience of various types of interaction and generating more relaxed and cooperative classroom atmosphere. However, students need to be trained to work in group/pair settings for the importance

of communication in class. In a mixed ability class where the target language (English) is the main language of the group, the use of mother tongue (Thai) is not a problem. What teachers can do is to help students stick to the target language as much as they can since they can help and learn from each other. The teacher's roles are to act as a facilitator and to help students learn from each other and then they can be successful in their learning. When the teacher gives an opportunity for students to actively participate in the learning environment, they take more responsibility for their performance in the course. When students have more opportunity to make decisions about what they learn and how they use the knowledge, they see the course more valuable and more directly related to their goals. The teacher just helps them in the development of classroom activities so that they can practice in generating ideas how a concept could be applied for what they are interested. This makes students take part in their classroom; it automatically increases engagement levels. It is obvious that active learning forms students' intrinsic motivation through joining in the activities conducted individually or in group/pair work. If students take the initiative in learning, they learn more thing and learn better than those who just passively wait for the knowledge from the teacher to be taught only.

Objectives of the Study

The objectives of this study were as follows:

- 1) To investigate the effectiveness of active learning strategies used in the English classes.
- 2) To examine the degree of the students' satisfaction on using active learning in the large English classes.

Statement of the Problem

At RMUTT, students in English classrooms are quite passive. The approach used in the classrooms is teacher-centered and the focus is related to course contents and time management before taking the final exam at the end of semester. Many students are often absent and chat with their classmate. They feel bored and sleepy while studying English since the teachers teach from a textbook. The researcher, as an English instructor, teaching the English foundation course has also witnessed these students and are interested in conducting the study by applying active learning activities into the general and required English course enrolled by the first-year students to get them interested, engaged and motivated. The process of learning was fulfilled through various activities related to using

English language inside or outside the classroom, individual or group work, and with or without the help of technology. Since teachers are the ones who can provide knowledge and facilitate their students to learn by themselves, their role is changed from being teacher-centered to student-centered as a facilitator in arranging learning and teaching by adjusting activities to serve students' needs, interests and abilities so that they can be beneficial to students in developing their learning and thinking skills. In this paper, the researcher used active learning activities to promote the engineering students' engagement when studying English in large classes and examine their English achievement, including their satisfaction of using active learning strategies.

Literature review

In passive classroom, teachers are considered as the source of knowledge and understanding. They give direct instruction and lecturing by giving information without providing for feedback. On the contrary, in an active learning classroom, teachers guide students to construct their own knowledge and understanding. Students are considered as the main element and play an important role in teaching and learning. The focus is centered on students or based on student-centered approach since students take an active and engaged role in learning. When learning is active, students learn more (Gholami, Attaran & Moghaddam, 2014). Various active learning activities such as active learning group, games-based learning, jigsaw classroom and so on can be created both inside and outside of the classroom. They can be used with learners of all levels, or with individualized, small or big group learning. McKinney, Haberman, Stafford-Johnson, and Robinson (2008) support that these activities help learners achieve active learning since lively learning activities help students learn lively as well. Moreover, Mark, Cathi and Dan (2009) add that good teaching starts from where the students are at, and provides experiences to extend and deepen their understanding. Therefore, student engagement should be involved and recognized by teachers and group work or learning groups does work. Group learning is better than the lecture format because it encourages the pooling of resources, builds a sense of group believing, allows participants to express their views, helps them to clarify their thinking and so on. Therefore, we, as a teacher, try to develop teaching techniques to contribute the group process. The teacher role is to monitor groups whether they can work and balance between teacher and students. However, the teacher should pay attention to how a group forms, how groups develop and build over time and how the dynamics of the group work to influence its members towards the goals the teacher has in mind.

The strategies used in active learning can be divided into various types. Some may work in small or large classes and ones may be appropriate for individual work. However, for large classes, using active learning activities allows social construction of knowledge supporting communication, interaction, and collaboration. When students do work together in the activities to figure out a complex text or a problem, deep learning can occur; they learn skills in the classroom and apply in the long run (Herrington & Oliver, 1999). More example of active learning is the discussion activity. Speaking is a very important part of active learning as it gives opportunities for students to discuss with their partner, a group or the whole class. Also, reflections or brainstorming is one of activities used to explore ideas. This pulls the students to think and engage before they discuss allowing them to see their thought processes. Thus, active learning is now widely accepted since it is an important approach to make students involve in learning and develop their critical thinking skills. According to Bonwell and Eison (1991), during the use of active learning, student move from being passive recipients of knowledge to being participants in activities that encompass analysis, synthesis and evaluation. They conducted a study and its results support that the active activities offered were effective to encourage student engagement and help students for enhancing their learning. As mentioned by Davis (1993), groups are able to promote more effective learning through shared support and common feedback. They encourage interaction, self-determination and trust. As mentioned by Ellis (1993), interaction within the classroom leads to many advantages for language learning such as comprehension checks, language practice and so on. Long and Porter (1985) found that when second language learners worked in groups, they were more motivated, took more initiative, and were less anxious concerning their learning. With active learning, students can be creative and this fosters critical thinking. Moreover, the Thai education system is heavily testcentric, which can be viewed as underlying much of the poor performance of the Thai educational system (Todd and Shih, 2013). Thus, Thai students give the importance of test results and this leads them to concentrate only on passing exams rather than learning for self-development. Furthermore, as mentioned earlier, Thai classes are big in size and teachers have faced discipline problems dealing with them because students could be diminished in learning. Teachers find it difficult to develop rapport with students. At the same time, students have fewer chances to speak and get less attention from their teachers, including feedback on student work is decreased (Todd, 2018). This supports by Noom-Ura (2013) that Thailand's English proficiency is reported to be very low and

even lower than most of the countries in Asia. And, one of the important factors causes the problem is the lack of motivation because English language is rarely used in daily communication in Thai. Haque (2009) concluded in his study that students learn better if they have personal connection with the teacher. That means that lack of teacher attention and push from teacher can render students demotivate. Also, inadequate facilities, learning content and material, teachers' competency, teaching style, and teachers' behavior are students' key demotivation factors. Therefore, in teaching and learning English, there is a need for students to interact with learning content rather than overly emphasizing on grammar. Moreover, the role of teacher is important and is suggested to help increase students' learning since the teacher can act as a coach or facilitator and provide feedback for students.

In the assessment section, it is essential in education process. Assessments are divided into two main types: summative and formative. Summative assessments are used to measure students what they have learnt at the end of a unit to promote students and to be certain that they have met required standards before graduation whereas formative assessments refer to interactive assessments of student progress and to adjust teaching appropriately before finishing the course (Dixson & Worrell, 2016). A summative assessment is mostly used to grade students, especially in the traditional classes. In Thai universities, the A-F grade system is normally used and many courses allocate more than 50 out of 100% for tests and exams. They just learn via memorizing and repeating before taking exams and then forget after passing them. The exam focus learning should be avoid since it taints students by making them over-emphasizing the importance of the score as a measure of their ability (Kitjaroonchai & Tantip, 2012). Actually, as a teacher, he or she should pay attention to common learning goals, materials and learning assessments which are the main components of constructive alignment in developing course/curriculum. As Race (2010) insisted, teachers still assess too much and give time only to those things that will count towards their degrees; therefore, if teachers need to achieve, they have to enhance student learning instead. Hence, the assessment tools should be selected appropriately and based on the alignment with the learning outcomes and classroom activities.

In many active learning classes, the formative assessment is recommended to be used to monitor students learning style and ability and to provide ongoing feedback for improving student learning. A number of formative assessments are added in classes e.g., self-reflection, peer feedback, presentation and discussion and

so on. For example, peer assessment is introduced to the students to reflect their own active teamwork whereas jigsaw technique is used to create cooperation by structuring student interdependence through the learning task, rather than through the grading system. This means that formative assessment helps students identify their strengths and weaknesses and target areas that need additional work. It also helps the teacher recognize where students struggle and address problems immediately (Segers & Dochy, 2010). In addition, if the teacher provides guidelines formatively throughout the learning process, students will aware of how to achieve the goal in coping with their work. The methods that teachers use can guide students toward development of their own learning which is necessary for them since knowledge can be outdated and this is a means to meeting the goals of lifelong learning (Black & William, 1998).

Methodology

The population of this study was first-year students of Rajamangala University of Technology Thanyaburi. They registered in the academic year of 3/2019 in the course of English for Communication, with the total number of 852 students. The samples of this study were 267 students. There were 190 males (71.2%) and 77 females (28.8%) and their ages ranged from 17 to 22 years old. The sample size of 267 students was set using Krejcie and Morgan (1970) table of sample size determination. The instruments used in this study were questionnaire, lesson plan, test and tool. The questionnaire was used to investigate the student learning behavior at the end of the study as feedback proposed through a 20-item questionnaire consisting of 6 items for students' self- assessment and 14 items for students to assess the teacher if they felt satisfied with the methods the teacher used in their class. As for the lesson plan, there was an eight-week lesson plan, four hours per week and the test containing 75 items, four choices multiple choice. The item of objective congruence (IOC) was 0.67-1.00, the difficulty was 0.32-0.76, the item discrimination was 0.21-0.75 and reliability was 0.87. The tools, Kahoot, Padlet, YouTube, Google Forms and Flinga. These interaction tools applied in the class can be used through any mobile device, or laptop with an internet connection and then students can actively participate with teachers. Kahoot is a free game-based learning platform making a series of multiple choice questions in both individual and group learning settings that are appropriate for content and students' environments whereas the other two tools allow teachers to check the students' answers what they are thinking.

In this way, it is possible to have a more focused discussion. The programs require no downloads. All users need is their website and participants with a smartphone, laptop or tablet. These five programs used in the class are called active learning programs. They can help students integrate and synthesize knowledge on their own. The students can apply their earned knowledge towards other lessons that they are interested in. The data in this study were computed and analyzed in terms of means and standard deviation and t-test.

Table 1 Eight Week Lesson Plan and Activities

Week	Topic	Activity Type
9	Food	Flinga
10	Food (Continued)	In-class demonstration, Padlet
11	Interests	Mind mapping, Crossword puzzle
12	Interests (Continued)	Role playing, Kahoot
13	Vacation	Flinga, flashcard
14	Vacation (Continued)	Storytelling
15	Consequences	igsaw technique
16	Consequences (Continued)	JGroup work discussion

Results and Discussion

Regarding the pretest and posttest of the English achievement test, the results were shown as follows:

Table 2 Average Score in Percentage of Pretest and Posttest

Test	Score	Sample	$\bar{\chi}$	S.D.	t	Sig
Pretest	75	267	35.69	13.53	-17.43	.000*
Posttest	75	267	39.62	14.36		

*p < 0.05

Table 2 shows that among the participants (267), they had an average score of 35.69 percent before taking the pretest and 39.62 percent for the posttest of the English achievement test.

Table 3 Average Score in Percentage of Pretest and Posttest

Number	Testing		Results	Effectiveness Index	Percentage of Increase
	Pretest	Posttest			
\bar{X}	35.69	39.62	3.57	0.09	9.08
S.D.	13.53	14.36			

As shown in Table 3, it was found that the posttest was higher than pretest (39.62 and 35.69). Moreover, there was a score difference at 3.57. The students applying active learning activities scored significantly higher on the posttest than the pretest at the level of 0.05.

With regard to the objective of this study, “.....to investigate the effectiveness of active learning strategies used in the English classes”, the posttest score which was higher than that of the pretest score showed that the students’ English proficiency was improved after using active learning methods. The active learning methods could help them develop themselves and the teacher could put theory into practice so that this could lead them toward better understanding of the concept. Moreover, using technology tools as active learning can help and encourage the students to have more interaction in the class. As Kay (2010); Coon and Mitterer (2013) mentioned, applying educational technology in teaching refers to the use of advanced science, technology, tools, equipment, and other techniques to arrange teaching and learning activities. The purpose is to create effective learning. Then, the students can apply their knowledge in their current and future daily life. It also strengthens the relationship between the teacher and students as well. When the learning environment is positive, it helps the students learn and gain more knowledge and then become responsible for their own learning process. Thus, the students will have better learning quality and have affection for life-long learning.

According to the other objective of this study, “.....to examine the degree of the students’ satisfaction on using active learning in the large English classes”, the results showed the students’ self-assessment rating to the use of active learning activities and instructional arrangement with the mean score of 4.16 (S.D. = 0.75). The mean score for the students’ satisfaction to the teacher was 4.20 (S.D. = 0.73). This meant that the students perceived that active learning activities applied in their courses were advantageous to them as the student feedback conducted at the end of the semester showed their positive responses and also showed high level of

satisfaction. When considering each item, it was found that most of respondents mostly agreed on “The instructor encourages students to perform by themselves” and “The instructor performs diverse teaching methods which make the students understand easily.” with mean score as of 4.37 (S.D. = 0.70), followed by “The instructor assigns tasks for individual and group including provides suggestion for additional resources.” (\bar{X} = 4.27, S.D. = 0.76) and “The instructor uses S.D. = 0.74), respectively.

Regarding opinions of the students suggested in the study, they added that active learning definitely made them want to study more since it made lessons fun and engaging. It created a variety of learning methods which helped them learn in the class. It reduced stress while studying as it made learning interesting and easier. The activities like jigsaw technique, think-Pair-Share, mind-mapping, and so on helped them learn effectively. Moreover, learning via group work helped them stay alert; they were not bored. They could learn from peers; they discussed and shared ideas. This made the class atmosphere positive, active and relaxed. Furthermore, with the help of technology, the traditional way of teaching style changes as students' engagement is increased as well as their interest and motivation are promoted through technological tools. This kind of learning helped them remember and understand the lessons. It also helped them practice answering questions and learn the lessons by themselves. As for the feedback, the students gain more new knowledge and receive explanations from the teacher if they answer wrongly. They mentioned that the teacher gave positive feedback when they made a mistake. The teacher did not blame but supported and encouraged them. As discussed by Rotellar and Cain (2016), active learning strategies create engaging learning experiences for students and change their perception of learning as well.

From the statistics and the students' attitude towards the use of active learning strategies to promote students' engagement in large English classes, the results indicated that the students were satisfied with the methods that the teacher applied in the class. They pointed out that the teacher encouraged them to perform by themselves. As mentioned by Kitjaroonchai and Tantip (2012), the students are the center of learning and able to search information/knowledge by themselves and the teachers change their role from lecturers to facilitators to guide, coach and support their students by arranging learning and teaching activities to be appropriate for the students. In this situation, the students agreed that they could apply the obtained knowledge or what they learnt in their everyday life since they were given

more chances to learn and work according to their needs, interests, and abilities. Sivan, Leung, Woon, and Kember (2000) also stated that the students' feedback through using active learning activities is positive since they can encourage and engage students for their own learnings. This was also supported by Gholami, Attaran and Moghaddam (2014) that active learning strategies are encouraged and reinforced in all EFL classes by teachers and also at every level of education.

The instructor

Conclusion

This paper has presented implementing active learning strategies into course design which can transform classrooms into exciting and dynamic learning environment. It was obviously seen that no matter what course the teacher teaches, active learning activities can be beneficially applied for as active learning provides students the opportunity to become engaged learners and dynamic thinkers. When they were given chances by the teachers, they participated more. Also, they had more responsibilities and could create their own work. Comparing with the traditional style of teaching, students felt more satisfied with the active learning style as it can motivate and engage them in learning, that is, their learning skills like collaboration, critical thinking, organizing and planning, communication and so forth can be developed through active learning activities. And, as shown in the statistics of satisfaction rates, it can be concluded that the use of educational technology is an interesting way to develop the learning quality since they can be used as alternative tools for teachers to encourage students and at the same time improve their teaching. Thus, teachers should be encouraged to apply technology in their classes to develop the students' learning quality. Besides the active learning strategies, a comparison between pre- and post-evaluation was applied in this study as a summative assessment to investigate the learning effectiveness of the students. As for formative assessments, a variety of them were applied for enhancing the student skills as well as teamwork or active skills. The success of this implementation will lead to more active learning classroom at RMUTT. To assist students learn actively, the active learning is on instructional approach that can engage students in the course. And, in order to practice the critical thinking on each lesson, students can learn and engage from various group activities applied in the class. As described above, the active learning requires that students do something to develop their own

skills; therefore, at the beginning, the teacher should help them promote self-study through the activities which is essential for improving students' skills. In term of active learning, the instruction with collaboration and interaction among students is important to promote their working in group as well as classroom participation. Hopefully, if students can apply what they experience in and outside the class to their real-life situations, this will finally make them become lifelong learners.

Recommendations for Further Studies

In light of the research results, the researcher recommends the following:

- 1) This type of research could be conducted as a longitudinal study, which would allow the researcher to determine whether using active learning strategies implemented across a long term resulted in a significant improvement of English learning.
- 2) The study may be implemented on a larger sample with other campuses or different English proficiency levels and the students' attitudes on the use of active learning methods may be examined.
- 3) Investigation of the relationship between active learning strategies and age, gender, learning styles, motivation or other factors could be further explored.

Bibliography

- Black, P., & William, D. (1998). Assessment and classroom learning, assessment in education: principles, policy and practice. *CARFAX*, 5(1), 7-74.
- Coon, D., & Mitterer, J. O. (2013). *Gateways to psychology: An introduction to mind and behavior* (13th ed.). Belmont, CA: Cengage Learning/ Wadsworth.
- Davis, B. G. (1993). Learning groups. In M. Tennant, C. McMullen & D. Kaczynski, D. Teaching. *Learning and research in higher education*. Florence: Taylor and Francis (pp. 69-84).
- Dixson, D. D., & Worrell, F. C. (2016). Formative and summative assessment in the classroom. *Theory into Practice*, 55(2), 153-159.
- Ellis, N. (1993). Rules and instances in foreign language learning: Interactions of implicit and explicit knowledge. *European Journal of Cognition Psychology*, 5(3), 289-318.
- Gholami, V., Attaran, A., & Moghaddam, M. M. (2014). Towards an interactive EFL class: Using active learning strategies. *Research on Humanities and Social Sciences*, 4(19), 190-195.
- Haque, B. B. (2009). *Demotivation: A key barrier to learning English as a foreign language, Why it happens and how it can be tackled*. Proceedings at the 8th International Conference on Language and Development, Bangladesh 2009, 1-8.
- Herrington, J., & Oliver, R. (1999). Using situated learning and multimedia to investigate higher-order thinking. *Journal of Interactive Learning Research*, 10(1), 3-24.
- Kay, K. (2010). 21st Century skills: Why they matter, what they are, and how we get there. In J. A. Bellanca, & R. S. Brandt (Eds.). *21st century skills: Rethinking how students learn* (pp. xiii-xxi). Bloomington, IN: Solution Tree Press.
- Kitjaroonchai, N., & K., Tantip. (2012). Motivation toward English language learning of Thai students Majoring in English at Asia-Pacific International University. *Catalyst*, 7(1), 21-38.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W., (1970). *Determining sample size for research activities*. Educational and Psychological Measurement.
- Long, M. H., & Porter, P. (1985). Group work, interlanguage talk and second language acquisition. *TESOL Quarterly*, 19, 207-228.

- Mark, T., Cathi, M., & Dan, K. (2009). *Perspectives on quality teaching, teaching, learning and research in higher education*. Florence: Taylor and Francis.
- Mckinney, S., Haberman, M., Stafford-Johnson, D., & Robinson, J. (2008). Developing teachers for high-poverty schools: The role of the Internship experience. *Urban Education, 43*(1), 68-82. doi: 10.1177/0042085907305200
- Noom-Ura, S. (2013). English-teaching problems in Thailand and Thai teachers' professional development needs. *English Language Teaching, 6*(11), 139-147.
- Race, P. (2010). Using effective assessment to promote learning. In L. Hunt & D. Chalmers. *University teaching in focus: A learning-centered approach*. Hoboken: Taylor and Francis (pp. 74-91).
- Rotellar, C., & Cain, J. (2016). Research, perspectives, and recommendations on implementing the flipped classroom. *American Journal of Pharmaceutical Education, 80*, 1-9.
- Segers, M., & Dochy, F. (2010). New assessment forms in problem-based learning: The value-added of the students' perspective. *Journal of Studies in Higher Education, 26*, 327-343.
- Sivan, A., Leung, R. W., Woon, C. C., & Kember, D. (2000). An implementation of active learning and its effect on the quality of student learning. *Journal of Innovations in Education and Training International, 37*, 381-389.
- Todd, R. W., & Shih, C. M. (2013). Assessing English in Southeast Asia. In Kunnan, A. J. (Ed.). *The companion to language assessment*. New York: Wiley.

การเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงิน ก่อนและระหว่างสถานการณ์โควิดของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

THE COMPARISON OF FINANCIAL PLANNING BEFORE AND DURING COVID-19 PANDEMIC OF WORKABLE-AGED PERSONS IN BANGKOK

Received: 7 April, 2021

Revised: 8 June, 2021

Accepted: 14 June, 2021

แพรพรรณ คำนวน*

Praephan Khamnuan*

จรัญญา ปานเจริญ**

Charunya Parncharoen**

*นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการการเงินยุคดิจิทัล หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Student, Master of Financial Management Group in the Digital Age College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

*Email: Praekham0534@gmail.com

**อาจารย์ประจำ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**Lecturer College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

**Email: charunya@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการวางแผนทางการเงินของ คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์โควิด 2) เพื่อเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์โควิด ของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร ช่วงก่อนและช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ทำการ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 20-60 ปี จำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Paired-Sample t-test Independent Sample t-test และ One Way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีการวางแผนทางการเงิน ก่อนและช่วงเกิดสถานการณ์โควิดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์โควิด ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีการวางแผนทางการเงินก่อนและช่วงเกิด สถานการณ์โควิดแตกต่างกันทั้งในภาพรวม และในกระบวนการวางแผนทางการเงินทุก กระบวนการ โดยคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานครมีการวางแผนทางการเงินช่วงเกิด สถานการณ์โควิดมากกว่าก่อนเกิดสถานการณ์โควิด นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐาน ยังพบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์โควิดแตกต่างกัน และพบว่า คนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานครที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีการวางแผนทางการเงินช่วงเกิดสถานการณ์โควิดแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การวางแผนทางการเงิน สถานการณ์โควิด คนวัยทำงาน

Abstract

The objectives of this research are: 1) to study the financial planning of workable-aged persons in Bangkok before and during the COVID-19 pandemic, 2) to compare the financial planning of workable-aged persons in Bangkok before and during the COVID-19 pandemic, and 3) to compare the financial planning of working age in Bangkok before and during the COVID-19 pandemic, classified by personal factors. Questionnaire was used to collect the data from 400 persons aged between 20-60 years old and lived in Bangkok. Statistical techniques used to analyze the data include percentage, mean, standard deviation, Paired-Sample

t-test, Independent Sample t-test, and One Way ANOVA. The results show that the levels of financial planning of workable-aged persons in Bangkok before and during the COVID-19 pandemic are at high level. The results of comparison of the financial planning before and during the COVID-19 pandemic show that in overall and in each process of financial planning, there is statistically significant different in financial planning of workable-aged persons in Bangkok before and during the COVID-19 pandemic. Workable-aged persons in Bangkok tends to follow the process of personal financial planning during the COVID-19 pandemic more than before the pandemic. Moreover, the results also show that workable-aged persons in Bangkok who have different in age, marriage status, educational level, occupation, and income level, have statistically different in levels of financial planning.

Keywords: Financial Planning, COVID-19 Pandemic, Workable-Age Persons

บทนำ

เนื่องจากการเงินส่วนบุคคลเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีความสำคัญต่อบุคคลทุกช่วงอายุ ดังนั้น แต่ละคนจึงควรต้องมีการวางแผนการเงินซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตลอดช่วงชีวิต การวางแผนการเงินจึงมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดความมั่นคงทางการเงิน ความมั่นคงในการดำเนินชีวิต และการมีอิสรภาพทางการเงินในอนาคตตลอดจนสามารถตอบสนองเป้าหมายที่แต่ละบุคคลต้องการได้ อันจะนำมาซึ่งความมั่นคงของครอบครัว สังคม และประเทศชาติ (รัชนิกร วงศ์จันทร์, 2559, น. 7) ซึ่งในปี 2563 ทั่วโลกได้เผชิญกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา (Coronavirus) เป็นไวรัสที่ถูกพบครั้งแรกในปี 1960 เป็นไวรัสที่สามารถติดเชื้อได้ทั้งในมนุษย์และสัตว์ ปัจจุบันมีการค้นพบไวรัสสายพันธุ์นี้แล้วทั้งหมด 6 สายพันธุ์ ส่วนสายพันธุ์ที่กำลังแพร่ระบาดหนักทั่วโลกตอนนี้เป็นสายพันธุ์ที่ยังไม่เคยพบมาก่อน คือ สายพันธุ์ที่ 7 จึงถูกเรียกว่าเป็น “ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่” และในภายหลังถูกตั้งชื่ออย่างเป็นทางการว่า “โควิด-19” (COVID-19) สถานการณ์ไวรัสโควิด-19 เป็นวิกฤตที่กระทบรุนแรงกว่าที่เคยเกิดขึ้นก่อนหน้านี้ เพราะเป็นวิกฤตที่แพร่กระจายส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลก ต่างจาก Hamburger Crisis ในปี 2008 ที่มีผลเฉพาะสหรัฐอเมริกาและยุโรป แต่ด้านเอเชียยังดีอยู่ และวิกฤตต้มยำกุ้ง ในปี 1997 ที่กระทบแค่กับไทยและประเทศเอเชีย ไม่ไปถึงยุโรปและสหรัฐ แต่วิกฤตโควิด-19 กระจายรุนแรงไปทั่วโลกกว่า 208 ประเทศที่มีผู้ติดเชื้อ และมากกว่า 144 ประเทศที่มีผู้ติดเชื้อมากกว่าร้อยกรณีขึ้นไป (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563)

เศรษฐกิจไทยในปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวร้อยละ 8.1 มากกว่าที่ประมาณการไว้ในรายงานนโยบายการเงินฉบับก่อนและหดตัวมากในเกือบทุกองค์ประกอบยกเว้นการใช้จ่ายภาครัฐเนื่องจากผลกระทบของ COVID-19 รุนแรงกว่าที่คาดไว้และหลายประเทศรวมทั้งไทยต้อง

ดำเนินมาตรการควบคุมการระบาด ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายภาคส่วนทั่วโลกต้องหยุดชั่วคราวโดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 2 การท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าของไทยจึงมีแนวโน้มหดตัวสูง ส่งผลต่อการบริโภคเอกชนผ่านรายได้และการจ้างงานที่ลดลง อุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่ลดลงส่งผลให้การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มหดตัวสูง อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายภาครัฐจะมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะต่อไป จากการปรับโครงสร้างงบประมาณรายจ่ายเพื่อเร่งเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจ รวมทั้งเม็ดเงินเพิ่มเติมจากมาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบ COVID-19 ระยะที่ 3 ทั้งนี้ เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มที่จะผ่านจุดต่ำสุดในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้และทยอยฟื้นตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ตามการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการระบาดในหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงไทย ซึ่งจะเอื้อให้ภาคการส่งออกสินค้า ภาคการท่องเที่ยว และอุปสงค์ในประเทศหดตัวน้อยลง สำหรับปี 2564 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มกลับมาขยายตัวที่ร้อยละ 5.0 สูงขึ้นจากที่ประเมินไว้ ส่วนหนึ่งจากผลของฐานในปี 2563 ที่ต่ำกว่าเดิม ประกอบกับภาครัฐมีแนวโน้มที่จะดำเนินโครงการกระตุ้นการจ้างงานและโครงการลงทุนขนาดใหญ่เพิ่มเติม อย่างไรก็ตาม กิจกรรมทางเศรษฐกิจของไทยจะต่ำกว่าระดับศักยภาพอยู่มาก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) นักเศรษฐศาสตร์ได้วิเคราะห์ว่า ผลกระทบทางลบจากการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 นี้จะตกกับครอบครัวผู้ที่มีความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ (Vulnerable Families) เป็นหลัก โดยเฉพาะคนยากจนที่ต้องทำงานหาเลี้ยงชีพเป็นวัน ๆ ซึ่งคนเหล่านี้จะต้องตกงาน สูญเสียรายได้ ช้ำร้าย คนยากจนเหล่านี้ยังไม่สามารถเข้าถึงบริการทางด้านสาธารณสุขได้เท่ากับคนที่มั่งคั่ง ทั้งการหาซื้อหน้ากากอนามัย การหาซื้อเจลล้างมือ รวมไปถึงแม้กระทั่งการเข้าถึงบริการของการตรวจโรค และอาจจะส่งผลต่อการเสียชีวิตตามมาได้ ดังนั้น ในการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์ที่เกิดจากไวรัสโคโรนา-19 นี้ จึงไม่สามารถวิเคราะห์ได้เพียงด้านใดด้านหนึ่ง เนื่องจากผลกระทบนั้นมันเกิดขึ้นทั้งในเชิงเศรษฐกิจในหลากหลายสาขา ในเชิงสังคม และผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

การที่มีผู้เจ็บไข้ได้ป่วยเป็นจำนวนมากนี้เองย่อมกระทบไปถึงข้อจำกัดในการจัดสรรทรัพยากรด้านสาธารณสุขของประเทศ ทั้งทางด้านกำลังคน งบประมาณ สถานที่ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ต่าง ๆ ที่หลายประเทศต้องประสบปัญหาข้อจำกัดในด้านนี้ และด้วยข้อจำกัดนี้เองจึงส่งผลทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงระบบสาธารณสุข โดยเฉพาะกับคนจนที่จะต้องเป็นผู้แบกรับปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 ยังส่งผลกระทบต่อการทำงาน ค่าจ้าง ความยากจน และความเหลื่อมล้ำ เมื่อมีผู้เจ็บป่วยจากการติดเชื้อเป็นจำนวนมาก ย่อมส่งผลไปสู่การสูญเสียรายได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ค่าใช้จ่ายภายในครัวเรือน โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งจะมีแนวโน้มของการติดเชื้อไวรัสนี้มากที่สุด โดยการสูญเสียงานหรือเสียรายได้นี้จะมีโอกาสเกิดขึ้นกับคนที่มั่งคั่งยากจนที่เป็นแรงงานนอกระบบ (Informal Worker) มากกว่าคนที่มั่งคั่งได้แน่นอนจากงานประจำ และมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นในประเทศด้อยพัฒนา/กำลังพัฒนามากกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้น ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 นี้ จะส่งผลกระทบต่อเนื่องไปสู่ระดับความยากจนและความเหลื่อมล้ำที่จะเพิ่มสูงขึ้นได้ (คอลัมน์นิสต์การเงิน-หุ้น, 2563) อีกทั้งยัง

ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมการผลิต ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตเองก็ต้องประสบปัญหาการชะงักงันในการผลิต โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่จะต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศจีน ซึ่งได้รับฉายาว่าเป็นโรงงานการผลิตของโลก (The World's Factory) ซึ่งเมื่อภาคอุตสาหกรรมในประเทศจีนจำเป็นต้องหยุดการผลิตในโรงงานแล้ว ย่อมกระทบกับยอดการผลิตและการส่งออกจากภาคอุตสาหกรรมทั่วโลก โดยเฉพาะกับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยที่ระบบเศรษฐกิจจำเป็นต้องพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศเป็นสำคัญ (คอลัมน์นิสต์การเงิน-หุ้น, 2563)

ผลกระทบจากพฤติกรรมที่หลีกเลี่ยง (Aversion Behavior) เพื่อให้ห่างไกลจากโอกาสในการติดเชื้อไวรัส ประชาชน (รวมไปถึงรัฐบาลของหลายประเทศ) ได้ตัดสินใจที่จะยกเลิกกิจกรรมที่จะส่งผลการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส ตั้งแต่ 1) การที่ภาครัฐในหลายประเทศที่ตัดสินใจปิดประเทศหรือปิดเมืองและห้ามให้เกิดการเดินทางระหว่างกัน 2) การประกาศให้ธุรกิจหรือสถานบริการที่โดยปกติจะต้องรับคนเป็นจำนวนมากต้องปิดทำการชั่วคราว 3) สถาบันการศึกษาที่จำเป็นต้องหยุดการเรียนการสอน (ถึงแม้ว่าจะมีการเรียนการสอนออนไลน์เข้ามาช่วยก็ตาม) และ 4) ประชาชนที่ต้องกักตัวเองอยู่กับบ้านด้วยสาเหตุต่าง ๆ เพื่อพยายามที่จะควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโควิด-19 นี้ ซึ่งการหยุดกิจกรรมต่าง ๆ นี้ จะกระทบไปสู่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขนส่ง และธุรกิจด้านการค้าปลีกต่าง ๆ และกระทบต่อยอดไปสู่ทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) ของภาคบริการเหล่านี้ที่จะต้องเกิดปัญหาการชะงักงันตามมา (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2563) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ผลกระทบของสถานการณ์โควิด ต่อการวางแผนและพฤติกรรมทางการเงินของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสถานการณ์โควิดส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน อาทิ ด้านสังคม ด้านการทำงาน และด้านการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน นำไปสู่พฤติกรรมทางการเงินของคนวัยทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้ตอบสนองต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการวางแผนทางการเงินของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์โควิด
- 2) เพื่อเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์โควิด-19 ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ช่วงก่อนและช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษากระบวนการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด ตามแนวคิดของ ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2542) โดยแบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการกำหนดเป้าหมายทางการเงิน

เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เพราะเป้าหมายทางการเงินมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตที่จะช่วยให้บุคคลมีฐานะการเงินที่ดี นำมาซึ่งการบรรลุเป้าหมายสำคัญด้านอื่น ๆ ของบุคคล ก่อให้เกิดความสุขทั้งด้านร่างกายและจิตใจทั้งของตนเองและครอบครัว

2. ด้านการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ความสำเร็จของการวางแผนการเงิน คือ การกำหนดแผนการปฏิบัติให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการเงินที่กำหนดไว้ และสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ ซึ่งจะต้องอาศัยข้อมูลที่เกี่ยวข้องและครบถ้วนเพื่อนำมาวิเคราะห์และเป็นข้อมูลประกอบการทำแผนการเงิน

3. ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและครบถ้วนแล้ว ก็จะนำไปสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินสถานะทางการเงินของบุคคล โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละคนเพื่อพิจารณาความเข้มแข็งทางการเงินของบุคคล และตรวจสอบปัญหาทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต อันจะเป็นตัวบ่งบอกถึงความเป็นไปได้ที่จะบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่ตั้งไว้

4. ด้านการจัดทำแผนการเงินส่วนบุคคล

เป็นการนำเป้าหมายทางการเงินตั้งแต่ด้านการกำหนดเป้าหมาย การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มาพิจารณา เพื่อประเมินสถานะทางการเงินในปัจจุบันของบุคคลว่ามีความเข้มแข็งหรือมีปัญหาทางการเงินหรือไม่ อย่างไร หรือมีความเสี่ยงใดบ้างที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน หลังจากนั้นนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาทำแผนการเงิน ซึ่งเป็นการกำหนดทางเลือกเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ภายใต้สถานะทางการเงินของบุคคล ภาวะเศรษฐกิจ และความเสี่ยงของแต่ละทางเลือก

5. ด้านการนำแผนการเงินไปปฏิบัติ

เป็นขั้นตอนของการนำแผนการเงินไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินแม้จะมีการวางแผนการเงินได้ดีเพียงใด แต่หากไม่นำไปปฏิบัติ เป้าหมายที่กำหนดไว้ก็จะไม่บรรลุผล

6. ด้านการทบทวนและตรวจสอบ

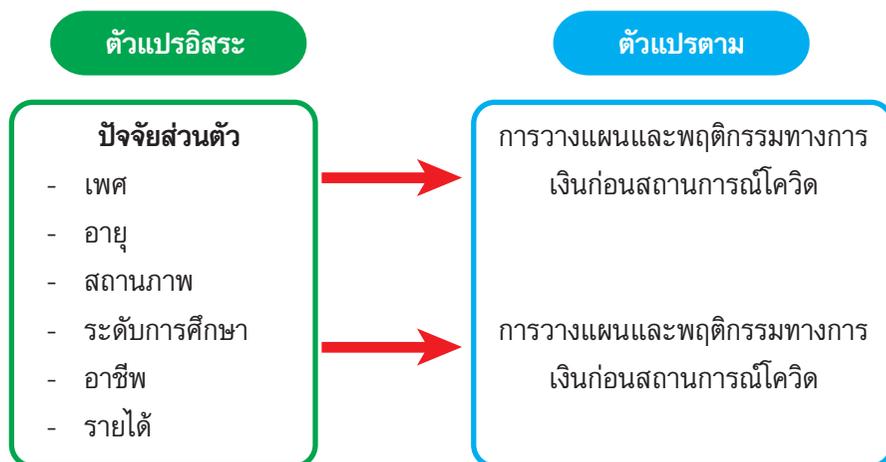
เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิตของบุคคลตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยหลังเกษียณอายุที่มีความต้องการและมีเป้าหมายเปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิด การวางแผนทางการเงินและความรู้ทางการเงินที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและความรู้ทางการเงินกับพฤติกรรมการออมที่มีผลต่อการวางแผนการเงินเพื่อการเกษียณอายุของ

กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดของ ฮีรพัฒน์ มีอำพล (2557) โดยผลการวิจัยพบว่า ความรู้ทางการเงินส่งผลต่อการจัดสรรเงิน ออมและการควบคุมค่าใช้จ่าย ในขณะที่การจัดสรรเงินออมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผน การเงินเพื่อการเกษียณอายุมากที่สุดรองลงมาคือปัจจัยด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย และปัจจัยด้าน ความรู้ทางการเงินตามลำดับ รวมถึงได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กิจติพร สิทธิพันธุ์ (2552) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาถึงการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการมีวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อาชีพ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเหล่านี้มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้และเจาะจงกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครโดยเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-60 ปี เพื่อผลการวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 20 - 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทราบถึงจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการไม่ตอบกลับและการได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ฉบับ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

(Multistage sampling) โดยขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการเจาะจงเขตพื้นที่ ในกรุงเทพมหานครจากทั้งหมด 50 เขต และขั้นตอนที่ 2 ใช้เลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 200 คน เพศหญิงจำนวน 200 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานในการวิจัยโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายการวางแผนทางการเงินของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครช่วงก่อนและระหว่างเกิดโควิด โดยใช้ระดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุดลบด้วยคะแนนต่ำสุด แล้วหารด้วยจำนวนชั้น จึงได้เกณฑ์การแปลความหมายจากคะแนนค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเป็นประจำ
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มีการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินบ่อยครั้ง
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเป็นบางครั้ง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	เกือบไม่เคยปฏิบัติในการวางแผนทางการเงิน
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	ไม่เคยปฏิบัติเลยในการวางแผนทางการเงิน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ทำการทดสอบสมมติฐานด้านสถิติ Independent Sample t-Test F-test และ Paired Sample t-Test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในรูปแบบของแบบสำรวจ ซึ่งได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ได้รับกลับมาอย่างสมบูรณ์แบบครบทุกฉบับ โดยอาศัยการศึกษาจากแนวคิดทางด้านการบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล และการวางแผนทางการเงิน มาเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการออกแบบสำรวจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check List) โดยสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครช่วงก่อนและระหว่างเกิดโควิดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งเป็นระดับการปฏิบัติตามแผนการเงินส่วนบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปหามาก ดังนี้ 1 =ไม่เคยปฏิบัติเลย 2=เกือบไม่เคยปฏิบัติ 3=บางครั้งก็ปฏิบัติ 4=บ่อยครั้งที่ปฏิบัติ และ 5=ปฏิบัติเป็นประจำ

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
เพศหญิง	50.00
เพศชาย	50.00
ช่วงอายุ 31-40 ปี	43.00
สถานภาพโสด	51.70
ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี	62.00
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	60.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท	28.80

2. ผลการศึกษาการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์โควิด

กลุ่มตัวอย่างมีการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์โควิด มีค่าเฉลี่ย 3.85 โดยมีกระบวนการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลด้านการกำหนดเป้าหมายทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.02 รองลงมาคือ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านการนำแผนการเงินไปปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านการจัดทำแผนการเงินส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านการทบทวนและตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และด้านการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.62

3. ผลการศึกษาการวางแผนทางการเงินช่วงเกิดสถานการณ์โควิด

กลุ่มตัวอย่างมีการวางแผนทางการเงินช่วงเกิดสถานการณ์โควิด มีค่าเฉลี่ย 4.09 โดยมีกระบวนการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลด้านการกำหนดเป้าหมายทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.23 รองลงมาคือ ด้านการนำแผนการเงินไปปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านการจัดทำแผนการเงินส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้าน

การทบทวนและตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ย 4.06 และด้านการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.83 ผลการเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินก่อนและช่วงเกิดสถานการณ์โควิด

4. ผลการเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินก่อนและช่วงเกิดสถานการณ์โควิด

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์โควิดและการวางแผนทางการเงินช่วงเกิดสถานการณ์โควิด

กระบวนการวางแผน		\bar{X}	SD	t	Sig.
การกำหนดเป้าหมายทางการเงิน	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	4.02	0.781	-6.133*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	4.23	0.620		
การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	3.62	0.882	-6.286*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	3.83	0.770		
การวิเคราะห์ข้อมูล	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	3.91	0.879	-6.583*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	4.14	0.746		
การจัดทำแผนการเงินส่วนบุคคล	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	3.87	0.908	-7.178*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	4.12	0.743		
การนำแผนการเงินไปปฏิบัติ	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	3.89	0.868	-8.609*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	4.17	0.733		
การทบทวนและตรวจสอบ	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	3.81	0.985	-6.843*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	4.06	0.832		
ภาพรวม	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	3.85	0.792	-8.403*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	4.09	0.663		

* Sig. <.05

จากการวิเคราะห์ในตารางที่ 1 พบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลช่วงเกิดสถานการณ์โควิดในภาพรวมและในรายด้านทุกด้านที่มากกว่าช่วงก่อนเกิดสถานการณ์ แสดงให้เห็นว่าสถานการณ์โควิดที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อกระบวนการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครก่อให้เกิดการตระหนักรู้และให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินที่มากยิ่งขึ้น จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของสถานการณ์โควิด ต่อการวางแผนทางการเงินของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

จากการศึกษา พบว่า ในช่วงก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิดประชาชนมีการวางแผนทางการเงินแบบปกติในชีวิตประจำวันไม่ได้มีการวางแผนที่รัดกุมมาก แต่พอช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิดส่งผลให้ประชาชนให้ความสนใจในการวางแผนทางการเงินมากกว่าช่วงเวลาก่อนเกิดสถานการณ์โควิด ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจาก เศรษฐกิจประเทศไทยเริ่มชะลอตัวตั้งแต่ครึ่งหลังของปี พ.ศ. 2562 เนื่องจากภาวะสงครามการค้า เห็นได้จากการปิดโรงงาน สถานการณ์ภัยแล้งที่ส่งผลต่อภาคเกษตรกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงงบประมาณปี 2563 ที่อนุมัติล่าช้ากว่าปกติ ส่งผลให้งบลงทุนต่างๆ ล่าช้าไปด้วย และในส่วนของวิกฤตไวรัสโควิด-19 จากที่เศรษฐกิจไทยพึ่งพาเศรษฐกิจต่างประเทศค่อนข้างมาก จึงส่งกระทบต่อเศรษฐกิจไทยใน 3 ประเด็นหลักๆ ด้วยกัน ได้แก่ (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563) นอกจากนี้ เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้คนวัยทำงานมีการวางแผนทางการเงินช่วงเกิดสถานการณ์โควิดมากกว่าการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์โควิดในภาพรวม และในทุกด้านย่อย เนื่องจาก เหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิดส่งผลให้ธุรกิจและเศรษฐกิจมีการหดตัวอย่างรุนแรง ซึ่งผู้ที่รับผลกระทบถัดมา คือ ผู้ใช้แรงงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง (ซึ่งก็คือกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้) จากตัวเลขสำนักงานสถิติแห่งชาติ ตัวเลขแรงงานในประเทศไทยมีจำนวน 37.6 ล้านคน ส่วนที่มีความเสี่ยงมากคือภาคท่องเที่ยว ภัตตาคาร สันทนาการ บริการ ตลอดจนค้าปลีก ค้าส่ง รวมถึงกลุ่มพาร์ทไทม์ ฟรีแลนซ์ ผู้ประกอบการรายย่อย และเจ้าของธุรกิจส่วนตัวในกลุ่มธุรกิจนี้ ตามข้อมูลจากเว็บไซต์ jobsdb.com พบว่าตั้งแต่วันที่ 21 มีนาคม 2563 ตัวเลขโพสต์รับสมัครงานลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยโพสต์ตำแหน่งงานประจำลดลง 35% และโพสต์งานพาร์ทไทม์ลดลงมากกว่า 50% ยิ่งงานเงินเดือนน้อยที่ใช้ทักษะน้อยที่อาจจะเป็นงานในภาคท่องเที่ยวบริการลดลงมากที่สุด แต่โดยรวมนอกจากงานภาครัฐแล้ว ทุกกลุ่มธุรกิจลดลงหมด สะท้อนถึงภาวะในตลาดแรงงานที่ภาคธุรกิจต่างรัดเข็มขัดไม่จ้างงานใหม่ แม้ในบางกลุ่มธุรกิจสามารถขยายตัวได้ เช่น ธุรกิจออนไลน์ ดิจิทัล อีคอมเมิร์ซ เดลิเวอรี่ ดูแลสุขภาพ ซึ่งก็ต้องมีการปรับใช้ออนไลน์ให้เข้ากับธุรกิจ ซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อกลุ่มบัณฑิตจบใหม่อีกด้วย (ยรรยง ไทยเจริญ, 2563)

5. ผลการเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินก่อนและช่วงเกิดสถานการณ์โควิดของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากตารางที่ 2 คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์โควิด และช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิดที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีความตระหนักถึงการวางแผนทางการเงินมากกว่าช่วงเวลาที่เหตุการณ์ปกติ โดยแต่ละปัจจัยส่วนบุคคลก็จะมีกระบวนการวางแผนทางการเงินที่แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับ รัชนิกร วงศ์จันทร์ (2559) ที่กล่าวว่า กระบวนการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เป็นการนำเป้าหมายทางการเงินของบุคคลมาออกแบบ (Design) ให้เป็นแผนปฏิบัติการ (Action plan) ที่มีกระบวนการปฏิบัติเป็นขั้นตอน เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการนำไปสู่การบรรลุตามเป้าหมายทางการเงินที่ต้องการได้

โดยกระบวนการวางแผนทางการเงินของบุคคลได้ประยุกต์จากแนวคิดของหลักสูตรการวางแผนการเงิน ดังนั้น แต่ละคนจึงควรต้องมีการวางแผนทางการเงินซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตลอดช่วงชีวิต การวางแผนทางการเงินจึงมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดความมั่นคงทางการเงิน ความมั่นคงในการดำเนินชีวิต และการมีอิสรภาพทางการเงินในอนาคตตลอดจนสามารถตอบสนองเป้าหมายที่แต่ละบุคคลต้องการได้ อันจะนำมาซึ่งความมั่นคงของครอบครัว สังคม และประเทศชาติ ในช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิดส่งผลให้มีการวางแผนทางการเงินที่มากยิ่งขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนเกิดสถานการณ์ สำหรับตัวแปรเพศและอาชีพ พบว่า ในช่วงก่อนเกิดสถานการณ์โควิดมีการวางแผนทางการเงินที่ไม่แตกต่างกัน แต่กลับกันในช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิด ตัวแปรเพศ ก็ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีการวางแผนทางการเงินในช่วงก่อนเกิดและช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิดที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินก่อนและช่วงเกิดสถานการณ์โควิดของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล		ภาพรวมกระบวนการวางแผนทางการเงิน	
		t/F	Sig.
เพศ	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	-1.642	0.101
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	-0.689	0.491
อายุ	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	27.420*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	29.914*	0.000
สถานภาพ	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	14.688*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	17.917*	0.000
ระดับการศึกษา	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	31.488*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	18.617*	0.000
อาชีพ	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	1.099	0.349
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	4.237*	0.006
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด	15.019*	0.000
	ช่วงเกิดสถานการณ์โควิด	11.757*	0.000

* Sig. <.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) จากผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์โควิดอยู่ในระดับการปฏิบัติบ่อยครั้งในทุกด้าน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตื่นตัวที่จะวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลมากพอสมควร แต่ยังไม่ถึงระดับการปฏิบัติเป็นประจำอาจจะเนื่องจากยังไม่เคยพบเจอกับเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโควิด จึงมีการวางแผนทางการเงินเหมือนปกติที่เคยปฏิบัติกันมา และพบว่าค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินในช่วงก่อนเกิดสถานการณ์โควิด ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ สถานศึกษา หรือสถาบันการเงิน ควรมีการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินกับกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเพื่อที่หากสถานการณ์แบบนี้เกิดขึ้นมาอีกกลุ่มตัวอย่างจะได้มีการวางแผนทางการเงินก่อนเกิดสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น

2) จากผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีการวางแผนทางการเงินช่วงเกิดสถานการณ์โควิดในระดับปฏิบัติเป็นประจำสำหรับด้านการกำหนดเป้าหมายทางการเงิน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเริ่มมีประสบการณ์จากสถานการณ์ช่วงเกิดโควิดแล้วจึงมีการวางแผนทางการเงินอยู่เป็นประจำ ส่วนด้านอื่นที่เหลือมีระดับการปฏิบัติบ่อยครั้งในทุกด้าน และที่สำคัญค่าเฉลี่ยของการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินก็ยังเป็นค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด ดังนั้น สถาบันการเงิน หรือสถานศึกษา ควรมีการสร้างความตระหนักถึงสถานการณ์โควิดหรือสถานการณ์อื่น ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจในประเทศไทย ส่งผลให้มีชีวิตเป็นความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างหันมาใส่ใจการวางแผนทางการเงินในด้านการรวบรวมข้อมูลทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อมาใช้ในการวิเคราะห์ จากนั้นดำเนินการจัดทำแผนทางการเงินและนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้อง พร้อมมีการทบทวนและตรวจสอบแผนทางการเงินส่วนบุคคลอยู่เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอให้ได้ เพื่อพร้อมรับเมื่อหากเกิดสถานการณ์เช่นนี้ขึ้นอีก

3) สถาบันการเงินควรมีการจัดทำเอกสารเกี่ยวกับการวางแผนการบริหารทางการเงินในสภาวะวิกฤติเพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนทางการเงินที่ถูกต้อง เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้นกับทุกคน หากเกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกประชาชนจะสามารถรับมือได้อย่างทันถ่วงที เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ยังมีการวางแผนทางการเงินอยู่ในระดับปฏิบัติบ่อยครั้ง ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลและแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเข้าใจง่าย จะก่อให้เกิดการวางแผนทางการเงินอยู่ในระดับปฏิบัติเป็นประจำ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการขยายขอบเขตการวิจัยออกไปยังกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคอื่น ๆ ในประเทศ เพื่อสามารถเปรียบเทียบว่ามีข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันอย่างไร ทั้งนี้ เพื่อ

เป็นประโยชน์ต่อแนวทางการศึกษาผลกระทบของสถานการณ์อื่น ๆ ในอนาคตได้ ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น รูปแบบการใช้ชีวิต (Life Style) แรงจูงใจในการใช้เงินในช่วงวิกฤติสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดลึกซึ้ง และสามารถทำการเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินในแต่ละช่วงที่เกิดวิกฤติการณ์ให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาครั้งต่อไป สามารถใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กิจติพร ลิทธิพันธ์. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คอลัมน์นิสต์การเงิน-หุ้น. (2563, 24 มีนาคม). ผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์จาก “ไวรัสโควิด-19”. *โพสต์ทูเดย์*. สืบค้น 15 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/618563>
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2563). *ประเทศไทยหลังโควิด-19 ตอนที่ 1: ผลกระทบเศรษฐกิจและตลาดแรงงานไทย*. สืบค้น 15 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/thailand-aftercovid-ep1.html>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *ทิศทางเศรษฐกิจไทยปี 2563 ชะลอตัวต่ำกว่าที่คาดและต่ำกว่าศักยภาพ*. สืบค้น 15 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256301CoverStory.aspx>
- ธีรพัฒน์ มีอำพล. (2557). *ความรู้ทางการเงินและพฤติกรรมการออมที่ส่งผลต่อการวางแผน* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชนิกร วงศ์จันทร์. (2559). *การบริหารการเงินส่วนบุคคล* (พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: .
- ราตรี พัฒนรังสรรค์. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน = Human behavior and self-development*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

การยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจที่มีผลต่อความตั้งใจ ใช้บริการส่งอาหารผ่าน Mobile Application ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงสถานการณ์ โควิด-19

TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND MOTIVATION AFFECTING ON THE INTENTION TO REUSE OF FOOD DELIVERY SERVICE VIA MOBILE APPLICATION OF CONSUMERS IN BANGKOK DURING COVID 19 PANDEMIC SITUATION

Received: 15 March, 2021

Revised: 31 May, 2021

Accepted: 1 June, 2021

ธรรมรัตน์ สืบประยงค์*

Thammarat Seubpayong*

จรัญญา ปานเจริญ**

Charunya Pamcharoen**

*นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*M.B.A Candidate, Master of Business Administration, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

*Email: 625151030060@dpu.ac.th

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**Assistant Professor and Ph.D., College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

**Email: charunya@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงสถานการณ์ โควิด-19 เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด-19 จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test F-test และ Multiple Regression ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานมีผลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ตัวแปรของการยอมรับเทคโนโลยีสามารถอธิบายความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ได้ร้อยละ 35 ($R^2 = 0.350$) และแรงจูงใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีผลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ตัวแปรของแรงจูงใจสามารถอธิบายความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ได้ร้อยละ 43.70 ($R^2 = 0.437$)

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี แรงจูงใจ โควิด-19 โมบายแอปพลิเคชัน

Abstract

The objectives of this research are to study technology acceptance and motivation affecting on the intention to reused of food delivery service via mobile application of consumers in Bangkok during Covid 19 pandemic situation. The survey research was employed and data were collected from 400 consumers in Bangkok who used to use food delivery service via mobile application during Covid 19 pandemic situation. The statistical techniques used to analyze the data included percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. Research results showed technology acceptance had an effect on the intention to reused of food delivery service via mobile application of consumers in Bangkok during

Covid 19 pandemic situation. Perceived Ease of Use was the element of technology acceptance that had the most effect, followed by Perceived Risk, Perceived Usefulness and Trust, respectively. These 4 technology acceptance elements could explain 35 % of the intention to reused of food delivery service via mobile application of consumers in Bangkok during Covid 19 pandemic situation ($R^2=0.350$). This study also found that motivation had an effect on the intention to reused of food delivery service via mobile application of consumers in Bangkok during Covid 19 pandemic situation. Product Buying Motives was the element of motivation that had the most effect, followed by Rational Buying Motives, Emotional Buying Motives, and Patronage Buying Motive, respectively. These 4 motivation elements could explain 43.70% of the intention to reused of food delivery service via mobile application of consumers in Bangkok during Covid 19 pandemic situation ($R^2=0.437$).

Keywords: Technology Acceptance, Motivation, COVID-19, Mobile Application

บทนำ

เนื่องด้วยสังคมในปัจจุบันก้าวเข้าสู่ยุคของนวัตกรรมเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง รวมไปถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้มนุษย์ต้องพบเจอกับการเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง จึงต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในปัจจุบัน เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้เกิดการเรียนรู้หรือมีกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านโลกออนไลน์ มากยิ่งขึ้น ซึ่งสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งภาคอื่นๆ ในสังคมต้องมีการปรับตัวโดยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีเข้ามาใช้งาน เพื่อรองรับต่อความต้องการของประชาชนที่มีแนวโน้มใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยี คือ มนุษย์ รู้สึกถึงการได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็วมากขึ้น เช่น ในกรณีที่มนุษย์เป็นบทบาทของผู้บริโภค มักจะมีความคาดหวังต่อการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ มีมาตรฐานและมีคุณภาพ เพราะฉะนั้นนวัตกรรมที่เรียกว่า แอปพลิเคชัน (Application) ซึ่งหมายถึง โปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ มีการออกแบบและการพัฒนาสำหรับ Smartphone และ Tablet เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน Application มีให้ดาวน์โหลดฟรีและจ่ายเงิน (สารานุกรม IT, 2561) Application มีทั้งในด้านการศึกษา ด้านการสื่อสารหรือแม้แต่ด้านความบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น อาทิ LINE TV JOOX MUSIC Sound Cloud Near pod สร้างบทเรียนออนไลน์ Prezi สร้างการนำเสนอออนไลน์ เป็นต้น แอปพลิเคชัน (Application) เหล่านี้จะเป็นตัวช่วยที่สำคัญที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเหล่านี้ (Food story, 2561) ภาคเอกชนที่ดำเนินกิจการร้านอาหารและการให้บริการจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การให้บริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า และพยายามสร้างฐานลูกค้าใหม่ด้วยการเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงความสะดวกในการมีบริการสั่งอาหารผ่าน Application

ช่วยให้ธุรกิจร้านอาหารมีรายได้จากบริการ Delivery ที่เพิ่มสูงขึ้น ขณะเดียวกันร้านอาหารทั่วไปที่ไม่มีช่องทางการสั่งอาหารทางออนไลน์จะขาดรายได้ จึงมีการพัฒนาโดยการร่วมมือกับผู้ประกอบการที่เป็นตัวกลางให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้นจากการขยายตัวของธุรกิจ Food Delivery และ Food Delivery Application เพิ่มโอกาสสร้างรายได้ให้แก่ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจร้านอาหาร อาทิ ร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก คาดว่าจะมีส่วนแบ่งรายได้ราว 2.6 หมื่นล้านบาท ผู้ขับซักรถจักรยานยนต์มีส่วนแบ่งรายได้ราว 3.9 พันล้านบาท Food Delivery Application มีส่วนแบ่งรายได้ราว 3.4 พันล้านบาท จากมูลค่ารวมของธุรกิจ Food Delivery ปี 2562 ที่คาดว่าจะอยู่ที่ 33,000 - 35,000 ล้านบาท ซึ่งโตต่อเนื่องราว 14% จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วน 8% ของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารของประเทศไทยในปี 2562 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ชั่วของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากธุรกิจบริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application กำลังเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นธุรกิจที่มาแรงและต้องการทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ Mobile Application แรงจูงใจในการใช้งาน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยคาดหวังว่าผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์กับนักวิชาการ นักการตลาด รวมถึงนักวิเคราะห์นโยบาย มีการต่อยอดในการพัฒนาแอปพลิเคชันอาหารให้สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจของการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงสถานการณ์ โควิด19
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจที่มีต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ชั่วของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงสถานการณ์ โควิด-19

สมมติฐานการวิจัย

1. การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ชั่วของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงสถานการณ์ โควิด19
2. แรงจูงใจมีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ชั่ว ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงสถานการณ์ โควิด-19

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมในบทความนี้ ผู้วิจัยทบทวนใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การยอมรับเทคโนโลยี 2) แรงจูงใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

การทำความเข้าใจในเทคโนโลยี และการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้ว นำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติ และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ ความรู้ และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward Using) และการนำมาใช้งานจริง (Actual Use) เป็นต้น ประกอบไปด้วย

1. ด้านความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ในด้านของความง่ายในการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจากการที่นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ง่ายไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนัก ไม่ซับซ้อนหรือไม่ต้องการความพยายามในการใช้งานมากเกินไปในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ความง่ายในการใช้งานยังหมายถึงการจัดเป็นหมวดหมู่ตามประเภทหนังสือ ให้ง่ายต่อการสืบค้นจนทำให้ผู้บริโภครู้สึกสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย รวมทั้งสามารถค้นหาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ตรงกับความสนใจของผู้บริโภคภายในระยะเวลาอันสั้น และการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ทำให้สามารถหาหนังสือที่ต้องการมาอ่านซ้ำได้เสมอ นอกจากนี้สามารถค้นหาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

2. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานของผู้ใช้บริการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งส่งผลต่อประโยชน์ในการใช้งาน เพิ่มประสิทธิภาพ และสมรรถภาพในการใช้งานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การรับรู้ถึงประโยชน์ยังหมายถึงการรับรู้มีส่วนช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถประสิทธิภาพการทำงาน การเรียนรวมทั้งมีส่วนช่วยเพิ่มพูนความรู้และทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้ทำให้ผู้บริโภครู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์นอกจากนี้การรับรู้ถึงประโยชน์ทำให้ผู้บริโภคได้คิดและแนวคิดของนักเขียนมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันในการทำงานหรือการเรียน

3. ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคถึงผลลัพธ์ที่ยอมรับได้กับสิ่งที่เกิดขึ้นหากว่าได้ตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การรับรู้ถึงความเสี่ยงยังหมายถึงการยอมรับถึงความเสี่ยง หากข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคจะถูกเปิดเผยเมื่อใช้บริการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์หากว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์อาจสูญหายออกจากระบบเนื่องจากเกิดการคุกคามของไวรัส และหากว่าเนื้อหาในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้บริโภคซื้ออาจจะไม่ตรงประเด็นกับที่คาดหวังได้ รวมทั้งความเสี่ยงของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบไฟล์ดิจิทัลซึ่งไม่มีรูปแบบเหมือนหนังสือจริง ทำให้ต้องมีพื้นที่เพียงพอในการจัดเก็บไฟล์ดิจิทัลของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และวิธีการชำระเงินซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบออนไลน์

4. การรับรู้ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึงทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีผลต่อการใช้งานเทคโนโลยีหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมไปถึงระบบการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตที่มีความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจในระบบการป้องกันและเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานต่อการตัดสินใจใช้ในที่สุด

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภค

ความต้องการของมนุษย์หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept) ปัจจัยสำคัญของการอยู่รอดของธุรกิจคือ ความสามารถในการสร้างกำไรและความเจริญเติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีการแข่งขัน กล่าวคือ ต้องสามารถที่จะกำหนด และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled needs) ให้ได้ดีกว่าและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) โดยสาเหตุการเกิดแรงจูงใจมีหลายกรณี กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจไว้ดังนี้ (พิบูล ที่ปะปาล, 2545, น. 156-159)

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) ได้แก่ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการจะซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของตนให้ได้รับความพอใจ

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนว่า ทำไมจึงซื้อสินค้าชนิดนั้น

3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotion Buying Motive) แบ่งออกได้เป็นต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ (Individuality) ต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น (Conformity) ต้องการความสะดวกสบาย (Comfort) ต้องการความสำราญเพลิดเพลินใจ (Entertainment and Pleasure) ความทะเยอทะยาน มักรโหยใฝ่สูง (Ambition)

4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า (Patronage Buying Motive) เกิดจากให้บริการดีเป็นที่พอใจ (Satisfactory Services) ราคาย่อมเยาสมเหตุสมผล (Reasonable Prices) ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการไปซื้อ (Good Access to Location) มีสินค้าให้เลือกหลายอย่าง (Abundant to Assortment) ชื่อเสียงของร้าน (Goodwill or image) ความเคยชินเกี่ยวกับนิสัยการซื้อ (Buying Habits)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจที่จะใช้งาน

ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) หมายถึง ความตั้งใจหรือเจตนาที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ ซึ่งสามารถวัดได้จากการที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยีการที่ผู้ใช้งานเทคโนโลยีโดยไม่ต้องใช้ความพยายามทำความเข้าใจการใช้งานระบบมากจนเกินไป สอดคล้องกับ Davis (1989) ที่ให้ความหมายว่า ความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีหมายถึง แผนการที่รับรู้ได้ว่าจะใช้หรือไม่ใช้งานเทคโนโลยีบางอย่างในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด19 ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีการสำรวจเพิ่มจำนวน 15 คน รวมแบบสอบถามที่จะทำการแจกทั้งสิ้น 400 ฉบับ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเก็บข้อมูลใช้การทำ 2 วิธีการคือ เก็บข้อมูลออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่วงสถานการณ์โควิดและลงแจกในบางพื้นที่ เช่น ตลาดพรวัว จตุจักร บางซื่อ รัชดา บางเขน เพราะมีจำนวนประชากรค่อนข้างหนาแน่น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้ศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎีนักวิชาการ และนักปฏิบัติที่ได้เขียนไว้เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม และทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.68-0.88 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Hinton, McMurray, Brownlow 2004 pp.363-364) ซึ่งแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษารายได้ อาชีพ และสถานภาพ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะปลายปิด มีคำตอบให้เลือกและผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว รวมจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน (Application) ของผู้ให้บริการ Mobile Application ช่วงสถานการณ์โควิด19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีลักษณะปลายปิดมีคำตอบให้เลือกและผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว รวมจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อในการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์ โควิด-19 มีลักษณะปลายปิดจำนวน 16 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (1 = น้อยที่สุด 5 = มากที่สุด)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจมีผลต่อในการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์ โควิด-19 มีลักษณะปลายปิดจำนวน 16 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (1 = น้อยที่สุด 5 = มากที่สุด)

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยแบ่งเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการทดสอบสมมติฐานสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ T-test F-test และ Multiple Regression ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการยอมรับเทคโนโลยีของการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ในภาพรวม

การยอมรับเทคโนโลยีของการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด-19	Mean	S.D.	ระดับการยอมรับ
ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	4.21	0.65	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน	4.20	0.65	มาก
ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงการใช้งาน	3.97	0.75	มาก
ด้านการรับรู้ความไว้วางใจการใช้งาน	4.15	0.64	มาก
ภาพรวม	4.13	0.55	มาก

จากตารางที่ 1 ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีการยอมรับเทคโนโลยีของการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการรับรู้ด้านความเสี่ยงการใช้งาน

2. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ด้านแรงจูงใจของการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ในภาพรวม

แรงจูงใจของการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด-19	Mean	S.D.	ระดับการยอมรับ
ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์	4.13	0.65	มาก
ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล	4.01	0.62	มาก
ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์	3.95	0.71	มาก
ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า	4.08	0.63	มาก
ภาพรวม	4.04	0.53	มาก

จากตารางที่ 2 ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างมีแรงจูงใจการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อในการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์ โควิด-19

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อในการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์ โควิด-19

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t-value	P value
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	0.29	0.28	4.98	0.000
การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน	0.13	0.13	2.29	0.022
การรับรู้ด้านความปลอดภัย	0.18	0.20	3.80	0.000
การรับรู้ความไว้วางใจ	0.11	0.11	2.02	0.044
ค่าคงที่	1.05		5.00	0.000
	R=0.529	R ² =0.350	F=53.253	p value = <0.000

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีผลต่อความต้องการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ขึ้น ด้าน

การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน ด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัย และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ซ้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \text{ value} < 0.000$) ซึ่งตัวแปรทั้งสิ้น สามารถอธิบายความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ซ้ำ ช่วงสถานการณ์ โควิด19 ได้ร้อยละ 35 ($R^2 = 0.350$) โดย ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ ตามลำดับ สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

(การยอมรับเทคโนโลยี) = $1.05 + 0.29$ (ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน) + 0.13 (ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน) + 0.18 (ด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัย) + 0.11 (ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ)

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจมีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ซ้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์ โควิด-19

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจมีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ซ้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์ โควิด-19

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t-value	P value
แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์	0.33	0.32	6.25	0.000
แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล	0.19	0.18	3.54	0.000
แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์	0.16	0.17	3.45	0.001
แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า	0.13	0.12	2.51	0.012
ค่าคงที่	0.659		3.40	0.001
	R=0.661	R ² =0.437	F=76.764	p value = <0.000

ผลการวิเคราะห์ พบว่า แรงจูงใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีผลต่อความต้องการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ซ้ำ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ซ้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์โควิด19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \text{ value} < 0.000$) ซึ่งตัวแปรทั้งสิ้น สามารถอธิบายความตั้งใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ซ้ำ ช่วงสถานการณ์ โควิด19 ได้ร้อยละ 43.70 ($R^2 = 0.437$) โดย ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์มีผลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า ตามลำดับ สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

(แรงจูงใจ) = 0.659 + 0.33 (ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์) + 0.19 (ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล) + 0.16 (ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์) + 0.13 (ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า)

อภิปรายผล

จากศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีผลต่อความต้องการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช้ำ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน ด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัย และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์โควิด-19 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลต่อด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน เช่นการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (Application) มีรูปแบบการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก หรือการที่แอปพลิเคชัน (Application) มีการจัดหมวดหมู่ชัดเจนเพื่อง่ายต่อการใช้งาน เมื่อมีความรู้ความเข้าใจถึงความง่ายต่อการใช้งานระบบสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ก็จะช่วยให้ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้รับความสะดวกสบายและมองเห็นถึงประโยชน์ต่อการใช้งานและเกิดการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่าแรงจูงใจมีผลต่อในการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ช้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องมาจาก การใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ที่มาจากแรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ การออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ทัศนคติที่ติดต่อแรงจูงใจในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิบูล ทิปะปาล, 2545, น. 156 -159) สาเหตุการเกิดแรงจูงใจมีหลายกรณี 1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) ได้แก่ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการจะซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของตนให้ได้รับความพอใจ 2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนว่า ทำไม่จึงซื้อสินค้านั้น 3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotion Buying Motive) แบ่งออกได้เป็นต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ (Individuality) ต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น (Conformity) ต้องการความสะดวกสบาย (Comfort) ต้องการความสำราญเพลิดเพลินใจ (Entertainment and Pleasure) ความทะเยอทะยานมักใหญ่ใฝ่สูง (Ambition) 4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า (Patronage Buying Motive) เกิดจากให้บริการดีเป็นที่พอใจ (Satisfactory Services) ราคายอมเยาสมเหตุผลผล (Reasonable Prices) ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการไปซื้อ (Good Access

to Location) มีสินค้าให้ได้เลือกหลายอย่าง (Abundant to Assortment) ชื่อเสียงของร้าน (Goodwill or image) ความเคยชินเกี่ยวกับนิสัยการซื้อ (Buying Habits) นอกจากนี้ยังมีบ้างส่วนที่สอดคล้องกับ (Smith & Taylor, 2004, p. 102) แบบจำลองสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง (Stimulus-response model) หรือแบบจำลองกล่องดำ (Black box model) เป็นการศึกษาด้านจิตวิทยาผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลจากการศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีและแรงจูงใจที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Mobile Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครช่วงสถานการณ์โควิด-19” พบว่า ระบบการให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ยังมีข้อจำกัดในการทำงาน รวมไปถึงการทำความเข้าใจในระบบที่ยังคงมีความกังวลอยู่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบความปลอดภัยและทันสมัยของแอปพลิเคชัน (Application) ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีการใช้เป็นจำนวนมาก

1.2 ผู้ประกอบการควรพัฒนาระบบการใช้งานให้มีการใช้งานได้ง่ายขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มคนที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ในการเข้ามาใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในอนาคต

1.3 ผู้ประกอบการควรเพิ่มฟีเจอร์ที่สื่อให้เห็นถึงความทันสมัย เช่น ระบบติดตามการสั่งอาหารแบบ Real Time เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรทำการขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างขึ้นโดยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเขตพื้นที่ปริมาตร เพื่อให้ครอบคลุมประชากรที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน (Application)

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชัน (Application)

2.3 ควรศึกษาในด้านของผู้ประกอบการร้านค้าที่เข้าร่วมให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดเพื่อการบริหารจัดการและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ

บรรณานุกรม

- เทคโนโลยีสำหรับร้านอาหาร *Mobile order*. (2561). สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.foodstory.co/blog/restaurant-mobile-order>.
- พิบูล ทีปะपाल. (2545). *หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). *การแข่งขันของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ต้นธุรกิจ Food delivery เติบโตต่อเนื่อง คาดมีมูลค่าสูงถึง 33,000-35,000 ล้านบาท ในปี 2562* (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2559). สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z2995.aspx>
- สารานุกรม IT. (2561). *Application คืออะไร*. สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.mindphp.com>.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-340. doi:10.2307/249008.
- Hinton, P., McMurray, I., & Brownlow, C. (2004). *SPSS explained routledge*. New York: Routledge.
- Smith, P.R., & Taylor, J. (2004). *Marketing communications*. London: Kogan Page.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน
ของแบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ
ของนักศึกษาปริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตร์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

**CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF
CAREER ADAPT-ABILITIES SCALE OF
UNDERGRADUATE STUDENTS OF
COMMUNICATION ARTS PROGRAM IN
BANGKOK**

Received: 27 May, 2021

Revised: 22 June, 2021

Accepted: 23 June, 2021

กนกพร ดวงเสาร์*

Kanokpond Duangsao*

ปิยดา สมบัติวัฒนา**

Piyada Sombatwattana**

พลเทพ พูนพล***

Polthep Poonpol***

*นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

*Graduate Student, Master of Science Program in Applied Behavioral Science Research,
Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

*Email: d.kanokpond@gmail.com

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**Assistant Professor, Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

**Email: piyada@g.swu.ac.th

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

***Assistant Professor, Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

***Email: p.poonpol@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษาปริญญาตรีสาขาวิชานิเทศศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปี 4 หลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 118 คน โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลด้วยแบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ ฉบับภาษาไทย (สุรวิตย์ อัสสพันธ์ และเสมอภากรณ์ โสภณศิริรักษ์, 2561) จำนวน 24 ข้อ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทั้งฉบับได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.946 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่า แบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ มีค่าน้ำหนักมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ ด้านการควบคุมตนในอาชีพ และด้านความใส่ใจในอาชีพ ตามลำดับ ซึ่งแบบจำลองโครงสร้างการวัดองค์ประกอบความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ($= 261.61$, $df = 226$, $CFI = 0.99$, $RMSEA = 0.037$, $RMR = 0.061$)

คำสำคัญ: ความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน นักศึกษานิเทศศาสตร์

Abstract

The aim of this study was to conduct a second-order confirmatory factor analysis (CFA). The instrument developed would be used to measure career adaptabilities of the third year and fourth year communication arts undergraduate students. Total of 118 students participated in the study; these students were selected through multi-stage sampling. The instrument developed for the purpose of this study contained 24 questions; they were based on the general career adapt-abilities questionnaire from Assapun and Sophonhiranrak (2018). The validity of this instrument were assessed by 3 experts, with the IOC ranging from 0.67-1.00. Reliability test of the instrument were around 0.946. The statistical analysis of second-order CFA

exercise are subcomponent on Career Curiosity component scored the highest weight followed by Career Confidence, Career Control and Career Concern, respectively as follows: = 261.61, df = 226, CFI = 0.99, RMSEA = 0.037, RMR = 0.061.

Keywords: Career Adaptability, Confirmatory Factor Analysis, Communication Arts Student

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี (Digital Disruption) ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันและการทำงานของมนุษย์ ในภาคเศรษฐกิจถูกขับเคลื่อนด้วยข้อมูลความรู้และนวัตกรรม เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาแทนที่การทำงานแบบซ้ำเดิม และเพื่อช่วยพนักงานที่มีทักษะขั้นสูง สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับองค์กรในการผลิตและบริการ รวมถึงการสร้างสรรค์งานได้มากยิ่งขึ้น (เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช และคณะ, 2559) ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งสำคัญสำหรับพัฒนาพนักงานในช่วงการเปลี่ยนแปลงนี้คือ การสร้างสรรค์และปรับตัวในโลกของการทำงานที่ไร้ขอบเขต รวมถึงวัฒนธรรมการทำงานและการใช้สถานที่ทำงานที่หลากหลายได้ทุกที่ทุกเวลา พนักงานที่ทำงานได้อย่างประสบความสำเร็จในยุคนี้ จึงมีความจำเป็นในการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ ในงานที่แตกต่างไปจากหน้าที่ในงานเดิม (Tien & Wang, 2017) สำหรับพนักงานใหม่ที่ก้าวเข้าไปสู่โลกของการทำงานเป็นครั้งแรก ความพร้อมจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งที่ได้เรียนรู้ทั้งในและนอกระบบการศึกษา การแก้ปัญหาแรงงานใหม่มักเชื่อมโยงกับการพัฒนาแนวทางการเรียนรู้ในระบบการศึกษาที่มีทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในสภาพแวดล้อมการทำงานจริงตามบริบทของหลักสูตรควบคู่กันไป (เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว, 2561) จึงเกิดช่วงรอยต่อระหว่างชีวิตการศึกษาในระบบกับชีวิตของการเข้าสู่การทำงานจริงในองค์กรและสังคม

อุตสาหกรรมสื่อเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการทำงาน โดยมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีซึ่งช่วยให้พนักงานมีความสามารถใหม่ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านวิถีชีวิต เกิดการทำงานในสายงานใหม่ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในรูปแบบและวิธีการใหม่ ๆ ในการทำงาน (กาลัญญ วรพิทยุต, 2562) ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้เป็นโอกาสที่ดีสำหรับพนักงานที่มีความสามารถในการปรับตัวด้านอาชีพให้สามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร ทั้งการสร้างสรรค์ผลงาน กระบวนการในการทำงาน ตลอดจนจนถึงการนำทักษะด้านการสื่อสาร การแก้ปัญหา และการคิดเชิงวิพากษ์มาใช้ในการทำงานและสร้างผลงานให้ได้ตามที่ต้องการ (สุรวินท์ อัสสพันธ์ และ เสมอกาญจน์ โสภณศิริอนุรักษ์, 2561)

ในการศึกษาการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 ของ สุธาณี นิรัตติมานนท์ (2560) พบว่า ในโลกของการทำงานบัณฑิตนิเทศศาสตร์ต้อง

พบเจอ กับการเปลี่ยนแปลงสูงและบัณฑิตที่จบออกไปยังขาดทักษะที่ตอบสนองต่อตลาดแรงงานโดยไม่สามารถทำงานได้ตามที่องค์กรต้องการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพตรงสาย กล่าวคือ ผู้ที่ได้ทำงานในองค์กรสื่อ เช่น สำนักข่าว องค์กรผลิตสื่อทั้งเพลง ละคร ภาพยนตร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น หรือผู้ที่ประกอบอาชีพไม่ตรงสายในองค์กรอื่นที่ไม่ใช่องค์กรเกี่ยวกับสื่อซึ่งจะต้องมีการปรับตัวและการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เดิมให้เข้ากับลักษณะงานที่แตกต่างออกไปจากสิ่งศึกษามา จึงอาจกล่าวได้ว่า การศึกษาความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์จะช่วยให้นักศึกษาได้พิจารณาและทบทวนด้านความพร้อมในการปรับตัวทางอาชีพ และเป็นการสะท้อนความคิดเกี่ยวกับความสามารถทางอาชีพ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อไป (จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2547)

การส่งเสริมความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพแก่นักศึกษาในระดับปริญญาตรีจึงมีความสำคัญ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกฝนพัฒนาความสามารถและทักษะของตนเอง เพื่อให้เกิดความชำนาญและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานจริงเมื่อจบการศึกษา นักจิตวิทยาการปรึกษาด้านอาชีพกว่า 13 ได้มีการแปลและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ ชื่อว่า Career Adapt-Ability Scale (Savickas & Porfeli, 2012) รวมถึงในประเทศไทยก็ได้มีการแปลแบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ ฉบับภาษาไทย (Career Adapt-Abilities Scale: CAAS-Thai) (สุรวิทย์ อัสสพันธ์ และเสมอกาญจน์ โสภณศิริรักษ์, 2561) พบว่า เครื่องมือวัดชุดนี้มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างในทุกประเทศ และมีการทดสอบในกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มพนักงาน นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ เพื่อให้เครื่องมือวัดมีความจำเพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นเมื่อนำเครื่องมือไปใช้กับนักศึกษาเฉพาะหลักสูตร ซึ่งมีบริบทในการเรียนและลักษณะของอาชีพในอนาคตที่แตกต่างกัน และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่ นักศึกษานิเทศศาสตร์ ก่อนการจบการศึกษา จึงจำเป็นต้องมีเครื่องมือสำหรับวัดระดับความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ เพื่อใช้พิจารณาว่านักศึกษามีระดับความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพในระดับใด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัด Career Adapt-Abilities Scale ฉบับภาษาไทย (CAAS-Thai) ในนักศึกษاپริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาที่เมื่อจบการศึกษาแล้วสามารถประกอบอาชีพได้หลากหลายสาขาอาชีพ สายงานด้านนิเทศศาสตร์ที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะตลาดแรงงานของนักนิเทศศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นหัวเมืองของประเทศไทยมีการเปลี่ยนที่รวดเร็วเพราะฉะนั้น การศึกษาในนักศึกษากลุ่มนี้จึงสำคัญเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่โลกของการทำงาน นอกจากนี้ เพื่อยืนยันว่า CAAS-Thai เป็นเครื่องมือวัดที่มีความเหมาะสมกับนักศึกษاپริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร และผลการศึกษาที่ได้จะช่วยเป็นเครื่องมือ และ

การพัฒนาชุดฝึกอบรมที่ใช้พัฒนาความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพที่เหมาะสมกับนักศึกษานิเทศศาสตร์

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์หลักสูตรนิเทศศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความสามารถในการปรับตัวเป็นองค์ประกอบหลักในพัฒนาการทางอาชีพของเด็กและวัยรุ่น เป็นกระบวนการความพร้อมทางด้านเจตคติและการรู้คิดที่สร้างทางเลือกทั้งด้านการศึกษาและด้านอาชีพ โดยที่ผลลัพธ์ทางวุฒิภาวะทางอาชีพเกิดจากปฏิสัมพันธ์ที่เป็นพลวัตระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นดำรงอยู่ (Crites, 1971) ซึ่งถูกแสดงออกมาได้อย่างเหมาะสมผ่านพฤติกรรมกรวางแผนและการค้นหาที่ช่วยในการส่งเสริมในการตัดสินใจทางอาชีพ ดังนั้นความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพถือว่าเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการช่วยให้การเปลี่ยนผ่านจากช่วงวัยเรียนเข้าสู่โลกการทำงานได้อย่างราบรื่น ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพ ความสำเร็จทางอาชีพของแต่ละบุคคล

การปรับตัวมีรากศัพท์มาจากคำว่า apt ซึ่งหมายถึง การเรียนรู้และการเข้าใจอย่างรวดเร็ว รากศัพท์นี้ได้ถูกใช้ในการสร้างเจตคติในอาชีพ คำว่า adapt มาจากศัพท์ในภาษาละติน ตรงกับคำว่า adaptare ในภาษาฝรั่งเศส ซึ่งมีความหมายว่า เหมาะสมพอดี ดังนั้นการปรับตัวจึงมีความหมายว่า การสร้างความเหมาะสมหรือความสอดคล้องภายใต้การเปลี่ยนแปลง ไปพร้อมกับการพัฒนาที่เกิดขึ้นในอาชีพ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม การปรับตัวยังเน้นย้ำไปที่การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสถานการณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสถานที่ทำงาน (Savickas, 1997)

ในทฤษฎีการสร้างอาชีพ (Career Construction Theory) ได้อธิบายความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพว่าเป็นโครงสร้างจิตสังคมที่แสดงให้เห็นถึงความพร้อมของบุคคลในการรับมือสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ในงานที่เกิดขึ้นอย่างฉุกเฉินทั้งในการพัฒนาทางอาชีพ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งหรือย้ายงานย้ายองค์กร และการได้รับผลกระทบทางจิตใจที่เกิดขึ้นในงาน โดยในการศึกษาองค์ประกอบความสามารถในการปรับตัวครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งองค์ประกอบของความสามารถในการปรับตัวออกเป็น 4 องค์ประกอบ ตามแนวคิดของ Savickas (1997) ได้แก่ 1. ความใส่ใจในอาชีพ (Career Concern) 2. การควบคุมตนในอาชีพ (Career Control) 3. ความใฝ่รู้ในอาชีพ (Career Curiosity) 4. ความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ (Career Confidence)

สำหรับในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพว่า หมายถึง ความพร้อมของนักศึกษาที่จะแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความสามารถ

ในการรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงมีการวางแผนสำหรับอนาคต มีการตัดสินใจเกี่ยวกับอาชีพได้ด้วยตนเอง มีการแสวงหาโอกาสเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบได้แก่

1. ด้านความใส่ใจในอาชีพ (Career Concern: CACONC) หมายถึง ความพร้อมในการที่จะกระทำของนักศึกษาที่แสดงออกถึงการเตรียมทางความคิด มีการวางแผนเกี่ยวกับอาชีพในอนาคต สามารถกำหนดแผนการทำงานและเตรียมพร้อมสำหรับงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2. ด้านการควบคุมตนในอาชีพ (Career Control: CACONT) หมายถึง การกระทำของนักศึกษาที่แสดงออกถึงการมีวินัยในตนเอง มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และการตัดสินใจในการทำงานได้ด้วยตนเอง

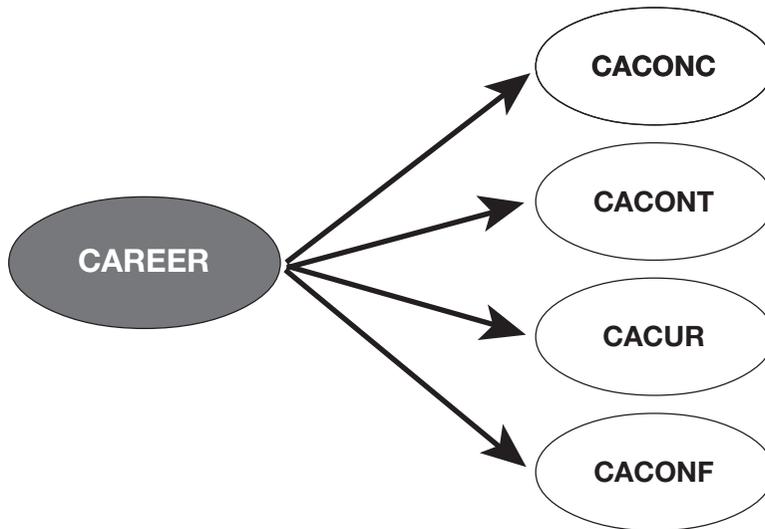
3. ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ (Career Curiosity: CACUR) หมายถึง การกระทำของนักศึกษาที่แสดงออกถึงความใฝ่รู้ในการค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกอาชีพในอนาคต

4. ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ (Career Confidence: CACONF) หมายถึง การกระทำของนักศึกษาที่แสดงออกถึงการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดการสิ่งต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ใช้ความสามารถของตนเองในการทำงาน เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เสมอและสามารถแก้ไขปัญหาได้

นักวิชาการด้านการปรึกษาอาชีพ ชาวिकासและพอร์เฟรี ได้พัฒนาแบบวัดชื่อ Career Adapt-Abilities Scale (CAAS) เป็นการประเมินทุนทางจิตสังคมของพนักงานเพื่อการจัดการในการพัฒนาทางอาชีพ (Savickas & Porfeli, 2012) แม้แบบวัดนี้จะถูกพัฒนาขึ้นมาในบริบทของการทำงาน แต่ก็ได้รับความนิยมในการนำมาใช้ในบริบทของการศึกษาเพื่อเป็นการประเมินนักศึกษาก่อนที่จะจบการศึกษา (Hou, Wu, & Liu, 2014; Tolentino, Garcia, Lu, Restubog, Bordia, & Plewa, 2014; Ebenehi, Rashid, & Bakar, 2016) นอกจากนี้ แบบวัด CAAS ได้รับการศึกษาและพัฒนาจากความร่วมมือของนักวิจัยทางอาชีพจาก 13 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเบลเยียม, บราซิล, จีน, ฝรั่งเศส, ไชล์แลนด์, อิตาลี, เกาหลี, เนเธอร์แลนด์, โปรตุเกส, แอฟริกาใต้, สวิตเซอร์แลนด์, ไต้หวันและสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาพัฒนาความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของแบบวัดสำหรับนำไปใช้ในแต่ละประเทศ ผลการศึกษาเบื้องต้นชี้ให้เห็นว่า แบบวัด CAAS เป็นเครื่องมือการวัดทางจิตสังคม ซึ่งสามารถประเมินความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Zacher, 2013) และเครื่องมือวัดชุดนี้มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างในทุกประเทศ แม้ว่าแต่ละประเทศจะใช้ภาษาที่แตกต่างกัน ตั้งอยู่ในทวีปที่แตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นว่าแบบวัดดังกล่าวมีความเป็นสากล แม้จะต่างวัฒนธรรมกัน (Savickas & Porfeli, 2012) รวมถึง ในประเทศไทยที่ได้มีการได้ปรับปรุงแบบวัดแบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ (Career Adapt-abilities Scale) ฉบับภาษาไทย (สุวิทย์ อัสสพันธ์ และเสมอภาณจัน โสภณศิริรักษ์, 2561) พบว่า แบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพที่ได้รับการแปลเป็นภาษาไทยนี้ สามารถ

วัดคนที่มีความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพได้ดี และเพื่อให้สามารถวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพได้ดีขึ้น ด้วยการวัดจากการเลือกตอบสนองต่อสถานการณ์ ซึ่งน่าจะเป็นการวัดผลที่สอดคล้องกับบริบทการทำงานมากกว่าการวัดด้วยคำถามกว้าง ๆ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษาปริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตร์ โดยใช้องค์ประกอบตามแนวคิดของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ (Savickas & Porfeli, 2012) และจึงได้ปรับปรุงข้อคำถามเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของการทำงานมากยิ่งขึ้น ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

โมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองที่สร้างขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปี 4 ของมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในปีการศึกษา 2563 โดยเป็นมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต มีจำนวน 4 แห่ง โดยมีนักศึกษาที่เป็นประชากรทั้งหมด 710 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาในครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปี 4 ที่กำลังการศึกษาในปีการศึกษา 2563 ของมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต ได้แก่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและมหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลาย

ขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธี Maximum Likelihood ตามข้อเสนอของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) โดยสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 100 ตัวอย่างขึ้นไป ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 118 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ จำนวน 1 ฉบับ ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item of Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จำนวน 24 ข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทั้งฉบับ เท่ากับ 0.949

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบวัดจำนวน 24 ข้อ ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 118 คน โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ ผ่าน Google Form

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวมของแบบวัด การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก (First Order Confirmatory) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second Order Confirmatory) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานิติศาสตร์ชั้นปี 4 มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 118 คน แบ่งเป็นนักศึกษาชาย จำนวน 47 คน นักศึกษาหญิง จำนวน 60 คน และเพศทางเลือก จำนวน 11 คน (คิดเป็นร้อยละ 39.8 50.8 และ 9.3 ตามลำดับ) กำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 1 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จำนวน 59 คน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 17 คน และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 41 คน (คิดเป็นร้อยละ 0.8 50.0 14.4 และ 34.7 ตามลำดับ)

2. เมื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.946 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านดังนี้ 1) ด้านความใส่ใจในอาชีพ เท่ากับ 0.869 2) ด้านการควบคุมตนในอาชีพ เท่ากับ 0.823 3) ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ เท่ากับ 0.876 4) ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ เท่ากับ 0.897 ดังนั้น แบบวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพจึงมีค่าความเชื่อมั่นทั้งรายองค์ประกอบและความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่ 1 ด้านความใส่ใจในอาชีพ มีค่าตั้งแต่ 0.58 - 0.87 องค์ประกอบที่ 2 ด้านการควบคุมตนในอาชีพ มีค่าตั้งแต่ 0.42 - 0.85 องค์ประกอบที่ 3 ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ มีค่าตั้งแต่ 0.65 - 0.83 และองค์ประกอบที่ 4 ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ มีค่าตั้งแต่ 0.68 - 0.85 เป็นไปตามเกณฑ์ Factor loading > .40 (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006)

4. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่า องค์ประกอบของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์ ในแต่ละองค์ประกอบมีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน แสดงว่า องค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการพิจารณาถึงความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดขององค์ประกอบ พบว่า ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ มีค่าน้ำหนักมากที่สุด เท่ากับ 0.95 รองลงมา ได้แก่ ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ ด้านการควบคุมตนในอาชีพ และด้านความใส่ใจในอาชีพ มีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.95 0.87 และ 0.72 ตามลำดับ และแต่ละองค์ประกอบมีค่าความเชื่อมั่นในการวัด (R^2) อยู่ระหว่าง 0.52 - 0.90 แสดงว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน สามารถวัดความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์ และยืนยันโมเดลองค์ประกอบของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยเชิงทฤษฎีที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก

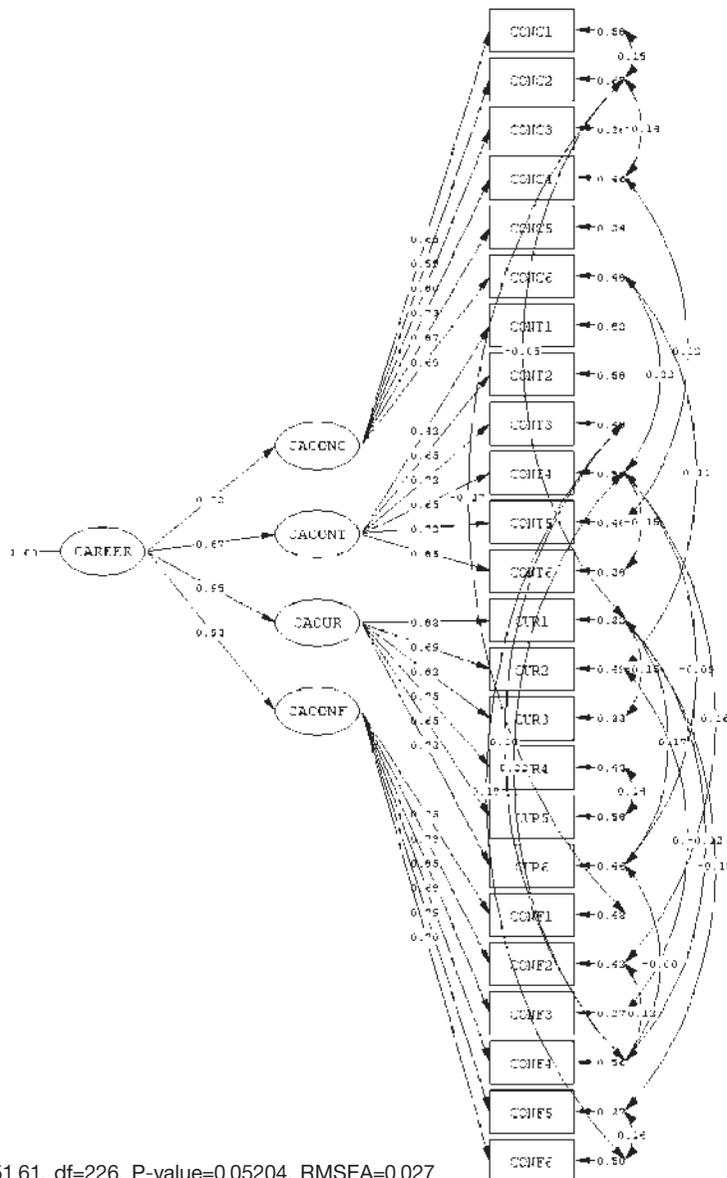
องค์ประกอบ/ตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ			
	b (BE)	SE (b)	t	R^2
ด้านความใส่ใจในอาชีพ ($\alpha = 0.869$)	0.72	0.12	6.05**	0.52
การพิจารณาเกี่ยวกับอาชีพในอนาคต	0.65	-	-	0.42
รู้ว่าสิ่งที่เลือกในวันนี้จะส่งผลต่ออนาคต	0.58	0.09	6.45**	0.34
การเตรียมตัวสำหรับอาชีพในอนาคต	0.80	0.11	7.21**	0.64
รู้ว่าเลือกเรียนและประกอบอาชีพใด	0.73	0.11	6.79**	0.54
การวางแผนเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายทางอาชีพที่ตั้งไว้	0.87	0.11	7.68**	0.76
ให้ความสำคัญต่ออาชีพที่จะทำในอนาคต	0.69	0.10	6.73**	0.49
ด้านการควบคุมตนในอาชีพ ($\alpha = 0.823$)	0.87	0.20	4.47**	0.77
เป็นคนมองโลกในแง่ดี	0.42	-	-	0.18

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ			
	b (BE)	SE (b)	t	R ²
การตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาชีพในอนาคตได้ด้วยตนเอง	0.65	0.15	4.27**	0.42
มีความรับผิดชอบต่อการกระทำของตัวเอง	0.72	0.16	4.44**	0.51
การยืนหยัดในความเชื่อที่มี	0.65	0.15	4.34**	0.46
การพึ่งพาตนเองได้	0.72	0.16	4.45**	0.52
ทำในสิ่งที่เห็นว่าถูกต้อง	0.85	0.18	4.62**	0.72
ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ ($\alpha = 0.876$)	0.95	0.10	9.89**	0.90
การสำรวจสิ่งต่าง ๆ รอบตัว	0.83	-	-	0.68
การหาโอกาสในการพัฒนาตนเอง	0.69	0.08	8.36**	0.49
การพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจ	0.82	0.10	8.59**	0.67
การประเมินทางเลือกต่าง ๆ ที่มีก่อนจะตัดสินใจลงมือทำ	0.75	0.08	9.05**	0.57
การใคร่ครวญปัญหาอย่างลึกซึ้ง	0.65	0.09	7.53**	0.42
การสนใจโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอ	0.73	0.10	7.43**	0.54
ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ ($\alpha = 0.897$)	0.93	0.11	8.85**	0.87
การทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.75	-	-	0.56
การใส่ใจกับงานที่ทำเพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดี	0.78	0.09	8.70**	0.59
การเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เสมอ	0.85	0.09	9.82**	0.73
การใช้ความสามารถที่มีอย่างเต็มที่เพื่อการทำงาน	0.68	0.09	7.46**	0.45
สามารถเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ได้	0.79	0.09	8.92**	0.63
สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้	0.70	0.09	7.86**	0.50
Chi-Square = 261.61, p = 0.05204, df = 226, $\chi^2/df = 1.157$, GFI = 0.84, AGFI = 0.79, CFI = 0.99, RMSEA = 0.037, RMR = 0.061				

* p < .01

ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรกของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์ พบว่า มีค่า Chi-Square อยู่ที่ 261.61 ดัชนีวัดความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.84 ดัชนีวัดความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.79 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.99 ค่าดัชนีรากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.037 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (RMR) เท่ากับ 0.061 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์มาก แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์

สรุปผลและอภิปรายผล

ความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพมีความสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาที่กำลังจะก้าวเข้าสู่โลกการทำงานเป็นช่วงเวลาเปลี่ยนผ่านจากช่วงวัยรุ่นเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ตอนต้น การปรับตัวทางอาชีพคือการสร้างความเหมาะสมหรือทำให้เกิดการพัฒนาทางอาชีพได้อย่างสอดคล้องไปกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอาชีพ มีความยืดหยุ่นในการตอบสนองกับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ (Savickas, 1997) การวิเคราะห์หองศ์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่า Chi-Square เท่ากับ 261.61 ค่า p เท่ากับ 0.05204 แสดงว่าโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Hair, et al., 2006) และเมื่อพิจารณาจากค่าดัชนีการวัดความสอดคล้องอื่น ๆ ก็ให้ผลสอดคล้องกันคือ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.84 ดัชนีระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.79 ดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.99 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (RMR) เท่ากับ 0.061 ค่าดัชนีรากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.037 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์มากกว่าดัชนี ผลการวิเคราะห์หน้าหน้าขององค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ด้านความใส่ใจในอาชีพ (Career Concern: CACONC) ค่าตั้งแต่ 0.58-0.87 2) ด้านการควบคุมตนในอาชีพ (Career Control: CACONT) มีค่าตั้งแต่ 0.42-0.85 3) ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ (Career Curiosity: CACUR) มีค่าตั้งแต่ 0.65-0.83 4) ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ (Career Confidence: CACONF) มีค่าตั้งแต่ 0.68-0.85 ทุกค่ามีค่าเกิน 0.40 ซึ่งผลการศึกษาคั้งนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของอาชีพ (Savickas & Porfeli, 2012; สุรวุฑย์ อัสสพันธ์ และเสมอภาณจัน โสภณศิริวัณรักษ์, 2561)

จากผลการวิเคราะห์หองศ์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ (CAREER) พบว่า องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการพิจารณาถึงความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของนักศึกษานิเทศศาสตร์ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดขององค์ประกอบ พบว่า ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ มีค่าน้ำหนักมากที่สุด เท่ากับ 0.95 รองลงมาได้แก่ ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ ด้านการควบคุมตนในอาชีพ และด้านความใส่ใจในอาชีพ มีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.95 0.87 และ 0.72 ตามลำดับ ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบย่อยทั้ง 4 องค์ประกอบ มีค่าในระดับสูงซึ่งแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบย่อยทั้ง 4 องค์ประกอบเป็นตัวชี้วัดที่ดีของความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับ (Savickas & Porfeli, 2012; Urbanaviciute, Kairys, Pociute, & Liniauskaite, 2014; สุรวุฑย์ อัสสพันธ์ และเสมอภาณจัน โสภณศิริวัณรักษ์, 2561) ดังนั้น ในการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพควรจะประกอบไปด้วย การส่งเสริมใน 1. ด้านความใฝ่รู้ในอาชีพ คือ ความใฝ่รู้ในการค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกอาชีพในอนาคต รวมถึงนำไปใช้ในการในการทำงาน 2. ด้านความมั่นใจในตนเองทางอาชีพ คือ การทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดการสิ่งต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ใช้ความสามารถของตนเองในการทำงาน เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เสมอและสามารถแก้ไขปัญหาได้ 3. ด้านการควบคุมตนในอาชีพ คือ การมีวินัยในตนเอง มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และการตัดสินใจในการทำงานได้ด้วยตนเอง

และ 4. ด้านความใส่ใจในอาชีพ คือ ความพร้อมในการวางแผนเกี่ยวกับอาชีพในอนาคต สามารถกำหนดแผนการทำงานและเตรียมพร้อมสำหรับงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรศึกษาตัวแปรที่อาจจะมีผลต่อความสามารถในการปรับตัวทางอาชีพของ นักศึกษานิเทศศาสตร์
2. ในการนำแบบวัดไปใช้ควรปรับข้อคำถามให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โครงการ “ทุน 70 ปี 70 ทุน มศว คีนสู่สังคม”

บรรณานุกรม

- กาลีณ วรพิทยุต. (2562). *การโฆษณากับการปรับตัวเข้าสู่ยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4.0* (รายงานผลการวิจัย). สืบค้นจาก <https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/305300.pdf>
- เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. (2561). *ช่องว่างทักษะกับนัยยะที่มีต่อการพัฒนากำลังคนของประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://www.econ.tu.ac.th/symposium40/paper/003__Symposium40-%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B9%8C.pdf
- จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์, และวีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. (2547). *บุคลากรสื่อไทย: สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve__DOI=10.14457/CU.res.2004.8
- เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช, ฟ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์, วุฒิชัย เนียมเทศ, และณัฐวิทย์ พจนตันติ. (2559). *ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพัฒนานักศึกษา*. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 3(2), 208-222.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2563). สืบค้นจาก

- Hou, C., Wu, L., & Liu, Z. (2014). Effect of proactive personality and decision-making self-efficacy on career adaptability among Chinese graduates. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 42(6), 903-912. doi:10.2224/sbp.2014.42.6.903
- Savickas, M. L. (1997). Career adaptability: An integrative construct for life-span, life space theory. *The Career Development Quarterly*, 45, 47-259.
- Savickas, M. L., & Porfeli, E. J. (2012). Career adapt-abilities scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80(3), 661-673. doi:10.1016/j.jvb.2012.01.011
- Tien, H.-L. S., & Wang, Y.-C. (2017). Career adaptability, employability, and career resilience of Asian people. In *Psychology of career adaptability, employability and resilience* (pp. 299-314). doi:10.1007/978-3-319-66954-0__18.
- Tolentino, L. R., Garcia, P. R. J. M., Lu, V. N., Restubog, S. L. D., Bordia, P., & Plewa, C. (2014). Career adaptation: The relation of adaptability to goal orientation, proactive personality, and career optimism. *Journal of Vocational Behavior*, 84(1), 39-48. doi:10.1016/j.jvb.2013.11.004
- Urbanaviciute, I., Kairys, A., Pociute, B., & Liniauskaite, A. (2014). Career adaptability in Lithuania: A test of psychometric properties and a theoretical model. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), 433-442. doi:10.1016/j.jvb.2014.09.005
- Zacher, H. (2013). Career adaptability predicts subjective career success above and beyond personality traits and core self-evaluations. *Journal of Vocational Behavior*, 84, 21-30.

การศึกษากลยุทธ์การเนื้อหาการตลาดและกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ บน FACEBOOK FANPAGE ของ ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์

A STUDY OF CONTENT MARKETING STRATEGY AND RELATIONSHIP MANAGEMENT STRATEGY ON FACEBOOK FANPAGE OF A STREAMING SERVICE

Received: 25 February, 2021

Revised: 20 April, 2021

Accepted: 29 April, 2021

ชุตินา เกศดาญรัตน์*

Chutima Kessadayurat*

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

* Assistant Professor and Ph.D., Digital Marketing Communication Program (Graduate School), School of Communication Arts, Bangkok University.

* Email: Chutima.k@bu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษา ประเภท และ วัตถุประสงค์ ของกลยุทธ์เนื้อหาการตลาดบน Facebook Fanpage และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ (A Streaming Service) กับ กลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสด (Streamers) ผู้สนับสนุนทีม (Followers) และ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน (Sponsors) จำนวนโพสต์ทั้งสิ้น 65 โพสต์ ระหว่างช่วงเดือน พฤศจิกายน 2563 ถึงมกราคม 2564 ประมวลผลข้อมูลโดยใช้การศึกษาวเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จาก ผลการวิจัยพบว่า ประเภทของเนื้อหาการตลาดที่พบบน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ มีทั้งหมด 5 ประเภท ตามลำดับได้แก่ 1. Real time content 2. Video content 3. Album content 4. Promotional content 5. Question & Opinion content ในส่วนของ วัตถุประสงค์ของการทำ content strategy ประเภทต่าง ๆ บน Facebook Fanpage ของ ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ ได้แก่ 1. การให้ความบันเทิง เนื้อหาที่เน้นอารมณ์เป็นหลัก และ 2. การโน้มน้าวใจ เนื้อหาที่โน้มน้าวใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลเป็นหลักไม่เน้นสร้างการรับรู้ ในส่วนของกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ผลการวิจัยพบ 7 กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ได้แก่ 1. การมีปฏิสัมพันธ์ในด้านบวก 2. กลยุทธ์การให้ความร่วมมือ 3. เครือข่ายทางสังคม 4. การเข้าถึง 5. กลยุทธ์ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย 6. การทำให้เชื่อมั่น 7. กลยุทธ์การบูรณาการ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาดเนื้อหา กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล สื่อสตรีมมิ่ง เกมออนไลน์

Abstract

This research studies types and objectives of content marketing strategy and types of relationship management strategies on Facebook Fanpage of a streaming service used to communicate with its streamers, followers and sponsors. The content analysis of 65 posts between November 2020- January 2021 reveals 5 types of content marketing includes “Real time content,” “Video content,” “Album content,” “Promotional content,” and “Question & Opinion content”. For its content marketing objectives, “Entertainment” which is focusing on consumer’s emotion and “Convince” which focusing on consumer’s purchasing decision, not just creating awareness, appeared mainly on the Facebook Fanpage. Regarding the relationship management strategies, 7 types of strategies are discovered i.e. “Positivity,” “Cooperating,” “Social networks,” “Access,” “Win-win,” “Assurances,” and “Integrative strategy”.

Keywords: Content Marketing Strategy, Relationship Management Strategies, Digital Marketing Communication, Streaming Media, Online Gaming

บทนำ

ในปี 2020 เป็นปีแห่งการเปลี่ยนสู่การใช้ชีวิตแบบปกติใหม่ หรือ New Normal การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นยังทำให้เกิดแนวทางที่หลายคนอาจไม่คุ้นเคย กำลังก้าวเป็นสิ่งปกติที่เริ่มคุ้นชินตา ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของวัฒนธรรม วิถีชีวิต พฤติกรรมของคนในสังคม รวมทั้งระบบเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเรื่องที่อยู่ในระดับปัจเจกบุคคลจำเป็นต้องก้าวให้ทัน ในส่วนของอุตสาหกรรมต่างๆ จำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นบน Online หรือ ระบบดิจิทัล (Digital) เป็นหลัก ตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อเทคโนโลยี ในรูปแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในการดำเนินชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล เพื่อที่จะสามารถขับเคลื่อนภาคส่วนต่าง ๆ ให้เติบโต และที่สำคัญ เพื่อให้องค์กร อยู่รอด (Marketingoops, 2563)

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA โดยสถาบันการมองอนาคตนวัตกรรม (Innovation Foresight Institute: IFI) ได้ทำการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 และพบว่า 1 ใน 10 เครื่องมือที่น่าสนใจและสามารถช่วยมนุษยชาติให้อยู่รอดภายใต้การระบาดของไวรัสดังกล่าวได้คือ โซเชียลมีเดีย (Social Media) หรือโลกสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟสบุ๊ก และทวิตเตอร์ ที่จะมียุทธศาสตร์สำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร การเป็นพื้นที่ค้าขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเป็นสังคมแห่งการรวมตัวเพื่อแลกเปลี่ยนความคิด รวมทั้งเป็นพื้นที่ของข้อมูลที่สามารถศึกษาและแบ่งปันระหว่างกันได้ทั้งในเชิงอรรถประโยชน์และความบันเทิงบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จากข้อมูลคนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตครั้งแรกผ่านสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นในทุกวัย ข้อมูลจาก Internet World Stats, We Are Social, Hootsuite และ ETDA รายงานข้อมูลสรุปปี 2019 ประชากรไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแล้ว 82% เป็นเจ้าของสมาร์ทโฟนและแล็ปท็อป 98% พฤติกรรมการเสพสื่อออนไลน์ของคนไทยอยู่ที่ 9.38 ชั่วโมงต่อวัน แบ่งเป็น ทีวีสตรีมมิ่ง/วิดีโอ สตรีมมิ่ง (การถ่ายทอด(สด)ทางทีวี หรือแบบอัปเดตบันทึกวีดีโอ) 4 ชั่วโมง 03 นาที โซเชียลมีเดีย 3 ชั่วโมง 10 นาที และมีวิดีโอสตรีมมิ่ง 1 ชั่วโมง 35 นาที ถือว่าสูงมากและติดอันดับ ท็อป 6 ของโลก การดูวิดีโอออนไลน์ และ อัตราการใช้สื่อ streaming (การถ่ายทอด) ยิ่งสูงที่สุดเมื่อเทียบกับกิจกรรมออนไลน์ประเภทอื่นกล่าวคือ ประมาณ 70% จากกิจกรรม ออนไลน์ทั้งหมด (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2020) นอกจากนี้ การแข่งขัน E-Sports และการให้บริการเกมออนไลน์ ที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น เนื่องจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ตั้งแต่ต้นปี 2020 จึงทำให้มีคนอยู่บ้านมากขึ้นจากการที่ทั่วโลกออกมาตรการ Social Distancing คนจึงต้องหันไปพึ่งพากิจกรรมความบันเทิงบนโลกออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ (ธนพร ชมภู, 2564)

ข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้นสะท้อนการปรับตัวของทั้งในส่วนของผู้บริโภค ในยุคปกติใหม่ที่มีการดำเนินชีวิตทั้งการทำงานและผ่อนคลายความเครียดหลังจากการทำงาน โดยอาศัยสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางหลักและมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมต่อไป ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมการให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ของประเทศในอนาคต และในส่วนของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ตก็มีการพัฒนาการให้บริการรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมผ่านการสื่อสารบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของหน่วยงาน

ในมุมมองของนักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษากลยุทธ์เนื้อหาการตลาด และกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ ที่ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ตใช้ในการสื่อสารการตลาดกับ ผู้เล่นเกมอีสปอร์ตถ่ายทอดสด (Streamers) ผู้สนับสนุนทีม (Followers) และผู้สนับสนุนการแข่งขัน (Sponsors) บน Facebook Fanpage เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในทุกมิติให้กับกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่ความประทับใจ และคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกของกลุ่ม งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาเชิงลึกถึงประเภท และวัตถุประสงค์เนื้อหาการตลาด และกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต กับ กลุ่มผู้เล่นเกมอีสปอร์ตแบบถ่ายทอดสด ผู้สนับสนุนทีม และผู้สนับสนุนการแข่งขัน ที่ล้วนมีรากฐานมาจากการสร้างปฏิสัมพันธ์บนเพจ การแสดงคุณค่าร่วมกัน และการให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน และเกี่ยวเนื่องกันทางธุรกิจ ผ่านการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ใช้ในการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาประเภทของกลยุทธ์เนื้อหาการตลาด ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต กับกลุ่มผู้เล่นเกมอีสปอร์ตแบบถ่ายทอดสด ผู้สนับสนุนทีม และผู้สนับสนุนการแข่งขันบน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต

2) เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ของการทำกลยุทธ์เนื้อหาการตลาดประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต กับกลุ่มผู้เล่นเกมอีสปอร์ตแบบถ่ายทอดสด ผู้สนับสนุนทีม และผู้สนับสนุนการแข่งขันบน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต

3) เพื่อศึกษากลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต กับ กลุ่มผู้เล่นเกมอีสปอร์ตแบบถ่ายทอดสด ผู้สนับสนุนทีม และผู้สนับสนุนการแข่งขันบน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมอีสปอร์ต

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องกลยุทธ์ประเภทการตลาดเนื้อหา (Content Marketing Strategy)

Content marketing คือการทำการตลาดด้วยการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้อ่าน หรือผู้ใช้งานบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เป็นการนำเสนอคุณค่าบางอย่างเพื่อสร้างความประทับใจ สร้างคุณค่าให้แก่ผู้อ่านหรือผู้ชม และโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ เกิดความรู้สึกในเชิงบวกต่อแบรนด์ เนื้อหาที่ประทับใจสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่นำไปสู่การ

การกดถูกใจ การแชร์เนื้อหา การแท็กคนรู้จักให้เข้าไปอ่าน หรือการคอมเมนต์เพื่อแบ่งปันความเห็น นั่นคือการสร้าง Engagement บนโลกออนไลน์

STEPS Academy (2560) ได้อธิบายสรุปถึง 7 ประเภทของเนื้อหาที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมบน Facebook ดังนี้

1. Video Content วิดีโอคอนเทนต์ สามารถเล่าเรื่องราวได้หลายอย่าง เห็นภาพ ได้ยินเสียง เห็นการเคลื่อนไหว และเข้าถึงอารมณ์ได้เร็วกว่ารูปภาพ ให้เหมาะสมกับแบรนด์ และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอโดยการทำเนื้อหาในวิดีโอต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย สร้างการแชร์ต่อ เทคนิคการสร้างวิดีโอคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ได้แก่ 1) UGC (User-Generated Content) เนื้อหาที่สร้างมาจากกลุ่มลูกค้าตัวจริงที่เคยใช้สินค้าและบริการ 2) Product Showcase เป็นการนำเสนอสินค้าผ่านวิดีโอ โดยเน้น บอกถึงประโยชน์การใช้งานและดีไซน์ 3) Live Video คือการไลฟ์สด จากสถานที่ที่ถ่ายทำหรือสถานที่จริงก็ได้ เพื่อสร้างความตื่นเต้น และรู้สึกทันเหตุการณ์ ซึ่งผู้ชมสามารถเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ สร้างคำถามผ่านคอมเมนต์ หรือการแชร์ให้เพื่อนเข้ามาร่วมชมคอนเทนต์ด้วยกัน 4) Behind The Scene มุมมองการทำงานของแบรนด์ หรือเรื่องราว “หลังบ้าน” ก่อนจะมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เราใช้กันทุกวันนี้ หรือการนำเสนอเบื้องหลังความสำเร็จของเจ้าของแบรนด์ว่าผ่านอะไรมาบ้าง 5) How to เป็นการสอนวิธีการทำบางสิ่งบางอย่างให้ผู้ชมลองทำตามกัน

2. Promotional Content กิจกรรมส่งเสริมการขาย ให้ user แชร์ ไลค์ หรือคอมเมนต์ สามารถเพิ่มยอด Engagement

3. Album Content นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ ให้ข้อมูล หรือความรู้ที่เป็นประโยชน์ ในรูปแบบรูปภาพหลายรูปต่อกันเป็นอัลบั้ม นักการตลาดนิยมสร้างเนื้อหา สรุปสถิติสรุปเนื้อหา และเล่าเรื่องราว หรือ Storytelling

4. Real Time Content สิ่งที่สำคัญในการสร้าง Real Time Content คือ ความเร็ว และ จังหวะที่เหมาะสม เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์

5. Question & Opinion การใช้คำถาม หรือให้ผู้ติดตามได้แสดงความคิดเห็นออกมาในคอมเมนต์

6. Text Quote Content เนื้อหารูปที่มีแต่ข้อความ หรือ อาจจะเป็นภาพพื้นหลังแล้วมีคำคม เนื้อหาประเภทนี้คือเข้าใจง่าย สามารถกดแชร์ได้ง่าย

7. Solvable & Beneficial Content ข้อมูลในเนื้อหาประเภทนี้ ช่วยแก้ปัญหาหรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้คน

แนวคิดเรื่องวัตถุประสงค์เนื้อหาการตลาด (Content Matrix)

Content Matrix คือการแบ่งวัตถุประสงค์เนื้อหาการตลาดประเภทต่าง ๆ ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Communication ตามวัตถุประสงค์ หรือหน้าที่ของเนื้อหา (ธนาคาร เลิศสุตวิชัย, 2563) โดย Content Matrix แบ่งเนื้อหาประเภทต่าง ๆ โดยใช้เกณฑ์ด้านเหตุผลกับอารมณ์ และการรับรู้หรือการชักจูงใจ ดังตัวอย่าง



ภาพที่ 1 Content Matrix
ที่มา ธนาคาร เลิศสุตวิชัย (2563)

จากแนวคิด Content matrix สามารถแบ่ง วัตถุประสงค์ของเนื้อหาการตลาดออกเป็น 4 กลุ่มหลัก (ธนาคาร เลิศสุตวิชัย, 2563) ได้แก่

1. สร้างความบันเทิง (Entertain) เน้นเนื้อหาที่เน้นอารมณ์เป็นหลัก เป็นเนื้อหาที่เน้นอารมณ์เป็นหลัก และสามารถสร้างการรับรู้ได้ดี ตัวอย่างเช่น การทำไวรัลต่าง ๆ ตอบคำถามชิงรางวัล เล่นเกม มีการแชร์ค่อนข้างดี แต่ไม่เน้นการขาย

2. สร้างแรงบันดาลใจ (Inspire) เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ Inspire ยังคงเน้น Emotional เป็นหลัก แต่สามารถโน้มน้าวให้เกิดการขาย ได้ด้วย เช่น การกลุ่มการรีวิวสินค้าต่าง ๆ การทำ Seeding การใช้ KOL หรือการทำ Influencer Marketing เว็บไซต์ หรือ Community Forum เช่น Pantip.com ถึงแม้จะเป็นการรีวิวสินค้าเป็นหลัก แต่ก็ยังคงใช้ Emotional ในการตัดสินใจ

3. ให้ความรู้ (Educate) ให้ความรู้คู่กับการใช้เหตุผล เนื้อหาแบบ Educate คือ การเน้นให้ความรู้เป็นหลัก เนื้อหาประเภทนี้มีการตอบรับค่อนข้างดี สามารถทำให้เกิดการรับรู้ได้ แต่ไม่เน้นการขาย (เว้นแต่การให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการโดยตรง หรือ Product Feature ซึ่งอยู่ในส่วนของ Convince) เช่นการทำ Infographic การแถลงข่าว การจัดทำรีพอร์ตต่าง ๆ เหมาะกับสินค้าและบริการที่ต้องการความน่าเชื่อถือสูง ทำให้ภาพลักษณ์ดี

4. โน้มน้าว (Convince) เนื้อหาที่เน้นการขาย โน้มน้าวใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลเป็นหลัก ไม่เน้นสร้างการรับรู้ Awareness เช่น Product Feature, Case Studies, ตารางราคา คุณสมบัติสินค้า เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์แบบ Convince สร้าง Awareness ในระดับต่ำมาก ถ้าคนที่ไม่ได้สนใจสินค้านั้นจริง จะเลื่อนผ่านไปทันที

แนวคิดเรื่อง กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์

แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและกลุ่มสาธารณชน (Relationship Maintenance/Cultivation Strategies) ได้รับอิทธิพลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยนักวิชาการในยุคแรกที่มีอิทธิพลอย่างมาก คือ Stafford and Canary (1991, อ้างถึงใน Yang, 2005) ซึ่งภายหลัง Hon and Grunig (1999) ได้ประยุกต์ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวกับการรักษาความสัมพันธ์ ในแบบจำลองสามขั้นตอนของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสาธารณชน โดยเพิ่มกลยุทธ์การเข้าถึง เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย (Hung & Chen, 2009)

1. การมีปฏิสัมพันธ์ในด้านบวก (Positivity) หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันด้วยดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยองค์กรจะพยายามทำในสิ่งที่ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายหลักพึงพอใจในความสัมพันธ์

2. การเปิดเผยตนเอง (Openness) หมายถึง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความรู้สึกระหว่างทั้งสองฝ่าย ประโยชน์ของการเปิดเผยตนเองที่องค์กรจะได้รับ คือ การสร้างและฟื้นฟูความไว้วางใจกับกลุ่มเป้าหมายหลัก นอกจากนี้ การเปิดเผยตนเองยังเกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจขององค์กรอีกด้วย (Ki, 2003)

3. การทำให้เชื่อมั่น (Assurances) หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะทำให้อีกฝ่ายแน่ใจว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องและเป็นหน้าที่ขององค์กรที่ต้องรักษาความสัมพันธ์นั้นไว้ ซึ่งความตั้งใจของทั้งองค์กรและกลุ่มเป้าหมายหลักที่พยายามรักษาความสัมพันธ์ที่ดี เป็นตัวบ่งชี้ว่าความสัมพันธ์นั้นมีโอกาสจะยั่งยืน

4. เครือข่ายทางสังคม (Social networks) หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะสร้างเครือข่ายกับบุคคลที่สามเพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนหรือสร้างมิตรกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น นักสิ่งแวดล้อม สหภาพแรงงานกลุ่มชุมชน หรือกลุ่มไม่แสวงหาผลกำไร หรือ NGO เป็นต้น (Grunig & Huang, 2000)

5. การรับผิดชอบงานร่วมกัน (Sharing tasks) หมายถึง องค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายหลักจะร่วมกันแก้ปัญหาบางประการ เช่น การลดมลภาวะเป็นพิษ การจ้างงาน หรือการบริหารการเงินเพื่อการกุศลต่าง ๆ

6. การเข้าถึง (Access) หมายถึง การที่องค์กรเปิดโอกาสให้ตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายหลักเข้าถึงตัวองค์กรได้ หรือการอนุญาตให้ตัวแทนประชาชนกลุ่มเป้าหมายหลักมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจขององค์กร

7. กลยุทธ์การให้ความร่วมมือ (Cooperating) กลยุทธ์นี้ให้ความสำคัญกับทุกฝ่าย โดยองค์กรและสาธารณชนร่วมมือกันในการที่จะประสานผลประโยชน์ แบบร่วมได้ประโยชน์ (Mutually Beneficial Relationship)

8. กลยุทธ์การพัฒนาอย่างสร้างสรรค์แบบไร้เงื่อนไข (Unconditional) กลยุทธ์นี้ให้ความสำคัญกับองค์กรที่ต้องทำสิ่งที่ดีที่สุดในสิ่งที่คิดว่าดีที่สุดสำหรับความสัมพันธ์กับสาธารณชนแม้ว่าจะต้องเลิกทำสิ่งที่เป็นจุดยืนบางประการขององค์กร และเมื่อประชาชนไม่เห็นชอบกับสิ่งที่องค์กรทำ

9. กลยุทธ์แบบได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายหรือไม่มีผู้ได้ประโยชน์ (Win-win or No deal) กลยุทธ์นี้อธิบายถึงสถานะที่องค์กรและประชาชนได้ประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน โดยจะร่วมกันดำเนินการในสิ่งนั้น หรือหากไม่สามารถหาทางออกที่ทั้งสองฝ่ายพึงพอใจ ก็อาจจะไม่ตกลงดำเนินการก็ได้ (Hung & Chen, 2009)

10. กลยุทธ์การบูรณาการ (Integrative Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่สมดุล เนื่องจากทุกฝ่ายในความสัมพันธ์ได้ผลประโยชน์จากการมุ่งสู่ผลประโยชน์ของส่วนรวมและการแก้ปัญหาาร่วมกันผ่านการเจรจาพูดคุยและตัดสินใจร่วมกัน กลยุทธ์นี้ให้ความสำคัญกับการบูรณาการความต้องการทุกฝ่ายเพื่อมุ่งสู่ความสัมพันธ์ระยะยาว

11. กลยุทธ์การแบ่งปันปันส่วน (Distributive Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ไม่สมดุล เนื่องจากฝ่ายหนึ่งในความสัมพันธ์ที่จะได้ผลประโยชน์มากกว่าการลงทุนที่เสียไป เป็นกลยุทธ์ที่ฝ่ายหนึ่งเอาเปรียบอีกฝ่ายในความสัมพันธ์ ในขณะที่อีกฝ่ายมุ่งให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของส่วนรวม

12. กลยุทธ์การพิจารณาผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Dual Concern Strategy) จะเน้นความเท่าเทียมกันทั้งสองฝ่ายในความสัมพันธ์ ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์แบบสองทางอย่างสมดุล อย่างไรก็ตาม เทคนิคบางประการของกลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่ไม่สมดุล เนื่องจากเน้นประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก

แนวคิดเรื่องกลยุทธ์เนื้อหาการตลาด ทั้งในส่วนของประเภท และวัตถุประสงค์ เนื้อหาการตลาด และกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ นำไปสู่การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจการสื่อสารการตลาดดิจิทัลระหว่างระหว่างผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ กับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสด, ผู้สนับสนุนทีมและผู้สนับสนุนการแข่งขันผ่านวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์

วิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) บน Facebook Fanpage ของ ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยเกณฑ์การวิเคราะห์ที่อยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ เนื้อหาที่นำมาวิเคราะห์ จะอยู่ในรูปของโพสต์บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ เพื่อศึกษาในเรื่องของประเภทและวัตถุประสงค์ของเนื้อหา และเนื้อหาที่สะท้อนกลยุทธ์ที่ทางเพจใช้ในการสื่อสารเพื่อรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสด, ผู้สนับสนุนทีม และ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน งานวิจัยชิ้นนี้เริ่มเก็บข้อมูลโพสต์ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2563 ถึง มกราคม 2564 จำนวน 65 โพสต์ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มีการระบาดระลอกใหม่ของ สถานการณ์ Covid-19 ในประเทศไทย โดยเริ่มจากเหตุการณ์ลักลอบเข้าประเทศของแรงงานต่างชาติ จนเหตุการณ์เริ่มควบคุมได้ในช่วงปลายเดือนมกราคม (ศูนย์ปฏิบัติการ

ภาวะฉุกเฉิน กรมควบคุมโรค, 2563) สถานการณ์ในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นช่วงเวลาสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ Social Media เพื่อความบันเทิงจะมากขึ้นเมื่อประชาชนไม่สามารถเดินทางออกจากบ้านได้ ทำให้ผู้วิจัย เลือกทำการศึกษาในช่วงเวลาดังกล่าว ในการตรวจสอบความแม่นยำได้ใช้วิธียืนยันความถูกต้อง (Cross Check Technique) ตั้งแต่การเตรียมความพร้อมของการเก็บข้อมูล ในการจัดระบบข้อมูล ซึ่งผู้จัดทำมีความสำนึกในจรรยาบรรณของการเป็นนักวิจัย โดยมีความโปร่งใส ปราศจากอคติ และ นำประเด็นหลักที่ได้รับการตรวจสอบ และแก้ไขปรับปรุงแล้ว มาใช้วิเคราะห์รหัสเพื่อหาความสอดคล้องและข้อสรุประหว่างผู้วิจัย และผู้วิจัยร่วม (Inter Coder) เพื่อหาข้อสรุปที่มีความเชื่อถือได้ของรหัส (Reliability of Coding) ร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเชื่อถือสูงสุด ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์เนื้อหา รวบรวมข้อมูล ถอดรหัส วิเคราะห์และแยกแยะลักษณะเฉพาะของหัวข้อสำคัญไว้เป็นตารางอย่างเป็นระบบ ตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพของ สุกงศ์ จันทวนิช (2554) และทำการจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูลโดยวิธีจัดทำสารบบ (Taxonomy) คือการนำข้อมูลที่รวบรวมมาลงรหัสและบันทึกเนื้อหาที่ปรากฏ (Coding) ผ่านการลงตารางรหัสข้อมูล (Coding Sheet)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์เนื้อหาการตลาดและกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ บน Facebook Fanpage ของ ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์” แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ 1) ประเภทของกลยุทธ์เนื้อหาการตลาด ที่ใช้ในการสื่อสารบน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ 2) วัตถุประสงค์ของการทำกลยุทธ์เนื้อหาการตลาดประเภทต่าง ๆ บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ และ 3) กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ กับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสด ผู้สนับสนุนทีมและผู้สนับสนุนการแข่งขัน โดยในการรายงานผล จะเรียกแทนผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์หน่วยงานหนึ่งในประเทศไทยว่า “ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A” เรียกแทน ผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสด ว่า “Streamer” และ เรียกแทนการถ่ายทอดสดออนไลน์ ว่า “Streaming”

1) ประเภทของเนื้อหาการตลาด (Content Strategy)

จากการเก็บข้อมูล ประเภทเนื้อหาการตลาดจากโพสต์ บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A ในช่วงพฤศจิกายน 2563 - มกราคม 2564 จำนวนทั้งสิ้น 65 โพสต์ สามารถสรุปประเภทของเนื้อหาที่ปรากฏมากที่สุด ตามลำดับดังนี้

1. Real Time Content เป็นการทำคอนเทนต์ออกมาให้เกี่ยวข้องกับกระแส เพื่อคอนเทนต์ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย มีจำนวน 28 โพสต์ ดังตัวอย่าง

“เริ่มแล้วตอนนี้ มาเฝ้าหน้าจอพร้อมกันกับ XXX (ชื่องาน) #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, มกราคม 2564)

“XXX (ชื่องาน) ครั้งแรก เจอกัน..... แล้วลุ้นกันว่าจะคว้าชัย ไปครองได้หรือไม่ #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2020)

2. Video Content การแนะนำตัว Streamers ด้วยการสัมภาษณ์ มีการแนะนำทีม และการถามเกี่ยวกับตัว Streamer เป็นต้น ผลวิจัยพบจำนวน 22 โพสต์ ตัวอย่างดังนี้

“ฉลองเปิดตัว XXX (ชื่อเกมส์)... โดยเป็นการปะทะกันระหว่าง Streamer.... #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

“เราจะพาไปรู้จักกับอีกหนึ่งStreamerจากทีม XXX (ชื่อทีม).... นั่นเอง #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, มกราคม 2564)

3. Album Content แบ่งเป็น 2 ประเภท มีจำนวน 9 โพสต์ ได้แก่ 1. อัลบั้มแนะนำทีมStreamers 5 โพสต์ และ 2. อัลบั้มแนะนำ Match การแข่งขัน 4 โพสต์ ดังตัวอย่าง

“ขอแนะนำ XXX (ชื่อทีม) และได้รับการพูดถึงเป็นอย่างมาก #หน่วยงานผู้ให้บริการเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, มกราคม 2564)

“คืนนี้เรามีนัดกันกับรายการ XXX (ชื่อรายการ)ช่องทางรับชมหลัก XXX (ข้อมูลเพจผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A)” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, ธันวาคม 2563)”

4. Promotional Content เนื้อหากิจกรรมส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม มีการสร้างกติกาในการให้ชุมชนมีส่วนร่วม เช่น แชร์ โไลค์ หรือ คอมเมนต์ พบจำนวน 3 โพสต์ ตัวอย่างดังนี้

“กิจกรรมแจก XXX (ชื่อของแจก) รายละเอียดตามด้านล่างนี้เลย.....” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, มกราคม 2564)

5. Question & Opinion Content คำถามและการแสดงความคิดเห็น ผลการวิจัยพบว่า มีการให้ผู้ติดตามได้แสดงความคิดเห็นออกมาในคอมเมนต์ใต้โพสต์ อาจจะทำออกมาให้ตัวอักษรอยู่บนรูปภาพหรือจะใส่ในแคปชั่น มีจำนวน 3 โพสต์ ตัวอย่างดังนี้

“ใครมี Channelอยากได้คนดูเพิ่ม แนะนำช่องของตัวเองในคอมเมนต์.....#ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

2) วัตถุประสงค์ของการทำกลยุทธ์เนื้อหาการตลาด Content Strategy ประเภทต่างๆ

จากการเก็บข้อมูล สามารถสรุปประเภทของวัตถุประสงค์กลยุทธ์เนื้อหาการตลาดที่ปรากฏ บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A มากที่สุดตามลำดับดังนี้

1. วัตถุประสงค์ Entertain เนื้อหาที่เน้นอารมณ์เป็นหลัก และสามารถสร้างการรับรู้ได้ดี พบจำนวน 57 โพสต์ นอกจากนี้พบว่าหากเนื้อหาที่เน้นอารมณ์เป็นหลัก ผู้ชมจะมีส่วนร่วม Engagement มาก แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

1.1 เกมส์และการแข่งขัน มีจำนวน 52 โปสต์ แบ่งเป็น 3 ประเภท

1.1.1 Infographic เป็นการนำข้อมูลการแข่งขันมาสื่อสารในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่อาจเป็นลายเส้นมีตัวอักษรประกอบรูปทำให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายต่อการอ่าน มีจำนวน 27 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“พร้อมหรือยังกับ XXX (ชื่องาน) ทีมไหนจะเป็นผู้คว้าชัยในศึก...ครั้งนี้ ติดตามกันให้ดี แล้วชมLiveการแข่งขันพร้อมกัน #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

1.1.2 วิดีโอ เป็นคลิปวิดีโอการแข่งขันใน Match ต่าง ๆ ให้กลุ่มเป้าหมาย เห็น พบจำนวน 20 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“ฉลองเปิดตัวเกม XXX (ชื่อเกมส์) การปะทะกันระหว่าง XXX (ชื่อทีม) เพื่อชิงเงินรางวัล... เจอกันวัน XXX ตั้งแต่ เวลา XXX รับชมได้ทาง (ข้อมูลเพจผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A)” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)×

1.1.3 อัลบั้ม เป็นลักษณะการโปสต์เรียงตามลำดับหน้าให้กลุ่มเป้าหมาย รู้สึกสนใจ มีจำนวน 5 โปสต์ แบ่งย่อยเป็น 2 ประเภท 1) อัลบั้มแนะนำ Match การแข่งขัน มีจำนวน 4 โปสต์ 2) อัลบั้มพูดคุยกับStreamers มีจำนวน 1 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“เจอกันใน XXX (ชื่องาน) มาเจอกับ X ผู้ชนะจากรอบคัดเลือกเพื่อหาผู้ชนะในศึกนี้ สามารถเช็คตารางการแข่งขันและสายการแข่งขัน ได้แล้ว #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

1.2 เชิญชวนให้มาร่วมกิจกรรม แบ่งเป็นโปสต์เกี่ยวกับคำถามมีจำนวน 5 โปสต์ การตั้งคำถามใน Facebook Fanpage นั้นเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในเพจให้เกิดยอด Engagement และทำให้ภายในเพจได้มีการเคลื่อนไหว เช่น การตอบคำถามลุ้นรับรางวัล หรือการถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การทายชื่อหัวหน้าทีมในการแข่งเกมส์ ทั่วรันาเมนต์ เป็นต้น แบ่งเป็น 2 ประเภท

1.2.1 เล่นเกมส์ ตอบคำถาม จากข้อมูลพบ เนื้อหาประเภท คำถาม 4 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“กิจกรรมแจก XXX (ชื่อของแจก) รายละเอียดตามด้านล่างนี้เลย” #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, มกราคม 2563)

1.2.2 การเคลื่อนไหวของเพจ จากข้อมูลพบเนื้อหาการเคลื่อนไหวของเพจ 1 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“ส่งท้ายปีกับกิจกรรมสำคัญ XXX (ชื่องาน) รวมความเคลื่อนไหวต่างๆที่กำลังจะเกิดขึ้น พร้อมอัปเดต XXX (ชื่อContent) ใหม่ ๆ ก่อนใคร #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A #XXX (ชื่องาน)” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

2. Convince เป็นการโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดี ต่อตัวสินค้า/บริการ ในกรณีนี้คือ การนำเสนอข้อมูลของ Streamer มีจำนวน 8 โปสต์ แบ่งเป็น 2 ประเภท

2.1 Product feature เป็นการโพสต์เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้า/บริการ เพื่อโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติต่อตัวสินค้า/บริการ ในกรณีนี้คือ การนำเสนอข้อมูลของ Streamers พบ 6 โพสต์ ดังตัวอย่าง

“เราจะพาไปรู้จักกับอีกหนึ่ง Streamer จาก XXX (ชื่อทีม)... #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, มกราคม 2564)

2.2 Promotion เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกสนใจสินค้า/บริการ พบ 2 โพสต์ ดังตัวอย่าง

“ใครที่เคยซื้อ XXX และ XXX บน ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A เรามีโปรโมชันมาให้ เพียงซื้อ ผ่าน XXX (ชื่อหน่วยงาน) ก็จะได้รับเงินคืน... #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, มกราคม 2564)

3) กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์กับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสด ผู้สนับสนุนทีม และ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน

จากการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ บน Facebook Fanpage ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A สามารถรายงานผลกลยุทธ์แบบต่างๆ เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสดผู้สนับสนุนทีม และ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน ได้ตามลำดับดังนี้

1. การมีปฏิสัมพันธ์ในด้านบวก (Positivity) พบมากที่สุด โดยเนื้อหาเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันด้วยดี ฟังพอใจในความสัมพันธ์ ระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายหลัก มีจำนวนทั้งหมด 25 โพสต์ ดังตัวอย่าง

“วันเกิด XXX (ชื่อ streamer) อวยพรกันได้โพสต์ได้เลย” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, ธันวาคม 2564)

“ช่วงเทศกาลปีใหม่แบบนี้ ก็มีของขวัญให้กับเหล่า Streamers” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, มกราคม 2564)

2. กลยุทธ์การให้ความร่วมมือ (Cooperating) กลยุทธ์นี้ให้ความสำคัญกับทุกฝ่าย โดย ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ กับ กลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสดผู้สนับสนุนทีม และ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน ร่วมมือกันในการที่จะประสานผลประโยชน์แบบร่วมได้ประโยชน์ (Mutually Beneficial Relationship) พบจำนวน 21 โพสต์ แบ่งเป็น 3 ประเภท

2.1. Promote streamers มีจำนวน 6 โพสต์ ดังตัวอย่าง

“เปิดตัวรายชื่อผู้เล่นที่จะลงแข่ง XXX (ชื่อกิจกรรม)...XXX (ชื่อผู้เล่นในทีม)” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

2.2. Promote Match การแข่งขัน มีจำนวน 12 โพสต์ ดังตัวอย่าง

“XXX (วันและเวลา)...มาเผ้าหน้าจอพร้อมกันกับ XXX (ชื่อกิจกรรม)” #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, มกราคม 2564)

2.3. Promote community หรือ กลุ่มคนที่ชื่นชอบทีมต่างๆ ให้แสดงผลร่วมกัน เชียร์ทีมที่ตนเองชื่นชอบ มีจำนวน 3 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“Streamer ที่เชียร์จะต้องแข่งกับใครใน XXX (ชื่อกิจกรรม) เช็ดได้เลย มาเชียร์พร้อมกันที่ XXX (ข้อมูลเพจผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A) วันที่ XXX เวลา XXX” #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, มกราคม 2564)”

3. เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) หมายถึงความพยายามขององค์กรที่จะสร้างเครือข่ายกับบุคคลที่สามเพื่อประโยชน์กับชุมชนหรือสร้างมิตรกับกลุ่มบุคคลต่างๆ พบจำนวน 9 โปสต์ แบ่งเป็น 2 ประเภท

3.1 เครือข่ายสังคมทีม Streamer มีจำนวน 7 โปสต์

“ปลายเดือนนี้เตรียมพบกับ XXX (ชื่อกิจกรรม) ครั้งแรกของ XXX (ชื่อทีม) รับประกันความสนุกสนานแน่นอน #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A #XXX (ชื่อทีม) (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

3.2 เครือข่ายชุมชนสังคมเกมส์ มีจำนวน 2 โปสต์

“ฉลองเปิดตัวเกม XXX (ชื่อเกมส์) การปะทะกันระหว่าง XXX (ชื่อทีม) เพื่อชิงเงินรางวัล... เจอกันวัน XXX ตั้งแต่ เวลา XXX รับชมได้ทาง (ข้อมูลเพจผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A)” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)”

4. การเข้าถึง (Access) เนื้อหาแสดงถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ชม เข้าถึงข้อมูล มีจำนวน 3 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“(ข้อมูลประกาศรางวัล แต่ละตำแหน่ง)...ยินดีด้วยกับทีม XXX (ชื่อทีม) กับตำแหน่งที่ X และคว่าเงินรางวัล ไปครอง” #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A #XXX (ชื่อทีม) (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)”

5. กลยุทธ์แบบได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win-win) การที่หน่วยงาน เปิดโอกาสให้แชนเนลของตัวเองลงเพจ เพื่อช่วย Promote ตัวตน และ ผลงาน ของ streamers เอง มีจำนวน 3 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“เชิญหนุ่มๆ สาวๆ ใครมี Channelมาคอมเมนต์ฝากช่องกันได้โปสต์กัน #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, มกราคม 2564)

6. การทำให้เชื่อมั่น (Assurances) จากข้อมูลพบเนื้อหาที่สร้างความเชื่อมั่นจากการที่มีผู้มีชื่อเสียงมาใช้งานแพลตฟอร์มของ หน่วยงาน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือกับผู้สนับสนุน และผู้ชม เป็นต้น มีจำนวน 2 โปสต์ ดังตัวอย่าง

“ยินดีด้วยกับ XXX (ชื่อ streamer ที่เป็นที่รู้จัก) กับรางวัลที่ได้รับ มาร่วมแสดงความยินดีกันได้ได้โปสต์นี้กัน #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ A, พฤศจิกายน 2563)

7. กลยุทธ์การบูรณาการ (Integrative Strategy) มีการบูรณาการความต้องการของผู้ชมที่เป็นสมาชิกได้สิทธิประโยชน์ที่ส่งเสริมการดำเนินงานของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A ด้วย เช่นหน่วยงาน เปิดให้ผู้สมัครช่องสามารถจ่ายเงินผ่านทาง XXX เป็นต้นพบจำนวน 2 โปสต์

“ใครที่เคยซื้อ XXX และ XXX บน ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A เรามีโปรโมชั่นมาให้ เพียงซื้อ ผ่าน XXX (ชื่อหน่วยงาน) ก็จะได้รับเงินคืน... #ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A” (ผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A, มกราคม 2564)

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การเนื้อหาการตลาดและกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2563 - มกราคม 2564 รวมระยะเวลา 3 เดือน จำนวน 65 โปสต์ โดยประเภทของเนื้อหาการตลาด ที่ใช้ในการสื่อสาร บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A มีทั้งหมด 5 ประเภท สามารถเรียงตามลำดับประเภทที่พบมากที่สุดถึงน้อยลงตามลำดับ คือ 1. Real time content 2. Video content 3. Album content 4. Promotional content 5. Question & Opinion content ในส่วนของ วัตถุประสงค์ของการทำ content strategy ประเภทต่าง ๆ พบทั้งหมด 2 วัตถุประสงค์ ได้แก่ 1. วัตถุประสงค์ Entertain เนื้อหาที่เน้นอารมณ์เป็นหลัก และ 2. วัตถุประสงค์ Convince เนื้อหาที่เน้นการขาย โน้มน้าวใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลเป็นหลัก ไม่เน้นสร้างการรับรู้ ในส่วนของกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบ 7 กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ที่ พบบน FACEBOOK FANPAGE ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A ใช้สื่อสารกับกับกลุ่มผู้เล่นเกมส์ออนไลน์แบบถ่ายทอดสด, ผู้สนับสนุนทีม และ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน ได้แก่ 1. การมีปฏิสัมพันธ์ในด้านบวก 2. การให้ความร่วมมือ 3. เครือข่ายทางสังคม 4. การเข้าถึง 5. กลยุทธ์ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย 6. การทำให้เชื่อมั่น 7. การบูรณาการผลประโยชน์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การแสวงหาความบันเทิงทางบนการถ่ายทอดสดออนไลน์ที่นับเป็นอีกหนึ่งความนิยมทำให้หน่วยงานสินค้า/บริการต้องปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมายทั้งทางด้านแพลตฟอร์มและทางด้านเนื้อหา จากการวิเคราะห์ประเภทกลยุทธ์เนื้อหาการตลาด วัตถุประสงค์ในการจัดการเนื้อหาการตลาด และกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับแนวคิดของ (Hung & Chen, 2009) ทำให้ทราบได้ว่าการสื่อสารบนโลกออนไลน์ จำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ของเนื้อหาและการสร้างความสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าcontent บน Facebook Fanpage ของผู้ให้บริการถ่ายทอดสดเกมส์ออนไลน์ A มีหลากหลายประเภท ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องประเภทของกลยุทธ์เนื้อหาการตลาด ของ STEPS Academy (2560) เช่น การทำ Real time content tournament การแข่งขันเกี่ยวกับเกมที่กำลังดังอยู่ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายให้ทันต่อเหตุการณ์ และมีใช้การ

โปรโมทสื่อเกมการแข่งขัน ในรูปแบบ Infographic วิดีโอและอัลบั้ม content เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การจัดการเล่นเกมที่มีการแข่งขันชิงเงินรางวัลรวมอยู่ด้วยเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางด้านการศึกษาให้ความสนุกสนานและความบันเทิงต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องวัตถุประสงค์กลยุทธ์เนื้อหาการตลาด ของ ธนาคารเลิศสุดวิชัย (2563) และหนังสืออื่นใดที่สำคัญ ในการพัฒนาเนื้อหาการตลาด นักสื่อสารการตลาดดิจิทัล หรือผู้ที่ดูแลสื่อ social media ต้องให้ความสำคัญกับ เนื้อหาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ ทั้งสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์แบบถ่ายทอดสด, ผู้สนับสนุนทีม และ ผู้สนับสนุนการแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก การให้ความร่วมมือ การสร้างเครือข่าย การคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน การสร้างความเชื่อมั่น เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ไม่ว่าด้วย content ใด รูปแบบใดหรือวัตถุประสงค์ใด ย่อมต้องสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างตัวองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะสามารถพึ่งพากันและกันต่อไปได้ในอนาคตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ในเชิงการตลาด จากผลการวิจัย ที่แสดงถึงการสร้างความสัมพันธ์ในประเภทต่าง ๆ ทั้ง 7 ประเภท นักสื่อสารการตลาดดิจิทัลสามารถพัฒนากลยุทธ์การทำ Content Marketing ควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการทำการตลาดที่แตกต่างจากในอดีต กล่าวคือ การทำ Content Marketing ต้องมีกลยุทธ์ในการสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคด้วยตัวเอง บนพื้นฐานของประเภทเนื้อหาการตลาดประเภทต่าง ๆ ต้องให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าของเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์กับตัวเอง ง่ายต่อการทำความเข้าใจไม่ยึดเยียดข้อมูล เน้นปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับกลุ่มเป้าหมายจำเป็นที่จะต้องมีอยู่ตลอดเวลาเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ขององค์กร ความจริงใจ และสามารถสร้างการมีส่วนร่วม และนำไปสู่การสร้างเครือข่ายทางสังคมที่จะพัฒนาผู้บริโภค สังคมและชุมชนไปพร้อมกัน ในเชิงวิชาการผู้ที่สนใจศึกษาต่อยอด กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาการตลาดและการบริหารความสัมพันธ์สามารถนำแนวทางการศึกษาไปทำการค้นคว้าวิจัยเพิ่มเติม อาทิ ศึกษาเปรียบเทียบบนประเภทของแพลตฟอร์มอื่น หรือธุรกิจการถ่ายทอด ทั้งแบบสดและแบบบันทึก (Streaming) ประเภทอื่น อีกทั้งสามารถเพิ่มเติมรูปแบบการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ การทำสำรวจ สามารถเปรียบเทียบช่วงเวลาก่อน และหลังสถานการณ์ Covid 19 รวมถึงสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเพื่อทราบความเข้าใจที่มีต่อรูปแบบและวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ของเนื้อหาการตลาด รวมถึงกลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์ที่องค์กรใช้

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมโรค, ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน. (2563). รายงานสถานการณ์ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ฉบับที่ 319 วันที่ 17 พฤศจิกายน 2563. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/situation/situation-no319-171163n.pdf>
- ธนพร ชมภู. (2564). *สิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง ถ้าต้องการให้ธุรกิจ E-Commerce ของคุณประสบความสำเร็จในปี 2021*. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://thegrowthmaster.com/blog/ecommerce-2021>
- ธนาคาร เลิศสุดวิชัย. (2563). *Content matrix*. สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://digitalmarketingwow.com/2019/03/20/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%A0%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B9%8C/>
- สุภางศ์ จันทวนิช. (2554). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Grunig, J. E., & Huang, Y. (2000). From organizational effectiveness to relationship indicators: Antecedents of relationships, *public relations strategies and relationship outcomes*. In J. A. Ledingham and S. D. Bruning, (Eds.), *Public relations as relationship management: a relational approach to public relations* (pp. 23-53). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hon, L. C., & Grunig, J. E. (1999). *Guidelines for measuring relationships in public relations*. Gainesville, FL: The Institute for Public Relations.
- Hung, C. F., & Chen, Y.-R. R. (2009). Types and dimensions of organization-public relationships in greater China. *Public Relations Review*, 35(3), 181-186. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.04.001>
- Ki, E. J. (2003). *Relationship maintenance strategies on websites* (master's thesis). Gainesville, FL: University of Florida.
- Marketing Oops. (2563). *ปรับตัว New Normal ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล*. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.marketingoops.com/digital-transformation/10-new-normal-tech-digital-tools/>
- STEPS Academy. (2560). *ประเภทของ Content marketing*. สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://stepstraining.co/social/content-marketing-boost-facebook-engagement>
- Yang, S. U. (2005). *The effect of organization-public relationships on organization reputation from the perspective of publics* (Doctoral dissertation). University of Maryland, College Park.

ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร ในยุค Digital Transformation

CHANGES READINESS IN DIGITAL TRANSFORMATION ERA OF WORKABLE-AGED PERSONS IN BANGKOK

Received: 25 February, 2021

Revised: 16 April, 2021

Accepted: 30 April, 2021

ชนิสรา พนิกทอง*

Chanissara Phanuekthong*

จรรย์ญา ปานเจริญ**

Charunya Parncharoen**

*นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Student, Master of Business Administration in Management Program, Faculty of Business Administration, Dhurakit Pundut University

*Email: Chanissara.p@gmail.com

**ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**Assistant Professor and Ph.D. College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

**Email: charunya@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมรับการการเปลี่ยนแปลงของประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร ในยุค Digital Transformation 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่มีต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชาชนวัยทำงานกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านทัศนคติ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง สามารถอธิบายการผันแปรความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การในยุค Digital Transformation ได้ร้อยละ 65.8 ($R^2=0.658$) โดยด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความร่วมมือและความไว้วางใจ และด้านรางวัล ตามลำดับ และพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถอธิบายการผันแปรความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การในยุค Digital Transformation ได้ร้อยละ 59.8 โดยด้านการกระตุ้นทางปัญญา มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความพร้อมรับการการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ยุค Digital Transformation

Abstract

This research aims 1) to study the change readiness in the digital transformation era of workable-aged persons in Bangkok, 2) to determine the impact of the support of change instrument factors on change readiness in the digital transformation era of workable-aged persons in Bangkok, and 3) to determine the impact of transformation leadership on change readiness in the digital transformation era of workable-aged persons in Bangkok. Questionnaires were used to collect the data from 400 workable-aged persons in Bangkok. The statistical techniques used to analyze the data included percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of this study showed that in overall, change readiness in the digital transformation era of workable-aged persons in Bangkok were at high level. When considering in details, the highest mean of change readiness was Attitude. This study also found that the support of change instrument factors could explain 65.8 % of change readiness in the digital transformation era of workable-aged persons in Bangkok ($R^2=65.8$). Culture had the most impact on change readiness in the digital transformation era of workable-aged persons in Bangkok, followed by Cooperation and Trust, and Reward, respectively. It is also found that Transformation Leadership could explain 59.8% of change readiness in the digital transformation era of workable-aged persons in Bangkok ($R^2=0.598$). The Intellectual Stimulation was the most influential factor and was followed by Individualized Consideration and Inspirational Motivation, respectively.

Keywords: Change Readiness, The Support of Change Instruments, Transformation Leadership, Digital Transformation Era

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้รูปแบบการประกอบธุรกิจ และ เศรษฐกิจของประเทศไทย รวมถึงในระดับโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่อาจเกิดจาก Disruptive Technology ซึ่ง Disruptive Technology คือ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างตลาดและมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเทคโนโลยีมาใช้ และส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง (Disrupt) ต่อตลาดของผลิตภัณฑ์เดิม รวมทั้งอาจจะทำให้ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิม ๆ ได้รับผลกระทบหรือปิดกิจการไป (พิพัฒน์ เหลืองนฤมิตชัย, 2559 อ้างถึงใน สำนักวิชาการ สำนักเลขานุการผู้แทนราษฎร, 2562, น. 2) จากรายงาน M Report Online กล่าวว่า Disruptive Technology อาจจะทำให้ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิม ๆ ล้มหายตายจากไป ซึ่งต่างจากนวัตกรรมทั่วไปที่อาจจะเพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพเพิ่มคุณภาพของสินค้า หรือลดต้นทุนกระบวนการผลิตแบบเดิมๆ เทคโนโลยีใหม่เหล่านี้ อาจจะไม่ใช่นวัตกรรมใหม่ล่าสุดอาจจะเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วแต่มีการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบบางอย่าง เช่น คุณภาพ ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ต้นทุน หรือราคา ที่ทำให้เทคโนโลยีเหล่านี้ มีเงื่อนไขที่เหมาะสมจนเป็นที่นิยมของตลาด (M Report, 2562)

ด้วยบริบทการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วขององค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชน “บุคลากร” จึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาองค์การให้บรรลุเป้าหมาย จากเครื่องมือตัวแบบ 7-S ของ McKinsey’s 7-S Model ในการวิเคราะห์องค์การ ในการประเมินผลและติดตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ภายในองค์กร แสดงให้เห็นถึงการ

เชื่อมโยงกันขององค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ (Strategy) ด้านโครงสร้าง (Structure) ด้านระบบ (Systems) ด้านรูปแบบ (Style) ด้านบุคลากร (Staff) ด้านทักษะ (Skills) และด้านค่านิยมร่วม (Shared Value) โดย องค์ประกอบด้านบุคลากร จัดเป็น องค์ประกอบด้านอ่อน (Soft side) ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์การที่ต้องการจะประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน (พลอย สืบวิเศษ, 2562, น. 171-174) ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงองค์การ ควรดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายและอยู่รอดในโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน

อนึ่งแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงองค์การในสถานการณ์ Disruptive Technology จึงส่งผลให้บุคลากรต้องเร่งพัฒนาตนเองเพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานครโดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านี้ จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านกลยุทธ์การบริหาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพร้อมรับการการเปลี่ยนแปลงองค์การของประชาชน วัยทำงาน กรุงเทพมหานคร ในยุค Digital Transformation
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์การ ที่มีต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การของประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร ในยุค Digital Transformation
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่มีต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การของประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร ในยุค Digital Transformation

แนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

McKinsey's 7S Model แมคคินซี (McKinsey) แนวคิด McKinsey's 7S Model โดย Tom Peters, Robert Waterman and Julien Philips ด้วยความช่วยเหลือจาก Richard Pascale and Anthony G. Athos ซึ่งเป็นหลักการที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในเชิงวิชาการและการนำไปปฏิบัติจริง (เขมณัฐ ภูทองไชย, 2556, น. 249) โดยองค์ประกอบ 7 ประการของ 7S Model มีปัจจัยดังต่อไปนี้

1. Strategy (กลยุทธ์) หมายถึง การกำหนดแผนหรือวิธีการ เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์การ รวมทั้งวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคภายนอกองค์การ แล้ววางแผนให้เหมาะสมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้
2. โครงสร้างองค์การ (Structure) เป็นโครงสร้างขององค์การที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ การควบคุม การรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจของผู้บริหาร รวมถึงการแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ การจัดองค์การที่ดีจะมีส่วนช่วย

ให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ลดความซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งในหน้าที่ ช่วยให้บุคลากรได้ทราบขอบเขตงานความรับผิดชอบ มีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ผู้บริหารสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

3. ระบบ (Systems) กระบวนการและลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เป็นระบบต่อเนื่อง สอดคล้องประสานกันทุกระดับ โดยเป็นการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ขององค์การเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้

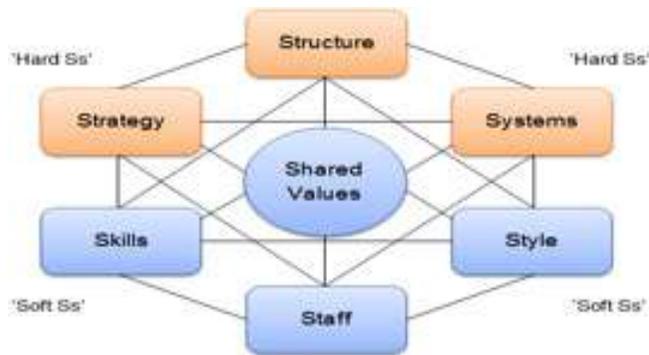
4. สไตล์ (Style) พฤติกรรมของผู้บริหารในการทำงานเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์การ และมีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์การ

5. การบริหารงานบุคคล (Staff) บุคลากรในองค์การมีความสำคัญเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์การประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมาย โดยองค์การที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีขวัญกำลังใจในการทำงานที่ดี และมีความจงรักภักดีต่อองค์การ ย่อมทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

6. ทักษะ (Skill) ความเชี่ยวชาญ ความโดดเด่น ความสามารถในการทำงานของบุคลากร โดยในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การสามารถแยกทักษะออกเป็น 2 ด้านหลักคือ ทักษะด้านงานอาชีพ (Occupational Skills) และ ทักษะความถนัด หรือความชาญฉลาดพิเศษ (Aptitudes and Special Talents) ซึ่งองค์การจำเป็นต้องมุ่งเน้นในทั้ง 2 ความสามารถควบคู่กันไป นอกจากนี้ องค์การจำเป็นต้องมีพนักงานที่มีทักษะเพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอีกด้วย

7. ค่านิยมร่วม (Shared Values) ค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในองค์การ ซึ่งค่านิยมร่วมเปรียบเสมือนหัวใจขององค์การที่เชื่อมประสานทั้งองค์การเข้าด้วยกันร่วมเดินไปในทิศทางเดียวกันเพื่อความสำเร็จ (สุภนาถ โมฬีรัตตะกุล, 2557, น. 14-17)

จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบทั้ง 7 ของ 7S Model ประกอบด้วย Hard side ได้แก่ กลยุทธ์ (Strategy) ระบบ (System) และโครงสร้าง ส่วน Soft Side ประกอบด้วย การบริหารงานบุคคล (Staff) ทักษะ (Skill) และรูปแบบในการดำเนินงาน (Style) โดยองค์ประกอบทั้ง 2 ส่วนนี้จะทำงานประสานกันโดยมีเป้าหมายขององค์การเป็นค่านิยมร่วม (Share Value) ซึ่งสามารถนำแนวคิดนี้ไปใช้ได้อย่างหลากหลายเพื่อช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานขององค์การ ตรวจสอบผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การจัดการกระบวนการหรือโครงสร้างในระหว่างการควบรวมกิจการหรือซื้อกิจการ และการกำหนดกลยุทธ์ในองค์การ



ภาพที่ 1 McKinsey model

ที่มา: <https://strategicmanagementinsight.com/tools/mckinsey-7s-model-framework.html>

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

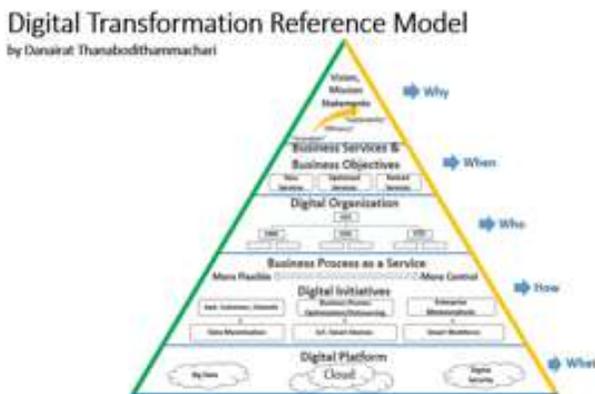
โครงสร้างความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง ของ Holt, Armenakis, Feild, and Harris (2007) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้ (อาภาพร ตั้งภักดีตระกูล, 2559) 1) เนื้อหาของการเปลี่ยนแปลง (Content) หมายถึง สิ่งที่ต้องการเปลี่ยนแปลง รวมทั้ง กระบวนการต่างๆ เครื่องมือ การใช้เทคโนโลยี 2) กระบวนการเปลี่ยนแปลง (Process) หลังจากเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลง กระบวนการมีอย่างส่วนรวม โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง 3) บริบทของการเปลี่ยนแปลง (Context) เงื่อนไข และ สภาพแวดล้อมขององค์กร หรือ สถานการณ์ที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น และ 4) ลักษณะเฉพาะของบุคคล (Individual attribute) ความแตกต่างตามลักษณะระดับบุคคลในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลง

รูปแบบของการเปลี่ยนแปลง

ผู้บริหารจะต้องมีบทบาทเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงหรือที่เรียกว่า Change Agent โดยเป็นผู้ริเริ่มความคิดหรือจุดปฏิบัติงานไปสู่การเปลี่ยนแปลง ซึ่งรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงขององค์กรที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงใน 3 ส่วนดังนี้ (วิรัช สงวนวงค์วาน, 2559, น. 98) 1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบต่าง ๆ ของโครงสร้างทั้งหลาย 2) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไข กระบวนการทำงานวิธีการทำงานรวมทั้งการนำเครื่องจักรเครื่องมือใหม่ๆ ที่ทันสมัยและอัตโนมัติมาแทนที่ซึ่งจากเดิมใช้การควบคุมโดยคอมพิวเตอร์แทนการใช้พนักงานเป็นต้น และ 3) การเปลี่ยนแปลงคนผู้บริหารจะต้องพยายามปรับเปลี่ยนพนักงานในด้านต่างๆ เช่น ทักษะจิต ความคาดหวัง และพฤติกรรมเพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นวิธีการปรับเปลี่ยนคนที่ได้รับความนิยมในองค์กรต่างๆ คือการพัฒนาองค์กร (Organization Development หรือ OD) ซึ่งหมายความว่า การพัฒนาองค์กรหรือการเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้ง 3 ด้านคือโครงสร้างเทคโนโลยีและคนแต่เน้นที่การเปลี่ยนแปลงคนเป็นสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับ Digital Transformation (Digital Transformation Reference Model)

ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ (อ้างถึงใน ประมินทร์ เยาว์ยืนยง, 2560) ได้ศึกษาและคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไปสู่ยุคดิจิทัลหรือ Digital transformation โดยคิดค้น “Digital Transformation Reference Model” ซึ่งเป็นโมเดลในการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไปสู่ยุคดิจิทัลประกอบไปด้วย 1) การกำหนด Vision, Mission Statement เพื่อให้รู้ว่าวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ของการ Transform นั้น ๆ การกำหนด Vision Statement นั้นหากเป็นการทำ Digitalization Planning หรือ Digital Transformation ก็ควรนำเอา “ขนาด” และ “สถานะ” ขององค์กรมาร่วมด้วย 2) การจำแนกเจาะจงบริการที่จะเข้ากระบวนการ Transform ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านธุรกิจ ใน Reference Model โดยคุณดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ แนะนำไว้ว่าเมื่อระบุ Mission Statement ได้แล้ว ลำดับต่อมา ควรมองไปที่ “การบริการ” ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ New Services หรือ บริการใหม่ Optimized Services หรือ บริการเดิมที่ควรต้องปรับปรุง Retired Services หรือ บริการที่ควรจะต้องยกเลิก ซึ่งรูปแบบการให้บริการที่การสร้างใหม่ปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือยกเลิกนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกันกับวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ (หรือวัตถุประสงค์ขององค์กร) และจะต้องสอดคล้องกับ Mission Statement 3) การจัดการเชื่อมโยงระหว่าง Organization เดิม กับรูปแบบ Digital Organization เมื่อองค์กรตัดสินใจจะเดินเข้าสู่กระบวนการ Digital Transformation แล้วนั้น องค์กรก็ควรที่จะปรับเปลี่ยนไปเป็น Digital Organization ด้วยซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ 4) การสร้างบริการที่ช่วยให้กระบวนการทางธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Business Process as a Services; BPaaS) การออกแบบธุรกิจโครงสร้างการจัดการธุรกิจที่รวดเร็ว ถูกต้องและมีประสิทธิภาพในการสร้างบริการทั้ง Internal Service และ External Service และ 5) Digital Platform ที่รองรับกระบวนการ Digital Transformation ขององค์กร โดย Digital Platform ที่เอื้อให้การทำ Digital Transformation นั้น ส่งให้ “ธุรกิจเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2 โมเดลการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล โดยคุณดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์

ที่มา: <https://www.monsoonsimthailand.com/related-topic-to-seminar-theme/-digital-transformation-education-transformation-monsoonsim-seminar-2017>

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะของบุคลากรในยุค Digital Transformation

Soft skills ที่จำเป็นของบุคลากรในยุค Digital Transformation โดย วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล (2562, น. 7-8) กล่าวว่า Soft skills ที่จำเป็นของบุคลากรในยุค Digital Transformation ได้แก่ 1) การคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ (Critical thinking) คือ การนิยามปัญหา การหาวิธีการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการใหม่ ๆ หรือ นวัตกรรมการแก้ปัญหา สามารถสร้างความคิดรวบยอดของตนเอง (Conceptualization) การวิเคราะห์ข้อมูล การสังเคราะห์ข้อมูล และการสร้างข้อสรุป 2) ความสามารถในการสื่อสารในเรื่องที่ซับซ้อน (Complex Communication) คือ การสื่อสารความรู้ ความคิด หรือการสื่อสารเรื่องที่ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจหรือแนวความคิดที่ตรงกัน ส่งเสริมให้การทำงานเป็นทีมมีประสิทธิภาพสูง 3) ความสร้างสรรค์ (Creativity) คือ ความสามารถในการรับรู้ปัญหาและแก้ไขปัญหาด້ได้อย่างสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving) ตลอดจนความกล้าเผชิญกับสิ่งที่ท้าทาย 4) ความร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) คือ การมีเจตจำนง หรือ willing ที่จะทำงานร่วมกับบุคคลอื่น มีทักษะการฟัง การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ การให้ข้อมูลย้อนกลับ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 5) ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (Flexibility and Adaptability) คือ การปรับเปลี่ยนเป้าหมายและวิธีการแผนการทำงาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และเปิดรับเป้าหมายใหม่ หรือ วิธีการทำงานใหม่ ๆ ไม่ยึดติดกับสิ่งเดิม ๆ และ 6) การสร้างผลิตผลและสำนึกความรับผิดชอบ (Productivity and Accountability) การมีความมุ่งมั่นตั้งใจอย่างแน่วแน่จนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายเกิดผลผลิต และมีสำนึกความรับผิดชอบในงานที่ทำ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปประเด็นสำคัญเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาได้ดังนี้

1) องค์ประกอบ McKinsey's 7S Model เมื่อองค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้าง และ กลยุทธ์ ให้เข้ากับสถานการณ์ในยุค Digital Transformation งานวิจัยในครั้งนี้นี้จึงทำการศึกษา ความสัมพันธ์ของรูปแบบการทำงาน ระบบ และการบริหารงานบุคคล เพื่อวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานแนวคิดในการเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกันตามทฤษฎีดังกล่าว

2) การเปลี่ยนแปลงของบุคลากร ประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ อันได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านสติปัญญา ด้านอารมณ์แรงจูงใจ และบุคลิกภาพ และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งกล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อ ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของบุคคลหนึ่ง เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้ (Holt et al, 2007) และ ปัจจัยด้านสติปัญญา ได้แก่ ความสามารถในการรับรู้ (Perception) ความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผลและการแก้ปัญหา (Critical Thinking) ความรู้ทางด้านวิชาการ เทคโนโลยีและความสามารถทางการใช้ภาษา (Downing & Thackrey อ้างถึงใน อุษณีย์ พรหมศรียา, 2555, น. 6)

3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร มีความสัมพันธ์ต่อ ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของบุคคลหนึ่ง โดยการสนับสนุนหรือ

แรงขับเคลื่อนขององค์กร เพื่อส่งเสริม ผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรเกิดความตระหนักและการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในรูปแบบต่าง ๆ

4) รูปแบบการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงขององค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงคน (Three Type of Change อ้างถึงใน วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2559, น. 98) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงคนนั้น เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้ แนวทางการเปลี่ยนแปลงคน ได้แก่ การปรับทัศนคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของบุคคลมีต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กร, ความคาดหวัง ความมุ่งหวังของบุคคลที่มีความเชื่อว่า หากบุคคลนั้นได้ใช้ความพยายามในการปฏิบัติกิจกรรมอย่างอย่างใดอย่างหนึ่งเต็มที่และประสบความสำเร็จแล้ว จะได้รับผลตอบแทนตามที่หวังไว้ และพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

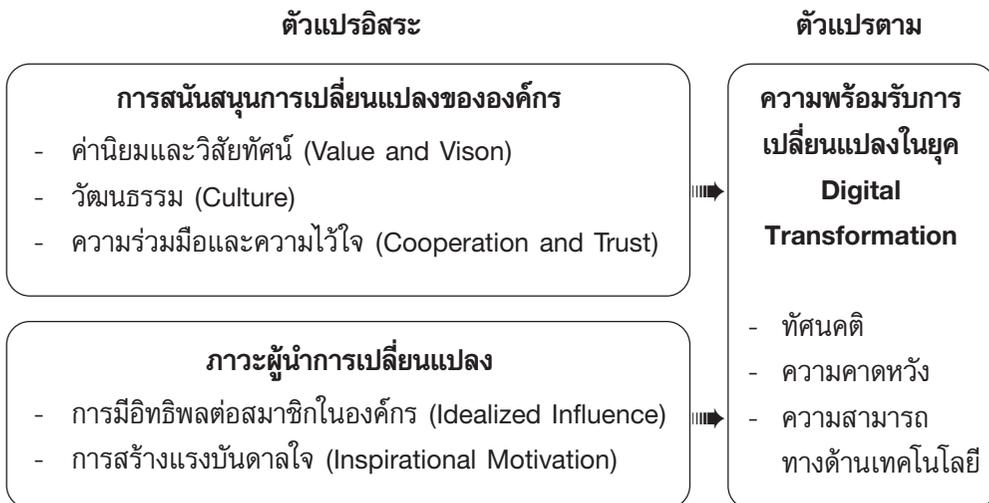
5) การจัดการเปลี่ยนแปลงในยุค Digital Transformation มีความสัมพันธ์ต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคคลหนึ่ง โดยมีแนวทางการจัดการ ได้แก่ ด้านนโยบาย วิสัยทัศน์และพันธกิจองค์กร สู่องค์กรแห่ง Digital Transformation โดยการแสดงออกเชิงนโยบาย/การจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร (दनัยรัฐ ธนบดีธรรมจารี อ้างถึงใน ประมินทร์ เยาว์ยืนยง, 2560), ด้านภาวะผู้นำองค์กร และการจัดการของผู้บริหาร มีความสัมพันธ์ต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคคลหนึ่ง โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีคุณสมบัติที่สำคัญได้แก่ การมีอิทธิพลต่อสมาชิกในองค์กร (Idealized Influence) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) และ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) (Bass & Alive, 1996) ด้านการสื่อสารและการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และการปรับกระบวนการนวัตกรรมการทำงานใหม่ (Kotter อ้างถึงใน เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2556, น. 19-20) และด้านการจัดการด้านทรัพยากรบุคคล และพัฒนาทักษะในยุค Digital Transformation โดยเน้นให้บุคลากรมีความสามารถในการดำเนินงานในด้านต่างๆ ได้แก่ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical thinking) ความสามารถในการสื่อสารในเรื่องที่ซับซ้อน (Complex Communication) ความสร้างสรรค์ (Creativity) ความร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (Flexibility and Adaptability การสร้างผลผลิตและสำนึกความรับผิดชอบ (Productivity and Accountability) ซึ่งคุณลักษณะและทักษะดังกล่าว แสดงถึงความพร้อมของบุคลากรในการทำงาน ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในยุค Digital Transformation (วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล, 2562, น. 7-8)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรและองค์กรที่ได้ศึกษาวิจัยไว้นั้นมีความน่าสนใจและมีความสอดคล้องกัน ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงได้ศึกษาความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรเพิ่มเติมตามแนวคิดของ ปณิธี อำพนพารัตน์ (2558); กฤตภาส แยมนาม (2560); Soumyaja,

Kamlanabhan and Bhattacharyya (2015); นิรันดร์ แสงสุวรรณาวา, อุทัย เลหาวิเชียร, สุวรรณิ แสงมหาชัย และพัทธ์ ลวางกูร (2561); โกศล จิตวิรัตน์ (2561); อาภาพร ตั้งภักดี ตระกูล (2559) ดังภาพที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัย คือ ประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 20-60 ปี โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และเพื่อให้ตัวอย่างมีลักษณะกระจายและครอบคลุมกลุ่มประชากรมากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้คำนวณขนาดของตัวอย่างด้วยใช้สูตรของ Cochran (1997) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีการสำรวจเพิ่มจำนวน 15 คน รวมขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยแบ่งเป็น เพศชาย 50% และเพศหญิง 50%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้ศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎีของนักวิชาการ และนักปฏิบัติที่ได้เขียนไว้ เพื่อนำเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพร้อมรับความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Science) โดยแบ่งเป็นสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Multiple Regression ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation ประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation ประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ประชาชนวัยทำงาน มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด จึงสามารถอภิปรายได้ว่า ประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานครมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงในยุค Digital Transformation และเมื่อบุคลากรเกิดทัศนคติที่ดี ส่งผลให้องค์กรขับเคลื่อนสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Three Types of Change (อ้างถึงใน วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2559, น. 98) ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation ในภาพรวม

ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากร	Mean	S.D.	ระดับความพร้อม
ด้านทัศนคติ (Attitude)	4.24	0.63	มากที่สุด
ด้านความคาดหวัง (Expectation)	4.07	0.71	มาก
ด้านความสามารถทางด้านเทคโนโลยี (Technology Skills)	4.07	0.72	มาก
ด้านความสามารถทางด้านภาษา (Language Skill)	3.39	0.92	ปานกลาง
ด้านความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (Innovation Creative Thinking)	3.81	0.82	มาก
ภาพรวม	3.91	0.61	มาก

ส่วนความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในภาพรวมและในรายด้านประกอบ ด้วย ด้านความคาดหวัง ด้านความสามารถทางเทคโนโลยี และด้านความคิดสร้างสรรค์เชิง นวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความพร้อมของ Downing and Thackrey (อ้างถึงใน อุษณีย์ พรหมศรียา, 2555, น. 6) ที่กล่าวถึง องค์ประกอบของความพร้อม ด้านปัจจัยทางด้านสติปัญญา และแนวคิดเกี่ยวกับ Digital literacy ของสำนักงาน ก.พ. (2562) ที่ได้กล่าวว่า ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หรือ Digital literacy หมายถึง ทักษะ ในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงาน ในองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ที่มี ต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การในยุค Digital Transformation ของประชาชน วิทยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยงาน พบว่า ปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์กรด้านวัฒนธรรม ด้านความร่วมมือและความไว้วางใจ และด้านรางวัล มีอิทธิพลต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง องค์การในยุค Digital Transformation ของประชาชนวิทยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ($p \text{ value} < 0.001$) ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ที่มี ต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การในยุค Digital Transformation ของประชาชน วิทยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t-value	P value
ด้านวัฒนธรรม	0.27	0.35	7.09	0.001
ด้านความร่วมมือและความไว้วางใจ	0.23	0.32	6.25	0.001
ด้านรางวัล	0.14	0.22	4.53	0.001
ค่าคงที่	1.37		14.14	0.001
	R=0.811	R ² =0.658	F=253.97	p value=< 0.001

ซึ่งตัวแปรทั้งสาม สามารถอธิบายการผันแปรความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง องค์การในยุค Digital Transformation ได้ร้อยละ 65.8 (R²=0.658) โดยด้านวัฒนธรรม มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความร่วมมือและความไว้วางใจ และด้านรางวัล ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงในองค์กร 8 ขั้นตอน ของ Kotter (1996) กล่าวว่า องค์ประกอบของการจัดการเปลี่ยนแปลงขั้นที่ 8 คือ การให้ความสำคัญกับผลงาน ที่ดี และวัฒนธรรมการทำงานแนวใหม่ (Anchor new approaches in culture) หมายถึง

การให้ความสำคัญกับพฤติกรรมใหม่ที่ได้เปลี่ยนแปลงแล้วและมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องให้มีความรับผิดชอบและสำนึกในการเปลี่ยนแปลง

สำหรับปัจจัยสนับสนุนด้านรางวัลมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เมื่อวิเคราะห์ตามโมเดลของรางวัล (Worldatwork, 2010 อ้างถึงใน ชลธิชา ทิพย์ประทุม, จีราวรรณ คงล้ำ และ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์วิน, 2560) กล่าวว่า การให้รางวัลส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานและผลผลิตที่องค์กรจะได้รับจากพนักงาน เมื่อปัจจัยสนับสนุนขององค์กร ที่มีผลอย่างมากต่อความพร้อมของบุคลากร องค์กรที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงควรสร้างสิ่งแวดล้อมในองค์กรเพื่อกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม ได้แก่ การจัดประกวดหรือการจัดนิทรรศการ หรือการอบรมหรือโครงการด้านความคิดสร้างสรรค์ ระบบการทำงานใหม่ การลดขั้นตอนการทำงาน การสร้างนวัตกรรมใหม่ ให้เกิดขึ้นในองค์กร ประกอบกับสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นบุคลากร ด้วยการมอบรางวัลให้แก่บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาของบุคลากรในองค์กร

เมื่อปัจจัยสนับสนุนขององค์กร ที่มีผลอย่างมากต่อความพร้อมของบุคลากร องค์กรที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงควรสร้างสิ่งแวดล้อมในองค์กรเพื่อกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม ได้แก่ การจัดประกวดหรือการจัดนิทรรศการ หรือการอบรมหรือโครงการด้านความคิดสร้างสรรค์ ระบบการทำงานใหม่ การลดขั้นตอนการทำงาน การสร้างนวัตกรรมใหม่ ให้เกิดขึ้นในองค์กร ประกอบกับสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นบุคลากร ด้วยการมอบรางวัลให้แก่บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาของบุคลากรในองค์กร

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่มีต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรในยุค Digital Transformation ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ผลงานวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญาและด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรในยุค Digital Transformation ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \text{ value} < 0.001$) ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่มีต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรในยุค Digital Transformation ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t-value	P value
ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	0.13	0.18	2.50	0.013
ด้านการกระตุ้นทางปัญญา	0.30	0.41	5.04	0.001
ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	0.16	0.21	2.98	0.003
ค่าคงที่	1.54		15.30	0.001
	R=0.773	R ² =0.598	F=196.45	p value=< 0.001

ซึ่งตัวแปรทั้งสาม สามารถอธิบายการผันแปรความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การในยุค Digital Transformation ได้ร้อยละ 59.8 ($R^2=0.598$) โดยด้านการกระตุ้นทางปัญญามีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ตามลำดับ

ผลงานวิจัย สอดคล้องกับแนวคิด ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ของ Bass and Avolio (1996) มีคุณสมบัติ 4 ประการ คือ การมีอิทธิพลต่อสมาชิกในองค์กร (Idealized Influence) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นีรันดร์ แสงสุวรรณาว และคณะ (2561) เรื่อง ผู้นำการเปลี่ยนแปลงองค์การภาครัฐภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 พบว่า บทบาทของผู้นำภาครัฐในการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคประเทศไทย 4.0 ได้แก่ (1) บทบาทในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์การองค์การในด้านต่าง ๆ โดยการปรับปรุงบทบาทและโครงสร้างขององค์การ การปรับปรุงวิสัยทัศน์และแผนยุทธศาสตร์ การสื่อสารถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการเปลี่ยนแปลงองค์การและการสื่อสารวิสัยทัศน์ การพัฒนาบุคลากรทั้งในส่วนของบุคลากรในองค์กรและกลุ่มเป้าหมายขององค์กร และการสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เป็นประโยชน์ (2) บทบาทในการเป็นผู้นำนวัตกรรมในองค์กร โดยการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานใหม่และการสร้างความร่วมมือและบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ และ (3) บทบาทในการผลักดันเทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กร

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation

จากผลงานวิจัย พบว่า ประชาชนวัยทำงาน กรุงเทพมหานคร มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation ด้านทัศนคติ ด้านความคาดหวัง ด้านความสามารถทางเทคโนโลยี ความสามารถทางด้านภาษาและความสามารถทางด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง-มากที่สุด โดยมีความพร้อมด้านทัศนคติมากที่สุด จึงเห็นได้ว่า ประชาชนวัยทำงานมีความเชื่อว่าการนำเทคโนโลยีเข้าใช้งาน และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้มันยุคสมัยจะสามารถทำงานได้ง่ายขึ้น การปรับเปลี่ยนองค์กรเข้าสู่ยุคดิจิทัลต้องมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สำหรับองค์ที่ไม่สามารถปรับตัวได้ ประชาชนวัยทำงานเชื่อว่าส่งผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตได้ รองลงมาคือ ด้านความคาดหวัง ด้านความสามารถทางเทคโนโลยี และด้านความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ตามลำดับ สำหรับ ความพร้อมด้านความสามารถทางด้านภาษาอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ประชาชนวัยทำงานควรมีการพัฒนาทักษะทางด้านภาษา ในขณะเดียวกันองค์กรควรกระตุ้นให้ บุคลากรเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาตนเองทางด้านภาษาควบคู่ไปกับความสามารถทางด้านเทคโนโลยีหรือองค์กรจัดหลักสูตร/กิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้านภาษาเพิ่มมากขึ้น และสร้างสภาพแวดล้อม ในองค์กรให้มีการใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่นเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ประชาชนวันทำงานควรที่จะเสนอแนวคิด เครื่องมือหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ และ ปรับระบบทำงานบางอย่างรวมถึงนำเสนองานทางด้านนวัตกรรม

สำหรับ ความสามารถทางเทคโนโลยี การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านโปรแกรม คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ความใส่ใจในการเรียนรู้ระบบการทำงานใหม่ ๆ ที่องค์กรปรับเปลี่ยน อีกทั้งควรที่จะใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอผลงาน การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติต่าง ๆ เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

จากผลงานวิจัย พบว่า ปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์กรด้านวัฒนธรรม ความร่วมมือและความไว้วางใจ และด้านรางวัล มีอิทธิพลต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง องค์กรในยุค Digital Transformation ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร โดย ด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความร่วมมือและความไว้วางใจ และด้านรางวัล ตามลำดับ ดังนั้น องค์กรควรที่จะมีนโยบายด้านความก้าวหน้าในสายงานอย่างชัดเจน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร โดยการกำหนด นโยบายที่สนับสนุนการคิดริเริ่มนวัตกรรมหรือเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

สำหรับปัจจัยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงขององค์กรด้านความร่วมมือและความไว้วางใจ องค์กรควรที่จะสร้างความร่วมมือและความรู้สึกมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรใน องค์กร โดยการเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการรับฟังกลยุทธ์และแสดงความคิดเห็น ด้านการเปลี่ยนแปลง รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นในองค์กรและความ

สามารถของผู้บริหาร นอกจากนี้ ด้านวัฒนธรรม องค์กรควรที่จะสร้างระบบการ ทำงานใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มาช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ทั้งในด้านระบบการ จัดการงาน การบริการ และการจัดการผลิต อีกทั้งองค์กรควรเน้นพัฒนาทักษะบุคลากรไป พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี สนับสนุนและผลักดันให้บุคลากรพัฒนาแนวคิด ในการทำงาน สร้างรูปแบบการทำงานใหม่และนวัตกรรมในองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงในยุค Digital Transformation

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

จากผลงานวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านกระตุ้นทางปัญญา ด้านการ สร้างแรงบันดาลใจ และด้านการคำนึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลต่อความพร้อมรับการ เปลี่ยนแปลงองค์กรในยุค Digital Transformation ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร โดยด้านการกระตุ้นทางปัญญามีอิทธิพลมากที่สุด จึงเห็นได้ว่า ผู้บริหารควรที่จะเป็นผู้กระตุ้น และส่งเสริมบุคลากรเกิดการคิด วิเคราะห์ และค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของหน่วย งานในหลากหลายแง่มุม ส่งเสริมให้บุคลากรร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ใน การทำงาน รวมถึงปรับปรุงการทำงานรูปแบบเดิมไปสู่วิธีการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รองลงมา คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ตามลำดับ ดังนั้น

ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรมีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงองค์การในยุค Digital Transformation โดยการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล การเอาใจใส่บุคลากรถึงความแตกต่างเฉพาะของแต่ละบุคคล ให้ความสำคัญและมอบหมายงานตามความสามารถของบุคลากร รับฟังความคิดเห็นและเอาใจใส่ต่อการแก้ไขการทำงานที่ผิดพลาดและร่วมแก้ไขปัญหาให้แก่บุคลากรที่มีความแตกต่างกัน

สำหรับ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ผู้บริหารควรที่จะกำหนดเป้าหมายและชี้แจงเป้าหมายขององค์กรให้แก่

บุคลากรอย่างชัดเจน มีความมุ่งมั่นและสร้างความเชื่อมั่นที่จะเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังเป็นแบบอย่างในการแสดงความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในงาน เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากร และผู้บริหารที่จะเป็นผู้กระตุ้นและส่งเสริมบุคลากรเกิดการคิด วิเคราะห์ และค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานในหลากหลายแง่มุม ส่งเสริมให้บุคลากรร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน รวมถึงปรับปรุงการทำงานรูปแบบเดิมไปสู่วิธีการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้ 1) ควรมีการวิจัยการเรียนรู้และการพัฒนาของบุคลากรเมื่อเกิดการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงในยุค Digital Transformation 2) ควรมีการวิจัยถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงในองค์กร (Process) ที่มีต่อความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในยุค Digital Transformation และ 3) ควรมีการวิจัยถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อแรงต้านการเปลี่ยนแปลงในองค์กร

บรรณานุกรม

- กฤตภาส แยมนาม. (2560). *อุปสรรคและแนวทางการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไปสู่ยุคดิจิทัลของธุรกิจครอบครัวขนาดกลางและขนาดย่อม* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกศล จิตวิรัตน์. (2561). โมเดลการปรับตัวขององค์การธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการทำลายล้างของเทคโนโลยีดิจิทัลในศตวรรษที่ 21 (รายงานผลการวิจัย). *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(2), 74-88.
- เขมณัฐ ภูกองไชย. (2556). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาของค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://portal5.udru.ac.th/ebook/pdf/upload/17.15111ZNZ28J68Rle8.pdf>
- ชลธิชา ทิพย์ประทุม, จีราวรรณ คงคล้าย, และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2560). บทบาทของรางวัลในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(1), 190-201.
- นิรันดร์ แสงสุวรรณาว, อุทัย เลหาวิเชียร, สุวรรณิ แสงมหาชัย, และพัทธ์ ลวางกูร. (2561). ผู้นำการเปลี่ยนแปลงองค์การภาครัฐภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0. *วารสารสถาบันวิจัยพินลธรรม*, 5(1), 68-78.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2556). *การจัดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์การ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- ปณิธิ อำพนพารัตน์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรสายวิชาการ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปรมินทร์ เขาร์ยีนง. (2560, 5 พฤศจิกายน). *เหตุใดจึงเลือก Digital Transformation มาเป็นแนวคิดในการทำ Education Transformation ใน MonsoonSIM Seminar 2017*. สืบค้น 15 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.monsoonsimthailand.com/related-topic-to-seminar-theme/-digital-transformation-education-transformation-monsoonsim-seminar-2017>
- สำนักงาน ก.พ. (2562). *Digital literacy project*. สืบค้น 17 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dlp>
- สุภานาถ โมฬีรัตตะกุล. (2557). *การปรับโครงสร้างองค์การเพื่อรองรับการขยายธุรกิจสู่ภูมิภาคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน+3 ตามกรอบแนวคิดของ McKinsey ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อาภาพร ตั้งภักดีตระกูล. (2559). *ความสัมพันธ์ของ ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีในองค์กรและพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงาน โดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรกำกับ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุษณีย์ พรหมศรียา. (2555). *ความพร้อมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดปทุมธานี ในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน* (รายงานผลการวิจัย). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- M Report. (2562, 11 กุมภาพันธ์). *อุตสาหกรรมไทยอยู่อย่างไรให้รอด ในยุค “Disruptive Technology”*. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.mreport.co.th/news/industry-movement/010-Industry4-Digital-DisruptiveTechnology>
- Holt, D. T., Armenakis, A. A., Feild, H. S., & Harris, S. G. (2007). Readiness for organizational change: the systematic development of a scale. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 43(2), 232-255. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0021886306295295>
- Soumyaja, D., Kamlanabhan, T. J., & Bhattacharyya, S. (2015). *Antecedents of employee readiness for change: mediating effect of commitment to change* (Research report). Retrieved 13 August 2020, from <http://www.msae.org/>
- Ovidijus Jurevicius. (2013, December). *McKinsey 7s Model*. Retrieved 30 November 2020, from <https://strategicmanagementinsight.com/tools/mckinsey-7s-model-framework.html>

คุณภาพการให้บริการการรับประกันสินค้าที่มีอิทธิพล
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า
บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด

SERVICE QUALITY OF PRODUCT WARRANTY INFLUENCING DECISION TO CHOOSE AFTER SALE SERVICE OF ASCENTI RESOURCES COMPANY

Received: 28 April, 2021

Revised: 17 June, 2021

Accepted: 17 June, 2021

ไชยภพ คัมภีร์พงศ์*

Chaiyapob Kumpeepong*

สายพิน ปั่นทอง**

Saiphin Panthong**

* นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

* Master student, Faculty of Business Administration, Master of Modern trade business management,
Panyaphiwat Institute of Management

* Email: sungdeb@gmail.com

** อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

** Professor of Faculty of Business Administration, Modern trade business management, Panyaphiwat
Institute of Management

** Email: Saiphinpon@pim.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคุณภาพการให้บริการการรับประกันสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำกัด ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บแบบสำรวจจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้านการรับประกันสินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ศูนย์บริการ บริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ t-test, F-test การทดสอบสมมติฐานใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ชายที่มีอายุระหว่าง 18-22 ปี มีการศึกษาระดับในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน และมีระยะเวลาของการเป็นลูกค้า 1 ปี ผลการทดสอบทางสถิติพบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้าบริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ทางกาย ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลมีประสิทธิภาพ 69.30%

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ รับประกันสินค้า การตัดสินใจ บริการหลังการขาย

Abstract

This study aimed to investigate service quality of product warranty influencing decision to choose after sale service of Ascenti Resources Company. This paper used a questionnaire as the research instrument and the samples included 400 respondents. This research has been using t-test, f-test analysis. Hypothesis testing used Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The finding revealed that the most respondents were male with age range 18 - 22 years, education in bachelor's degree. The majority were university student with average income less than 15,000 Baht per month and at least 1 year membership. Hypotheses testing found that customers with different income and customer membership. period were related to choose after sales service of Ascenti resources.

Service quality factors of tangibles, reliability, assurance and empathy influenced the choosing decision after sale service of Ascenti resources company with statistic significant at 0.05, with influential effectiveness of 69.30% (Influence is effective 69.30%)

Keywords: Service Quality, Product Warranty, Choosing Decision, After Sale Service

บทนำ

สถานการณ์โลกที่แข่งขันทางเศรษฐกิจเข้มข้นขึ้น สังคมโลกเชื่อมโยงกันมากขึ้นในสภาพไร้พรมแดน แนวโน้มการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด และไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานเช่นที่ผ่านมาอีกต่อไป หากแต่ได้หลอมรวมเข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต และปฏิบัติโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ การทำงานของภาครัฐ และกระบวนการทางสังคมไปจากเดิม รัฐบาลตระหนักถึงความจำเป็นในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศสู่การเป็นประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างระบบ เศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่ขับเคลื่อนไปด้วยนวัตกรรม และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้กับประเทศ โดยได้วางรากฐานการพัฒนา และปฏิรูปเชิงโครงสร้างโดยการปรับบทบาทของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็น “กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” เพื่อเป็นกลไกหลักในการผลักดันการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560 อันเป็นการวางรากฐานโครงสร้างเชิงสถาบันในการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยะยาว (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษา ค้นคว้า และการทำธุรกิจ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้องค์กรต่าง ๆ นำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกิจ และให้บริการบนอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการทำงาน (ศิริลักษณ์ อธิธิประเวศน์, 2563)

เครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทในการทำงานขององค์กรรวมทั้งผู้ใช้ตามบ้าน โดยทั่วไป ในการใช้ส่วนตัวกันมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีราคาถูก แต่มีประสิทธิภาพสูง รวมทั้งสามารถใช้งานได้ง่ายกว่าในอดีตมาก จนมีการประมาณการกันว่า ในอนาคตคอมพิวเตอร์จะเป็นอุปกรณ์พื้นฐานในทุก ๆ ครั้วเรือนเหมือนกับเครื่องรับโทรทัศน์ และจากการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครั้วเรือน พ.ศ. 2561 ผลการ

สำรวจประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปประมาณ 63.3 ล้านคน พบว่ามีผู้ใช้คอมพิวเตอร์จำนวน 17.9 ล้านคน (ร้อยละ 28.3) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 36.0 ล้านคน (ร้อยละ 56.8) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 56.7 ล้านคน (ร้อยละ 89.6) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) จากจำนวนผู้ใช้งานจะเห็นได้ว่ามีผู้ใช้งานจำนวนมากมายทั่วประเทศ แต่ยอดผู้ใช้งานกลับมีจำนวนน้อยลงอย่างต่อเนื่อง และกลับกันมีผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากเช่นกัน จึงมีการแข่งขันด้านสินค้า ราคา และบริการโดยทางบริษัทเอสเซนตี รีซอร์สเซส เป็นบริษัทนำเข้าสินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และขายต่อยังไปพ้อค้าคนกลาง ลูกค้าซื้อสินค้าผ่านพ้อค้าคนกลางเพื่อไปใช้งาน สิ่งที่สำคัญในการทำการศึกษานี้คือ การที่ลูกค้าซื้อสินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไปแล้ว สินค้าทุกชิ้นมีระยะเวลาการรับประกันตามเงื่อนไขการรับประกัน ในกรณีที่สินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ซื้อไปมีปัญหาไม่สามารถใช้งานได้และยังอยู่ในเงื่อนไขการรับประกัน ลูกค้าจึงนำมายังผู้นำเข้าหรือผู้รับประกันเพื่อเปลี่ยนสินค้าชิ้นใหม่หรือซ่อมเพื่อให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้ง ซึ่งในสถานการณ์ความเป็นจริงนั้น การที่สินค้ามีปัญหายอมทำให้ลูกค้าไม่พอใจในการใช้งานสินค้า ในขณะที่การบริการการรับประกันสินค้าไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ย่อมทำให้ลูกค้าไม่อยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าไปให้กับคู่แข่ง และเกิดการบอกต่อที่ไม่ดีบริษัท ดังนั้นการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการทำธุรกิจนำเข้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจยอมช่วยเยียวยาทศนคติที่ไม่ดีหลังจากสินค้ามีปัญหา และยังมีแรงเสริมทางบวกเมื่อได้รับการบริการที่ดีเกินความคาดหวัง ลูกค้าย่อมมีการบอกปากต่อปากในกระแสสังคมที่รับรู้ได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการการรับประกันสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด สำหรับผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาจะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุง คุณภาพการให้บริการการรับประกันสินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการการรับประกันสินค้าของลูกค้าในบริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการรับประกันสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด

สมมติฐานงานวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาของการเป็นลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด ที่ต่างกัน

2. คุณภาพการให้บริการรับประกันสินค้าที่อิทธิพลการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเชส จำกัด

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์, และ อรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2560) ได้กล่าวว่า ด้านลักษณะประชากร (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ด้านลักษณะประชากร เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายและมณฑลภานติ ชูชูวงศ์ (2562, น. 30) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากร ลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมด้านประชากรมีความสำคัญกับนักการตลาดเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากประชากรคือลูกค้าขององค์กร องค์กรจึงควรศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและลักษณะของประชากรอยู่เสมอ ดังนั้น ตัวแปรด้านลักษณะประชากรที่สำคัญต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ การศึกษาและอาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

Kotler and Keller. (2016, p. 195) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจมี 5 ขั้นตอน โดยเริ่มจาก ขั้นที่ 1 การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem recognition) ขั้นที่ 2 การหาข้อมูล (Information search) ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) และ ขั้นที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) จึงเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจของ Kotler มีส่วนคล้ายคลึงกับแบบจำลองการตัดสินใจของ

Slade (1994, pp. 1-12) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision making) ไม่ได้เกิดขึ้นโดยลำพังแต่มีรูปแบบที่เป็นกระบวนการ (Process) โดยทั่วไปมีงานย่อยๆ ภายใต้การตัดสินใจ ได้แก่ การระบุถึงปัญหา (Identify problem) การระบุทางเลือก (Identify alternatives) ถ้าเป็นการตัดสินใจไม่ซับซ้อนเป็นเรื่องที่เคยชินอยู่แล้วผู้บริโภคจะเลือกแบบที่เคยชิน (Choose usual action) แต่ถ้ามีความซับซ้อน ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือก (Evaluate alternatives) และเลือกจากทางเลือกที่มี (Choose among alternatives) หลังจากตัดสินใจในทางเลือกแล้วจะกระทำตามที่ตัดสินใจโดยผู้ตัดสินใจจะหาคำอธิบายว่าทำไมจึงตัดสินใจแบบนั้น (Effect choice) ในกรณีที่ไม่สามารถตัดสินใจ ผู้บริโภคจะพยายามสร้างทางเลือกใหม่ (Generate new alternative) หากไม่สามารถสร้างทางเลือกใหม่ ผู้บริโภคจะไม่ตัดสินใจและจะละทิ้งปัญหา (Abandon problem)

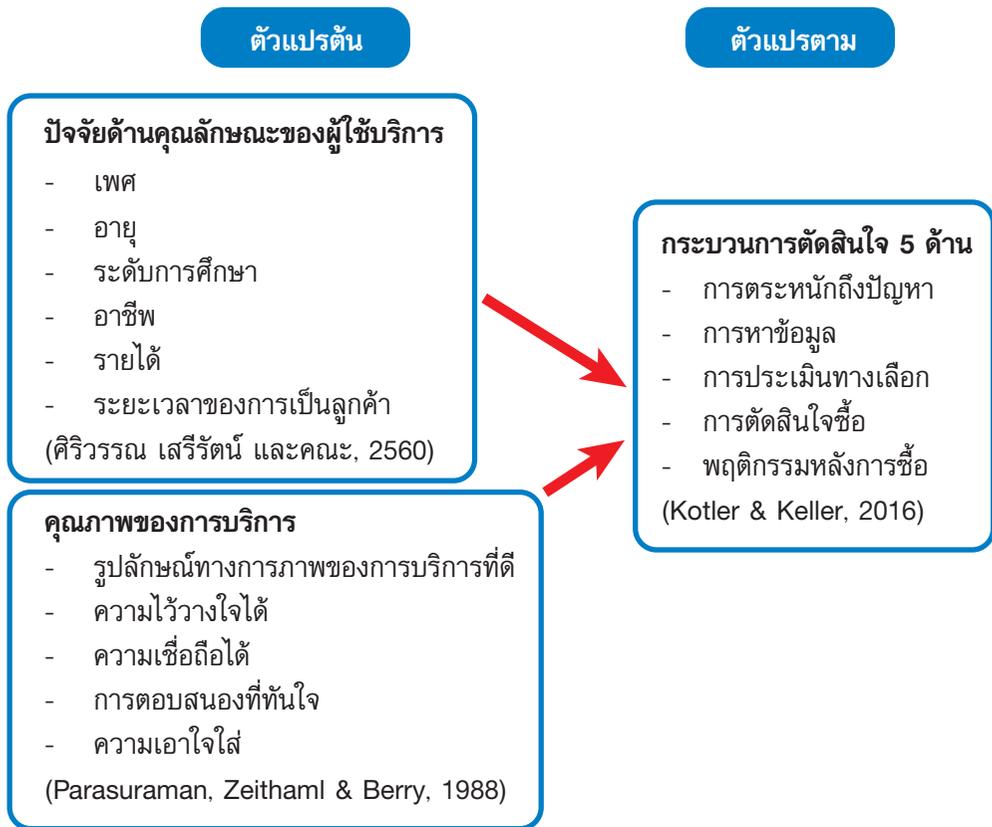
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551, น. 33) ได้อ้างอิง Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง มีอยู่ด้วยกัน 5 ด้าน คือ ความมีตัวตน หรือ รูปลักษณ์ทางกายภาพของการบริการที่ดี (Tangibles) ความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะส่งมอบการบริการได้ตรงตามเวลา และให้บริการได้อย่างครบถ้วนและเป็นไปตามที่ได้ตกลงกันไว้ ความเชื่อถือได้ (Assurance) หมายถึง การที่ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุ้มค่ากับเงินและเวลาที่ใช้ไป และรู้สึกมั่นใจที่จะใช้บริการ ความรู้สึกดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในงาน การตอบสนองที่ทันใจ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมของหน่วยงานบริการ และผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่เขาต้องการโดยไม่ปล่อยให้ต้องรอนาน และความเอื้ออาทร หรือความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ความเอื้ออาทรหรือความเอาใจใส่ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีต่อผู้รับบริการ กฤษฎิกา คงสมพงษ์ (2561, น. 120-121) ยังได้กล่าวอีกว่า การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ในความต้องการของลูกค้า และความต้องการขององค์กรผู้ให้บริการ เพราะทั้งฝ่ายซื้อบริการและผู้ให้บริการต่างก็คาดหวังว่าจะทำให้งานบริการนั้นมีคุณภาพที่ดี ตรงกับความต้องการของลูกค้าและเป็นไปตามนโยบายขององค์กร

ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของ บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด

ข้อมูลของบริษัทเอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด (Ascenti Resources Company) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2547 ที่ตั้ง โครงการอรุณสุนทรีย์แพ็คเกจรีแลนด์ 29/54 หมู่ 2 ถนน 345 ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ Gaming gear ต่าง ๆ โดยเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตชั้นนำระดับโลกมากกว่า 20 แบรินด์สินค้า และมีฐานลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์ทั้งที่เป็น ร้านค้าปลีก คำส่งและห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการการรับประกันของบริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเชส จำกัด จำนวน 4,933 คน กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการการรับประกันของบริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเชส จำกัด ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น การกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณได้จากสูตรทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 370 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการประเมินและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง มีวิธีการเลือกเก็บข้อมูลแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยแบ่งสัดส่วนแยก 3 สาขา จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการการรับประกันของบริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเชส จำกัด อายุ 18-60 ปี ที่มาใช้บริการในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2564 โดยแบ่งสัดส่วนดังนี้ สาขาศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ ร้อยละ 39.91 จำนวน 160 คน สาขาศูนย์ใหญ่บางบัวทอง ร้อยละ 33.73 จำนวน 135 คน และสาขาศูนย์การค้าฟอร์จูน ร้อยละ 26.35 จำนวน 105 คน จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการการรับประกันของบริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเชส จำกัด อายุ 18-60 ปี ที่มาใช้บริการในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2564

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 5 ปัจจัย มีจำนวน 25 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจ มีจำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scales) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scales) ทั้งสิ้น 5 ระดับ โดยระดับ 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยสุด จนถึง ระดับ 5 หมายถึง มีระดับความเห็นมากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) รวมมีค่าอยู่ที่ 0.82 มากกว่า 0.5 ซึ่งให้เห็นว่าแบบสอบถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (ปราณี หล้าเบญญะ, 2559) และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม 30 ชุด ได้เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการการรับประกันของบริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด เป็นคนละกลุ่มกับตัวอย่างจริง ค่าความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbachs Alpha) ได้ค่ารวมเท่ากับ 0.953 มากกว่า 0.70 ซึ่งให้เห็นว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Reliability) ผู้วิจัยจึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการการรับประกันของบริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด ในรูปแบบของเอกสาร (Online) จำนวน 400 ชุด โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2563

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-Test Independent Sample การทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบสถิติแบบ F-test Independent Sample การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการการรับประกันของบริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 มีอายุในช่วง 18-22 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 มีอาชีพเป็นนักศึกษาจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีระยะเวลาของการเป็นลูกค้า 1 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท

เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.49$, $SD = 0.53$) พบว่า ด้านความไว้วางใจ ($\bar{X}= 4.44$, $SD = 0.51$) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ($\bar{X}= 4.40$, $SD = 0.54$) ด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X}= 4.39$, $SD = 0.5$) ด้านการตอบสนองที่ทันใจ ($\bar{X}= 4.32$, $SD = 0.62$) และด้านความเอาใจใส่ ($\bar{X}= 4.29$, $SD = 0.62$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำกัด ที่ต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขาย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำกัด	t	F	Sig.
สมมติฐาน 1.1 เพศ	0.079		0.779
สมมติฐาน 1.2 อายุ		1.679	0.113
สมมติฐาน 1.3 ระดับการศึกษา		0.078	0.989
สมมติฐาน 1.4 อาชีพ		0.767	0.547
สมมติฐาน 1.5 รายได้ต่อเดือน		2.261	0.048*
สมมติฐาน 1.6 ระยะเวลาของการเป็นลูกค้า		2.616	0.024*

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ 2) ด้านความไว้วางใจได้ 3) ด้านความเชื่อถือได้ 4) ด้านการตอบสนองที่ทันใจ 5) ด้านความเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนดี รีซอร์สเซส จำกัด

การทดสอบสมมติฐานโดยเริ่มจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ประกอบด้วย ตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale) ทั้งหมด 5 ด้าน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เป็นเกณฑ์ยอมรับว่าค่าความสัมพันธ์ทางบวกที่สูง แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันสูง ซึ่งค่าที่วิเคราะห์ได้ไม่ควรมีค่าสูงกว่า 0.800 ($r < 0.800$) หากมีค่าความสัมพันธ์สูงต้องตัดออก

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวกโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในระหว่าง 0.527 ถึง 0.794 จากตารางที่ 2 ที่แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สันไม่มีตัวแปรใดมีความสัมพันธ์มากกว่า 0.800 จึงไม่เป็นปัญหาที่จะนำตัวแปรไปวิเคราะห์ทางสถิติสมการพยากรณ์วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

คุณภาพการบริการ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)					
	รูปลักษณ์ทางกายภาพ	ความไว้วางใจได้	ความเชื่อถือได้	การตอบสนองที่ทันใจ	ความเอาใจใส่	กระบวนการตัดสินใจ
รูปลักษณ์ทางกายภาพ	1					
ความไว้วางใจได้	.629**	1				
ความเชื่อถือได้	.626**	.794**	1			
การตอบสนองที่ทันใจ	.563**	.754**	.769**	1		
ความเอาใจใส่	.576**	.669**	.704**	.749**	1	
กระบวนการตัดสินใจ	.527**	.630**	.631**	.581**	.602**	1

* หมายถึง $r < 0.05$, ** $r < 0.01$

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Sig = 0.022) ด้านความไว้วางใจได้ (Sig. = 0.000) ด้านความเชื่อถือได้ (Sig. = 0.003) ด้านความเอาใจใส่ (Sig. = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการบริการอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด

คุณภาพการบริการ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด						
	S.E.	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.045	0.189		5.516	0.000		
รูปลักษณ์ทางกายภาพ	0.116	0.050	0.114	2.307	0.022*	0.541	1.848
ความไว้วางใจได้	0.252	0.072	0.234	3.527	0.000**	0.300	3.329
ความเชื่อถือได้	0.205	0.069	0.203	2.956	0.003*	0.279	3.590
การตอบสนองที่ทันใจ	0.015	0.063	0.016	0.236	0.813	0.295	3.389
ความเอาใจใส่	0.203	0.053	0.225	3.839	0.000**	0.382	2.614

Adjust R Square = 0.693, F = 72.864, *p<0.05, **p<0.01

หากพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด พบว่า ด้านความไว้วางใจได้ ($\beta = .234$) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเอาใจใส่ ($\beta = .225$) ด้านความไว้วางใจได้ ($\beta = .203$) และ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ($\beta = .114$) ตามลำดับ

นอกจากนี้ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ($R^2 = 0.693$) แสดงให้เห็นว่า ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเอาใจใส่ สามารถพยากรณ์ความผันแปรของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด คิดเป็นร้อยละ 69.30 ที่เหลือ อีกร้อยละ 31.70 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา พบว่า ด้านรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายอย่างแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 2.261$, Sig. = 0.048*) และเมื่อทดสอบเป็นรายด้านการตัดสินใจ พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ

การตัดสินใจด้านความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของ บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 2.694$, $Sig. = 0.021$) เพียงด้านเดียว ทั้งนี้ เพราะ สินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มีระดับราคาที่หลากหลาย ถึงแม้กระทั่งเป็นสินค้าที่มีลักษณะการใช้งานเหมือนกัน แต่ความแตกต่างทางด้านราคา วัสดุ ดีไซน์ และความพึงพอใจในการดูแลบริการหลังการขายที่ดี ฉะนั้นรายได้ต่อเดือนของลูกค้าจึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ระยะเวลาที่ลูกค้าซื้อสินค้ากับบริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด ตั้งแต่ครั้งแรก) ที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายอย่างแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาของการเป็นลูกค้า พบว่าระยะเวลาของการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 2.616$, $Sig. = 0.024^*$) และเมื่อทดสอบรายด้านการตัดสินใจ พบว่า ระยะเวลาของการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจด้านเลือกสินค้าและหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าของ บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($F = 3.086$, $Sig. = 0.010$) เพียงด้านเดียว ทั้งนี้เพราะ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า คือ ลูกค้าได้รับประสบการณ์การใช้งานจากสินค้าและการดูแลบริการหลังการขาย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไป ร่วมกับการหาข้อมูลและเปรียบเทียบกับข้อมูลคู่แข่ง ฉะนั้นหากบริษัทต้องการให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีกับบริษัท ทางบริษัทควรมุ่งเน้นการทำให้กิจกรรมส่งเสริมบริการหลังการขาย นอกเหนือจากโปรโมชั่นพิเศษทางด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะภา พรหมแบน (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการให้บริการของพนักงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในการทำประกันภัยรถยนต์ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงาน และปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในการทำประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านระยะเวลาในการทำประกันภัยของลูกค้าที่แตกต่างกันส่งผลให้ความจงรักภักดีในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านความไว้วางใจได้ จากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเชส จำกัด ทั้งนี้เพราะ สินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าที่สามารถเสียหายหรือมีอากาศบกร่องได้ตลอดเวลา และสินค้ามีราคาค่อนข้างสูง การรับประกันสินค้าและการบริการที่ทำให้ลูกค้าไว้วางใจได้ว่า เมื่อสินค้ามีปัญหาแล้ว บริษัทสามารถดูแลและบริการทำได้อย่างที่ประกาศไว้ว่า

จะรับประกันก็มีในสินค้าแต่ละประเภท โดยมีการติดสติ๊กเกอร์สัญลักษณ์โลโก้บริษัทไว้อย่างชัดเจนที่บริเวณบรรจุภัณฑ์ของสินค้า และบนเว็บไซต์สามารถเข้ามาตรวจสอบระยะเวลาประกันได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ศึกษาวิจัยเรื่อง ตัวแบบแนวคิดของคุณภาพการบริการ และผลกระทบต่อการวิจัยในอนาคต เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสำหรับสินค้าที่จับต้องได้ และคุณภาพการบริการสำหรับตลาดบริการขนาดใหญ่ โดยนักการตลาด ผลการศึกษาพบว่า องค์กรส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดความไว้วางใจได้ในสายตาของผู้บริโภค ดังนั้นการประเมินคุณภาพการบริการมักจะให้ความสำคัญกับความไว้วางใจได้ด้วย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2. ด้านความเอาใจใส่ จากจากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด ทั้งนี้เพราะ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ที่ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มักจะแก้ไขปัญหาไม่ค่อยได้ และหากเกิดปัญหาในการใช้งานจึงมีความคาดหวังว่าทางบริษัทจะให้ความดูแลเอาใจใส่เรา ช่วยแก้ไขปัญหาให้เราได้ ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้เกิดความประทับใจและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของเราต่อไป โดยทางบริษัทมีเจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลลูกค้าในแต่ละประเภทสินค้าในหลากหลายช่องทาง เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา บริพันธ์มงคล และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) ได้ทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การรับรู้คุณภาพสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม 2) คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจใส่ใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ลูกค้าให้ความสำคัญกับด้านความเข้าใจใส่ใจเป็นอันดับแรก คือ ลูกค้าได้รับการดูแลเอาใจใส่จากพนักงานเป็นอย่างดี เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ และนำไปสู่การตัดสินใจเลือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านความเชื่อถือได้ จากจากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด ทั้งนี้เพราะ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และต้องเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่น ๆ อีกทั้งยังมีราคาค่อนข้างสูง และมีความเสี่ยงที่จะเสียหรือมีปัญหาการใช้งานได้บ่อย ลูกค้าจึงมีความจำเป็นต้องเลือกบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือได้ในการนำเข้าสินค้าเหล่านี้ ทางบริษัทได้มีการคัดเลือกสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นยี่ห้อคุณภาพสูง ประสิทธิภาพเชื่อถือได้เป็นที่ยอมรับในวงการคอมพิวเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว และ พุฒิพงศ์ ดวงจันทร์ (2563) ได้ทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บิ๊ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยการบริหาร

ลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บิ๊ก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บิ๊ก เป็นปัจจัย หนึ่งในสำคัญในการกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ และนำไปสู่การตัดสินใจเลือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนต์ รีซอร์สเซส จำกัด ทั้งนี้เพราะ การที่ลูกค้าเข้ามาที่ศูนย์บริการของ บริษัท เอสเซนต์ รีซอร์สเซส จำกัด ย่อมได้เห็นภาพลักษณ์ทางกายภาพของบริษัท ที่ทำให้ลูกค้าจดจำไม่ว่าจะเป็นมาตรการป้องกัน โควิด-19 อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ต่าง ๆ ความทันสมัย ที่ใช้ในบริษัทเพื่อบริการลูกค้า การแต่งกายของพนักงาน ความสุภาพ การต้อนรับ ความสะอาด มีข้อมูลสถานที่ตั้งบนเว็บไซต์ อย่างชัดเจน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงเป็นปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนต์ รีซอร์สเซส จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการ เพื่อศึกษาคุณภาพของ กระบวนการการให้บริการลูกค้าในระหว่างการบริการและหลังการบริการ ผลการศึกษาพบว่า รูปลักษณ์ทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ สวน ห้างน้ำ การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งสัมผัสได้เหล่านี้ จะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดตัวที่ 7 (7P) สิ่งเหล่านี้ นอกจากจะสวยงามและสะอาดแล้ว การใช้งานยังเป็น สิ่งที่จะต้องคำนึงถึง เช่น ลิฟต์กับลิบปีจะต้องไม่ไกลกันเกินไป บันไดที่สวยงามแต่ต้องไม่ทำชั้นสูงเกินไป ที่จอดรถที่หาประตูทางเข้าอาคารได้ง่าย สวนสวยที่ไม่เต็มไปด้วยสัตว์เลื้อยคลาน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. จากผลการวิจัย ทำให้ทราบถึง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนต์ รีซอร์สเซส จำกัด ซึ่งเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการได้นำไปใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างหลากหลายไม่ว่าเป็นด้าน ประชากรศาสตร์ที่ได้ทราบเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลา การเป็นลูกค้า โดยการทำการตลาดทั้งทางด้านการเลือกสินค้ามาขาย การทำราคาให้เหมาะสม สถานที่ที่ใช้บริการที่ลูกค้าส่วนใหญ่ไปใช้บริการ การประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มมากยิ่งขึ้น การทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายและการดูแลบริการหลังการขายให้มากกว่าเดิมเพื่อให้ลูกค้าได้รับ ประสิทธิภาพที่ดีในการซื้อสินค้าและบริการหลังการขายจากบริษัท เพื่อให้การทำธุรกิจมี ประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถตอบสนองลูกค้าได้

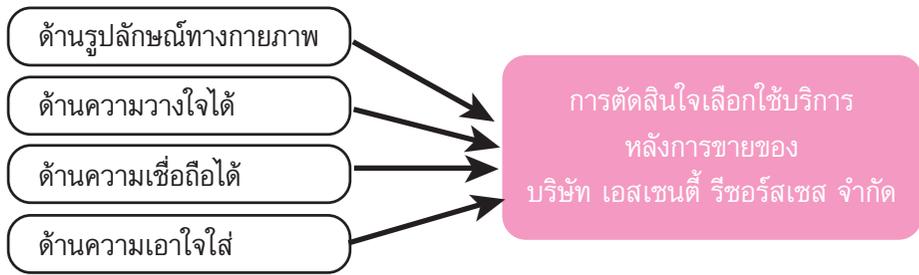
2. จากผลการศึกษา ด้านการตอบสนองที่ทันใจ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด อาจเป็นเพราะลูกค้าคิดว่า อยู่แล้วว่าการเข้ามาใช้บริการหลังการขาย ทางบริษัทต้องเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน จดจำ ข้อมูลสินค้าของลูกค้าได้ และได้ทราบถึงระยะเวลาการให้บริการมาพอสมควรก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของ บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด ปัจจัยด้านการตอบสนองที่ทันใจจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตอบสนองที่ทันใจ ผู้ประกอบการควรสร้างความพึงพอใจเป็นพิเศษให้เหนือกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังในขณะนี้ ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการแก้ไขไว้ดังนี้ เพิ่มจำนวนสินค้าสำรองที่ไว้ใช้สำหรับเปลี่ยนให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการจะได้รับการเปลี่ยนสินค้าในทันที ไม่ต้องรอนาน หรือหากสินค้าที่ลูกค้านำมาทาง บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด ไม่มีในคลังสินค้า ทางบริษัทฯ จะหาสินค้าทดแทนให้กับลูกค้าได้น่ากลับไปใช้ทดแทนก่อน เพื่อให้ลูกค้ามีสินค้าใช้ระหว่างการรอเปลี่ยนสินค้า ปรับปรุงระบบการติดตามสินค้าเคลมได้ โดยให้ลูกค้าสามารถเช็คสถานะการณบริการผ่านทางเว็บไซต์ได้ เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการการบริการว่าจะถึงกระบวนการใด ซึ่งคาดว่าจะทำให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการตอบสนองที่ทันใจจาก บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด ได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เพื่อประโยชน์สูงสุดจากงานทำวิจัย ควรทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับการบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นการเพิ่มความได้เปรียบคู่แข่งในการค้าให้กับธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงและเป็นการพัฒนาระบบการบริการหลังการขายให้มีความสะดวก รวดเร็ว สร้างมาตรฐานใหม่ให้เหนือกว่าคู่แข่งยิ่งขึ้นไป

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาแบบเจาะกลุ่ม หรือรายบุคคล ที่ไม่เคยเลือกใช้บริการหลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด เพื่อให้ทราบถึงเหตุว่าทำไม เพราะเหตุใดจึงยังไม่ได้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการหลังการขายของ บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้ในธุรกิจและวางกลยุทธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ ดึงดูดให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าของ บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด

3. จากการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลังการขายของ บริษัท เอสเซนตี รีซอร์สเซส จำกัด สรุปได้ดังนี้ ดังรูปที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลองค์ประกอบปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หลังการขายของลูกค้า บริษัท เอสเซนส์ รีซอร์สเซส จำกัด (ผู้วิจัย)

บรรณานุกรม

- กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2561). *การตลาดบริการในพหุวัฒนธรรม เล่ม 2*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฐมพงศ์ กุ๊กแก้ว, และพุดมิพงค์ ดวงจันทร์. (2563). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านไอทีของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นกล้า บู้ค. *วารสารวิชาการ มทร. สุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์)*, 5(1), 27-43.
- ปราณี หล้าเบญจสะ. (2559). *การหาคุณภาพของเครื่องมือวัดและประเมินผล สาขาการวัดและประเมินผล*. ยะลา: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ปิยะภา พรหมแบน. (2562). *การศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในการทำประกันภัยรถยนต์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มณฑลภานติ ชูชูวงศ์. (2562). *การตลาดโรงแรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวิวรรณ โปรงรุ่งโรจน์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- รุ่งนภา บริพนธ์มงคล, และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2563). การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(1), 166-179.
- ศิริลักษณ์ อธิธิประเวศน์. (2563). *บทเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2563, จาก <http://www.sathukit.ac.th/datacom1/a1.html>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์, และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2560). *การบริการการตลาดยุคใหม่ (Marketing management)*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.onde.go.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *การสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561* สืบค้น 1 สิงหาคม 2563, จาก <http://www.nso.go.th/>
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). Quality counts in service, too. *Business Horizons*, 28(3), 44-52.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey Prentice-Hall.

- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research (SERVQUAL). *The Journal of Marketing*, 49, 41-50. doi: 10.2307/1251430.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Slade, S. (1994). *Goal-based decision making : An interpersonal model*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

โครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับร่วมกับอัตรา การเรียนรู้แบบปรับตัวเองสำหรับการจำแนกประเภท ข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน

BACKPROPAGATION NEURAL NETWORK WITH ADAPTIVE LEARNING RATE FOR CLASSIFICATION OF IMBALANCED DATA

Received: 7 May, 2021

Revised: 11 June, 2021

Accepted: 14 June, 2021

รุจิรา จุลภักดิ์*

Rujira Jullapak*

อาริต ธรรมโน**

Arit Thammano**

*สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ตะวันออก

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

*Email: Rujira__ju@rmutto.ac.th

**คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

**Faculty of Information Technology, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

**Email: arit@it.kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีงานวิจัยจำนวนมากที่ใช้การจำแนกประเภทข้อมูลด้วยวิธีการโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับ เนื่องจากมีความสามารถที่จะเรียนรู้ข้อมูลที่ซับซ้อนได้เป็นอย่างดี แต่ปัญหาที่พบสำหรับวิธีการนี้คือ หากชุดข้อมูลที่นำมาใช้ในการเรียนรู้มีความไม่สมดุลกันของข้อมูล (Imbalanced data) โครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับจะเรียนรู้คลาสที่มีปริมาณข้อมูลมาก มากกว่าคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อย ส่งผลให้การจำแนกประเภทนั้นเอนเอียงไปยังคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมากกว่า ผลของการจำแนกประเภทโดยรวมจึงไม่ถูกต้อง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาค่าความไม่สมดุลกันของปริมาณข้อมูลในแต่ละคลาส โดยได้นำเสนอวิธีโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับร่วมกับอัลตราการเรียนรู้แบบปรับตัวเอง (Backpropagation Neural Network with Adaptive Learning: BPNN-ALR) ซึ่งเป็นการปรับปรุงวิธีการเรียนรู้จากโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับ ในการทดสอบประสิทธิภาพของวิธีการที่นำเสนอ นั้น ผู้วิจัยได้ทดสอบกับชุดข้อมูลทางการแพทย์ที่มีความไม่สมดุลกันของข้อมูลจำนวน 2 ชุด ผลการทดสอบพบว่า สำหรับชุดข้อมูล Breast Tissue ความแม่นยำของวิธีการโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมถูกต้องร้อยละ 47.62 ส่วนวิธี BPNN-ALR ถูกต้องร้อยละ 77.14 สำหรับชุดข้อมูล Vertebral Column วิธีการโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมถูกต้องร้อยละ 48.39 ส่วนวิธี BPNN-ALR ถูกต้องร้อยละ 60.97 จากผลการทดลองที่ได้ทดสอบไปในเบื้องต้นพบว่าอัลกอริทึมที่พัฒนาขึ้นมา มีความแม่นยำในการจำแนกประเภทมากกว่าวิธีการของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิม

คำสำคัญ: การจำแนกประเภทข้อมูล โครงข่ายประสาทเทียม อัลตราการเรียนรู้แบบปรับตัวเอง อัลกอริทึมการเรียนรู้แบบแพร่ย้อนกลับ ข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน

Abstract

Currently there are several research studies solving classification with Backpropagation Neural Network (BPNN) due to its high capability to learn complex data. However, the drawback of this method is that if the learning data sets contain imbalanced data, the BPNN will learn more from the class that has more data than the class that has few data; as a result, it will always predict the class that has more data. Thus, the overall classification accuracy is low. This research aims to solve the imbalanced data problem by presenting the Backpropagation Neural Network with Adaptive Learning Rate (BPNN-ALR) which is improved over the

traditional BPNN. To test the efficiency of the proposed method, the researchers used two imbalanced medical data sets. The results showed that the accuracy of the traditional BPNN on Breast Tissue data set is 47.62%, while that of BPNN-ALR is 77.14%. On Vertebral Column data set, the accuracy of the traditional BPNN is 48.39%, while that of BPNN-ALR is 60.97%. In summary, the preliminary test results showed that the proposed algorithm is more accurate than the traditional BPNN.

Keywords: Classification, Neural Network, Adaptive Learning Rate, Backpropagation Learning Algorithm, Imbalanced Data

บทนำ

อัลกอริทึมที่ใช้ในการจำแนกประเภทจะมีลักษณะการเรียนรู้แบบมีผู้สอน (Supervised learning) ในระหว่างการเรียนรู้ อัลกอริทึมจะทำการสร้างเกณฑ์เพื่อใช้ในการแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่มๆ โดยมีเอาต์พุตเป้าหมายเป็นตัวกำหนดให้ว่าข้อมูลไหนควรจะอยู่ในกลุ่มใด ตัวอย่างของอัลกอริทึมที่นิยมใช้ในการจำแนกประเภทข้อมูล ได้แก่ Logistic Regression, Discriminant Analysis, อัลกอริทึมการจำแนกประเภทแบบเคมีน และโครงข่ายประสาทเทียม

Feng, Xu, Mannor, and Ya. (2014) นำเสนออัลกอริทึม Robust Logistic Regression (RoLR) เพื่อใช้ในการจำแนกประเภทแบบไบนารี โดยอัลกอริทึม RoLR ใช้ขั้นตอนของโปรแกรมเชิงเส้นในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ผลการทดลองแสดงว่า RoLR สามารถจำแนกประเภทได้ดีกว่า Logistic Regression ในทุกข้อมูลที่ทำการทดสอบ

Jia, Deng, Xin, Liu, and Pedrycz (2019) นำเสนออัลกอริทึมในการจำแนกประเภทที่อาศัยการทำงานร่วมกันของ Linear Discriminant Analysis (LDA) และ Axiomatic Fuzzy Sets (AFS) ผลการวิจัยสรุปว่าอัลกอริทึมที่นำเสนอนอกจากจะมีความแม่นยำในการจำแนกประเภทสูงกว่า Logistic Regression, C4.5, Support Vector Machine, และ K-Nearest Neighbors แล้ว อัลกอริทึมที่นำเสนอยังมีความง่ายในการที่ผู้ใช้งานจะเข้าใจในตัวจำแนก (Interpretability) อีกด้วย

อาริกา ธรรมโน, มุทิตา หวังคิด, และอาริต ธรรมโน. (2563) ทำการพยากรณ์โรคมะเร็งเต้านมด้วยอัลกอริทึมการจำแนกประเภทแบบเคมีนร่วมกับค่าถ่วงน้ำหนักแบบปรับตัวเอง โดยอัลกอริทึมที่ใช้นี้พัฒนามาจากอัลกอริทึมการแบ่งกลุ่มแบบเคมีนให้มีความสามารถในการจำแนกประเภท และปรับเปลี่ยนค่าถ่วงน้ำหนักของคุณลักษณะเด่นในสมการหาระยะห่างระหว่างข้อมูลกับจุดศูนย์กลางของแต่ละประเภทให้เหมาะสมได้ด้วยตัวเองในระหว่างการเรียนรู้ชุดข้อมูล ผลการทดสอบพบว่าอัลกอริทึมการจำแนกประเภทแบบเคมีนร่วมกับค่าถ่วงน้ำหนักแบบปรับตัวเองมีความถูกต้องในการพยากรณ์ที่สูงขึ้น

Dreiseitl and Ohno-Machado (2002) ได้ทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในจำแนกประเภทระหว่างวิธี Logistic Regression กับโครงข่ายประสาทเทียม และ Blackard and Dean (1999) ทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในจำแนกประเภทระหว่างวิธี Discriminant Analysis กับโครงข่ายประสาทเทียม โดยทั้ง 2 งานวิจัยสรุปว่าโครงข่ายประสาทเทียมมีความแม่นยำในการจำแนกประเภทสูงกว่าทั้ง Logistic Regression และ Discriminant Analysis

โครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับ (Back propagation Neural Network: BPNN) เป็นวิธีการซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันในการจำแนกประเภทข้อมูล เนื่องจากมีความสามารถในการหาความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนได้ดี สามารถแก้ปัญหาในลักษณะที่เป็นเชิงเส้น (Linear) และไม่เป็นเชิงเส้น (Nonlinear) ได้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามีการนำเอาโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับมาใช้ในการจำแนกประเภทอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น การคัดกรองผู้ที่มีความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้า การพยากรณ์โรคมะเร็งเต้านม การจำแนกประเภทขยะ การจำแนกชนิดป่า เป็นต้น ทั้งนี้วิธีการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับจะสามารถทำนายผลได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อ ชุดข้อมูลที่ใช้ในการสอนโครงข่ายประสาทเทียมมีปริมาณข้อมูลในแต่ละคลาสใกล้เคียงกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วนั้น ข้อมูลของคลาสต่าง ๆ ในชุดข้อมูลจะปะปนกัน เราไม่สามารถกำหนดจำนวนของข้อมูลในแต่ละคลาสให้มีขนาดใกล้เคียงกันได้ ทำให้ข้อมูลของคลาสที่มีจำนวนน้อยจะถูกทำนายไปเป็นกลุ่มของคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมาก ซึ่งทำให้ผลของการทำนายนั้นผิดพลาด

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกประเภทข้อมูลที่ไม่สมดุลกันพบว่า ปัญหาข้อมูลไม่สมดุลกันยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญและยังได้รับความสนใจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยงานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาในขั้นตอนของการเตรียมชุดข้อมูลก่อนนำไปเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น

นพมาศ อัครจันทโชติ และติเรก พินิตสุภากมล (2562) ได้ศึกษาวิธีการแก้ปัญหาข้อมูลไม่สมดุลกัน โดยทำการทดลองเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างวิธีสุ่มเพิ่ม (Random Oversampling: ROS) และวิธีสังเคราะห์ข้อมูลเพิ่ม (Synthetic Minority Oversampling Technique: SMOTE) ซึ่งทั้งสองวิธีใช้การสุ่มตัวอย่างซ้ำเป็นพื้นฐานเหมือนกัน จากผลการวิจัยพบว่าวิธี SMOTE มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าไม่ว่าจะใช้ร่วมกับเทคนิคในการจำแนกประเภทแบบการถดถอยโลจิสติกส์หรือต้นไม้ตัดสินใจก็ตาม ในส่วนของวิธี ROS ซึ่งมีประสิทธิภาพในการจำแนกประเภทที่ต่ำกว่านั้น ผู้วิจัยได้อธิบายว่าการเพิ่มข้อมูลของวิธี ROS นั้นเป็นการนำข้อมูลเดิมเข้ามาเพิ่มซ้ำเข้าไปเพื่อเพิ่มจำนวนข้อมูลของคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อย จึงไม่ได้ทำให้ได้สารสนเทศของข้อมูลเพิ่มขึ้น และยังก่อให้เกิดปัญหา Overfitting อีกด้วย

วิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์, จิราวัลย์ จิตรถเวช, และวิชิต หล่อจ๊ะระซุนท์กุล. (2563) ได้เปรียบเทียบวิธีการแก้ปัญหาค่าความไม่สมดุลกันของข้อมูลสำหรับการจำแนกประเภทของการกลับมารักษาซ้ำในโรงพยาบาลของผู้ป่วยโรคเบาหวาน จำนวน 4 วิธี คือวิธีสุ่มเพิ่ม วิธี

ลุ่มลด วิธีผสมผสาน และวิธีสังเคราะห์ข้อมูลเพิ่ม (SMOTE) โดยในงานวิจัยนี้เทคนิคที่ใช้ในการจำแนกประเภท คือ เทคนิคการถดถอยลอจิสติกและต้นไม้การตัดสินใจ จากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพพบว่าวิธีการแก้ปัญหาความไม่สมดุลด้วยวิธีสังเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเมื่อนำมาใช้ร่วมกับเทคนิคการจำแนกประเภทด้วยต้นไม้การตัดสินใจมีความสามารถจำแนกประเภทของการกลับมารักษาซ้ำในโรงพยาบาลของผู้ป่วยโรคเบาหวานได้ดีที่สุด

Zhang, Huang, Wu, and Li (2020) นำเสนอเทคนิคที่เรียกว่า SGM เพื่อใช้ในการจัดการกับปัญหาข้อมูลไม่สมดุลกัน โดย SGM เป็นเทคนิคที่เกิดจากการผสมผสานกันของ SMOTE และ Gaussian Mixture Model (GMM) โดย SMOTE ทำการสังเคราะห์ข้อมูลเพิ่มให้กับคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อย และ GMM ทำการจัดกลุ่มข้อมูลในคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมากเพื่อเป็นการลดปริมาณข้อมูลลง คณะผู้วิจัยได้นำเอา SGM ไปใช้งานร่วมกับ Convolutional Neural Network (CNN) เพื่อใช้เป็นระบบในการตรวจจับการบุกรุกบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเรียกระบบนี้ว่า SGM-CNN การทดสอบประสิทธิภาพของ SGM-CNN ทำกับข้อมูล 2 ชุดคือ UNSW-NB15 และ CICIDS2017 ผลการทดลองสรุปได้ว่า SGM-CNN มีอัตราตรวจจับ 99.74% และ 96.54% สำหรับข้อมูล UNSW-NB15 และมีอัตราการตรวจจับที่ 99.85% สำหรับข้อมูล CICIDS2017

ถึงแม้ว่างานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาในขั้นตอนของการเตรียมชุดข้อมูลก่อนนำไปเรียนรู้ แต่ก็จะมีข้อเสียเกี่ยวกับการที่ต้องเสียเวลาในการเตรียมชุดข้อมูลและอาจทำให้เกิดความลำบากต่อผู้ใช้งานทั่วไปที่ไม่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงคิดค้นวิธีการเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่สมดุลกันของข้อมูล โดยทำการปรับปรุงอัลกอริทึมการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับให้มีความสามารถในการเรียนรู้ข้อมูลของแต่ละคลาสด้วยอัตราการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นแล้วอัตราการเรียนรู้ของแต่ละคลาสยังสามารถที่จะปรับตัวเองให้เหมาะสมกับประสิทธิภาพในการจำแนกข้อมูลในแต่ละช่วงเวลาของการเรียนรู้ นอกจากอัลกอริทึมที่นำเสนอจะช่วยให้ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถใช้งานได้สะดวกมากยิ่งขึ้นแล้ว อัลกอริทึมที่นำเสนอยังมีประสิทธิภาพในการจำแนกประเภทข้อมูลที่ไม่สมดุลกันดีกว่าโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมอีกด้วย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 การเรียนรู้ของเครื่องจักร (Machine learning)

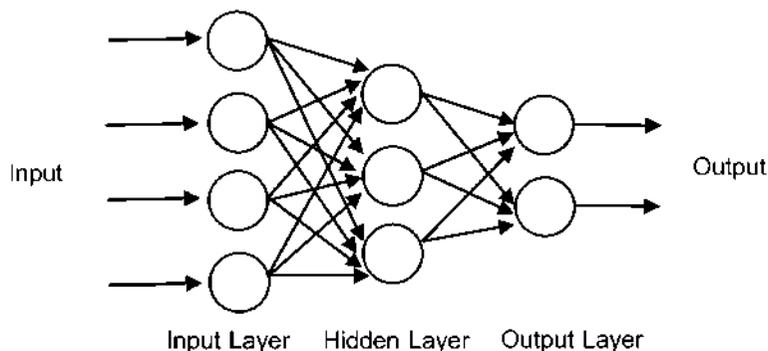
การเรียนรู้ของเครื่องจักรเป็นศาสตร์หนึ่งของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ที่ศึกษาและพัฒนาอัลกอริทึมเพื่อทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถที่จะเรียนรู้และสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ขึ้นมาจากชุดข้อมูลตัวอย่าง ซึ่งเมื่อมีแบบจำลองแล้วเครื่องจะสามารถพยากรณ์หรือตัดสินใจได้อย่างแม่นยำ โดยวิธีการในการเรียนรู้แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ 1) การเรียนรู้แบบไม่มีผู้สอน (Unsupervised Learning) เป็นการเรียนรู้ที่เครื่องจะทำการค้นหารูปแบบหรือสารสนเทศจากข้อมูลที่ป้อนเข้าไปให้ด้วยตัวเอง โดยที่เราไม่จำเป็นต้องระบุผลลัพธ์เป้าหมายของข้อมูลเหล่านั้นให้กับเครื่อง 2) การเรียนรู้แบบมีผู้สอน

(Supervised Learning) เป็นลักษณะของการเรียนรู้ที่จะต้องมีการป้อนข้อมูลอินพุตและผลลัพธ์เป้าหมายเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เครื่องใช้ในการสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลอินพุตและผลลัพธ์เป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการเรียนรู้แบบมีผู้สอนจะมีการแบ่งชุดข้อมูลออกเป็น 2 ชุดคือ ชุดข้อมูลเรียนรู้ (Training set) เพื่อใช้ในการสร้างแบบจำลอง และชุดข้อมูลทดสอบ (Testing set) เพื่อใช้ในการทดสอบประสิทธิภาพของแบบจำลองที่สร้างขึ้นมา

การจำแนกประเภท (Classification) เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้แบบมีผู้สอนซึ่งเครื่องจะทำการสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของข้อมูลและคลาสเป้าหมายของข้อมูลจากชุดข้อมูลเรียนรู้ที่ได้รับ เมื่อสร้างแบบจำลองเรียบร้อยแล้วเครื่องจะสามารถทำนายคลาสของข้อมูลที่ไม่เคยเห็นมาก่อนได้อย่างถูกต้อง ตัวอย่างของอัลกอริทึมในการจำแนกประเภทที่นิยมใช้ในปัจจุบันได้แก่ โครงข่ายประสาทเทียมแบบหลายชั้น (Multi-layer Neural Network) นาอิวเบย์ (Naive Bayes) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) การเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) แรนดอมฟอเรส (Random Forest) เคเนียร์เนสเนเบอร์ (K-Nearest Neighbor) เอ็กซ์ทรีมกราดิเอนท์บูตติ้ง (Extreme Gradient Boosting)

1.2 โครงข่ายประสาทเทียมแบบหลายชั้น (Multi-layer Neural Network)

สถาปัตยกรรมของโครงข่ายประสาทเทียมแบบหลายชั้นจะมีลักษณะโดยทั่วไปดังนี้คือ มีชั้นอินพุต (Input Layer) จำนวนหนึ่งชั้น ชั้นเอาต์พุต (Output Layer) จำนวนหนึ่งชั้น และมีชั้นซ่อน (Hidden Layer) อย่างน้อยหนึ่งชั้น ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สถาปัตยกรรมของโครงข่ายประสาทเทียมแบบหลายชั้น

อัลกอริทึมที่นิยมใช้มากที่สุดในการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียมแบบหลายชั้นคือ อัลกอริทึมการเรียนรู้แบบแพร่ย้อนกลับ (Backpropagation Learning Algorithm) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเรามักจะเรียกโครงข่ายประสาทเทียมแบบหลายชั้นที่มีการใช้อัลกอริทึมการเรียนรู้

แบบแพร่ย้อนกลับว่าโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับ (Backpropagation Neural Network) ขั้นตอนการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับเป็นดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 กำหนดอัตราการเรียนรู้ (Learning rate) ให้มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1
- ขั้นตอนที่ 2 กำหนดจำนวนโหนดในชั้นอินพุต ชั้นซ่อน และชั้นเอาต์พุต รวมทั้งจำนวนรอบที่จะทำการเรียนรู้ โดยจำนวนโหนดในชั้นอินพุตจะแทนด้วยตัวแปร n จำนวนโหนดในชั้นซ่อนจะแทนด้วยตัวแปร m และจำนวนโหนดในชั้นเอาต์พุตจะแทนด้วยตัวแปร p
- ขั้นตอนที่ 3 สุ่มค่าน้ำหนักเริ่มต้นให้กับเส้นเชื่อมทุกเส้นที่เชื่อมระหว่างโหนดในชั้นที่อยู่ติดกัน โดยค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมที่เชื่อมระหว่างโหนดในชั้นอินพุตกับโหนดในชั้นซ่อนจะแทนด้วย W_{ji} และค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมที่เชื่อมระหว่างโหนดในชั้นซ่อนกับโหนดในชั้นเอาต์พุตจะแทนด้วย W_{kj}
- ขั้นตอนที่ 4 คำนวณหาค่าเอาต์พุตของโหนดในชั้นซ่อนแต่ละโหนด (H_j) โดยใช้สมการที่ (1) และ (2)

$$net_j = \sum_{i=1}^n W_{ji} X_i \quad (1)$$

$$H_j = \frac{1}{1 + e^{-net_j}} \quad (2)$$

เมื่อ X_i คือ ค่าจากโหนดที่ i ในชั้นอินพุต
 W_{ji} คือ ค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมที่เชื่อมระหว่างโหนด i ในชั้นอินพุตกับโหนด j ในชั้นซ่อน

ขั้นตอนที่ 5 คำนวณหาค่าเอาต์พุตของโหนดในชั้นเอาต์พุตแต่ละโหนด (O_k) โดยใช้สมการที่ (3) และ (4)

$$net_k = \sum_{j=1}^m W_{kj} H_j \quad (3)$$

$$O_k = \frac{1}{1 + e^{-net_k}} \quad (4)$$

เมื่อ W_{kj} คือ ค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมที่เชื่อมระหว่างโหนด j ในชั้นซ่อนกับโหนด k ในชั้นเอาต์พุต

ขั้นตอนที่ 6 ทำการเปรียบเทียบค่าเอาต์พุตที่ได้จากโครงข่าย (O_k) กับค่าเอาต์พุตเป้าหมาย (y_k) เพื่อคำนวณหาความผิดพลาดโดยใช้สมการที่ (5)

$$E = \frac{1}{2} \sum_{k=1}^p (y_k - O_k)^2 \quad (5)$$

ขั้นตอนที่ 7 ใช้ค่าความผิดพลาดที่ได้ในขั้นตอนที่ 6 เพื่อทำการปรับค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมทุกเส้นที่เชื่อมโหนดในชั้นซ่อนกับโหนดในชั้นเอาต์พุต (W_{kj}) โดยใช้สมการที่ (6) และ (7) ส่วนการปรับค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมที่เชื่อมโหนดในชั้นอินพุตกับโหนดในชั้นซ่อน (W_{ji}) จะใช้สมการที่ (8) และ (9)

$$\frac{\partial E}{\partial W_{kj}} = \left(\frac{\partial E}{\partial O_k} \right) \left(\frac{\partial O_k}{\partial net_k} \right) \left(\frac{\partial net_k}{\partial W_{kj}} \right) = (y_k - O_k) O_k (1 - O_k) H_j \quad (6)$$

$$W_{kj}^{new} = W_{kj}^{old} - \eta \frac{\partial E}{\partial W_{kj}} \quad (7)$$

$$\frac{\partial E}{\partial W_{ji}} = \left(\frac{\partial E}{\partial O_k} \right) \left(\frac{\partial O_k}{\partial net_k} \right) \left(\frac{\partial net_k}{\partial H_j} \right) \left(\frac{\partial H_j}{\partial net_j} \right) \left(\frac{\partial net_j}{\partial W_{ji}} \right) = - \sum_{k=1}^L (y_k - O_k) O_k (1 - O_k) W_{kj} H_j (1 - H_j) X_i \quad (8)$$

$$W_{ji}^{new} = W_{ji}^{old} - \eta \frac{\partial E}{\partial W_{ji}} \quad (9)$$

ขั้นตอนที่ 8 ทำซ้ำขั้นตอนที่ 4 ถึง 7 จนครบตามจำนวนรอบที่ต้องการ

1.3 ข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน (Imbalanced Data)

ข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน หมายถึง กรณีที่ปริมาณข้อมูลของแต่ละคลาสในชุดข้อมูลมีความแตกต่างกันมาก เมื่อนำไปให้เครื่องจักรเรียนรู้ เครื่องจักรจะจดจำสิ่งที่ได้เรียนรู้ในปริมาณที่มากได้มากกว่า ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่สมดุล ส่งผลกระทบให้การจำแนกคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อยมีความแม่นยำในการจำแนกน้อย นั่นคือเมื่อนำข้อมูลที่ไม่เคยเห็นมาก่อนมาทดสอบผลการจำแนกข้อมูลจะเอนเอียงไปทางคลาสที่มีข้อมูลปริมาณมาก ทำให้ประสิทธิภาพในการจำแนกโดยรวมนั้นลดลง

1.4 วิธีการแก้ปัญหาข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน

1) **วิธีสุ่มลด (Random Undersampling)** เป็นเทคนิคในการลดจำนวนข้อมูลของคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมากให้มีจำนวนใกล้เคียงหรือเท่ากับคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อย โดยจะทำการสุ่มเลือกข้อมูลจากคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมากขึ้นมาจำนวนใกล้เคียงหรือเท่ากับคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อย แต่วิธีการนี้มีข้อเสียคือในการลดข้อมูลของคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมากอาจทำให้ข้อมูลที่สำคัญสูญหายจากชุดข้อมูลการเรียนรู้ได้

2) **วิธีสุ่มเพิ่ม (Random Oversampling)** เป็นการสุ่มข้อมูลจากคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อยเพื่อทำให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นใกล้เคียงหรือเท่ากับจำนวนของคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมาก

3) วิธีสังเคราะห์ข้อมูลเพิ่ม (Synthetic Minority Oversampling

Technique: SMOTE) เป็นเทคนิคการสุ่ม เพิ่ม โดยใช้ข้อมูลเดิมแล้วทำการสังเคราะห์ข้อมูลขึ้นมาใหม่จากข้อมูลเดิมที่มีอยู่ เริ่มต้นจากการสุ่มค่าข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มที่มีปริมาณข้อมูลน้อยขึ้นมา 1 ค่า หลังจากนั้นพิจารณาค่าข้อมูลใกล้เคียงอีกจำนวน K ค่า (K -nearest neighbor) แล้วคำนวณหาระยะทาง (Euclidean distance) ระหว่างค่าที่สุ่มกับค่าข้อมูลใกล้เคียงแต่ละค่า เพื่อหาค่าระยะทางที่น้อยที่สุดระหว่างค่าที่สุ่มกับค่าข้อมูลใกล้เคียง จากนั้นจึงสร้างข้อมูลเทียมขึ้นมาให้อยู่ระหว่างค่าข้อมูลที่สุ่มกับค่าข้อมูลใกล้เคียงตัวที่ให้ค่าระยะทางที่น้อยที่สุด

วิธีการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยโดยส่วนใหญ่เน้นการแก้ปัญหาความไม่สมดุลกันของข้อมูลก่อนที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการเรียนรู้ (Training) ซึ่งอาจทำให้เสียเวลาและเพิ่มความซับซ้อนให้กับผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงนำเสนอวิธีการแก้ปัญหาความไม่สมดุลกันของข้อมูล โดยแก้ไขในส่วนของขั้นตอนการเรียนรู้ให้อัลกอริทึมมีความสามารถในการปรับอัตราการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับประสิทธิภาพในการจำแนกข้อมูลในแต่ละช่วงเวลาของการเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง ผู้วิจัยได้เรียกอัลกอริทึมที่ปรับปรุงใหม่นี้ว่า โครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับร่วมกับอัตราการเรียนรู้แบบปรับตัวเอง (Backpropagation Neural Network with Adaptive Learning Rate: BPNN-ALR) โดยจะทำการทดสอบอัลกอริทึมที่ปรับปรุงใหม่นี้เปรียบเทียบกับวิธีโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมการทำงานของ BPNN-ALR นั้นเป็นการพัฒนาแก้ไขวิธีการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับ (Backpropagation Neural Network) ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น BPNN-ALR มีการสร้างตัวแปรเพิ่มขึ้นมา 1 ตัวแปรคือ $z_c(t)$ โดยที่ $z_c(t)$ เป็นตัวแปรที่ใช้ในการปรับค่าอัตราการเรียนรู้ของแต่ละคลาส c ให้เหมาะสมกับค่าความแม่นยำในการทำนายข้อมูลของคลาสนั้นในช่วงเวลา t กล่าวคือถ้าความแม่นยำในการทำนายข้อมูลของคลาส c มีค่าต่ำ โครงข่ายจะทำการเพิ่มค่าของตัวแปร $z_c(t)$ ขึ้น เพื่อให้ข้อมูลของคลาส c ถูกเรียนรู้ด้วยอัตราที่สูงขึ้นในรอบการเรียนรู้ถัดไป

ขั้นตอนในการทำงานของ BPNN-ALR จะคล้ายคลึงกับขั้นตอนการทำงานของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับที่ได้อธิบายไว้ในหัวข้อ 2.2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีความแตกต่างในส่วนของขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนที่ 6 และขั้นตอนที่ 7 ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดอัตราการเรียนรู้ (η) ให้มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และกำหนดค่าเริ่มต้นให้กับ $z_c(t)$ ดังนี้

$$z_c(0) = \frac{N_{\max}}{N_c} \quad (10)$$

เมื่อ N_{\max} คือ จำนวนข้อมูลในคลาสนี้ที่มีข้อมูลมากที่สุด
 N_c คือ จำนวนข้อมูลในคลาส c

ขั้นตอนที่ 6 ทำการเปรียบเทียบค่าเอาต์พุตที่ได้จากโครงข่าย (O_k) กับค่าเอาต์พุตเป้าหมาย (y_k) เพื่อคำนวณหาความผิดพลาดโดยใช้สมการที่ (5) และตรวจสอบผลการทำนายข้อมูลในแต่ละคลาสว่ามีความถูกต้องจำนวนเท่าใด (r_c) หลังจากนั้นปรับค่าของ $z_c(t)$ โดยใช้สมการที่ (11)

$$z_c(t+1) = \begin{cases} z_c(t) + \varepsilon, & \text{if } \frac{r_c}{N_c} < 0.5 \\ z_c(t), & \text{otherwise} \end{cases} \quad (11)$$

เมื่อ คือ สเต็ปในการปรับเพิ่มค่าอัตราการเรียนรู้ โดยกำหนดให้เป็นค่าน้อยๆ ระหว่าง 0 ถึง 0.1

ขั้นตอนที่ 7 ใช้ค่าความผิดพลาดที่ได้ในขั้นตอนที่ 6 เพื่อทำการปรับค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมทุกเส้นที่เชื่อมระหว่างโหนดในชั้นซ่อนกับโหนดในชั้นเอาต์พุต (W_{kj}) โดยใช้สมการที่ (6) และ (12) ส่วนการปรับค่าน้ำหนักของเส้นเชื่อมที่เชื่อมระหว่างโหนดในอินพุตกับโหนดในชั้นซ่อน (W_{ji}) จะใช้สมการที่ (8) และ (13)

$$W_{kj}^{new} = W_{kj}^{old} - \eta(z_c(t+1)) \frac{\partial E}{\partial W_{kj}} \quad (12)$$

$$W_{ji}^{new} = W_{ji}^{old} - \eta(z_c(t+1)) \frac{\partial E}{\partial W_{ji}} \quad (13)$$

ผลการทดสอบและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ทำการทดสอบประสิทธิภาพของอัลกอริทึมที่นำเสนอโดยใช้ข้อมูลทางการแพทย์ในการทดสอบ 2 ชุด โดยข้อมูลทั้ง 2 ชุดนี้เป็นข้อมูลที่มีความไม่สมดุลกันค่อนข้างสูง คือ ชุดข้อมูล Breast Tissue (Jossinet, 1996; Silva, Marques de St., & Jossinet, 2000) และชุดข้อมูล Vertebral Column (Berthonnaud, Dimnet, Roussouly, & Labelle, 2005; Rocha Neto & Barreto, 2009; Rocha Neto, Sousa, Barreto, & Cardoso, 2011) ซึ่งเป็นชุดข้อมูลมาตรฐานที่เปิดเป็นสาธารณะ โดยเก็บอยู่ใน UCI Machine Learning Repository (Dua & Graff, 2019) รายละเอียดของชุดข้อมูลทั้งสองจะได้กล่าวถึงในย่อหน้าถัดไป

ชุดข้อมูล Breast Tissue เป็นชุดข้อมูลที่ได้จากการวัดค่าความต้านทานไฟฟ้าของตัวอย่างเนื้อเยื่อที่ถูกตัดออกจากเต้านมของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 106 ราย โดยบุคลากรของ INEB-Instituto de Engenharia Biomedica และได้เปิดเผยเป็นสาธารณะในปี ค.ศ. 2010 โดยข้อมูล 106 ข้อมูลที่รวบรวมมาแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 เนื้อเยื่อชนิด Carcinoma (Car) จำนวน 21 ข้อมูล กลุ่มที่ 2 เนื้อเยื่อชนิด Fibroadenoma (Fad), ชนิด Mastopathy (Mas), และชนิด Glandular (Gla) จำนวน 48 ข้อมูล กลุ่มที่ 3 เนื้อเยื่อชนิด Connective (Con) จำนวน 15 ข้อมูล และกลุ่มที่ 4 เนื้อเยื่อชนิด Adipose (Adi) จำนวน 22 ข้อมูล รายละเอียดของชุดข้อมูล Breast Tissue จะแสดงไว้ดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 ปริมาณข้อมูลในแต่ละคลาสของชุดข้อมูล Breast Tissue

คลาส	จำนวนข้อมูล	อัตราส่วน
1 (Car)	21	19.81%
2 (Fad, Mas, Gla)	48	45.28%
3 (Con)	15	14.15%
4 (Adi)	22	20.75%
รวม	106	100.00%

ตารางที่ 2 ตัวอย่างของชุดข้อมูล Breast Tissue

IO	PA500	HFS	DA	AREA	A/DA	MAX IP	DR	P	Class
524.71	0.187448	0.032114	228.8002	6843.598	29.9108	60.20488	220.7372	556.8283	1
330	0.226893	0.26529	121.1542	3163.239	26.1092	69.71736	99.08496	400.2258	1
...
211	0.053931	0.094248	30.75344	151.9846	4.942034	14.26837	27.24312	217.1307	2
196.8567	0.020071	0.090757	28.59313	82.05889	2.869882	7.968783	27.66152	200.7493	2
1724.09	0.052709	0.020944	404.1262	3053.967	7.556963	71.42759	399.1942	1489.387	3
1385.6655	0.0923288	0.089361	202.48	8785.029	43.38713	143.0922	143.2578	1524.609	3
...
2100	0.061959	0.045379	390.4825	16640.72	42.6158	125.9004	380.6447	2073.029	4
1800	0.034208	0.042586	301.0604	4406.154	14.63545	67.62533	293.3669	1742.376	4

ชุดข้อมูล Vertebral Column ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 310 คน แบ่งเป็นกลุ่มคนปกติ (NO) 100 คน คนที่ป่วยโรคหมอนรองกระดูกทับเส้นประสาท (DH) จำนวน 60 คน และคนที่ป่วยเป็นโรคกระดูกสันหลังเคลื่อน (SL) 150 คน ดังรายละเอียดในตารางที่ 3 และ 4

ตารางที่ 3 ปริมาณข้อมูลในแต่ละคลาสของชุดข้อมูล Vertebral Column

คลาส	จำนวนเรคคอร์ด	อัตราส่วน
1 (NO)	100	32.26%
2 (DH)	60	19.35%
3 (SL)	150	48.39%
รวม	310	100.00%

ตารางที่ 4 ตัวอย่างของชุดข้อมูล Vertebral Column

Pelvic incidence	Pelvic tilt	Lumbar lordosis angle	Sacral slope	Pelvic radius	Grade of spondylolisthesis	Class
38.51	16.96	35.11	21.54	127.63	7.99	1
54.92	18.97	51.6	35.95	125.85	2	1
...
63.03	22.55	39.61	40.48	98.67	-0.25	2
39.06	10.06	25.02	29	114.41	4.56	2
...
74.38	32.05	78.77	42.32	143.56	56.13	3
89.68	32.7	83.13	56.98	129.96	92.03	3

ในการทดลองเพื่อทดสอบประสิทธิภาพของอัลกอริทึมในการจำแนกประเภท ผู้วิจัยได้แบ่งชุดข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ใช้ในการเรียนรู้และกลุ่มที่ใช้ในการทดสอบ เพื่อให้การทดสอบมีความน่าเชื่อถือผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธี K-fold Cross Validation (Geisser, 1975) ในการแบ่งชุดข้อมูล โดยเริ่มจากการแบ่งชุดข้อมูลออกเป็น K ส่วน ข้อมูลในแต่ละส่วนจะผลัดกันไปเป็นข้อมูลทดสอบ ในขณะที่อีก 4 ส่วนที่เหลือถูกใช้เป็นข้อมูลสำหรับการเรียนรู้ ดังนั้นการทดสอบจะต้องทำทั้งหมด K ครั้ง โดยแต่ละครั้งจะมีข้อมูลที่ใช้ในการเรียนรู้และข้อมูลที่ใช้ทดสอบแตกต่างกันออกไป สำหรับชุดข้อมูล Breast Tissue จะกำหนดค่า K = 5 และสำหรับชุดข้อมูล Vertebral Column จะกำหนดค่า K = 10 ตัวอย่างของกรณี 5-fold Cross Validation ได้ถูกแสดงไว้ในภาพที่ 2

ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5
1	1	1	1	1
2	2	2	2	2
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5

 ข้อมูลเรียนรู้
  ข้อมูลทดสอบ

ภาพที่ 2 ตัวอย่างวิธี 5-fold cross validation

ตารางที่ 5 และ 6 เป็นตารางเปรียบเทียบค่าความถูกต้อง ค่าความถูกต้องเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการจำแนกประเภทของชุดข้อมูล Breast Tissue และชุดข้อมูล Vertebral Column โดยใช้อัลกอริทึม BPNN-ALR และโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับ จากผลการทดลองในทั้งสองตารางพบว่าอัลกอริทึม BPNN-ALR มีค่าความถูกต้องเฉลี่ยสูงกว่าอัลกอริทึมโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิม 29.52% สำหรับชุดข้อมูล Breast Tissue และอัลกอริทึม BPNN-ALR มีค่าความถูกต้องเฉลี่ยสูงกว่าอัลกอริทึมโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิม 12.58% สำหรับชุดข้อมูล Vertebral Column โดยโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมพยากรณ์ชุดข้อมูลทดสอบว่าเป็นข้อมูลในคลาสที่มีข้อมูลปริมาณมากทั้งหมด จึงทำให้ความถูกต้องของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมมีค่าต่ำ

ตารางที่ 5 ความถูกต้องในจำแนกประเภทชุดข้อมูล Breast Tissue ของอัลกอริทึม BPNN-ALR และ BPNN

	ความถูกต้อง (%)	
	BPNN	BPNN-ALR
ครั้งที่ 1	47.62%	71.43%
ครั้งที่ 2	47.62%	80.95%
ครั้งที่ 3	47.62%	80.95%
ครั้งที่ 4	47.62%	76.19%
ครั้งที่ 5	47.62%	76.19%
Mean	47.62%	77.14%
S.D.	0%	3.98%

ตารางที่ 6 ความถูกต้องในจำแนกประเภทชุดข้อมูล Vertebral Column ของอัลกอริทึม BPNN-ALR และ BPNN

	ความถูกต้อง (%)	
	BPNN	BPNN-ALR
ครั้งที่ 1	48.39%	54.84%
ครั้งที่ 2	48.39%	58.06%
ครั้งที่ 3	48.39%	58.06%
ครั้งที่ 4	48.39%	61.29%
ครั้งที่ 5	48.39%	61.29%
ครั้งที่ 6	48.39%	61.29%
ครั้งที่ 7	48.39%	67.74%
ครั้งที่ 8	48.39%	61.29%
ครั้งที่ 9	48.39%	64.52%
ครั้งที่ 10	48.39%	61.29%
Mean	48.39%	60.97%
S.D.	0%	3.55%

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการปรับปรุงวิธีการเรียนรู้ของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้นในกรณีที่ถูกใช้จำแนกประเภทชุดข้อมูลที่ไม่สมดุลกัน โดยปัญหาของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมที่มักจะเรียนรู้ข้อมูลในคลาสที่มีปริมาณข้อมูลมากกว่าคลาสที่มีปริมาณข้อมูลน้อยได้ถูกแก้ไข อัลกอริทึมที่ปรับปรุงขึ้นมาใหม่นี้มีความสามารถในการเรียนรู้ข้อมูลของแต่ละคลาสด้วยอัตราการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นอัตราการเรียนรู้ของแต่ละคลาสยังสามารถที่จะปรับตัวเองให้เหมาะสมกับประสิทธิภาพในการจำแนกข้อมูลในแต่ละช่วงเวลาของการเรียนรู้อีกด้วย ผู้วิจัยได้ทำการทดลองเปรียบเทียบประสิทธิภาพอัลกอริทึมที่นำเสนอกับอัลกอริทึมโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิมในการจำแนกประเภทข้อมูลทางการแพทย์ที่มีความไม่สมดุลกันของข้อมูล 2 ชุดพบว่าอัลกอริทึมที่นำเสนอสามารถจำแนกประเภทข้อมูลในชุดข้อมูลที่ 1 และ 2 ได้ดีกว่าโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับแบบดั้งเดิม 29.52% และ 12.58% ตามลำดับ

จากผลการทดลองในเบื้องต้นกับข้อมูลทางการแพทย์ทั้ง 2 ชุดของโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับร่วมกับอัตราการการเรียนรู้แบบปรับตัวเองที่ได้ผลอยู่ในระดับน่าพึงพอใจ และจากลักษณะของข้อมูลทางการแพทย์ที่มักจะมีอัตราความไม่สมดุลกันของข้อมูลสูง ผู้วิจัยจะได้ทำการทดสอบโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับร่วมกับอัตราการการเรียนรู้แบบปรับตัวเองเพิ่มเติมกับชุดข้อมูลที่มีอัตราความไม่สมดุลกันของข้อมูลสูงมากขึ้นกว่านี้ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการนำโครงข่ายประสาทเทียมแบบแพร่ย้อนกลับร่วมกับอัตราการการเรียนรู้แบบปรับตัวเองไปพัฒนาเป็นระบบในการวินิจฉัยโรคเบื้องต้นให้กับประชาชนทั่วไป ทำให้ผู้ป่วยทราบตัวตนเองเป็นโรคได้อย่างทันท่วงที จะได้ไปพบแพทย์เพื่อรับการรักษาอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการตั้งแต่ในระยะเริ่มต้น ซึ่งจะนำไปสู่การลดลงของอัตราการตายของผู้ป่วยได้

บรรณานุกรม

- นพมาศ อัครจันทโชติ, และดิเรก พนิตสุภากมล. (2562). การเปรียบเทียบวิธีการแก้ปัญหา ข้อมูลไม่สมดุลสำหรับการจำแนกกลุ่มรายได้ของผู้ประกอบการร้านยาประเภท ข.ย. 1. In *The 9th STOU National Research Conference*. สืบค้นจาก http://sci-database.hcu.ac.th/science/file/rsID292__F1__20200122213859.pdf.
- วิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์, จิราวัลย์ จิตรถเวช, และวิชิต หล่อจ๊ะระชุนท์กุล. (2563). การลดจำนวนกลุ่มในการจำแนกแบบหลายกลุ่มเป็นสองกลุ่มสำหรับการจำแนกการกลับมารักษาซ้ำในโรงพยาบาลของผู้ป่วยโรคเบาหวาน. *Thai Science and Technology Journal*, 28(1), 41-51.
- อาริกา ธรรมโน, มุกิตา หวังคิด, และอาริต ธรรมโน. (2563). การพยากรณ์โรคมะเร็งเต้านมด้วยอัลกอริทึมการจำแนกประเภทแบบเคมีนร่วมกับค่าถ่วงน้ำหนักแบบปรับตัวเอง. *Journal of Information Science and Technology*, 10(2), 1-9.
- Berthonnaud, E., Dimnet, J., Roussouly, P., & Labelle, H. (2005). Analysis of the sagittal balance of the spine and pelvis using shape and orientation parameters. *Journal of Spinal Disorders & Techniques*, 18(1), 40-47.
- Blackard, J. A., & Dean, D. J. (1999). Comparative accuracies of artificial neural networks and discriminant analysis in predicting forest cover types from cartographic variables. *Computers and Electronics in Agriculture*, 24, 131-151.
- Dreiseitl, S., & Ohno-Machado, L. (2002). Logistic regression and artificial neural network classification models: a methodology review. *Journal of Biomedical Informatics*, 35, 352-359.
- Dua, D., & Graff, C. (2019). *UCI machine learning repository*. Retrieved from <https://archive.ics.uci.edu/ml/index.php>.
- Feng, J., Xu, H., Mannor, S., & Yan, S. (2014). Robust logistic regression and classification. *Proceedings of the 27th International Conference on Neural Information Processing Systems (NIPS 2014)*, Montreal, Quebec, Canada.
- Geisser, S. (1975). The predictive sample reuse method with applications. *Journal of the American Statistical Association*, 70(350), 320-328.
- Jia, W., Deng, Y., Xin, C., Liu, X., & Pedrycz, W. (2019). A classification algorithm with linear discriminant analysis and axiomatic fuzzy sets. *Mathematical Foundations of Computing*, 2(1), 73-81.

- Jossinet, J. (1996). Variability of impedivity in normal and pathological breast tissue. *Medical & Biological Engineering & Computing*, 34, 346-350.
- Rocha Neto, A. R., & Barreto, G. A. (2009). On the application of ensembles of classifiers to the diagnosis of pathologies of the vertebral column: A comparative analysis. *IEEE Latin America Transactions*, 7(4), 487-496.
- Rocha Neto, A. R., Sousa, R., Barreto, G. A., & Cardoso, J. S. (2011). Diagnostic of pathology on the vertebral column with embedded reject option. In *Proceedings of the 5th Iberian Conference on Pattern Recognition and Image Analysis (IbPRIA'2011)*, Gran Canaria, Spain, 588-595.
- Silva, J. E., Marques de S, J. P., & Jossinet, J. (2000). Classification of breast tissue by electrical impedance spectroscopy. *Medical & Biological Engineering & Computing*, 38, 26-30.
- Zhang, H., Huang, L., Wu, C. Q., & Li, Z. (2020). An effective convolutional neural network based on SMOTE and gaussian mixture model for intrusion detection in imbalanced dataset. *Computer Networks*, 177.

ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัว
เป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังของผู้ใหญ่ตอนต้น:
กรณีศึกษาบุคลากรในโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง
ในกรุงเทพมหานคร

THE PSYCHOSOCIAL FACTORS RELATED TO
THE PREPARATION OF BEING AN ACTIVE
ELDERLY OF EARLY ADULTHOOD: A CASE
STUDY OF PERSONNEL AT A PRIVATE
HOSPITAL IN BANGKOK

Received: 7 May, 2021

Revised: 6 June, 2021

Accepted: 10 June, 2021

นันต์ธิญา ภูคุ้ม*

Nanthiya Phookhum*

ภิญญาพันธ์ เพี้ยซ้าย**

Pinyapan Piasai**

สุพัทธ แสนแจ่มใส***

Supat Sanjamsai***

*นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

*Degree of Master of Arts (Developmental Psychology) Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

*Email: Nantiya__pat52@hotmail.com

**อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**Lecturer and Ph.D., Department of Developmental Psychology, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

**Email: pinyapan@g.swu.ac.th

***อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

***Lecturer and Ph.D., Department of Developmental Psychology, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

***Email: suput@g.swu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอำนาจในการทำนายของปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม ที่มีต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นทั้งในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยตามลักษณะการทำงานที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 500 คน ของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นฝ่ายการพยาบาลจำนวน 250 คน และฝ่ายการสนับสนุน 250 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรฐานค่า และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยสังกัดฝ่ายการพยาบาล และสังกัดฝ่ายการสนับสนุน ได้ร้อยละ 26.2 29.8 และ 20.2 ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรม ผู้ใหญ่ตอนต้น

Abstract

The aim of this research is to study the prediction of psychosocial factors related to the preparation to active elderly of early adulthood. The factors are including attitude towards the preparation to elderly, self-efficacy on preparation to elderly and reinforcement of positive thinking. This study also investigates on social factors which include the influence of social support on the preparation of being an active elderly of early adulthood in total group process and small group process which divided by occupational status. Five hundred participants of early adulthood age around 30-40 years old at a private hospital in Bangkok were included by Stratified random sampling method. Participants divided into 2 groups, 250 people from Nursing Department and 250 people from Back Office Department. This study was measured using Rating scale questionnaire and analyzed data using Correlation Analysis and Multiple Linear Regression. Results revealed that psychosocial factors including attitude towards the preparation to elderly, self-efficacy on preparation to

elderly and reinforcement of positive thinking as well as social factor including social support can predict the behaviors of the preparation to active elderly of early adulthood in both total group and small group of nursing department and back office department at 26.2, 29.8 and 20.2 respectively.

Keywords: The Preparation to Active Elderly, Early Adulthood

บทนำ

สถานการณ์ของการสูงอายุในกลุ่มประเทศอาเซียน พ.ศ. 2560 พบว่า ประเทศไทย ได้กลายเป็น 1 ใน 3 ของประเทศที่เป็นสังคมผู้สูงอายุที่มีผู้สูงอายุ 60 ปี ขึ้นไป 11 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 17 ของประชากรทั้งหมด 65.5 ล้านคน คาดว่า อีก 20 ปี คือ ในปี 2580 ผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้น 3.5 ล้านคน (บรรลุ ศรีพานิช, 2560) และจากข้อมูลสถิติผู้สูงอายุของ ประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 พบว่า มีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจำนวน 11,136,059 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) โดยอายุที่เพิ่มขึ้น และสภาพร่างกายที่เสื่อมลง รวมถึงโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ อาจทำให้ผู้สูงอายุถูกมองว่าเป็นภาระให้กับลูกหลาน ส่งผลให้ผู้สูงอายุถูกเหมารวมในทางลบว่าเป็นวัยที่ต้องพึ่งพิงและต้องมีผู้ดูแลอย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตามในสังคมก็ยังมีผู้สูงอายุที่มีสุขภาพร่างกายและจิตใจดี พึ่งพิงตนเองได้ มีความมั่นคงทางการเงิน และยังสามารถกิจกรรมทางสังคมได้และบางท่านยังสามารถที่จะนำความรู้ความเชี่ยวชาญของตน มาทำประโยชน์แก่องค์กร สังคม และประเทศชาติได้ เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย ที่มีการต่ออายุราชการ ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ในบริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งนักปราชญ์ ชุมชน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) ซึ่งคุณลักษณะของผู้สูงอายุในเชิงบวกดังกล่าว เป็นสิ่งที่สังคมคาดหวัง และ สนับสนุนตามแนวคิดพลฒิพลัง

องค์การอนามัยโลกได้เสนอแนวคิดที่เรียกว่า พลฒิพลัง หรือ “Active ageing” ซึ่งพลฒิพลังนี้ เป็นกระบวนการที่จะทำให้บุคคลมีโอกาสมากขึ้นที่จะเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีเท่าที่เขาจะสามารถได้ในอายุเท่านั้น เป็นผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมในสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม จิตวิญญาณ หรืองานประชาสังคม ถึงแม้ผู้สูงอายุจะมีความเจ็บป่วยหรือมีความบกพร่องทางการเคลื่อนไหวก็ยังสามารถมีส่วนร่วมในครอบครัว เพื่อน ชุมชน หรือประเทศชาติได้เช่นกัน ผู้สูงอายุยังควรที่จะมีอิสรภาพที่จะเลือกตัดสินใจ ควบคุม หรือจัดการชีวิตประจำวันของตนเองได้ สามารถช่วยเหลือตัวเองในชีวิตประจำวัน โดยต้องการความช่วยเหลือจากคนอื่นน้อยที่สุด มีคุณภาพชีวิตที่ดีซึ่งเกิดจากการรับรู้ตนเองโดยรวมว่ามีคุณค่ารวมถึงการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี และมีความคาดหวังในชีวิตตามความเป็นจริง (World Health Organization, 2002) อย่างไรก็ตามการจะเป็นผู้สูงอายุที่มีพลฒิพลัง ไม่สามารถที่จะเป็นได้ในเวลาชั่วข้ามคืน แต่จะต้องมีการเตรียมตัวหรือการเตรียมความพร้อมตั้งแต่ช่วงก่อนวัยผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564)

(คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2553) ที่ได้ให้ความสำคัญของการเตรียมความพร้อม ของประชากรเพื่อวัยสูงอายุที่มีคุณภาพ โดยมี 3 มาตรการ ได้แก่ 1) มาตรการ หลักประกันรายได้เพื่อวัยสูงอายุ เช่น การส่งเสริมและสร้างวินัยการออมทุกช่วงวัย 2) มาตรการการให้การศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เช่น การรณรงค์ให้สังคมตระหนักถึงความจำเป็นของการเตรียมการเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุ และ 3) มาตรการการปลูกจิตสำนึกให้คนในสังคมตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้สูงอายุ เช่น ส่งเสริมให้ประชาชนทุกวัยเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการดูแลรับผิดชอบผู้สูงอายุในครอบครัว และชุมชน

ดังนั้นในการวิจัยนี้จึงสนใจการเตรียมความพร้อมการเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังของผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งเป็นช่วงที่ร่างกายมีความแข็งแรงเต็มที่ มีวุฒิภาวะและมีความมั่นคงทางอารมณ์ ความสามารถทางสมองเจริญเต็มที่ และเป็นระยะเวลาแห่งการสำรวจแนวทางการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม (ประณต คำนิม, 2549; ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2553; สุชา จันทน์เอม, 2542)

จากแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของ Bandura (1996) อ้างถึงในสมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2562) กล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปทั้งเนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อม และจากการศึกษางานวิจัยก่อนหน้าที่มีความเกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลัง หรือเตรียมตัวให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี พบว่ามีปัจจัยที่สำคัญคือ ปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (ดลนภา ไชยสมบัติ, 2561) การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (กนกอร เนตรชู, 2562) และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม (สมพร วัชระศิลป์, 2560) และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน (นงเยาว์ มีเทียน, 2561)

ดังนั้นในการวิจัยนี้จึงสนใจปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม การเตรียมความพร้อมการเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นในโรงพยาบาลเอกชน ในขณะที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาในบุคลากรของโรงพยาบาล เนื่องจากว่ามีลักษณะการทำงานที่ต้องดูแลผู้รับบริการตลอด 24 ชั่วโมงทำให้การใช้ชีวิต มีความแตกต่างจากอาชีพอื่น เช่น การทำงานที่ไม่เป็นเวลา ต้องรับมือกับผู้รับบริการที่มีภาวะการเจ็บป่วย (ศิริพร พุทธิรังษี, 2558) เพื่อจะได้เป็นข้อมูลสำหรับการเตรียมการส่งเสริมการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพ และมีความสุขในการดำเนินชีวิตให้แก่บุคลากรของโรงพยาบาลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอำนาจในการทำนายของปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม ที่มีต่อการเตรียมตัวเป็น

ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นทั้งในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยตามลักษณะการทำงานที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยนำมาเพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลัง คือพนักงานทั้งชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 500 คน ของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จากจำนวนประชากร 790 คน ซึ่งกำหนดไว้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter) ควรใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนอย่างน้อย 20-50 คน ต่อ 1 ตัวแปรอิสระ (Hair, 2010) ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ตัวแปร ที่ใช้ในการวิเคราะห์ จำนวนกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้จึงควรมีอย่างน้อย 200 คน (50 x 4 ตัวแปร) แต่อย่างไรก็ตาม การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอาจเกิดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือการออกจากกรวิจัยกลางคันของผู้ร่วมวิจัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 25 จะได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง 500 คน งานวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ตามสายงาน ได้แก่ สังกัดฝ่ายการพยาบาล 250 คน และ สังกัดฝ่ายสนับสนุน 250 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีแบบวัด จำนวน 5 ฉบับ คือ 1) แบบวัดการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังมีจำนวน 36 ข้อ ประกอบด้วย 3 ตอนย่อย ได้แก่ ตอนที่1 ด้านการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี มีจำนวนข้อคำถาม 12 ข้อ และด้านการมีส่วนร่วมทางสังคมมีจำนวนข้อคำถาม 9 ข้อ ทั้ง 2 ตอนมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 3 ระดับ คือ ได้แก่ ปฏิบัติเป็นประจำ ปฏิบัติบ้างเป็นบางครั้ง ไม่ได้ปฏิบัติ และตอนที่ 3 ด้านการมีหลักประกันที่มั่นคง มีจำนวนข้อคำถาม 15 ข้อ โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 2 ระดับ คือ จริง และไม่จริง 2) แบบวัดเจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ แบบวัดฉบับนี้มีจำนวนข้อคำถาม 42 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี และด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม และด้านการมีหลักประกันที่มั่นคง โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย 3) การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุแบบวัดฉบับนี้มีจำนวนข้อคำถาม 37 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี และด้านการมีส่วนร่วมทางสังคมและการมีหลักประกันที่มั่นคง โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 6 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย และน้อยที่สุด 4) การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรมแบบวัดฉบับนี้มีจำนวนข้อคำถาม 8 ข้อ โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย 5) การสนับสนุนทาง

สังคมแบบวัดฉบับนี้มีจำนวนข้อคำถาม 45 ข้อ โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) 6 ระดับ คือ จริงที่สุด จริง ค่อนข้างจริง ค่อนข้างไม่จริง ไม่จริง และไม่จริงเลย เมื่อนำแบบวัดทั้ง 5 ฉบับไปทดลองใช้กับกลุ่มที่คล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 50 คน พบคุณภาพเครื่องมือในงานวิจัย ดังตาราง 1

ตารางที่ 1 จำนวนข้อ ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัย

แบบวัด	จำนวนข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
แบบวัดตัวแปรการเตรียมตัวเป็น ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรม			
- ด้านการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี	12	.218-.731	.798
- ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม	9	.264-.523	.711
- ด้านการมีหลักประกันที่มั่นคง	15	.218-478	.782
แบบวัดตัวแปรเจตคติต่อการเตรียมตัว เป็นผู้สูงอายุ	45	.307-.772	.935
แบบวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถ ของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ	37	.302-.778	.936
แบบวัดตัวแปรการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม	8	.608-.751	.892
แบบวัดตัวแปรการสนับสนุนทางสังคม	45	.461-.837	.972

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขออนุญาตทำการวิจัยต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัย (อนุมัติโครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G- 348/2563E) จากนั้นผู้วิจัยจึงติดต่อขออนุญาตเข้าไปเก็บข้อมูลในโรงพยาบาลด้วยตนเอง และการให้ข้อมูลเป็นไปโดยความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อได้ข้อมูลแล้วผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลและวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ทั้งนี้ ก่อนนำเสนอผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาอำนาจในการทำนายของปัจจัยทางจิตใต้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ทางการสนับสนุนสังคม ที่มีต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นทั้งในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย ตามลักษณะการทำงานที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยตามลักษณะงาน โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ภายในแบบเมทริกซ์ (Intercorrelation matrix) ดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (Intercorrelation matrix) ของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มรวม (การทำงานในสังกัดฝ่ายการพยาบาลและสังกัดฝ่ายการสนับสนุน จำนวน 500 คน)

ตัวแปร	ACT	ATT	CON	THI	SUP
ACT	1				
ATT	.359**	1			
CON	.481**	.490**	1		
THI	.364**	.428**	.536**	1	
SUP	.328**	.268**	.592**	.447**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01

หมายเหตุ: ACT แทน การเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลัง ATT แทน เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ CON แทน การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ THI แทน การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม SUP แทน การสนับสนุนทางสังคม

จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มรวมการทำงานในสังกัดฝ่ายการพยาบาลและสังกัดฝ่ายการสนับสนุน พบว่า

1. การเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังมีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายทุกตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่า มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุมีค่าเท่ากับ .481 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนตัวแปรทำนาย เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และการสนับสนุนทางสังคม พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .359 .364 และ .328 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับตัวแปรการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังค่อนข้างน้อย

2. ความสัมพันธ์ของตัวแปรทำนาย พบว่า

2.1) เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่า มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม เท่ากับ .490 และ .428 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนตัวแปรทำนายการสนับสนุนทางสังคม มีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .268 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

2.2) การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่า มีความสัมพันธ์กับการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรมและการสนับสนุนทางสังคม เท่ากับ .536 และ .592 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

2.3) การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายการสนับสนุนทางสังคม เท่ากับ .447 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 3 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (Intercorrelation matrix) ของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มย่อย (สังกัดฝ่ายการพยาบาล จำนวน 250 คน และสังกัดฝ่ายการสนับสนุน จำนวน 250 คน)

ตัวแปร	ACT		ATT		CON		THI		SUP	
	พยาบาล	สนับสนุน								
ACT	1	1								
ATT	.370**	.256**	1	1						
CON	.521**	.419**	.452**	.531**	1	1				
THI	.347**	.328**	.402**	.423**	.578**	.466**	1	1		
SUP	.360**	.287**	.242**	.307**	.623**	.537**	.521**	.334**	1	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01

จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาที่เป็นผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีการทำงานในกลุ่มย่อย ดังตารางที่ 3 พบว่า

1. ความสัมพันธ์ของการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมปลูกเร้าคุณธรรมกับตัวแปรทำนาย พบว่าการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมปลูกเร้าคุณธรรมมีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายทุกตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งใน 2 กลุ่ม โดยในกลุ่มสังกัดฝ่ายการพยาบาล พบว่า การเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมปลูกเร้าคุณธรรมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัว

เป็นผู้สูงอายุ มีค่าเท่ากับ .521 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนตัวแปรทำนาย เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ สนับสนุนทางสังคม และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .370 .360 และ .347 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ส่วนในกลุ่มสังกัดฝ่ายสนับสนุนการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ มีค่าเท่ากับ .419 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนาย การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม การสนับสนุนทางสังคม และเจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ พบว่ามีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .328 .287 และ .256 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

2. ความสัมพันธ์ของตัวแปรทำนาย พบว่า

2.1) กลุ่มสังกัดฝ่ายพยาบาล เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่า มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม เท่ากับ .452 และ .402 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายการสนับสนุนทางสังคม มีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .242 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ส่วนกลุ่มสังกัดฝ่ายสนับสนุน เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 เช่นกัน โดยพบว่า มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม เท่ากับ .531 และ .423 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายการสนับสนุนทางสังคม มีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .307 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

2.2) กลุ่มสังกัดฝ่ายพยาบาล การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่ามีความสัมพันธ์กับการสนับสนุนทางสังคม และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม เท่ากับ .623 และ .578 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มสังกัดฝ่ายสนับสนุน การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นกัน โดยพบว่า มีความสัมพันธ์กับการสนับสนุนทางสังคมและการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม เท่ากับ .537 และ .466 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

2.3) กลุ่มสังกัดฝ่ายพยาบาล การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายการสนับสนุนทางสังคม เท่ากับ .521 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มสังกัดฝ่ายสนับสนุนการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนายการสนับสนุนทางสังคม เท่ากับ .334 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

เมื่อพิจารณาถึงภาวะเส้นตรงร่วมพหุ (Multicollinearity) ระหว่างตัวแปรทำนายด้วยกันเองพบว่าไม่มีตัวแปรทำนายใดที่มีความสัมพันธ์กันเกิน .80 ทั้งกลุ่มรวม และกลุ่มย่อย สังกัดฝ่ายการพยาบาล และสังกัดฝ่ายการสนับสนุน จึงไม่เกิดปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมพหุ กล่าวคือ ไม่มีตัวแปรทำนายมีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูง ดังนั้นจึงสามารถนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณต่อไปได้

ต่อไปนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการศึกษาตัวแปรการทำนายการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มรวม โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis)

ผู้วิจัยได้เสนอผลการศึกษาความสามารถของปัจจัยทางจิต และปัจจัยทางสังคมในการทำนายพฤติกรรมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้น โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ เพื่อศึกษาความสามารถของปัจจัยทางจิต และปัจจัยทางสังคมในการทำนายพฤติกรรมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มรวม

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p
เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (ATT)	.138	.045	.140	3.081**	.002
การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (CON)	.301	.051	.325	5.922***	.000
การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม (THI)	.090	.040	.108	2.247*	.025
การสนับสนุนทางสังคม (SUP)	.045	.045	.049	1.008	.314
a = 1.220 ; SE _{est} = .404, R = .512 ; R ² = .262 ; F = 44.001 ; p = .000***					

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01, *** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .001

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรทั้ง 4 ตัว สามารถทำนายพฤติกรรมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นรวมได้ร้อยละ 26.2 ทั้งนี้ตัวแปร

ที่มีความสำคัญมี 3 ตัวแปรโดยตัวแปรที่สำคัญมากที่สุด คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ ($\beta = .325, p < .001$) รองลงมา ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ ($\beta = .140, p < .01$) และ การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม ($\beta = .108, p < .05$)

2. ผลการศึกษาตัวแปรการทำนายการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นที่สังกัดฝ่ายการพยาบาล โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter multiple regression analysis)

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ เพื่อศึกษาความสามารถของปัจจัยทางจิตและปัจจัยทางสังคมในการทำนายพฤติกรรมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นที่สังกัดฝ่ายการพยาบาล

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p
เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (ATT)	.151	.055	.170	2.762***	.006
การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (CON)	.323	.064	.392	5.036***	.000
การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม (THI)	.013	.055	.017	.244	.807
การสนับสนุนทางสังคม (SUP)	.053	.055	.068	.962	.337
a = 1.493 ; SE _{est} = .389, R = .546 ; R ² = .298 ; F = 25.969 ; p = .000**					

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01, *** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .001

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม สามารถร่วมกันทำนายการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นที่สังกัดฝ่ายการพยาบาลได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรทั้ง 4 ตัว สามารถทำนายพฤติกรรมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมของผู้ใหญ่ตอนต้นสังกัดฝ่ายการพยาบาล ได้ร้อยละ 29.8 ทั้งนี้ มีตัวแปรที่มีความสำคัญ 2 ตัวแปร ตัวแปรที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ ($\beta = .392, p < .001$) รองลงมา ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ ($\beta = .170, p < .01$)

3. ผลการศึกษาตัวแปรการทำนายการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มย่อยสังกัดฝ่ายสนับสนุน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Enter multiple regression analysis)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ เพื่อศึกษาความสามารถของปัจจัยทางจิตและปัจจัยทางสังคมในการทำนายพฤติกรรมเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นสังกัดฝ่ายการสนับสนุน

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p
เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (ATT)	.005	.074	.004	.064	.949
การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ (CON)	.299	.077	.305	3.903***	.000
การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม (THI)	.134	.056	.161	2.406**	.017
การสนับสนุนทางสังคม (SUP)	.073	.072	.068	1.006	.316
a = 1.417 ; SE _{est} = .392 ; R = .449 ; R ² = .202 ; F = 20.705 ; p = .000***					

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01, *** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .001

จากตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม สามารถทำนายพฤติกรรมเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นสังกัดฝ่ายการสนับสนุนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรทั้ง 4 ตัว สามารถทำนายพฤติกรรมเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นสังกัดฝ่ายการสนับสนุน ได้ร้อยละ 20.2 ทั้งนี้ มีตัวแปรที่มีความสำคัญ 2 ตัวแปร ตัวแปรที่สำคัญมากที่สุด คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ ($\beta = .305$, $p < .001$) รองลงมา ได้แก่ การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม ($\beta = .161$, $p < .01$)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยจะพบว่า ปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยสังกัดฝ่ายการพยาบาล และสังกัดฝ่ายการสนับสนุน ได้ 26.2%, 29.8% และ 20.2%

ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของ Bandura (1996) อ้างถึงใน สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2562) ที่ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปทั้งเนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อม โดยทั้งนี้จากผลของการวิจัย จะพบว่าทั้งในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยตามลักษณะการทำงานของสังกัดฝ่ายการพยาบาล และ สังกัดฝ่ายการสนับสนุนจะมีปัจจัยทางจิตที่เป็นตัวแปรสำคัญต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มี พฤติพลังมากกว่าปัจจัยทางสังคม ดังนั้นผลการวิจัยดังกล่าวจึงทำให้เห็นความสำคัญของ ลักษณะทางจิตของบุคคลว่ามีอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลัง โดยตัวแปรการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ เป็นตัวแปรที่มี อิทธิพลมากที่สุดทั้งใน 3 กลุ่ม ทั้งนี้การวัดการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัว เป็นผู้สูงอายุจะเป็นการประเมินถึงความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองต่อการจัดทำไว้ก่อนอายุ 60 ปี ในเรื่องสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี การมีส่วนร่วมทางสังคม และการมีหลักประกันที่มั่นคง เพื่อให้พร้อมกับการเป็นผู้สูงอายุในอนาคตจึงทำให้เห็นว่าถ้าผู้ใหญ่ตอนต้นมีความเชื่อมั่น ในความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังทั้งในด้านสุขภาพร่างกาย และจิตใจที่ดี การมีส่วนร่วมทางสังคม และการมีหลักประกันที่มั่นคงที่เพิ่มมากขึ้นก็จะทำให้ การเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังเพิ่มมากขึ้นด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาดังเช่น ของ Strecher (1986) ได้ศึกษาถึงบทบาทของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพล ต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกทาง พฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุนั้น ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเองการเตรียมตัว เป็นผู้สูงอายุ นงเยาว์ มีเทียน (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพลังของผู้ใหญ่ วัยกลางคนในชุมชนเขตกิ่งเมือง ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมพลัง รวมถึงกนกอร เนตรชู (2562) ที่พบว่า การรับรู้ความ สามารถต่อการเสริมสร้างตนเองสู่พฤติกรรมพลังสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเสริมสร้าง ตนเองสู่พฤติกรรมพลังของผู้สูงอายุได้

สำหรับปัจจัยทางจิตที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังรองลงมา ในกลุ่มรวม คือ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งผู้วิจัยได้วัดในด้านของการรู้คิดเชิง ประเมินค่า และความรู้สึกที่มีต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังจึงทำให้เห็นว่าถ้า ผู้ใหญ่ตอนต้นมีการรู้คิดเชิงประเมินค่า และความรู้สึกที่มีต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มี พฤติพลังในทางบวกที่เพิ่มมากขึ้นจึงทำให้การเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมพลังเพิ่มมากขึ้น ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของดลนภา ไชยสมบัติ (2561) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์ต่อการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุของประชากรวัยก่อนสูงอายุที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี พบว่าทัศนคติต่อการเข้าสู่วัยสูงอายุสามารถร่วมกันทำนายการเตรียมตัวเข้าสู่วัย ผู้สูงอายุ อวิสฎา จงอุดมสุข (2560) ที่พบว่า เจตคติต่อการสร้างพลังเพื่อรับมือกับวัยสูงอายุ สามารถทำนายการสร้างพลังเพื่อรับมือกับวัยสูงอายุของผู้ใหญ่วัยกลางคนได้ และ Franklin and Mohammad (2021) ที่พบว่าเจตคติที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการปฏิบัติตนเกี่ยวกับ วิธีชีวิตที่มีสุขภาพดีของผู้ใหญ่ตอนต้นในอัลนามีสประเทศซาอุดีอาระเบีย แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่า

จะพบว่า เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลัง จะมีความสำคัญต่อพฤติกรรมเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในกลุ่มรวม แต่เมื่อทำการวิเคราะห์แยกกลุ่มจะพบความสำคัญเฉพาะในกลุ่มสังกัดฝ่ายการพยาบาล ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าจะทำการศึกษาวิจัยต่อไปถึงความเกี่ยวข้องของตัวแปรดังกล่าว

ส่วนปัจจัยทางจิตที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังอันดับสุดท้ายในกลุ่มรวม คือ การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม หรือการคิดแบบเร้ากุศล ซึ่งเป็นการวัดความสามารถของบุคคลในการชักนำความคิดจากสถานการณ์ที่เผชิญให้เป็นไปในทางที่ดีงาม เป็นประโยชน์ และเป็นไปตามความเป็นจริง จึงทำให้เห็นว่า ถ้าผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรมเพิ่มมากขึ้นก็จะทำให้การเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา ที่พบว่า การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรมช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีความสุข (สมพร วัชรศิลป์, 2562, พระครูพิสนธิ์ลีธิการ (อรุณ ธมมาโร), 2561) และ Jung, Oh, Oh, Suh, Shin, & Kim (2007) พบว่า การคิดบวกสามารถทำนายความพึงพอใจในชีวิตของประชากรเกาหลีได้ แต่เมื่อผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ในกลุ่มย่อยจะพบว่า การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม หรือการคิดแบบเร้ากุศล จะมีความสำคัญเฉพาะในกลุ่มสังกัดฝ่ายสนับสนุนซึ่งเป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่ทำงานทางด้านการเงิน การบัญชี การตลาด เวชสถิติ คอมพิวเตอร์ พนักงานเวรเปล เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าจะทำการศึกษาวิจัยต่อไปถึงความเกี่ยวข้องของตัวแปรดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยนี้ พบว่า ปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม สามารถร่วมกันทำนายการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังของผู้ใหญ่ตอนต้นทั้งในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยได้ตามลักษณะการทำงานที่แตกต่างกัน โดยในกลุ่มรวมตัวแปรที่มีความสำคัญมี 3 ตัวแปร คือ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และ การคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

1) ในกลุ่มบุคลากรของโรงพยาบาลโดยไม่แบ่งแยกลักษณะงาน หากโรงพยาบาลจะส่งเสริมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังโรงพยาบาลควรเน้นที่การส่งเสริมการจัดกิจกรรมโครงการ หรือการจัดสวัสดิการที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นของบุคลากรจึงจะสามารถเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังทั้งในด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี การมีส่วนร่วมทางสังคม และการมีหลักประกันที่มั่นคงได้ เช่น การจัดกิจกรรมออกกำลังกายหลังเลิกงาน การจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างการออมเงินไว้ใช้ในยามสูงอายุ การจัดสรรเวลาที่เอื้อให้บุคลากรสามารถทำกิจกรรมทางสังคมตามความสนใจของตนเองได้ ก็จะช่วยให้บุคลากร

รับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุได้ ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นควรเป็นไปในลักษณะของการสมัครใจเข้าร่วม เพื่อเสริมสร้างเจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุในอีกทางหนึ่ง และควรส่งเสริมการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม หรือการคิดแบบเร้ากุศล เพื่อให้บุคลากรเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจจะไม่พึงพอใจสามารถที่จะคิดเห็นตามความเป็นจริงและชักนำความคิดของตนให้เป็นประโยชน์จากสถานการณ์นั้น ๆ ได้เป็นการลดความทุกข์ หรือความเครียดทางใจ มีสติในการแก้ปัญหาต่อไป ซึ่งการมีจิตใจที่ดีเป็นด้านหนึ่งของการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุผล

2) ในกลุ่มบุคลากรที่สังกัดฝ่ายการพยาบาลหากโรงพยาบาลต้องการเน้นการส่งเสริมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุผลให้กับบุคลากรกลุ่มนี้โดยควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ

3) ในกลุ่มบุคลากรที่สังกัดฝ่ายการสนับสนุนหากโรงพยาบาลต้องการเน้นการส่งเสริมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุผลให้กับบุคลากรกลุ่มนี้โดยควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) จากผลการวิจัยนี้ พบว่า ปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม มีค่าอำนาจการทำนายในกลุ่มรวมร้อยละ 26.2 อีกทั้งในกลุ่มย่อยสังกัดฝ่ายการพยาบาล และสังกัดฝ่ายการสนับสนุน พบว่า มีค่าอำนาจการทำนายในกลุ่มร้อยละ 29.8 และ 20.2 ตามลำดับ จึงควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นเข้ามาเพิ่มเติม

2) จากผลที่พบว่าเจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุเป็นตัวแปรสำคัญในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยที่สังกัดฝ่ายการพยาบาล ส่วนการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม เป็นตัวแปรสำคัญในกลุ่มรวมและในกลุ่มย่อยสังกัดฝ่ายการสนับสนุน อาจนำตัวแปรดังกล่าวไปศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มที่มีลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกัน

3) ศึกษาเชิงทดลอง หรือการสร้างโปรแกรมที่ส่งเสริมการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุผล โดยใช้ตัวแปรปัจจัยทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ การรับรู้ความสามารถของตนเองต่อการเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุ และการคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม

บรรณานุกรม

- กนกอร เนตรชู. (2562). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสริมสร้างตนเองสู่พฤติกรรมพลังของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 11(2), 98-116.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *เด็กรู้เตรียมพร้อมก่อนสูงวัย*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง
- ดลนภา ไชยสมบัติ. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุของประชากรวัยก่อนสูงอายุ. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข*, 3(29), 131-143.
- นงเยาว์ มีเทียน. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพลังของผู้ใหญ่วัยกลางคนในชุมชนเขตกิ่งเมือง. *Journal of Nursing Science and Health*, 41(1), 47-55.
- บรรลู่ ศิริพานิช. (2560). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- ประณต คำฉิม. (2549). *จิตวิทยาพัฒนาการ : เอกสารคำสอนวิชา จต 221*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระครูพิสนธิ์สิทธิการ (อรุณ ธมมวโร). (2561). *ศึกษากระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะพลังบวกของผู้สูงอายุในจังหวัดสระบุรี (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต)*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2553). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพร พุทธิรังษี. (2558). การสร้างเสริมสุขภาวะของบุคลากรทางการพยาบาลในศตวรรษที่ 21. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 16(2), 8-14.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2562). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพร วัชระศิลป์. (2560). ศึกษารูปแบบวิธีคิดเชิงพุทธเพื่อปลูกเร้ากุศลในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพยาบาลวิชาชีพ. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 13(ฉบับพิเศษ เล่ม 3), 67-79.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สุชา จันทน์เอม. (2542). *จิตวิทยาพัฒนาการ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- อวิษฐา จงอุดมสุข. (2560). *อิทธิพลของปัจจัยทางจิตและปัจจัยทางสังคมที่มีต่อการสร้างพลังเพื่อรับมือกับวัยสูงอายุของผู้ใหญ่วัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Franklin, S. W. S., & Mohammad, E. E. H. (2021). Knowledge, attitude and practice of adolescence and early adulthood on healthy lifestyle: A cross sectional study in Al-Namas, Saudi Arabia. *Journal of Information and Computational Science*, 11(4), 371-379. doi:10.12733/JICS.2021.V11I3.535569.31040

- Hair, E. A. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. London, Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Jung, J. Y., Oh, Y. H., Oh, K. S., Suh, D. W., Shin, Y. C., & Kim, H. J. (2007). Positive-thinking and life satisfaction amongst Koreans. *Yonsei medical journal*, 48(3), 371-378.
- Strecher, V. J. (1986). The role of self-efficacy in achieving elderly's health behavior change. *Journal of Health Education Quarterly*, 13(1), 73-92.
- World Health Organization. (2002). *Active ageing: A policy framework (No. WHO/NMH/NPH/02.8)*. Geneva: World Health Organization.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน

FACTORS THAT INFLUENCE THAI TRAVELERS'S DECISION IN CREATIVE TOURISM AT BAAN BANGKHEN

Received: 9 April, 2021

Revised: 29 May, 2021

Accepted: 4 June, 2021

สุดาพิมพ์ สรสุชาติ*

Sudapim Sorasuchart*

สายพิน ปั่นทอง**

Saiphin Panthong**

จิรารัตน์ จันทวัชรารก***

Jirarat Jantawatcharakorn***

* นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

** Master student, Faculty of Business Administration, Master of Modern trade business
management, Panyaphiwat Institute of Management

* Email: sudapims@gmail.com

** อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

** Professor of Faculty of Business Administration, Modern trade business management,
Panyaphiwat Institute of Management

** Email: Saiphinpon@pim.ac.th

*** อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ สาขาสาขาการจัดการการค้าธุรกิจสมัยใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

*** Lecturer of Faculty of Business Administration, Modern trade business management, Panyaphiwat
Institute of Management

*** Email: Saiphinpon@pim.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านบางเขน จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนธันวาคม 2563 ถึง มกราคม 2564 เป็นเครื่องมือในการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ t-test, f-test การทดสอบสมมติฐานใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ ด้านสถานที่ดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการตระหนักรู้ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนองค์ประกอบด้านการเดินทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลที่ประสิทธิภาพร้อยละ 62.30

คำสำคัญ: การตัดสินใจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's

Abstract

The objective of this research is to study 5A's of Tourism components that influence Thai tourists' decision in creative tourism at Baan Bangkhen. Questionnaires were used to gather data from December 2020 to January 2021 with the sample of 400 travelers who attended to travel to Baan Bangkhen. Also, this research has been using t-test, f-test analyze. Hypothesis testing is performed using Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

Hypothesis testing found that different age was related to travel to creative tourism at Baan Bangkhen with statistic significant at 0.05. 5A's Tourism which were attraction, amenities, activities and awareness had affected to travel to creative tourism at Baan Bangkhen with statistic significant at 0.01. For accessibilty part, it

had affected to travel to creative tourism at Baan Bangkhen with statistic significant at 0.05 and influencing factor was effective at 62.30.

Keywords: Baan Bangkhen, Creative Tourism, Tourists' Decision, 5A's of Tourism

บทนำ

ประเทศไทยได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย พร้อมด้วยค่าครองชีพที่ไม่แพงดึงดูดให้ชาวต่างชาติตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากมาย ภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศไทย มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมอย่างยั่งยืน กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มีการจัดรูปแบบกิจกรรมและขนาดที่เหมาะสม รมั้ดระวังต่อการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบน้อยที่สุด (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2558)

การท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2562 มีความพยายามที่จะปรับโครงสร้างการตลาดท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้คนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เพื่อรักษาสมดุลทางเศรษฐกิจและลดการพึ่งพิงรายได้จากต่างประเทศในกรณีที่เกิดวิกฤติทั้งในและต่างประเทศ มีนโยบายที่มีความสำคัญ 4 ประการ คือ การให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ การท่องเที่ยวต้องสะดวก สะอาด ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์และยั่งยืน การจัดตั้งคลินิกด้านการท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ซึ่งหลายอย่างกำลังดำเนินไปด้วยดี (วีระศักดิ์ โควสุรัตน์, 2560) ในขณะที่เดียวกันกรุงเทพมหานครเป็นเมืองศูนย์กลางของคนไทยทั่วประเทศ เพราะเป็นส่วนรวมในทุก ๆ ด้าน เช่น เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง การศึกษา ปัจจุบันนักธุรกิจนิยมสร้างสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภทเพื่อสนองความต้องการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามโลกาภิวัตน์ การท่องเที่ยวชุมชนแบบสร้างสรรค์ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตอันดีถือเป็นกระบวนทัศน์และทิศทางการส่งเสริมการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างจริงจังผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว พร้อมกับการพัฒนาศักยภาพของตนผ่านการปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้รับแรงบันดาลใจใหม่ๆ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความได้เปรียบด้วยการสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เป็นต้นทุนของประเทศไทย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) สถานที่ท่องเที่ยวบ้านบางเขน คือ แหล่งที่รวบรวมของสะสมตั้งแต่สมัย พ.ศ. 2500 ถึง พ.ศ. 2525 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว

บ้านบางเขนจะได้เห็นวิวัฒนาการของร้านค้าและสินค้าตั้งแต่สมัยก่อน ทั้งนี้สถานที่ท่องเที่ยวบ้านบางเขนยังอยู่ใกล้สถาบันศึกษาหลายแห่ง ทางผู้ก่อตั้งมีความประสงค์ที่จะให้นักเรียนและนักศึกษามาทำการบ้านโดยที่เป็นเขตปลอดภัยและเขตไม่มีการพนัน (สมพงษ์ พิศาลกิจวนิช, 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน เนื่องจากบ้านบางเขนเป็นแหล่งต้นแบบสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการและเพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาท่องเที่ยวที่จะสามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ที่มีแผนจะประกอบการลงทุนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงลักษณะนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5A's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนแตกต่างกัน
2. ปัจจัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไทย (5A's) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และการตระหนักรู้ (Awareness) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี (2557) ได้กล่าวว่าความหมายของประชากรศาสตร์ คือ การบรรยายเกี่ยวกับคนหรือประชากร สามารถแบ่งได้เป็น เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิตา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, และ อรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2560) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่ส่วนมากจะใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ด้านลักษณะประชากร คือ ลักษณะที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้านลักษณะประชากรที่สำคัญ คือ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ การศึกษาและอาชีพ

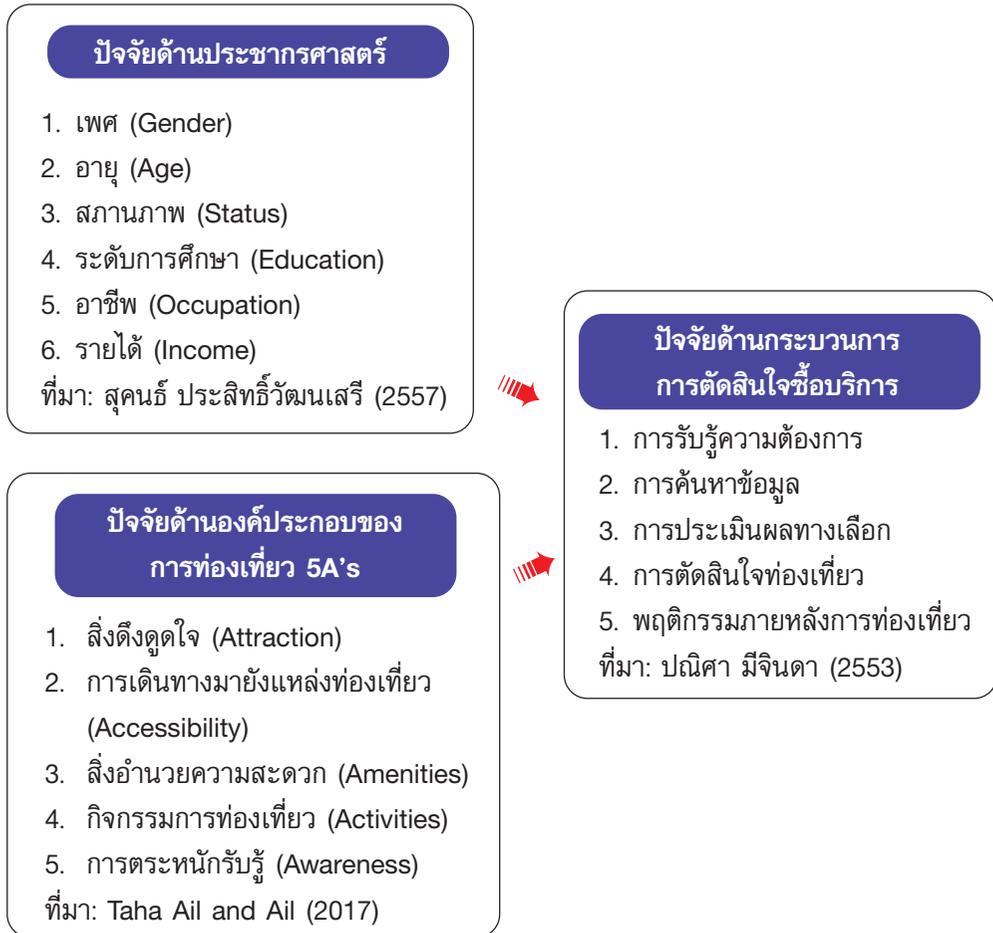
Taha Ali, and Ali (2017) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's คือส่วนประกอบวางแผนการท่องเที่ยว เป็นกุญแจที่ทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึง (Access) การอำนวยความสะดวกต่าง (Amenities) ที่พัก (Amenities) การรับรู้ (Awareness)

Roday, Biwal, and Joshi (2009) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ว่ามีความสำคัญมาก เพราะไม่มีการท่องเที่ยวแบบไหนที่ไม่มีจุดหมายปลายทาง ประกอบไปด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ การคมนาคมระหว่างการเดินทางไปยังสถานที่จุดหมาย ตลอดจนจนถึงการเดินทางภายในตัวสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก (Accommodation) คือ บทบาทศูนย์กลางในการท่องเที่ยว ที่พักที่สะอาดถูกสุขลักษณะ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) คือ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว และกิจกรรม (Activity) คือกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว

ปณิศา มีจินดา (2553) ได้กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision making process) เป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลักที่ผู้บริโภคอาจข้ามหรือสลับขั้นตอนตามความเหมาะสม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นตั้งแต่ก่อนการซื้อจริงและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ประกอบไปด้วย ขั้นตอนใหญ่ 3 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก คือ ขั้นตอนก่อนการซื้อ (Prepurchase stage) ขั้นตอนที่สอง คือ ขั้นตอนการซื้อ (Purchase stage) และขั้นตอนที่สามคือ ขั้นภายหลังการซื้อ (Post purchase stage)

Grewal and Levy (2013) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจการซื้อของผู้บริโภค คือ ขั้นตอนต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคต้องผ่าน นับตั้งแต่ก่อนการซื้อ ระหว่างที่ซื้อหรือใช้ และภายหลังจากการซื้อและใช้ ประกอบด้วย การตระหนักถึงความจำเป็น ความต้องการ (Need recognition) เป็นขั้นตอนแรกในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากนั้นเข้าสู่วิธี การค้นหาข้อมูล (Information searching) โดยผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ การหาข้อมูลจากภายใน (Internal Search for information) คือความทรงจำของผู้บริโภคเองเกี่ยวกับตัวสินค้าบริการ รวมไปถึงประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เคยซื้อหรือใช้มาก่อนในอดีต และการค้นหาข้อมูลจากภายนอก (Internal search for information)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวแบบเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง สามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite Population) ของ Cochran กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อน ร้อยละ 5 (มารยาท และปราณี สวัสดิสรพร, 2557) การศึกษาครั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อสะดวกในการประเมินและวิเคราะห์ผลข้อมูล จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง โดยการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non - probability Sampling) มีวิธีการเลือกเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental

Sampling) สุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวอายุ 18 ถึง 60 ปี ในช่วงเดือนธันวาคม 2563 ถึง มกราคม 2564 เครื่องมือในการช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล โดยคำถามส่วนนี้มีจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ปัจจัย มีจำนวน 25 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว มีจำนวน 5 ข้อ โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคชั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ทั้งสิ้น 5 ระดับ โดย ระดับ 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด จนถึง ระดับ 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) รวมมีค่าอยู่ที่ 0.89 มากกว่า 0.5 ซึ่งให้เห็นว่าแบบสอบถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (ประสพชัย พลสุนนท์, 2555) และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม 30 ชุด ได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน เป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างจริง ค่าความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่ารวมเท่ากับ 0.905 มากกว่า 0.70 ซึ่งให้เห็นว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Reliability) ผู้วิจัยจึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน ในรูปของเอกสาร (Offline) จำนวน 400 ชุด โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2563 ถึง มกราคม 2564

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-Test Independent Sample การทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบสถิติแบบ F-test Independent Sample การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีอายุระหว่าง 18-22 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 สถานภาพโสด จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.25 ประกอบอาชีพนักศึกษา จำนวน 165 ร้อยละ 41.25 และมีรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.75

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อเรียงลำดับปัจจัยรายชื่อ พบว่า ด้านกิจกรรม (Activities) มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3.85 รองลงมา คือ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีค่าเฉลี่ย 3.87 และด้านสถานที่ดึงดูดใจ (Attraction) และ ด้านการตระหนักรับรู้ (Awareness) มีค่าเฉลี่ย 3.85

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขนที่ต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวที่บ้านบางเขน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน	t	F	Sig.
สมมติฐาน 1.1 เพศ	0.971		0.438
สมมติฐาน 1.2 อายุ		2.121	0.041*
สมมติฐาน 1.3 สถานภาพ		0.097	0.908
สมมติฐาน 1.4 ระดับการศึกษา		2.310	0.760
สมมติฐาน 1.5 อาชีพ		1.058	0.367
สมมติฐาน 1.6 รายได้		1.947	0.086

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ 1) ด้านสถานที่ดึงดูดใจ 2) ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านกิจกรรม 5) ด้านการตระหนักรับรู้ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทำการวิเคราะห์ได้ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่จะทำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ประกอบด้วย ตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale) ทั้งหมด 5 ด้าน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เป็นเกณฑ์การยอมรับว่า

ค่าความสัมพันธ์ทางบวกที่สูง แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันสูง ซึ่งค่าที่วิเคราะห์ได้ไม่ควรมีค่าสูงกว่า 0.800 ($r < 0.800$) หากมีค่าความสัมพันธ์สูงต้องตัดออกจากการวิเคราะห์ (จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย, 2558)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวกโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในระหว่าง 0.524 ถึง 0.774 จากตารางที่ 2 ที่แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สันไม่มีตัวแปรใดมีความสัมพันธ์มากกว่า 0.800 จึงไม่เป็นปัญหาที่จะนำตัวแปรไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's	สิ่งดึงดูดใจ	การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวก	กิจกรรมและการท่องเที่ยว	การตระหนักรับรู้
ด้านสถานที่ดึงดูดใจ	1				
ด้านเดินทางท่องเที่ยว	0.660**	1			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.596**	0.715**	1		
ด้านกิจกรรม	0.774**	0.704**	0.694**	1	
ด้านการตระหนักรับรู้	0.571**	0.524**	0.555**	0.647**	1

หมายเหตุ: * $r < 0.05$, ** $r < 0.01$

งานวิจัยฉบับนี้ใช้การวิเคราะห์จากค่า Tolerance และ ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรต้น โดยกำหนดไว้ว่าค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องมีค่าที่ไม่เข้าใกล้เกิน 10 ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าตั้งแต่ 0.279-0.551 และค่า VIF ของตัวแปรต้นมีค่าตั้งแต่ 1.815 - 3.589 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน ได้แก่ ด้านสถานที่ดึงดูดใจ (Sig. = 0.000) ด้านเดินทางท่องเที่ยว (Sig. = 0.000) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Sig. = 0.032) ด้านกิจกรรม (Sig. = 0.040) ด้านการตระหนักรับรู้ (Sig. = 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน

ปัจจัยองค์ประกอบ 5A's การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	S.E.	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-.452	.170		-2.669	.008*		
ด้านสถานที่ดึงดูดใจ	.308	.060	.262	5.149	.000**	.369	2.710
ด้านเส้นทางท่องเที่ยว	.127	.059	.107	2.148	.032*	.385	2.596
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.173	.059	.142	2.938	.004**	.407	2.456
ด้านกิจกรรม	.253	.069	.213	3.644	.000**	.279	3.589
ด้านการตระหนักรับรู้	.222	.045	.203	4.876	.000**	.551	1.815

Adjusted R Square = 0.623, F = 130.375, *p<0.05, **p<0.01

หากพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน พบว่า ด้านสถานที่ดึงดูดใจ ($\beta=0.262$) เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรม ($\beta=0.213$) ด้านการตระหนักรับรู้ ($\beta=0.203$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\beta=0.142$) และ อันดับสุดท้าย คือ ด้านการเดินทางท่องเที่ยว ($\beta=0.107$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. องค์ประกอบด้านสถานที่ดึงดูดใจ (Attraction) จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจแรกให้นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลและตัดสินใจจะเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชสุดา ร้อยพิลา และปริดา ไชยา (2558) ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์ประกอบด้านความเป็นมิตรไมตรี องค์ประกอบด้านสถานที่ดึงดูดใจมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2. องค์ประกอบด้านการเดินทางท่องเที่ยว (Accessibility) จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้เพราะการคมนาคมเข้าถึงสถานที่ที่สะดวกสบาย เช่น มีรถไฟฟ้าบนดิน รถประจำทางให้บริการถึงที่ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเข้ามาท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ สว่างแก้ว (2560) ทำศึกษาเรื่องอิทธิพลภาพลักษณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอายุ ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปจำนวน 120 ชุด ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว การรับรู้ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดันต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิตของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้เพราะการที่มีสถานที่จอดรถที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ มีร้านอาหารเพียงพอสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพดีตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการสื่อสารทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชสุดา ร้อยพิลา และปริดา ไชยา (2558) ทำการศึกษาเรื่ององค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์ประกอบด้านความเป็นมิตรไมตรี องค์ประกอบด้านสถานที่ดึงดูดใจมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย (2558)

4. องค์ประกอบด้านกิจกรรม (Activity) จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวต้องการที่จะหลบหนีชีวิตจำเจ หาประสบการณ์ใหม่ ๆ สร้างสีสันให้กับชีวิตมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Samaraweera and Upekshani (2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เชิงประสิทธิผลเพื่อตรวจสอบอิทธิพลขององค์ประกอบ การท่องเที่ยว 5A's ในเรื่องความพึงพอใจท่องเที่ยวในประเทศ เมืองฮิกาคาдуа ประเทศศรีลังกา กลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจำนวน 485 คน โดยการวิเคราะห์โมเดล สมการโครงสร้าง หรือสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงสถานที่แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลวิจัยค้นพบว่า ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงสถานที่แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศ เมืองฮิกาคาдуа ประเทศศรีลังกา

5. องค์ประกอบด้านการตระหนักรับรู้ (Awareness) จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการจัดสถานที่แบบย้อนยุค และการบริการของร้านค้าภายในสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นสุมลบุณนาต (2563) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เส้นทางความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 430 คน ผลการศึกษาพบว่า การตระหนักรับรู้ (Awareness) มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา พบว่า ด้านอายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวบ้านบางเขนตั้งอยู่ใกล้สถาบันการศึกษาจำนวนหลายแห่ง

ปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's กล่าวคือ ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และการตระหนักรับรู้ (Awareness) ทุกองค์ประกอบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

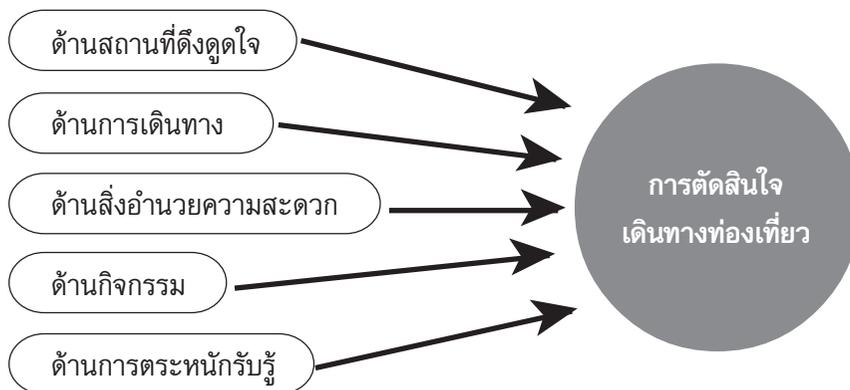
1. จากผลวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's ทุกองค์ประกอบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน จะเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการกิจการสถานที่ท่องเที่ยวบ้านบางเขน สามารถนำไปพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เกี่ยวกับปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวบ้านบางเขน ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ทางผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาสถานที่ให้มีความน่าดึงดูดมากยิ่งขึ้น และรักษามาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน เพื่อเป็นจุดแข็งในการประกอบธุรกิจต่อไป

2. จากผลการวิจัย ด้านอายุเป็นลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อาจจะเป็นเพราะว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน ตั้งอยู่ใกล้ตำแหน่งสถาบันการศึกษา ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ อายุ 18-22 ปี ผู้ประกอบการควรจะทำการตลาดเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอายุกลุ่มอื่นเข้ามาท่องเที่ยว จะได้มีนักท่องเที่ยวที่หลากหลายกลุ่ม ไม่ได้มีแค่เฉพาะนักท่องเที่ยวช่วงอายุใดอายุหนึ่ง เช่น ส่งเสริมการตลาดทางสื่อโฆษณาให้มากขึ้น หรือจัดทำส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มบุคคลทำงาน กล่าวคือ ถ้าองค์กรใดมาใช้สถานที่ในการดำเนินงาน ทางบ้านบางเขน ลดราคาอาหารและเครื่องดื่ม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เพื่อประโยชน์สูงสุดในการวิจัย ควรทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง ในการศึกษาตัวแปรต้นในด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7P's เพื่อศึกษาและเข้าใจในสถานการณ์ของธุรกิจและเพื่อนำไปเป็นหลักในการบริหารสถานที่ท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพต่อไปได้
2. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาแบบเจาะกลุ่ม หรือรายบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน เพื่อศึกษารายละเอียดเจาะกลุ่มขึ้นว่านักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความเห็นหรือความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวบ้านบางเขนว่าเป็นไปในทิศทางไหน
3. สามารถทำการศึกษากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มเติมในจังหวัดอื่น ๆ ได้ เนื่องจากประเทศไทยทุกจังหวัดมีทรัพยากรทางสถานที่ท่องเที่ยวทุกจังหวัด เช่น หนองน้ำเขียว หัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด วิถีประมงพื้นบ้าน อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี หรือเมืองเก่า จังหวัดน่าน
4. จากสมมติฐานของปัจจัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไทย (5A's) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และการตระหนักรับรู้ (Awareness) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน ผู้วิจัยจึงนำมาพัฒนาเป็นโมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน เพื่อใช้เป็นโมเดลในการพัฒนางานวิจัยในครั้งต่อไป ดังภาพที่ 1

องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's



ภาพที่ 1 โมเดลองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2558). *เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย*. วารสารบัณฑิตศึกษา, 58(12), 21-23.
- ชื่นสุมล บุญนาถ. (2563). การวิเคราะห์เส้นทางความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล. *วารสารบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีมหานคร*, 17(2), 155-183.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2558). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท็อปเอ็ดดูเคชั่น.
- มารยาท โยทองยศ, และปราณี สวัสดิ์สรรพ์. (2557). *การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย*. สืบค้น 30 ตุลาคม 2563, จาก <http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/resch.pdf>.
- วิษุตา ร้อยพิลา, และปรีดา ไชยา. (2558). องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิจัยและพัฒนาโดยองค์การในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(3), 197-211.
- วิไลวรรณ สว่างแก้ว. (2561). *อิทธิพลภาพลักษณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำ คลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ*. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีระศักดิ์ โควสุรัตน์. (2560). *ผู้บริหารกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้การต้อนรับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*. สืบค้น 30 มกราคม 2563, จาก <https://www.mots.go.th>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์, และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing management)*. กรุงเทพฯ :ธรรมสาร.
- สมพงษ์ พิศาลกิจวนิช. (2560). *ไทม์แมชชีนสู่วันวาน เปิด “บ้านบางเขน ” ที่พักกายที่ต้องกดไลค์รัว ๆ*. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://mgronline.com/onlinesection/detail/9600000016521>
- สุคนธ์ ประสิทธิ์วิวัฒน์เสรี. (2557). *ลักษณะทั่วไปของประชากรศาสตร์*. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2563, จาก http://www.sukon.cmustat.com/STAT208343/chap1__343.pdf
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ creative tourism*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: โคคูน แอนด์ โค.
- Grewal & Levy. (2013). *M start here*. New York: McGraw-Hill.
- Samaraweera, K., & Upekshani, Y. (2019, December 18). *An empirical analysis to investigate the influence of 5A's on domestic tourists' satisfaction in Hikkaduwa, Sri Lanka*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341277208_An_empirical_analysis_to_investigate_the_influence_of_5A's_on_domestic_tourists'_satisfaction_in_Hikkaduwa_Sri_Lanka
- Roday, S., Biwal, A., & Joshi, V. (2009). *Tourism: Operations and management*. England: Oxford University Press.
- Taha Ali, Taha, & Ali, Taha. (2017). GIS-based DSS data model business tourism in Sudan, Alzaeim Alazhari University, Khartoum. *Sudan, Sudanese Journal of Computing and Geoinformatics (SJCG)*, 1(1), 105-107.

**วิถีชีวิตปกติแบบใหม่ภายหลังการระบาดใหญ่โควิด-19:
กรณีศึกษาธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการบินกับทิศทาง
การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย**

**NEW NORMAL AFTER COVID-19 PANDEMIC:
THE CASE STUDY OF AUTOMOTIVE DEALER
AND AVIATION BUSINESSES AND CHANGING
DIRECTION OF TRANSPORT AND LOGISTICS
IN THAILAND**

Received: 17 January, 2021

Revised: 28 April, 2021

Accepted: 21 May, 2021

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์*

Taweesak Theppitak*

* รองศาสตราจารย์ ดร. และรองคณบดีด้านวิจัย ประจำคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

* Associate Prof. Dr. and Associate Dean for Research. Faculty of Logistics, Burapha University.

* Email: taweesak99@hotmail.com

บทคัดย่อ

โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะ ผลกระทบต่อระบบขนส่งและโลจิสติกส์ของไทย โดยได้นำเสนอโมเดลหรือแบบจำลองของพฤติกรรมของผู้บริโภคภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 กับรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ โดยได้วิเคราะห์ถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงระบบขนส่งและโลจิสติกส์ในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตั๋วเครื่องบินของไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน และวิเคราะห์ถึงแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปของการให้บริการโลจิสติกส์โดยได้มีการเก็บข้อมูลitudinalจากการทบทวนวรรณกรรม รวมทั้งทำการสัมภาษณ์เชิงลึกธุรกิจกลุ่มเป้าหมายและจัดโฟกัสกรุ๊ปเพื่อประมวลและวิเคราะห์ผล โดยจะนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบกรณีศึกษาของสามธุรกิจเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการจัดซื้อจัดหาสินค้าของประชาชนและภาคธุรกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย จะส่งผลต่อภาคการผลิตและการให้บริการของประเทศจะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย รวมทั้งได้เสนอแนะแนวทางการปรับตัวและการตอบสนองในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานภาครัฐที่ต้องกำหนดนโยบายสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจในการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศ

คำสำคัญ: โควิด-19 ขนส่ง โลจิสติกส์ ภาคธุรกิจ ความปรกติรูปแบบใหม่

Abstract

The COVID-19 pandemic effects to national and regional economies around the world. In particular, it impacts to Thailand's transport and logistics system. The study proposes new model related to consumer behavior after COVID-19 pandemic with changing pattern of transport and logistics system. It examines root cause and changing trends in transport and logistics system such as car dealer, air ticket and online business.

The objective of this study is to examine effects of COVID-19 pandemic to the mentioned businesses, and to analyze future trends in logistics service providers industry. It initially reviews the related literature and collects data by using in-depth

interview and focus group in three businesses. The data is systematically processed and analyzed. The case study is used to present the effects and changing trends of transport and logistics system after COVID-19. The result reveals that purchasing behavior of customer in Thailand and other countries has been changed rapidly. It directly effects to production methods and transport and logistics system respectively. The study provides recommendations both policy and practical level for adapting and response to dynamic changes. As a result, public and private sectors can apply the results for planning and decision in developing transport and logistics system.

Keywords: COVID-19, Transport, Logistics, Business, New Normal

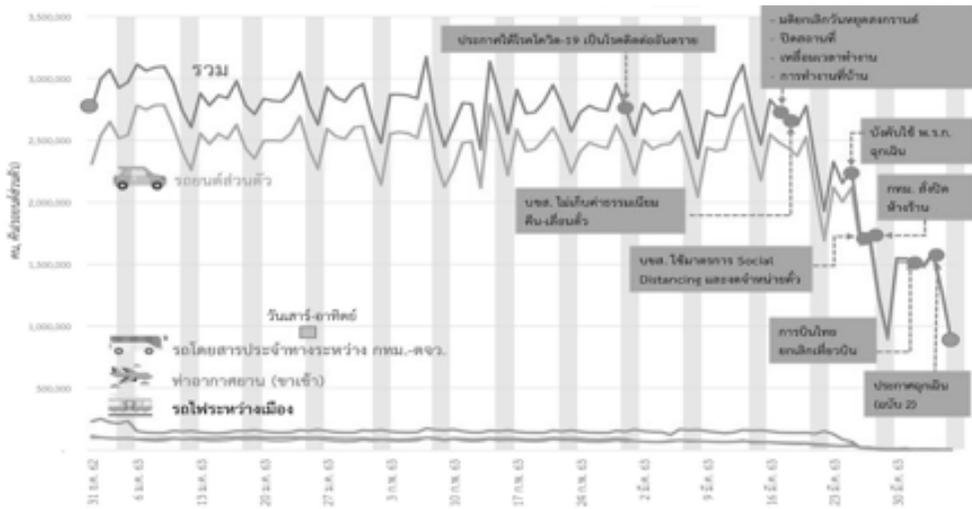
บทนำ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโควิด-19 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน โดยยอดขายที่ลดลงของการจำหน่ายรถยนต์หรือการจำหน่ายตัวเครื่องบินแบบดั้งเดิมส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องปรับตัวอีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าตามปกติก็ลดลง การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงได้ศึกษาและนำเสนอโมเดลหรือแบบจำลองของพฤติกรรมของผู้บริโภคก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 และภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 กับรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ รวมไปถึงการปรับตัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ความปกติรูปแบบใหม่หรือวิถีชีวิตปกติรูปแบบใหม่ภายหลังโรคอุบัติใหม่

ขณะที่ การศึกษาพฤติกรรมการจัดซื้อจัดหาสินค้าของประชาชนและภาคธุรกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย จะส่งผลต่อภาคการผลิตและการให้บริการของประเทศจะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ย่อมส่งผลกระทบต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทยด้วยเช่นกัน ในการศึกษาครั้งนี้จะนำเสนอโมเดลและกรณีศึกษาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด อาทิ การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของการค้าออนไลน์และระบบ Fulfillment Center (FC) การใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นของระบบขนส่งด่วน รวมทั้ง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจการบิน และแนวโน้มในอนาคตเพื่อให้ผู้ประกอบการขนส่ง และโลจิสติกส์จะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อพลวัตของการเปลี่ยนแปลง ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ โควิด-19

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านวิจัยและวิชาการ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563

จากภาพที่ 2 พบว่า ภายหลังจากมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ปริมาณใช้บริการของผู้เดินทางของแต่ละสนามบินลดลงและมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงและมีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งต้นเดือนมีนาคม 2563 ปริมาณผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นผู้โดยสารขาเข้า ซึ่งเดินทางกลับจากต่างประเทศ เมื่อพิจารณาจำนวนผู้โดยสารของแต่ละสนามบินหลักพบว่า ช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนใหญ่จะเป็นการเดินทางภายในประเทศซึ่งมีการใช้สนามบินดอนเมือง เป็นสนามบินหลัก จนกระทั่งมีการประกาศใช้พระราชกำหนด (พรก.) สถานการณ์ฉุกเฉินในเดือนมีนาคม 2563



ภาพที่ 3 ปริมาณผู้สัญจรโดยรถยนต์ส่วนบุคคลกับระบบขนส่งสาธารณะกับการเดินทางเข้า-ออกกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านวิจัยและวิชาการ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563

จากภาพที่ 3 พบว่า ในช่วงเดือนธันวาคม 2562 ยังไม่ได้มีการประกาศบังคับใช้ พรก. สถานการณ์ฉุกเฉิน การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลมีปริมาณที่แกว่งตัวในกรอบแคบ ขณะที่ ระบบขนส่งสาธารณะ อาทิ รถประจำทางระหว่างกรุงเทพฯ - ต่างจังหวัด มีการแกว่งตัวในกรอบแคบเช่นกัน จนกระทั่งเดือนมีนาคม 2563 เริ่มมีการบังคับใช้ พระราชกำหนดสถานการณ์ฉุกเฉิน ทำให้การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลและรถขนส่งสาธารณะมีอัตราการขยายตัวที่ลดลง เนื่องจากห้ามมิให้มีการสัญจรข้ามจังหวัดและมีการประกาศเคอร์ฟิวในช่วงกลางคืน



ภาพที่ 4 สถิติการจับจ่ายใช้สอยและสัดส่วนและผู้ให้บริการสั่งซื้อสินออนไลน์
ที่มา: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) พ.ศ. 2563

จากภาพที่ 4 พบว่า ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและรูปแบบการสั่งซื้อสินค้า โดยปริมาณการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกหรือห้างสรรพสินค้ามีอัตราการเติบโตลดลง แต่การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น รูปแบบของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์



ภาพที่ 5 อัตราการขยายตัวการสั่งของออนไลน์และประเภทของสินค้าออนไลน์
ที่มา: <http://www.priceza.com> (ออนไลน์) พ.ศ.2563

จากภาพที่ 5 พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างยิ่ง โดยพบว่าผู้บริโภคได้หันมาสั่งซื้อสินค้าออนไลน์แทนการออกไปซื้อปั้งหรือซื้อจากร้านค้า โดยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งมีการขยายตัวร้อยละ 139 หรือการสั่งซื้อหนังสือออนไลน์ เนื่องจากไม่สามารถสัญจรหรือต้องทำงานที่บ้านซึ่งมีการขยายตัวร้อยละ 105 ตามลำดับ พฤติกรรมของผู้บริโภคภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ต้องการรูปแบบการขนส่งที่น้อยลง รวดเร็ว สะดวก บริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือเพื่อศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 ต่อในธุรกิจออนไลน์ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินและวิเคราะห์ถึงแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปของการให้บริการโลจิสติกส์เพื่อใช้ในการวางแผนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานภาครัฐที่ต้องกำหนดนโยบายสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจในการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศ รวมทั้งภาคอุตสาหกรรมโลจิสติกส์สามารถใช้ในการตัดสินใจและกำหนดกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจและทำให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน ภายหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

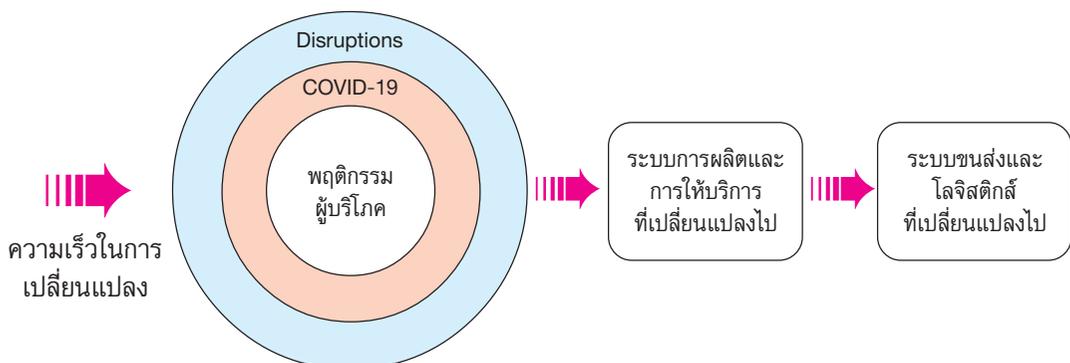
ผลการทบทวนวรรณกรรมประเด็นสำคัญจากงานวิจัยใหม่ ๆ Alon, Doepke, Olmstead-Rumsey, and Tertilt (2020) เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 กับผลกระทบต่อภาคขนส่งและโลจิสติกส์ โดยงานวิจัยส่วนใหญ่จะอยู่ใน 3 กลุ่มใหญ่คือ การพยากรณ์การแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 การวิเคราะห์ผลกระทบของการแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 และแนวทางการปรับตัวต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 โดยเฉพาะในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินของไทยในอนาคต

Baker, Farrokhnia, Meyer, Pagel, and Yannelis (2020) ได้ศึกษาและพบว่าในช่วงที่เชื้อไวรัส COVID-19 แพร่ระบาดไปทั่วทั้งโลก นักวิชาการต่างพยายามพัฒนางานวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบของเชื้อ COVID-19 ต่อระบบเศรษฐกิจในแง่มุมต่าง ๆ รวมทั้งด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน โดยงานวิจัยที่นำเสนอในบทความชิ้นนี้แบ่งเป็นสามหัวข้อใหญ่คือ การพัฒนาแบบจำลองของสาขาวิชาระบาดวิทยา (epidemiology) เพื่อใช้พยากรณ์การแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 รวมทั้งการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วของการแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 กับภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ รวมทั้งด้านขนส่งและโลจิสติกส์และแนวทางการปรับตัวของภาคเศรษฐกิจต่อการแพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ต่อระบบเศรษฐกิจซึ่งงานวิจัยจะสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนมาซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

Baker et al. (2020) ศึกษาข้อมูลรายธุรกรรมจากบริษัทเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) และพบว่าค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในกลุ่มสินค้าปลีก อาหาร และการใช้บัตรเครดิต เพิ่มขึ้นก่อนจะลดลงอย่างชัดเจน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมกักตุนสินค้าในช่วงที่ไวรัสเริ่มแพร่ระบาด พฤติกรรมกักตุนพบได้ชัดในกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่ากลุ่มที่อายุน้อยกว่า ซึ่งหมายถึงว่ากลุ่มผู้สูงอายุปฏิบัติตามคำสั่งให้กักตัวอย่างเคร่งครัดมากกว่า งานวิจัยพบว่าโรคระบาดมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในระยะยาว ดังนั้น นโยบายที่ช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งการทดสอบโรคและการกักตัวล้วนมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเมื่อเทียบกับต้นทุนค่าเสียโอกาสของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หายไปในระยะสั้นเนื่องจากประชาชนในแต่ละช่วงอายุ อาชีพและเพศได้รับผลกระทบที่แตกต่างกัน ดังนั้นรัฐบาลจึงควรใช้มาตรการช่วยเหลืออย่างเหมาะสมต่อประชาชนในแต่ละกลุ่มโดยปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตตามปกติ

Theppitak, T. (2007) ได้อธิบายความหมายของ Dropshipment ว่าเป็นการนำสินค้าของคนอื่นมาขาย โดยเราสามารถบวกกำไรเข้าไปอยู่ในสินค้านั้น ๆ โดยที่เราไม่จำเป็นต้องส่งสินค้าหรือประกันสินค้าใด ๆ ว่าง่าย ๆ คือเราไปเป็นตัวกลาง โดยนำสินค้าของเจ้าของโรงงานไปขายนั่นเองสำหรับการขายของออนไลน์นั้นก็เหมือนกับการขายของทั่วไป ๆ คือต้องมีคำสั่งซื้อแล้วทำการขนส่งไปยังผู้ซื้อ ๆ แน่นอนว่าผู้ขายหลายคนอาจจะไม่มีความชำนาญด้านการขายหรือว่าอาจจะไม่มีเวลาจัดการเรื่องนี้ ๆ แต่การที่ให้ Dropship haul ค่าให้เป็นเรื่องที่หลายคนชอบทำในปัจจุบัน โดยเฉพาะการค้าขายใน eBay โดยมีข้อดีคือไม่จำเป็นต้องลงทุนมีสินค้าให้เลือกมากมาย และมีฐานข้อมูลลูกค้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ง่ายต่อการทำธุรกิจใหม่ ๆ ในอนาคตและไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญในสินค้านั้น ๆ ไร้ความเสี่ยงในการเริ่มต้นธุรกิจ อย่างไรก็ตามโมเดลดังกล่าวก็มีข้อเสีย อาทิ ธุรกิจเล็ก ไม่สามารถทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนได้ และการแข่งขันรุนแรง

กรอบแนวคิดของการศึกษา



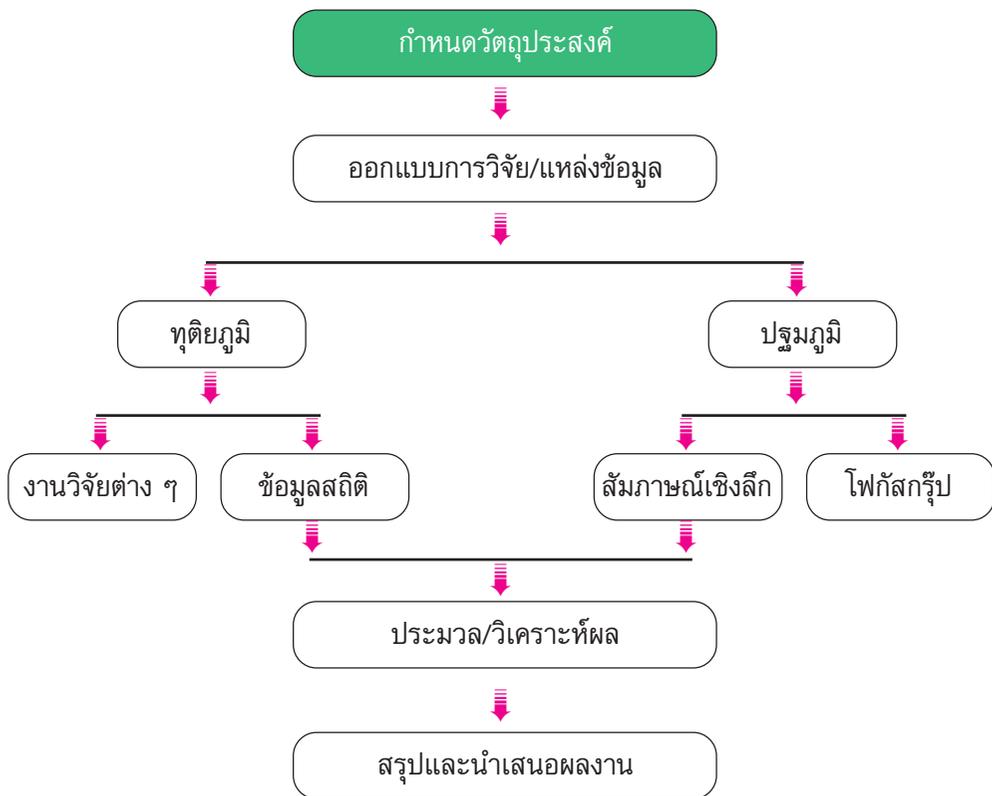
ภาพที่ 6 แบบจำลองความปกติรูปแบบใหม่ภายหลังโรคอุบัติใหม่ โควิด-19 กับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย

จากภาพที่ 6 พบว่า โดยปกติ พฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการต่าง ๆ แต่ในปัจจุบัน ลูกค้าต้องการสินค้าคุณภาพดี มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก ปริมาณการซื้อไม่มาก แต่ซื้อดี รูปแบบการผลิตก็จะเปลี่ยนไปเป็นแบบ Just In Time Production ซึ่งรูปแบบของการผลิตและการบริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ทำให้ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสมัณนิยมและความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากโมเดลของธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน จะพบได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าจะเป็นตัวขับเคลื่อนของซัพพลายเชน โดยผู้เล่นในซัพพลายเชนจะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม สอดคล้องและมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของลูกค้า โดยระดับของความเร็วของปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อ การปรับเปลี่ยนของพฤติกรรมของลูกค้าจะมีความเร็วสูงมากที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้า รองลงมาจะเป็นการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินนั้น ผู้ผลิตจะเป็นผู้เล่นรายแรกที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าของตนเอง โดยในอดีต ลูกค้าอาจมีความต้องการของปริมาณครั้งละมาก ๆ เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง การสั่งซื้อของเป็นแบบบักเก็ต แต่ในปัจจุบันลูกค้าจะมีความต้องการที่ซับซ้อน ทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการผลิต ผลที่ตามมาคือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้เล่นในซัพพลายเชนก็มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการตามพลวัตการณ์การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการตามหลักวิชาการ โดยทำการเก็บข้อมูลจากธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกระดับผู้บริหารธุรกิจละ 4 บริษัทและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการธุรกิจละ 4 บริษัท รวมทั้งได้จัดระดมความคิดเห็นหรือโฟกัสกรุป ธุรกิจละ 1 ครั้งๆ ละ 5 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโฟกัสกรุป 15 คนและทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 12 บริษัท ในการคัดเลือกตัวอย่างจะใช้เป็นตัวแทนของประชากรในธุรกิจกรณีศึกษา (Sekaran, 1992, p. 375) โดยผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการโฟกัสกรุปจะถูกนำมาสังเคราะห์เพื่อเขียนเป็นกรณีศึกษาต่อไป



ภาพที่ 7 แนวทางการศึกษาและกระบวนการวิจัย

ภาพที่ 7 แสดงแนวทางการศึกษาและกระบวนการวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการกำหนดโจทย์วิจัยและตั้งวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นได้ทำการออกแบบการวิจัยโดยทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลทฤษฎี อาทิ บทความทางวิชาการและสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในการณศึกษาได้แก่ ธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบิน ทั้งก่อนและภายหลังการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโควิด-19 (COVID-19) เพื่อให้ทราบแนวโน้มและรูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภคหรือการใช้บริการของลูกค้าก่อนและหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั้งนี้เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกและนำมาใช้ในการสังเคราะห์เป็นแบบจำลองธุรกิจได้

การศึกษาครั้งนี้ได้มีการเก็บข้อมูลโดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ กรณีศึกษาทั้งในระดับผู้บริหารในระดับผู้จัดการแผนก/ฝ่าย และระดับปฏิบัติการธุรกิจในระดับหัวหน้างาน ธุรกิจละ 4 คน โดยมีประเด็นคำถามที่จะเข้าใจรูปแบบการดำเนินธุรกิจก่อนและหลังการระบาดของโควิด-19 ผลกระทบและแนวโน้มของธุรกิจทั้งในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ แนวทางหรือมาตรการในการปรับตัวด้านโลจิสติกส์และได้มีการจัดโฟกัสกรุปธุรกิจต่าง ๆ โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมธุรกิจละ 5 คน ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันคิดเชิงวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของธุรกิจและแนวทางการปรับตัวและตอบสนองต่อพลวัตด้านทางธุรกิจ และวิเคราะห์แนวโน้มของแบบจำลองหรือโมเดลธุรกิจของแต่ละธุรกิจ

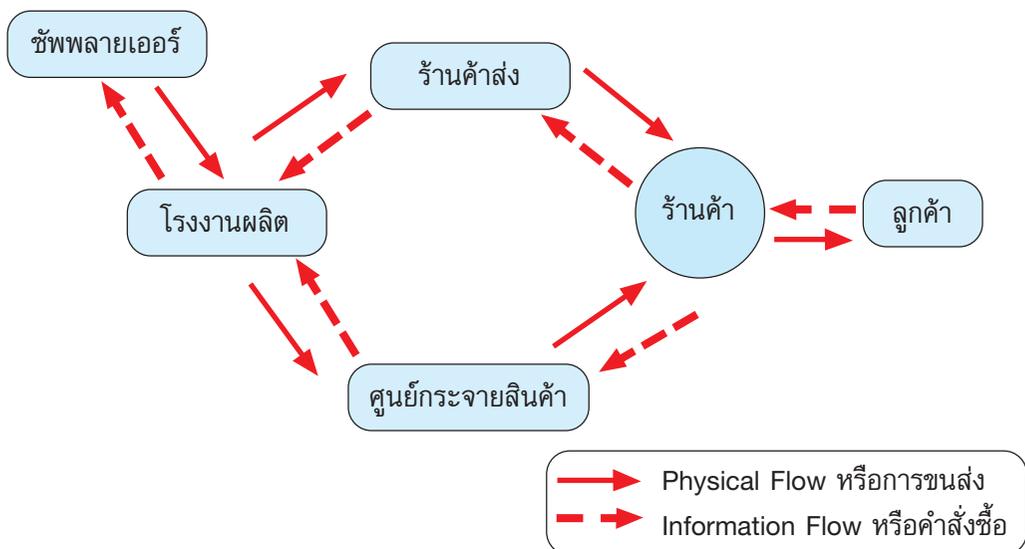
ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาผลกระทบในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และธุรกิจจำหน่ายตัวเครื่องบินของไทยในอนาคต ซึ่งหลายธุรกิจก็มีการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว แต่บางธุรกิจยังขาดความสามารถในการปรับตัวและไม่สามารถตอบสนองต่อพลวัตของการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อพิจารณาหลักการจัดการโลจิสติกส์ซึ่งจะเน้นในเรื่องการส่งหรือการไหล (Flow) ของข้อมูลสารสนเทศ (Information Flow) อาทิคำสั่งซื้อ การโต้ตอบทางไลน์หรืออีเมลหรือการโอนเงิน ซึ่งจะส่งผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และการส่งหรือการไหลของสินค้า ซึ่งรูปแบบการส่งสินค้า (Physical Flow) จะเป็นแบบแพ็คเกจหรือการส่งปริมาณมากและการส่งจำนวนน้อยชิ้นหรือปริมาณไม่มาก ซึ่งรูปแบบการขนส่งจึงขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าและความเร่งด่วนในการส่งมอบสินค้า ขณะที่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภคภายในประเทศ ได้ปรับโมเดลธุรกิจจาก Offline สู่ Online อย่างรวดเร็วบนแพลตฟอร์ม 'E-Commerce' และส่งผลต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์เห็นถึงโอกาสของการปรับโมเดลธุรกิจสู่ B2C (Business to Customer) ที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงนี้และกลายเป็น 'New normal' ในธุรกิจโลจิสติกส์ เนื่องจากการมีร้านค้าเพื่อให้บริการอาจถูกลดทอนความสำคัญลง

1. กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์

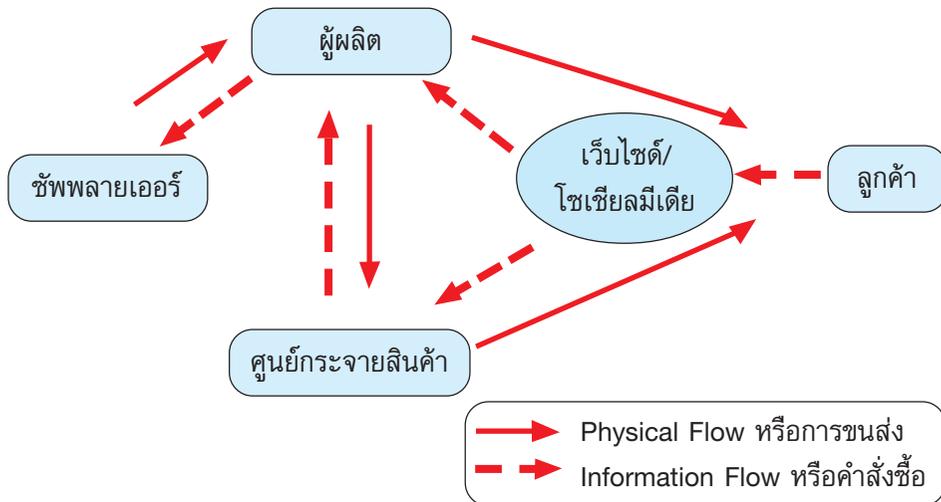
ผู้ประกอบการหลายรายพยายามปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสถานการณ์ดังกล่าว การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าต่างๆ อาทิ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์ใช้สอยในบ้านหรือสำนักงาน เป็นต้นผ่านทางระบบออนไลน์หรือผ่านโซเชียลมีเดียโดยมีบริการจัดส่งสินค้าจากทางร้าน ผ่านระบบขนส่งของเคอรี่ เอ็กเพรสหรือ Grab กลายเป็นหนึ่งในทางรอดที่มองเห็น แต่เพียงแต่การขนส่งสินค้าหรือการรับคำสั่งซื้อผ่านทางระบบออนไลน์ การประยุกต์ใช้ระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่ครบวงจร กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องพิจารณา



ภาพที่ 8 แบบจำลองการซื้อสินค้าแบบดั้งเดิม

จากภาพที่ 8 พบว่าโดยทั่วไป กระบวนการซื้อสินค้าแบบดั้งเดิมจะเริ่มต้นโดยลูกค้าจะเข้าไปซื้อสินค้าต่าง ๆ ตามร้านค้า (Retailer) ไม่ว่าจะเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือตั้งอยู่ทั่วไป เมื่อสินค้าหมดหรือลดน้อยลง ร้านค้าก็จะสั่งซื้อใหม่หรือสั่งซื้อเพิ่มเติมจากร้านค้าส่ง (Wholesaler) หรืออาจจะสั่งซื้อจากศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center-DC) ภายหลังจากที่ทำการสั่งซื้อแล้ว ทั้งร้านค้าหรือศูนย์กระจายสินค้าจะดำเนินการจัดส่งสินค้าไปเติมเต็มที่ร้านค้า อย่างไรก็ตาม เมื่อปริมาณสินค้าหรือสต็อกลดลง ร้านค้าส่งหรือศูนย์กระจายสินค้าก็จะทำการวางออเดอร์เพื่อส่งสินค้าไปยังโรงงานผลิตและโรงงานผลิตก็จะทำการจัดส่งสินค้าเพื่อเติมเต็มออเดอร์เหล่านั้น

ผลการศึกษาพบว่าภายใต้โมเดลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังร้านค้าและร้านค้าส่งไปยังร้านค้าส่งหรือศูนย์กระจายสินค้า และส่งต่อไปยังโรงงานผลิต รวมไปถึงซัพพลายเออร์ ข้อมูลของแต่ละผู้เล่นจะมีความซับซ้อนและผันผวนเนื่องจากผ่านผู้เล่นจำนวนมาก ขณะที่การจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าหรือผู้เล่นในแต่ละระดับ มีความซับซ้อนและซ้ำซ้อน ทำให้มีประเด็นปัญหาในการเรื่องการบริหารต้นทุนและเวลา รวมทั้งการเพิ่มคุณค่าในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าในแต่ละระดับ

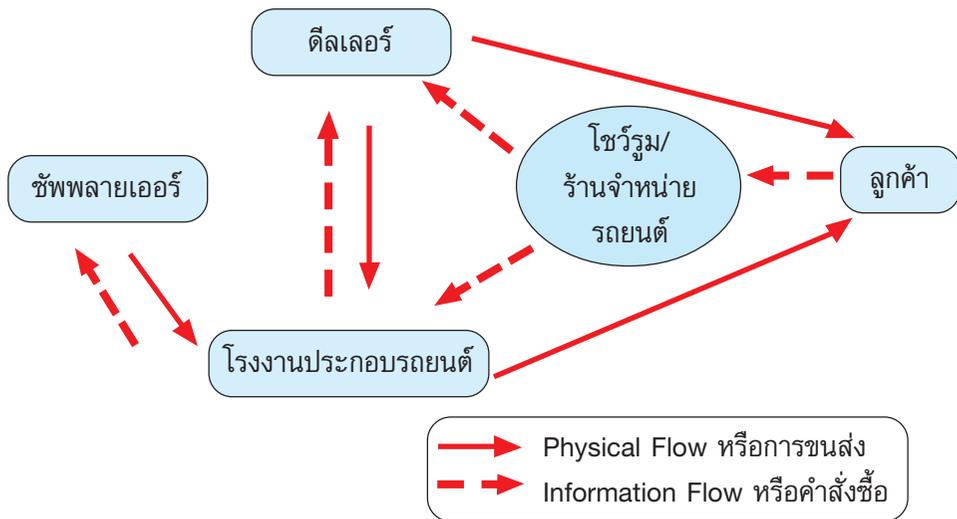


ภาพที่ 9 แบบจำลองการซื้อสินค้าออนไลน์ภายหลังโรคอุบัติใหม่ หรือโควิด-19

จากภาพที่ 9 พบว่าหลังการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อผู้เล่นต่าง ๆ ในซัพพลายเชน โดยพบว่าโมเดลของธุรกิจการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์จะได้รับความนิยมขึ้นมาทดแทนการซื้อสินค้ารูปแบบเดิม โดยจะเริ่มต้นโดยลูกค้าจะสืบค้นรายงานสินค้าและสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดียเข้าไปซื้อสินค้าต่าง ๆ หลังจากนั้นจะมีการชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์ บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต จากนั้นคำสั่งซื้อจะถูกส่งต่อไปยังผู้ผลิตหรือศูนย์กระจายสินค้า หลังจากการประมวลคำสั่งซื้อแล้ว ผู้ผลิตหรือศูนย์กระจายสินค้าจะส่งสินค้าไปยังลูกค้าโดยตรง โดยไม่ต้อง

ส่งกลับมาที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ ภายใต้โมเดลนี้ การส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังไปยังเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย หลังจากนั้น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียจะประมวลผลและส่งคำสั่งซื้อออนไลน์ไปยังผู้ผลิตหรือศูนย์กระจายสินค้าโดยตรงซึ่งจะทำการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง จะทำให้ลดเวลาในการส่งมอบ ลดความซับซ้อนและซับซ้อนของผู้เล่นในซัพพลายเชน (Baker et al., 2020)

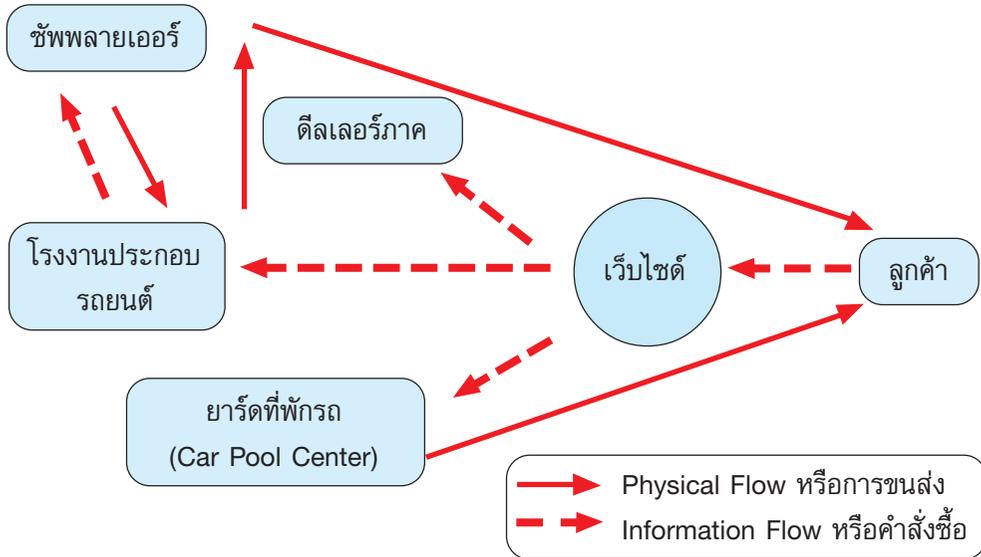
2. กรณีศึกษาธุรกิจจำหน่ายรถยนต์



ภาพที่ 10 แบบจำลองธุรกิจธุรกิจจำหน่ายรถยนต์แบบดั้งเดิม

จากภาพที่ 10 จะเริ่มต้นโดยลูกค้าจะเข้าไปซื้อรถยนต์ตามตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูมต่าง ๆ ซึ่งอาจจะพิจารณาจากยี่ห้อ โมเดล สีหรืออุปกรณ์ต่างๆเพิ่มเติม และเมื่อลูกค้าตัดสินใจเลือกได้แล้ว ดีลเลอร์จะส่งมอบรถยนต์ที่จอดอยู่ในโชว์รูมหรือในยาร์ดที่ตั้งอยู่ในหลังโชว์รูม ในบางกรณี ลูกค้าอาจจะสั่งซื้อรถยนต์โดยจองผ่านตัวแทนขาย เมื่อได้รับรถยนต์แล้วจึงโทรแจ้งลูกค้ามารับรถยนต์ไป ทั้งนี้ เมื่อรถยนต์ในโชว์รูมหรือตัวแทนขายหมดหรือลดน้อยลงตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูมก็จะวางคำสั่งซื้อเพิ่มเติมจากโรงงานประกอบรถยนต์ (Car Maker) ซึ่งอาจจะดึงรถยนต์ในสต็อกจากศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center-DC) มาเติมเต็มให้กับตัวแทนขาย ภายหลังจากที่ทำการสั่งซื้อแล้ว ทั้งโรงงานประกอบรถยนต์หรือศูนย์กระจายสินค้าจะดำเนินการจัดส่งสินค้าไปเติมเต็มที่ตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูม อย่างไรก็ตาม เมื่อปริมาณสินค้าหรือสต็อกลดลง ตัวแทนขายภาค (Dealer) หรือศูนย์กระจายสินค้าก็จะทำการวางออเดอร์เพื่อส่งสินค้าไปยังโรงงานผลิตและโรงงานผลิตก็จะทำการจัดส่งรถยนต์เพื่อเติมเต็มออเดอร์เหล่านั้น สุดท้ายเมื่อปริมาณสินค้าของโรงงานผลิตลดลง โรงงานผลิตก็จะทำการวางออเดอร์เพื่อสั่งซื้อชิ้นส่วนยานยนต์จากซัพพลายเออร์และซัพพลายเออร์ก็จะทำการจัดส่งชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับโรงงานประกอบรถยนต์เพื่อดำเนินการผลิตสินค้าต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า การส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังตัวแทนขาย (Dealer) หรือโชว์รูมและส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center-DC) และส่งต่อไปยังโรงงานประกอบรถยนต์ (Car Maker) รวมไปถึงซัพพลายเออร์ ข้อมูลของแต่ละผู้เล่นจะมีความซับซ้อนและผันผวนเนื่องจากผ่านผู้เล่นจำนวนมาก



ภาพที่ 11 แบบจำลองธุรกิจจัดจำหน่ายรถยนต์ภายหลังโรคอุบัติใหม่ หรือโควิด-19

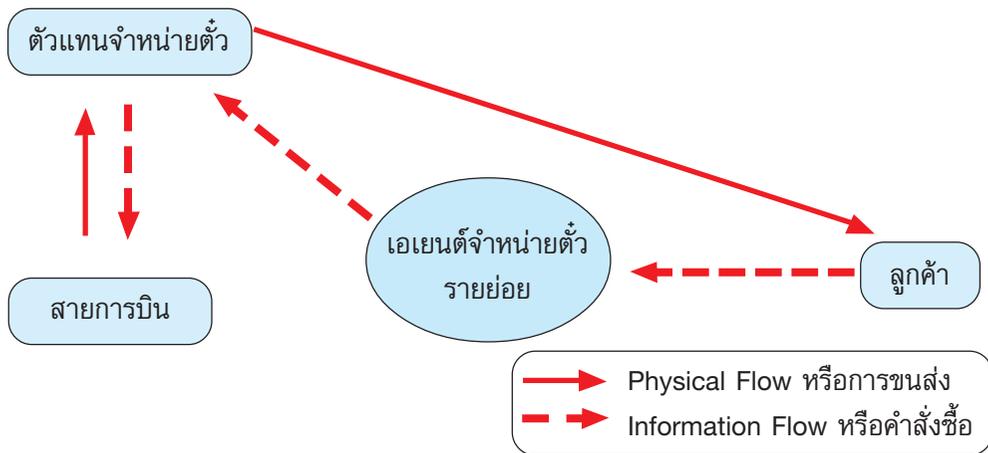
จากภาพที่ 11 พบว่าโมเดลธุรกิจจะเริ่มต้นโดยลูกค้าสามารถสืบค้นยี่ห้อ โมเดลรถ ออปชั่น รวมทั้งโปรโมชั่นของแต่ละค่ายรถได้จากเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย หลังจากนั้นก็เข้าไปซื้อรถยนต์ดังกล่าว โดยสามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆผ่านแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์ บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต จากนั้นคำสั่งซื้อจะถูกส่งต่อไปยังตัวแทนขายและยาร์ดที่พักรถ (Car Pool Center) หลังจากการประมวลคำสั่งซื้อแล้ว ตัวแทนขายและยาร์ดที่พักรถจะส่งสินค้าไปยังลูกค้าโดยตรง โดยไม่ต้องส่งกลับมาที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ ในกรณีที่ปริมาณสินค้าของยาร์ดที่พักรถหมดหรือลดลง ยาร์ดที่พักรถก็จะส่งข้อมูลปริมาณสต็อกแจ้งไปยังโรงงานประกอบรถยนต์เพื่อทำการเติมเต็มต่อไป

ทั้งนี้ การส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย หลังจากนั้น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียจะประมวลผลและส่งคำสั่งซื้อออนไลน์ไปยังตัวแทนขายและยาร์ดที่พักรถโดยตรงซึ่งจะทำการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง จะทำให้ลดเวลาในการส่งมอบ ลดความซับซ้อนและซับซ้อนของผู้เล่นในซัพพลายเชน โดยเฉพาะจะช่วยลดต้นทุนการดำเนินการโดยรวมลง

3. กรณีศึกษาธุรกิจการบิน

ภายใต้การออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินของรัฐบาล ทำให้ธุรกิจการบินของประเทศและทั่วโลกประสบปัญหาการให้บริการ เนื่องจากสำนักงานการ

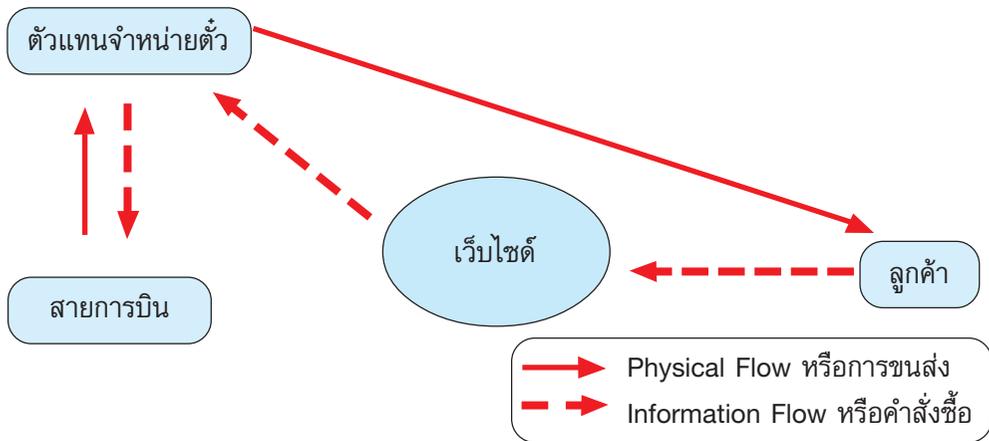
บินพลเรือนแห่งประเทศไทย ประกาศปิดสนามบินและขยายเวลาห้ามสายการบินทั่วโลกบินเข้าประเทศไทยจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2563 เพื่อป้องกันและควบคุมโรค COVID-19 โดยขณะนี้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกและประเทศไทยกำลังเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ (COVID-19) ซึ่งการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างใหญ่หลวง ทำให้ประชาชนหวาดกลัวและยกเลิกการเดินทาง ส่งผลให้ปริมาณนักท่องเที่ยวหดตัวอย่างรุนแรง อีกทั้งภายหลังจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 หรือ POSTCOVID-19 แล้วก็ยังคงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความหวาดกลัวหรือความไม่แน่ใจ ซึ่งภาคส่วนต่างๆอาจจะมีมาตรการต่าง ๆ อาทิ การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) หรือการใส่หน้ากากอนามัย ซึ่งอาจจะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่



ภาพที่ 12 แบบจำลองธุรกิจจัดจำหน่ายตัวเครื่องบินแบบดั้งเดิม

จากภาพที่ 12 พบว่าจะเริ่มต้นจากการที่ลูกค้าจะโทรศัพท์หรือติดต่อซื้อตัวเครื่องบินกับเอเจนต์จำหน่ายตัวรายย่อย หลังจากนั้นเอเจนต์รายย่อยจะสั่งซื้อตัวกับตัวแทนจำหน่ายตัวรายใหญ่ซึ่งจะมีโควตาจำนวนตัวเครื่องบินที่แน่นอนจากสายการบิน ซึ่งจะแบ่งขายให้กับเอเจนต์จำหน่ายตัวรายย่อยแต่ละราย เมื่อได้รับตัวเครื่องบินจากตัวแทนจำหน่ายตัวรายใหญ่แล้ว เอเจนต์จำหน่ายตัวรายย่อยจะส่งมอบตัวเครื่องบินให้กับลูกค้า

ภายใต้โมเดลดังกล่าวพบว่าการโทรศัพท์สั่งซื้อตัวหรือการส่งคำสั่งซื้อหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังเอเจนต์จำหน่ายตัวรายย่อยและเอเจนต์จำหน่ายตัวรายย่อยส่งไปยังตัวแทนจำหน่ายตัวรายใหญ่หรือส่งไปยังสายการบินในบางกรณีลูกค้ารายใหญ่หรือมีการสั่งซื้อตัวจำนวนมาก ข้อมูลของแต่ละผู้เล่นจะมีความซับซ้อนและผันผวนอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากความไม่แน่นอนของดีมานด์และตารางการบิน ดังนั้นเพื่อให้การบริหารข้อมูลดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรลดความซับซ้อนและจำนวนผู้เล่นในซัพพลายเชนให้สั้นลง



ภาพที่ 13 แบบจำลองธุรกิจจัดจำหน่ายตัวเครื่องบินภายหลังโรคอุบัติใหม่หรือโควิด-19

จากภาพที่ 13 พบว่าธุรกิจจัดจำหน่ายตัวเครื่องบินจะเริ่มต้นจากการที่ลูกค้าตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับวัน เวลาและตารางการบินเพื่อจะทำการจองตัวเครื่องบินผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน ทันทีที่มีการคอนเฟิร์มการจองตัวเครื่องบินแล้ว ข้อมูลการจองจะถูกส่งออนไลน์ไปยังเอเยนต์จำหน่ายตัวและสายการบิน ในกรณีปกติ สายการบินจะมีโควต้าที่นั่งและมอบหมายเอเยนต์จำหน่ายตัวแต่ละรายได้ดำเนินการจัดจำหน่ายและถ้าเป็นลูกค้ารายใหญ่หรือมีการซื้อจำนวนมาก ก็สามารถติดต่อซื้อตัวได้จากสายการบินโดยตรง โดยตัวเครื่องบินที่จองและได้รับการคอนเฟิร์มจะถูกส่งออนไลน์ไปให้ลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถสั่งปรินต์ตัวออกมาหรือใช้การสแกนผ่าน QR Code ณ ที่เคาเตอร์สนามบินได้เลย

ขณะที่การตรวจสอบ การจองตัวหรือสั่งซื้อตัวเครื่องบินผ่านเว็บไซต์หรือออนไลน์ จะทำให้มีการส่งข้อมูลหรือการไหลของข้อมูลของลูกค้าไปยังเอเยนต์จำหน่ายตัว โดยไม่จำเป็นต้องมีจำนวนเอเยนต์จำหน่ายตัวรายย่อยจำนวนมากซึ่งจะส่งผลให้เกิดต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น การใช้โมเดลดังกล่าวจะลดความซับซ้อนและผันผวนของข้อมูลจากความไม่แน่นอนของอุปสงค์และตารางการบิน ดังนั้นเพื่อให้การบริหารข้อมูลดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรลดความซับซ้อนของการไหลของข้อมูลและลดจำนวนผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทานให้สั้นลง ขณะที่การตรวจสอบที่นั่ง การจองตัวหรือการจัดส่งตัวเครื่องบินให้กับลูกค้าหรือผู้เล่นในแต่ละระดับได้ในทันทีหรือแบบ Real Time ซึ่งจะช่วยยกระดับความพึงพอใจในการบริหารต้นทุนและเวลา และเพิ่มความประทับใจให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการ (Baker et al., 2020)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ต่อระบบเศรษฐกิจ และจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโมเดลธุรกิจกรณีศึกษา ขณะที่หลายธุรกิจที่ไม่มีการปรับตัวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ธุรกิจและพฤติกรรมของลูกค้าจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้หรือขาดความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยที่สำคัญ

ของการปรับตัวและตอบสนองต่อโมเดลธุรกิจแบบใหม่คือการรู้และเข้าใจพลวัตของการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจของตน การตระหนักถึงผลกระทบของการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงความรู้และเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งนำสิ่งที่รู้นั้นไปปรับให้เหมาะสมกับธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมสมัย อาทิ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ทุนยนต์ บิ๊กดาต้าและปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้นให้สอดคล้องกับธุรกิจของตน การปรับกระบวนการผลิตและโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการนำเทคนิคหรือกลยุทธ์ด้านการผลิตหรือด้านโลจิสติกส์ที่เหมาะสมมาปรับใช้กับธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ผลการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปของการให้บริการโลจิสติกส์ในส่วนต่าง ๆ อาทิ ภาคขนส่งทางบกและทางอากาศ ภาคการจัดซื้อ เป็นต้น ซึ่งผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งในส่วนของภาคการขนส่ง ภาคการจัดส่งหรือคลังสินค้า รวมทั้งงานจัดซื้อ จะต้องปรับตัวไปตามรูปแบบพฤติกรรมของลูกค้าและพลวัตทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การดำเนินงานจะสะท้อนให้เห็นถึงการคิดเชิงวิเคราะห์ในธุรกิจมากยิ่งขึ้นและมีการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะและระบบข้อมูลสารสนเทศอัจฉริยะเพิ่มมากขึ้น ขณะที่ภาคแรงงานในภาคโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการหลังยุคโควิด-19 จะมีการปรับตัวโดยใช้แรงงานน้อยลงแต่มีทักษะที่หลากหลายและความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น การให้บริการโลจิสติกส์ภายในประเทศกับต่างประเทศจะแตกต่างกันโดยระบบโลจิสติกส์ในประเทศจะเป็นการขนส่งหรือจัดส่งน้อยแต่เพิ่มความถี่ มุ่งเน้นการตอบสนองลูกค้าแบบรายคน มากกว่าให้บริการแบบคราวละมาก ๆ รูปแบบการสั่งซื้อจะเปลี่ยนจากการสั่งซื้อเป็นครั้ง ๆ หรือการวางออเดอร์ที่ละครั้งมาเป็นการเติมเต็มสินค้า (Replenishing) หรือสั่งซื้อทีเดียวแต่ทยอยมาเติมสินค้า โดยสต็อกยังอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ขายหรือซัพพลายเออร์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงบริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในช่วงการระบาดของโควิด-19 และแนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจซึ่งได้ดำเนินการใน 3 ธุรกิจ โดยจะมุ่งเน้นการบริหารระบบโลจิสติกส์ซึ่งครอบคลุมการไหลของข้อมูลสารสนเทศ (Information Flow) และการไหลของสินค้า (Physical Flow) ซึ่งจะช่วยให้รู้และเข้าใจแนวทางการดำเนินงานและการปรับตัวของภาคเอกชนที่จะตอบสนองต่อการระบาดของโควิด-19 ดังนั้นการดำเนินการวิจัยในอนาคตจะมีสองประเด็นที่สำคัญโดยประการแรก ควรจะทำการวิจัยในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่สำคัญ และประการที่สองคือ ควรนำเอางานวิจัยครั้งนี้ต่อยอดไปทำการสำรวจเชิงปริมาณหรือโดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจทัศนคติหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจและแนวทางการปรับตัวของธุรกิจภายหลังการระบาดของโควิด-19 เพื่อจะทำให้เกิดภาพที่กว้างและลึกในการนำมาพัฒนาองค์ความรู้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในยุคหลังการระบาดของโควิด-19 ต่อไป

บรรณานุกรม

- ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านการวิจัยและวิชาการ. (2563). *จำนวนผู้โดยสารกับการใช้บริการขนส่งทางอากาศตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านการวิจัยและวิชาการ. (2563). *ปริมาณผู้สัญจรโดยรถยนต์ส่วนบุคคลกับระบบขนส่งสาธารณะกับการเดินทางเข้า-ออกกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือนมีนาคม 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ศูนย์เทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, และศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านการวิจัยและวิชาการ. (2563). *สถิติจำนวนผู้เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึง 30 มีนาคม 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2563). *การสรุปผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของอัตราการขยายตัวการสั่งของออนไลน์และประเภทของสินค้าออนไลน์ ก่อน-หลังการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด-19*. สืบค้น 10 มิถุนายน 2563, จาก <http://www.priceza.com>
- Alon, T., Doepke, M., Olmstead-Rumsey, J., & Tertilt, M. (2020). *The impact of COVID-19 on gender equality*. NBER Working Paper, 26914,1-37. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w26947>
- Baker, Scott R., Farrokhnia, R. A., Meyer, Steffen, Pagel, Michaela, & Yannelis, Constantine. (2020). *How does household spending respond to an epidemic? consumption during the 2020 COVID-19 pandemic*. NBER Working Paper No. 26949.
- Sekaran, Uma. (1992). *Research methods for business* (2nd ed.). New York: Wiley Press.
- Theppitak, T. (2007). *Logistics and supply chain management*. Bangkok: Expertnet Publishing.

หมอยาพื้นบ้าน: ความเชื่อการรักษาโรคโดยสมุนไพร
ของชุมชนบ้านสอง ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม

**FOLK MEDICINE PRACTITIONERS: BELIEF IN
HERBAL MEDICINAL TREATMENT IN BAAN SONG
COMMUNITY, TALAD SUB-DISTRICT, MUANG
DISTRICT, MAHASARAKHAM PROVINCE.**

Received: 10 February, 2021

Revised: 25 May, 2021

Accepted: 29 May, 2021

ชลดา จัดประกอบ*, อรุณรัตน์ แซ่อู่**, สุธิมา ศรีจันทร์***

Chonlada Judprakob*, Arunrat Saeou**, Suthima Srichan***

ณัฐพล นาทันตอง****, ไกรวิทย์ นรสาร*****

Nuttapon Nathuntong****, Kraiwit Norasan*****

*อาจารย์, สาขาการแพทย์แผนไทย, วิทยาลัยนครราชสีมา

*Lecturer, Department of Thai Traditional Medicine, Nakhonratchasima College

*Email: chonlada.jud@nmc.ac.th

**อาจารย์, สาขาการแพทย์แผนไทย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**Lecturer, Department of Thai Traditional Medicine, Dhurakij Pundit University

** Email: arunrat.sae@dpu.ac.th

***อาจารย์, สาขาการแพทย์แผนไทย, วิทยาลัยนครราชสีมา

***Lecturer, Department of Thai Traditional Medicine, Nakhonratchasima College

*** Email: suthima.s@nmc.ac.th

****นักวิชาการศึกษา พิพิธภัณฑสถานมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

****Educators, Mahasarakham University Museum, Division of research and academic service,
Mahasarakham University

****Email: nut_308spk@windowslive.com

*****นักวิชาการศึกษา พิพิธภัณฑสถานมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

*****Educators, Mahasarakham University Museum, Division of research and academic service,
Mahasarakham University

*****Email: kamkonrawit_2536@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเชื่อของคนในชุมชนที่มีผลต่อการรักษาโรคโดยใช้สมุนไพรพื้นบ้านและศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้ยาสมุนไพร การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล คือ หมอยาพื้นบ้านและคนในชุมชนบ้านสอง ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 6 ท่าน การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ โดยใช้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีการสอบถามและการบอกเล่าจากหมอยาพื้นบ้านในชุมชน โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและการสังเกตการณ์

ผลของการศึกษาพบว่า หมอยาพื้นบ้านของชุมชนบ้านสองให้การรักษาและดูแลสุขภาพของชาวชุมชนบ้านสองและบุคคลภายนอก มีแรงบันดาลใจจากการมีบรรพบุรุษเป็นหมอยาพื้นบ้าน ความรู้ที่ใช้ในการรักษาเกิดจากการจดจำรวมไปถึงการศึกษาตำรา ในการรักษาใช้วิธีการชั่งปริมาตรร่วมกับการตรวจจับร่างกาย โดยใช้ความรู้จากตำราร่วมกับสมุนไพรและมนต์คาถา ซึ่งหมอยาพื้นบ้านมีข้อห้าม เช่น ห้ามใช้ช้อนร่วมกับผู้อื่น ไม่โลภ เป็นผู้มีจิตใจบริสุทธิ์ รวมถึงเป็นผู้ทุ่มเทความรู้ความสามารถในการรักษาคนไข้ให้ดีที่สุดประหนึ่งเหมือนคนในครอบครัวของตน หมอยาพื้นบ้านของชุมชนบ้านสองเป็นผู้ที่มีการเรียนรู้ พัฒนาตำรายาให้มีความเหมาะสมในการรักษาโรค ด้วยความสัมพันธ์ของหมอยาพื้นบ้านกับชุมชนที่มีมาแต่บรรพบุรุษ ทำให้มีความผูกพันด้วยความเชื่อในจิตสำนึกและความศรัทธาที่มีมาแต่บรรพบุรุษ ทำให้หมอยาพื้นบ้านมีบทบาทอยู่จนถึงปัจจุบัน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมีประโยชน์และองค์ความรู้เพื่อที่จะพัฒนา ปรับเปลี่ยน ประยุกต์การใช้ตัวยาสสมุนไพรหรือรูปแบบการรักษาที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย

คำสำคัญ: หมอยาพื้นบ้าน การรักษาโรค สมุนไพร

Abstract

This article aimed to explore a traditional belief affecting herbal medication and studied the changing herb usage pattern. This study is qualitative research. The informant was a folk medicine practitioners residing in Baan Song community, Talad sub-district, Muang district, Mahasarakham province. The data collection was conducted through a semi-structured interview.

The findings have shown that the local medical doctor of the community was motivated by his ancestors. Knowledge in medication has been collected from generation to generation's memory and herb textbooks. The medication process started from asking the patient's biodata and physical checking. The medication

applied herb knowledge and incantation. However, there is a taboo for the local medical doctor; for example, he could not share a spoon with other people. Additionally, he must be a fair minded and non-greedy person who is willing to cure his patient the best as he or she is a family member. The local medicine doctor is needed to be an active learner who is willing to develop herb medication. With a traditional belief through the ancestors and a long-established relationship between the local medical doctor and the community, the local medical doctor still plays a prominent role in the community. Therefore, this study may contribute a body of knowledge in herb medication, and local medication's changing method.

Keywords: Folk Medicine Practitioners, Herbal Medicinal Treatment, Folk Medicine

บทนำ

การแพทย์พื้นบ้านนับเป็นส่วนหนึ่งของภูมิปัญญาด้านสุขภาพของท้องถิ่น และเป็นการดูแลสุขภาพของกลุ่มชนหรือชาติพันธุ์ โดยมีการใช้ความรู้ที่สืบทอดกันมาในชุมชนท้องถิ่นที่มีความสอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม และทรัพยากรของท้องถิ่นนั้นๆ ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นบทบาทการดำรงอยู่ของการแพทย์พื้นบ้านในการมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพชุมชน (กระทรวงสาธารณสุข, 2562) หมอยาพื้นบ้านเป็นบุคคลซึ่งมีความรู้ความสามารถในการส่งเสริมและดูแลสุขภาพของประชาชนในท้องถิ่น ด้วยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยตามวัฒนธรรมของชุมชนสืบทอดต่อกันมา เป็นที่นิยมยกย่องจากชุมชนโดยมีประชาชนในหมู่บ้านและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หมอยาพื้นบ้านสามารถให้การช่วยเหลือผู้ป่วยได้ดีทัดเทียมกับแพทย์แผนปัจจุบัน เพราะหมอยาพื้นบ้านมีชีวิตความเป็นอยู่ทางวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับชาวบ้าน จึงมีความเข้าใจและสื่อสารกับคนไข้ได้ดีและเป็นกันเอง เพราะผู้ป่วยที่มารักษาต้องการหมอที่มีความเข้าใจมากกว่าหมอที่ทำการรักษาโรคได้เพียงอย่างเดียว จึงเป็นจุดสำคัญที่ชาวบ้านยอมรับและนิยมไปรักษา (ทิพย์วารี สงนอกและนนทียา จันท์เนตร์, 2561)

ชุมชนบ้านสอง ปัจจุบันอยู่ในเขตการปกครองของเทศบาลเมืองมหาสารคาม แบ่งการปกครองออกเป็น 2 หมู่บ้าน คือบ้านสองเหนือและบ้านสองใต้ ตามประวัติศาสตร์ชุมชนจากคำบอกเล่า เล่าว่า ราว 70 ปีก่อนการตั้งเมืองมหาสารคาม ในปี 2339 มีบุคคล 5 ท่าน เดินทางมาจากเมืองสุวรรณภูมิ (อำเภอสุวรรณภูมิในปัจจุบัน) จังหวัดร้อยเอ็ด ได้เดินทางพาครอบครัวและชาวบ้านอีก 18 ครอบครัว มาตั้งหลักปักฐานอยู่บริเวณระหว่างเดินคลีกับท่าลิ้มริมห้วยคะคาง ด้วยเห็นว่าบริเวณดังกล่าวมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ด้วยแหล่งน้ำ ต่อมาราวปี 2349 เกิดการระบาดของโรคทำ ทำให้คนในหมู่บ้านทั้งหมดอพยพจากบริเวณท่าลิ้มริมห้วยคะคางหนีมาตั้งชุมชนใหม่บริเวณที่มีป่าหนาดเป็นจำนวนมาก เพราะว่าสรรพคุณของใบหนาดมีฤทธิ์ในการแก้ท้องร่วงและสามารถช่วยบรรเทาอาการเจ็บไข้จากโรคทำได้ จึงตั้ง

หมู่บ้าน ณ สถานที่ดังกล่าว และให้ชื่อชุมชนใหม่ว่าบ้านเหล่าหนาด แต่ที่ตั้งบ้านในชุมชนมีพื้นที่ทางไกลแหล่งน้ำ ผู้นำของหมู่บ้านจึงต้องอาศัยความเชื่อด้านมนต์คาถาในการหาแหล่งน้ำ ด้วยการไปเชิญหมอลำสองมาทำพิธีสองหาน้ำ โดยการเสี่ยงไขหาน้ำ หากไขที่เสี่ยงแตกบริเวณที่แห่งใดบริเวณนั้นจะมีน้ำ หมอลำสองจึงทำพิธีสองหาเรื่อยมาจนถึงบริเวณดอนปู่ตาปัจจุบัน จึงได้พากันขุดลงไป แต่ก็ไม่มีน้ำออกมา หมอลำสองจึงให้ไปเชิญน้ำจากลำห้วยท่าแร่ม้า เมื่อทำพิธีเชิญน้ำมาจึงมีน้ำไหลออกจากบริเวณบ่อน้ำ ด้วยเหตุนี้เอง บ้านสองจึงได้เปลี่ยนชื่อจากบ้านเหล่าป่าหนาดเป็นบ้านสองมาจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุที่สองหาน้ำเพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภค จากภูมิปัญญาในการหาที่ตั้งชุมชนเพื่อให้ปลอดภัยจากโรคระบาดมาอยู่บริเวณที่มีตัวยาในการรักษาโรค และความเชื่อพิธีกรรมในการหาน้ำของคนในชุมชนบ้านสองในอดีต จะเห็นได้ว่าวิถีของชุมชนในอดีตมีความผูกพันกับความเชื่อและตัวยาที่เกิดขึ้นในธรรมชาติ จึงเป็นสาเหตุในการที่คนบ้านสองเมื่อมีความเจ็บไข้ได้ป่วยแล้วจะเดินทางไปหาปราษฎณ์ในชุมชนที่รู้เรื่องสมุนไพรในการรักษาโรคในการบอกตัวยาตรวจอาการ จนได้รับการยกย่องว่าเป็นหมอยาพื้นบ้านของชุมชน และก็ยังคงใช้การรักษาเช่นนี้เรื่อยมาจนระบบทางการแพทย์มีความเจริญก้าวหน้า คนในชุมชนก็ยังคนเลือกใช้การรักษาแบบแผนปัจจุบันกับแบบโบราณควบคู่กันไปด้วยเหตุที่การรักษาแบบปัจจุบันคือการรักษาทางกายส่วนการรักษาแบบแผนโบราณคือการเยียวยาทางจิตใจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเชื่อของคนในชุมชนที่มีผลต่อการรักษาโรคโดยใช้สมุนไพร
2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้สมุนไพร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องหมอยาพื้นบ้านในครั้งนี้จะใช้แนวคิดประกอบการศึกษาซึ่งแนวคิดที่ประกอบการวิจัยหลักคือแนวคิดเรื่องความเชื่อ ประกอบกับใช้แนวทางการวิจัยจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

มนุษย์กับความเชื่อในเรื่องพลังอำนาจเหนือธรรมชาติดูเหมือนว่าจะไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ทั้ง ๆ ที่โลกมนุษย์ในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านวิทยาศาสตร์ ด้านคมนาคมที่มีการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงถึงกันทั่วโลกด้วยพลังของโลกาภิวัตน์ และด้านสาธารณสุข แต่ถึงแม้ว่าโลกจะพัฒนาก้าวหน้าไกลเพียงใดแต่ก็ยังมีสิ่งหนึ่งที่ติดตรึงอยู่กับมนุษย์จนไม่สามารถแยกออกจากกันได้นั้นคือความเชื่อในเรื่องพลังอำนาจเหนือธรรมชาติ โดยความเชื่อทั้งหลายเหล่านี้มนุษย์ได้นำมาตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการดำเนินชีวิตให้มีความมั่นคงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านความสงบสุขในสังคม ด้านการทำมาหากินและการประกอบอาชีพ และด้านสุขภาพการสาธารณสุขเจ็บไข้ได้ป่วย ซึ่งนับตั้งแต่อดีตตราบจนถึงปัจจุบันการสร้างพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ในโลกทัศน์ความเชื่อเรื่องผีหรืออำนาจลี้ลับศักดิ์สิทธิ์ยังคงมีหลงเหลืออยู่ในทุกอณูของคนในภาคอีสาน อันเนื่องมาจากความเชื่อนี้ผูกพันอย่างแนบแน่นกับวิถี

การดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ ในการการสืบทอดความรู้ทางภูมิปัญญาในการรักษาสุขภาพ เป็นการที่ได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษ ถึงแม้ว่าปัจจุบันระบบการแพทย์แผนใหม่ จะก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีทางด้านการรักษาสุขภาพเพียงใดก็ตามแต่ก็ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ ความเชื่อด้านการรักษาสุขภาพทางด้านจิตใจของคนอีสาน (เบญจภักดิ์ เจริญมหาวิทยาลัย, 2563) ความเชื่อ คือ การยอมรับอันเกิดอยู่ในจิตสำนึกของมนุษย์ต่อพลังอำนาจเหนือธรรมชาติที่เป็น ผลดีหรือผลร้ายต่อมนุษย์ สังคมมนุษย์ แม้ว่าพลังอำนาจเหนือธรรมชาติเหล่านั้นไม่สามารถที่ จะพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริง แต่มนุษย์ในสังคมหนึ่งยอมรับและให้ความเคารพเกรงกลัว สิ่งเหล่านั้นเรียกว่าความเชื่อ ฉะนั้นความเชื่อจึงมีขอบเขตกว้างขวางมากไม่เพียงแต่จะหมายถึง ความเชื่อในเรื่องดวงวิญญาณทั้งหลาย ภูตผี คาถาอาคม โขคลาง ไสยเวทย์ต่างๆ ยังรวมไปถึงปรากฏการณ์ธรรมชาติที่มนุษย์ยอมรับนับถือ เช่น ต้นไม้ ต้นโพธิ์ ป่าเขา (ธวัช ปุณโณทก, 2528)

ความเชื่อ คือ ความรู้สึกที่คล้อยตาม หรือเห็นด้วย หรือเห็นเป็นจริงเช่นนั้น ด้วย ความเชื่อของมนุษย์ส่วนมากเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ เมื่อสิ่งที่เกิดขึ้น นั้นมีผลต่อวิถีชีวิตมนุษย์ทั้งในทางให้คุณประโยชน์และให้โทษ แล้วมนุษย์ไม่สามารถค้นหา สาเหตุมาอธิบายหรือไม่สามารถค้นพบคำตอบในสิ่งที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติได้ ทำให้เกิดความ หวาดกลัวธรรมชาติ จึงพยายามสร้างจินตนาการเพื่อจะได้นำมาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ด้วยพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความเชื่อนั้น ๆ โดยความเชื่อเหล่านั้นได้ปฏิบัติสืบทอดกันมา ตั้งแต่บรรพบุรุษถึงรุ่นลูกหลาน ความเชื่อเหล่านั้น ถ้าหากมีนำไปปฏิบัติสืบทอดกันอย่างต่อ เนื่องและยาวนาน ก็จะกลายเป็นพิธีกรรมตามความเชื่อ และจะถูกนำมากล่าวอ้าง ในที่สุดจะ ค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนไปเป็นพิธีกรรมประเพณี และธรรมเนียมปฏิบัติที่หลากหลายจนถึงปัจจุบันนี้ ดังนั้น ความหมายของความเชื่อ น่าจะมีความหมายถึง “สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีมนุษย์ได้ให้การยอมรับ นับถือทั้งที่มีให้เห็นปรากฏเป็นตัวเป็นตนมีอยู่จริงหรือไม่ปรากฏเป็นตัวตน และการยอมรับนับถือนี้ อาจจะมีหลักฐานที่สามารถพิสูจน์ได้หรืออาจจะไม่มีหลักฐานที่จะพิสูจน์ให้เห็นเป็นจริงเกี่ยวกับ สิ่งนั้นเลยก็ได้” (กระทรวงวัฒนธรรม, 2552)

การประกอบพิธีกรรมการรักษาโรคของหมอพื้นบ้านเป็นการนำคติชนมาใช้ในบริบท ของการสื่อสารการแสดงรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นแนวทางการศึกษาที่ให้ความสำคัญได้แก่ คติชนใน ฐานะเหตุการณ์และการสังสรรค์สัมพันธ์ในรูปแบบการแสดงที่มีการสื่อความหมายมีการใช้ ถ้อยคำเป็นสัญลักษณ์ โดยสาระความหมายและความเป็นตัวเป็นตนของคติชนอยู่ที่เหตุการณ์ การสื่อความหมายและชายของการสื่อความหมายในสังคม นอกจากนี้ การประกอบพิธีกรรม รักษาโรคของหมอพื้นบ้านยังน่าสนใจ ในแง่สัญลักษณ์ในพิธีกรรม ซึ่งในมุมมองของหมอพื้น บ้านการประกอบพิธีกรรมรักษาโรคถือเป็นการช่วยเหลือผู้ป่วยซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเครือญาติ หรือญาติมิตรในชุมชน เป็นการแสดงน้ำใจ อีกทั้งยังถือว่าเป็นการทำบุญกุศลเพราะได้ช่วย เหลือเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน โดยการรักษาจะไม่ได้คิดค่ารักษาแต่จะคิดเพียงค่าครุภัณฑ์เล็กน้อย ซึ่งเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของหมอพื้นบ้านทุกคน อีกทั้งพิธีกรรมยังมีการลงคาถาเพื่อเป็นการ สร้างความมั่นคงทางจิตใจ การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน และการสืบทอดความ เชื่ออีกด้วย (ปานวาด มากนวล, 2557)

หมอยาพื้นบ้าน เป็นการดูแลสุขภาพชุมชนแบบพื้นบ้านที่คู่กับสังคมไทย ซึ่งมีความหลากหลายเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละสังคม วัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์ และรูปแบบการรักษาทั้งการใช้ยาสมุนไพร การนวด การเป่า ตลอดจนการรักษาโดยทางจิตใจโดยใช้พิธีกรรมหรือคาถาต่าง ๆ สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านการรักษาสุขภาพ และความเจ็บป่วยของประชาชนได้เป็นอย่างดี (อนุวัฒน์ วัฒนพิชญากุล, 2548)

การรักษาโดยสมุนไพรส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากบรรพบุรุษ ทั้งนี้มีการสืบทอดความรู้หลากหลายวิธีด้วยกัน วิธีที่ใช้ในการสืบทอดมากที่สุดคือการจดจำจากการติดตามบรรพบุรุษที่ไปให้การรักษาชาวบ้านในชุมชน รวมถึงการจดบันทึกและการศึกษาด้วยตนเองสำหรับการวินิจฉัยอาการของคนไข้ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการตรวจร่างกาย ชักประวัติ หลังจากนั้นจึงให้การรักษาด้วยสมุนไพรซึ่งมีอยู่หลายรูปแบบ จากงานวิจัยของ กรุณา จันทุมพบว่า สมุนไพรอย่างเดียวน่ามากที่สุด รองลงมาคือใช้สมุนไพรร่วมกับเวทมนต์ และใช้สมุนไพรร่วมกับไสยศาสตร์โหราศาสตร์ (กรุณา จันทุม, 2561)

รูปแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสมุนไพรจังหวัดมหาสารคาม พบว่า สภาพภูมิปัญญาหมอยาพื้นบ้านสมุนไพร มีรากฐานมาจากการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษด้านการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ซึ่งใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและคาถาตามความเชื่อชาตที่แตกต่างออกไป โดยการนำพืชสมุนไพรที่สำคัญในท้องถิ่นที่มีสรรพคุณมาผ่านกระบวนการที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน อีกทั้งยังมีการให้รูปแบบยาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแก้อาการหรือรักษาโรคทางกายและใช้คาถาเพื่อการรักษาโรคทางใจ ประกอบด้วยยาฝน ยาต้ม ยาลูกกลอน และยาทา (ทิพพา ลุนเผ่, วัชรินทร์ สุทธิชัย, และเสาวลักษณ์ นิกรพิทยา, 2562)

นอกจากการรักษาที่สืบทอดต่อกันมาหมอยาพื้นบ้านยังต้องมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน อีกทั้งต้องเลือกวิธีการรักษาให้เหมาะกับสาเหตุของผู้ป่วยแต่ละคน ประกอบกับมีการผสมผสานแนวคิดเชื่อมโยงกันระหว่างธรรมชาติและสิ่งเหนือธรรมชาติ ในกระบวนการรักษาความเจ็บป่วยของผู้คนจะใช้ทรัพยากรจากในชุมชน ความเชื่อพิธีกรรมภายในชุมชนเป็นหลักในการรักษา เช่น การใช้ยาสมุนไพรผสมผสานกับวิธีเป่ามนต์คาถา (สุพัฒน์ ศรีสวัสดิ์, พนม สุขจันทร์, จารุวรรณ ประดับแสง, และสมนึก ลิ้มเจริญ, 2556)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล คือ หมอยาพื้นบ้าน ชุมชนบ้านสองและคนในชุมชนบ้านสอง ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยใช้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีการสอบถามและการบอกเล่าจากหมอยาพื้นบ้านในชุมชน โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและการสังเกตการณ์ เนื่องจากเพื่อให้การพูดคุยเกิดความเป็นกันเองไม่เคร่งครัดในขั้นตอน อีกทั้งยังลดความตึงเครียดของผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ของผู้วิจัยจำนวน 3 คน ประกอบด้วยผู้วิจัยสายทางแพทยแผนไทย 1 ท่าน และ ผู้วิจัยสายมนุษยศาสตร์ 2 ท่าน ทำการสัมภาษณ์โดยผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอมให้ข้อมูล ซึ่งมีการสัมภาษณ์ประกอบด้วยหมอยาพื้นบ้าน 6 คน ได้แก่ 1) นายเจิมพงศ์ ลินทริก อายุ 72 ปี สัมภาษณ์ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2564 เวลา 13.00-15.30 น. 2) นางวัลภา ลินทริก อายุ 70 ปี สัมภาษณ์ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2564 เวลา 13.00-15.30 น. 3) นางสุนันทา แสงอ่อน อายุ 65 ปี สัมภาษณ์ วันที่ 30 มกราคม 2564 เวลา 13.00-13.50 น. 4) นายจำเริญ วงศ์ชาติ อายุ 69 ปี สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2564 เวลา 14.00-14.40 น. 5) นางบุญเย็น ศรีสารคาม อายุ 59 ปี สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2564 เวลา 08.40-09.40 น. และ 6) นายปรีชา มาจันทร์ อายุ 78 สัมภาษณ์วันที่ 31 มกราคม 2564 เวลา 09.40-10.40 น.

การสัมภาษณ์เชิงลึก คือ การลงพื้นที่สัมภาษณ์หมอยาพื้นบ้านและประชาชนในชุมชนบ้านสอง โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ ความเชื่อของคนในชุมชนที่มีผลต่อการรักษาโรคโดยการใช้สมุนไพร และผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้สมุนไพร

นอกจากนี้การศึกษายังได้ใช้ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) โดยผู้วิจัยได้ทำการเฝ้าสังเกตการณ์ การรักษาโรคระหว่างหมอยาพื้นบ้าน และผู้ป่วยที่มาทำการรักษา โดยเริ่มจากการสอบถามอาการ การวินิจฉัยของหมอยาพื้นบ้าน การรักษาทุกขั้นตอนและการเตรียมยาให้ผู้ป่วยกลับไปรักษาตัว ณ ที่พักอาศัย มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเคราะห์ผลการศึกษาต่อไป

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลศึกษาความเชื่อของคนในชุมชนที่มีผลต่อการรักษาโรคโดยการใช้สมุนไพร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

หมอยาพื้นบ้านของชุมชนบ้านสอง ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีชื่อนายเจิมพงศ์ ลินทริก อายุ 72 ปี เริ่มต้นการเป็นหมอยาด้วยการได้เข้ามาอยู่ในครอบครัวของภรรยาซึ่งบิดาของภรรยาเป็นหมอยาพื้นบ้านที่รักษาคนป่วยทั้งในชุมชนและจากนอกชุมชน จากการได้เห็นถึงจำนวนผู้คนที่เข้ามารับการรักษาที่มีจำนวนมากประกอบกับการเข้ามาช่วยงานในการดูแลรักษาผู้ป่วย จึงทำให้ตัดสินใจที่จะสืบทอดการรักษาโรคด้วยสมุนไพร ต่อจากบิดาของภรรยา โดยการเข้ามาเป็นผู้ช่วยในการหาสมุนไพรในการรักษาโรค การฝนตัวยาเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการรักษาผู้ป่วย ผลของการได้ดูและได้สัมผัสทำให้เกิดการเรียนรู้วิธีการในการรักษา จดจำตัวยาที่ใช้ในการรักษา เหตุนี้เองที่ทำให้คุณตาเจิมพงศ์ได้รับความไว้วางใจจากบิดาภรรยา ในการรับช่วงต่อจากตนในการเป็นหมอยาเพื่อรักษาผู้ป่วยในรุ่นต่อมา

ความเชื่อเป็นวัฒนธรรมของมนุษย์ที่มีการยึดถือสืบต่อกันมา เมื่อมนุษย์มีความเชื่อในสิ่งใดแล้ว ไม่ว่าสิ่งนั้น จะพิสูจน์ได้หรือไม่ได้ก็ตาม ความเชื่อของคนในท้องถิ่นได้รับการ

ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนเกิดเป็นวัฒนธรรมชุมชนและมีอิทธิพลต่อมนุษย์อย่างมาก (จิราภรณ์ ภัทรภานุภัทร, 2528) เพราะความเชื่อเป็นสิ่งเหนือธรรมชาติย่อมมีอิทธิพลกับชีวิตมนุษย์ ความเชื่อลักษณะนี้หมายถึงความเชื่อในพลังอำนาจที่จะบันดาลให้เกิดพลังเปลี่ยนแปลง ซึ่งการรักษาโรคด้วยสมุนไพรแบบโบราณนั้นไม่สามารถตัดขาดจากความเชื่อได้ทั้งความเชื่อของหมอสมุนไพร และความเชื่อของผู้รักษาโรคด้วยสมุนไพร ดังที่ ธวัช ปุณโณทก ได้กล่าวไว้ว่าการยอมรับอันเกิดอยู่ในจิตสำนึกของมนุษย์ต่อพลังอำนาจเหนือธรรมชาติที่เป็นผลดีหรือผลร้ายต่อมนุษย์ สังคมมนุษย์ แม้ว่าพลังอำนาจเหนือธรรมชาติเหล่านั้นไม่สามารถที่จะพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริง แต่มนุษย์ในสังคมหนึ่งยอมรับและให้ความเคารพเกรงกลัวสิ่งเหล่านั้น เรียกว่าความเชื่อ (ธวัช ปุณโณทก, 2528)

การเป็นหมอพื้นบ้านมีความเชื่อที่เป็นตัวสำคัญอยู่สองประการ ประการแรกคือความเชื่อเรื่องยาสมุนไพร ซึ่งสมุนไพรเหล่านี้สามารถหาได้ในป่าภายในท้องถื่นของจังหวัดมหาสารคาม การเป็นหมอสมุนไพรต้องเดินทางไปหาพืชสมุนไพรตามตำรา ซึ่งพืชสมุนไพรที่ใช้ส่วนมากอยู่ในพื้นที่ของป่า หมอยาเชื่อว่าป่าแต่ละแห่งมีผู้ดูแลรักษาจะนั้นก่อนเข้าป่าหมอจึงต้องทำพิธีบอกกล่าวผู้ดูแลป่าก่อนเข้าไปเก็บสมุนไพร นอกจากความเชื่อเรื่อง เจ้าของป่าแล้วการเดินทางเข้าไปเก็บสมุนไพรสามารถทำได้เฉพาะวันอังคารถึงวันอาทิตย์เท่านั้น ส่วนวันจันทร์เป็นวันต้องห้ามสำหรับหมอของชุมชนบ้านสอง เพราะตามตำราบอกว่าเป็นวันที่ธาตุอ่อน และวันที่ต้องห้ามในการเก็บสมุนไพรอีกวันหนึ่งคือ ต้องไม่เป็นวันแรม 14 ค่ำ ซึ่งภาษาท้องถิ่นเรียกว่า วันดับ เพราะมีความเชื่อว่าสมุนไพรที่ไปเก็บจะสูญเสียพลังหรือไม่เกิดอีกเลย และจะส่งผลให้ไม่สามารถเก็บยาสมุนไพรครั้งต่อไปได้อีก อีกทั้งยังต้องไม่ให้เงาของผู้เก็บสมุนไพรบังต้นสมุนไพรในขณะที่เก็บด้วยยา เช่น หากไปตอนเช้าให้หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ขณะเก็บ หากไปช่วงบ่ายให้หันหน้าไปทางทิศตะวันตก การขุดด้วยยาจะต้องขุดให้ถึงราก เมื่อถึงรากแล้วจะต้องตั้งขึ้นมาครั้งเดียวเท่านั้น และจะมีการบริกรรมคาถาตามตำรา จากนั้นจึงเก็บด้วยยาเข้าในยาม ตัวยาสำคัญที่หมอสมุนไพรชุมชนบ้านสองใช้คือปลาไหลเผือก ซึ่งใช้ในการขับน้ำ ขับปัสสาวะ ซึ่งแตกต่างจากที่อื่นที่ใช้รักษาโรคปวดเมื่อยตามร่างกาย

ประการที่สองความเชื่อเรื่องมนต์คาถา นอกจากการเก็บด้วยยาที่ต้องใช้คาถาตามตำราแล้ว ในการรักษาโรคแต่ละครั้งหมอพื้นบ้านก็มีมนต์คาถาที่เป็นสิ่งควบคู่กันกับสมุนไพรที่ใช้ในการรักษา โดยก่อนการรักษาโรคผู้รักษาต้องมีการยกเครื่องบูชาซึ่งประกอบด้วย “เหล้าก่องไขหน่วย ซีนี่น ผ้าวา กวยน้อย 4 อย่าง เงินอีก 6 บาท” (ภาษาอีสาน) แปลว่า เหล้าหนึ่งขวด ไขหนึ่งฟอง ต้มน้ำหนึ่งฟืน ผ้าวาเปรี้ยวหนึ่งวา กรวยใส่ดอกไม้ หมา กพลู บุหรี่ และเงินหกบาท เป็นเครื่องบูชาก่อนรักษา จากนั้นจะทำการตรวจโดยการถามที่อยู่ อาหาร น้ำดื่ม อาการโดยรวม แล้วจับชีพจรตรงข้อมือและต้นคอพร้อมกัน จากนั้นตรวจบริเวณท้องเพื่อวินิจฉัยโรค จากการสัมภาษณ์พบว่าหมอพื้นบ้านต้องเป็นผู้มีความรอบรู้เรื่องท้องถื่นต่างๆ ซึ่งจะทำให้สามารถวิเคราะห์เรื่องอาหาร น้ำดื่ม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้สามารถทำให้เกิดโรคได้ เช่น ชุมชนไหนตั้งอยู่บริเวณแหล่งน้ำเค็มอาจส่งผลต่อไต แหล่งไหนน้ำไม่สะอาดอาจมีโอกาสในเกิดโรคนี้นั้น เป็นต้น เมื่อวิเคราะห์และวินิจฉัยโรคแล้ว หมอพื้นบ้านจะทำการจัดยาโดย

การนำตัวยามาฝนใส่น้ำดื่มเพื่อให้ผู้ป่วยดื่ม เมื่อขณะฝนยากก็จะทำการบริการรถคาถาของแต่ละโรคซึ่งจะมีคาถาที่แตกต่างกันออกไป หลังจากนั้นจะให้คนใช้น้ำตัวยาไปฝนรับประทานที่บ้านอีก หากหายเป็นปกติหรืออาการดีขึ้นต้องกลับมายกเครื่องบูชาอีกครั้งหนึ่งเพื่อเป็นการขอบคุณ แต่ภายหลังผู้ป่วยบางคนไม่ค่อยยกเครื่องบูชาเพราะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและบางท่านต้องเดินทางมาไกล จึงไม่สามารถหาเครื่องบูชาได้ ทำให้ไม่มีการยกเครื่องบูชายกเว้นกรณีมีอาการของผู้ป่วยสาหัส การรักษาโรคของหมอยาพื้นบ้านของชุมชนบ้านสองนอกจากจะรักษาคนในชุมชน คนจากภายนอกชุมชนที่เดินทางมารักษาที่บ้านแล้ว ยังมีการเดินทางไปรักษานอกสถานที่ ซึ่งถูกเชื่อเชิญโดยญาติของผู้ป่วยที่เดินทางมาที่บ้านและบอกอาการของผู้ป่วยที่จะรักษา โดยผู้ป่วยนั้นส่วนมากจะไม่สามารถเดินทางมาเองได้ หมอยาพื้นบ้านบ้านสองเป็นบุคคลที่มีความเมตตาจึงเดินทางไปรักษาให้ถึงที่บ้านและจัดเตรียมยาให้ด้วย ซึ่งหมอยาพื้นบ้านจะเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์เพื่อไปรักษาพื้นที่ต่าง ๆ เช่น มุกดาหาร อุดรธานี กาฬสินธุ์ บึงกาฬ เป็นต้น จากการชื่อเสียงของหมอยาพื้นบ้านผู้นี้ ทำให้ชาวบ้านที่ทราบข่าวเดินทางมารวมตัวกันในสถานที่ที่หมอยาพื้นบ้านเดินทางไปเพื่อจะมารักษาโรค จากการสัมภาษณ์คนในชุมชนที่เคยรักษากล่าวว่า “หลังจากมีอาการเจ็บป่วยจึงเดินทางไปพบแพทย์แผนปัจจุบัน พอรักษาด้วยการทานยาแล้วไม่หายเป็นปกติ จึงไปหาหมอยาพื้นบ้านได้ตรวจอาการได้รับยาสมุนไพรมาทาน อาการเริ่มดีขึ้น ไม่น่าเชื่อว่าเป็นเพราะยาสมุนไพรหรือเพราะยาแผนปัจจุบัน แต่สิ่งที่ได้จากหมอยาสมุนไพรแน่ๆ คือกำลังใจและความใกล้ชิดเหมือนคนในครอบครัว”

การรักษาโรคต่าง ๆ ยังมีข้อห้ามหรือที่ภาษาอีสานเรียกว่า ข้อชะล่า ที่ต้องถือปฏิบัติตามอย่าง 1. ไม่ใช่ช้อนกินข้าวร่วมกับผู้อื่น เพราะเชื่อว่าจะทำให้ของรักษาหรือมนต์ที่ใช้รักษาโรคให้คนไข้เสื่อมถอยลง 2. ต้องเป็นผู้ที่รักษาคนไข้ด้วยใจอันบริสุทธิ์ไม่หวังผลตอบแทนหรือเรียกร้องเอาเงินจากผู้ที่มารักษา 3. ต้องทุ่มเทความรู้ความสามารถในการรักษาคนไข้ด้วยคิดว่าคนไข้เป็นคนในครอบครัวของตน 4. ต้องไม่ทาแป้ง หรือเครื่องหอม บนร่างกายเลย ด้วยเหตุผลในการปรุงยาซึ่งอาจจะทำให้ยามีความผิดเพี้ยนไปจากตำรา จะเห็นได้ว่าข้อห้ามต่าง ๆ ที่หมอยาพื้นบ้านต้องปฏิบัตินั้นเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการรักษาคนไข้ในภายหน้าทั้งสิ้น อาจจะกล่าวได้ว่า หมอยาพื้นบ้านเป็นผู้ที่ยอมเสียสละตนเองเพื่อทำให้ผู้อื่นมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและได้อยู่กับครอบครัวอย่างมีความสุข

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันคือเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด 19 ทำให้ไม่สามารถใช้วิธีการวินิจฉัยและการรักษาอย่างที่เคยกระทำ คือคนไข้ต้องเดินทางมาหาหมอยาพื้นบ้าน เพื่อที่จะให้หมอซักถามอาการ ตรวจดูชีพจร และตรวจบริเวณท้อง เนื่องจากมาตรการความปลอดภัยของจังหวัด ความปลอดภัยของหมอยาพื้นบ้านรวมถึงตัวของคนไข้เอง แต่ด้วยความเชื่อต่อการรักษาของหมอยาพื้นบ้านและวิธีการรักษา จึงทำให้คนไข้และหมอยาพื้นบ้านประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ คือการใช้โทรศัพท์เพื่อทำการซักประวัติและสอบถามอาการ เพื่อเป็นการวินิจฉัยโรคของคนไข้ หรือเป็นการใช้วิดีโอ Messenger เพื่อทำให้หมอและคนไข้สามารถเห็นหน้าพูดคุย และดูอาการโดยรวมของคนไข้ได้ เมื่อพูดคุยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์แล้ว หมอยาพื้นบ้านก็จะทำการวินิจฉัยโรคว่าคนไข้คนนั้น ๆ

เจ็บป่วยด้วยโรคอะไร จึงทำการเตรียมยาที่จะใช้รักษาและบริกรรมคาถาลงในตัวยา แล้วจึงทำการส่งตัวยาดังกล่าวให้แก่คนไข้ทางไปรษณีย์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าถึงแม้มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทางสังคม ซึ่งทำให้เกิดอุปสรรค แต่ด้วยความเชื่อ ความศรัทธาต่อการรักษาที่มีต่อหมอยาพื้นบ้านคนดังกล่าว จึงทำให้คนไข้และหมอหาวิธีในการพูดคุยเล่าอาการเพื่อได้ทำการรักษาตามแบบที่ทำให้ตนเองหายดีเป็นปกติ

ความเชื่อที่กล่าวมาข้างต้นเป็นความเชื่อของหมอยาพื้นบ้านซึ่งจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละคน แต่ละพื้นที่ มีข้อห้ามที่แตกต่างกันไป นอกจากความเชื่อของหมอยาพื้นบ้านจะเป็นสิ่งสำคัญแล้วนั้น ความเชื่อของคนที่มาปรึกษาโรคก็เป็นสิ่งที่ไม่เคยหายไปจากชุมชน เพราะความเชื่อสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เช่น ความเชื่อเรื่องโรคภูสวัตต้องไปหาหมอเป่า หลังคลอดลูกต้องอยู่ไฟ เป็นต้น นอกจากยาสมุนไพรหรือการเป่าจะเป็นการรักษาโรคให้หายแล้ว ยังเป็นการรักษาเยียวยาด้านจิตใจอีกด้วย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาโรคเช่นกัน จากความเชื่อเหล่านี้จึงทำให้คนในชุมชนให้การยอมรับและนับถือเป็นวงกว้าง ประกอบกับการสืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น

2. ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้สมุนไพร

หมอยาพื้นบ้านส่วนมากจะปฏิบัติตามตำราอย่างเคร่งครัดเรื่องการใช้ตัวยาสุมไพร และในกรณีของหมอยาพื้นบ้านบ้านสองที่ศึกษานั้นมีการพัฒนาด้านการใช้ตัวยาสุมไพร จากการเก็บข้อมูลพบว่า หมอยาพื้นบ้านมีการศึกษาตัวยาอย่างต่อเนื่องเปรียบเทียบกับสุมไพรหรือตำรายาจากภายนอกชุมชนนั้นมีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือรูปแบบคล้ายกัน ซึ่งจะมีชื่อเรียกในแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันไป นอกจากนั้นแล้วยังเปรียบเทียบการใช้สรรพคุณของยาสมุนไพรที่ตัวเองใช้กับหมอยาพื้นบ้านคนอื่นใช้ว่าใช้รักษาโรคตัวเดียวกันหรือไม่ เช่น ต้นปลาไหลเผือกซึ่งเป็นตัวยาสาคัญตัวหนึ่งที่หมอยาพื้นบ้านบ้านสองใช้รักษาขับปัสสาวะ ขับนิ่ว แต่หมอยาพื้นบ้านผู้อื่นใช้รักษาอาหารเจ็บปวดเส้นหรือปวดตามร่างกาย นอกจากนั้นแล้วยังมีการศึกษาตัวยาสำคัญของกลุ่มยาตามตำราที่ศึกษา ซึ่งมีชนิดของตัวยาจำนวนมากในการรักษาโรคใดโรคหนึ่งและมีการบรรจุในลักษณะเป็นห่อ (เรียกว่าห่อยาชุม) จากตัวยาที่มีหลากหลายชนิดทำให้หมอยาพื้นบ้านของชุมชนบ้านสองนั้นได้ศึกษาถึงสรรพคุณตัวยาที่เป็นหลักในการรักษาจนสามารถวิเคราะห์ตัวยาหลักที่ทำการรักษาโรคในแต่ละโรคได้ ทำให้ตัวยาที่ใช้ในการรักษาเหลือน้อยลงทำให้สะดวกต่อการรักษามากขึ้น อีกทั้งยังสะดวกต่อการหาตัวยาในยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปเพราะป่าชุมชนเริ่มถูกทำลายมากขึ้น ตัวยาบางตัวไม่สามารถหาได้จากป่าชุมชนของตนเอง ต้องเดินทางไปหาที่ต่างถิ่นซึ่งยากลำบาก

จากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งด้านชีวิตความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม รวมทั้งรูปแบบและระบบโครงสร้างทางสังคมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนจากวิถีชีวิตการพึ่งตนเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปสู่ความสะดวกสบายทางตะวันตก จากเทคโนโลยีที่เข้ามาพัฒนาในหลากหลายด้าน ซึ่งด้านการแพทย์ตะวันตกเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดูแลสุขภาพของประชาชนมากขึ้น ทำให้การแพทย์พื้นบ้านขาดการ

พัฒนาและสืบสานองค์ความรู้ จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้หมอยาพื้นบ้านถูกลดบทบาทลง สำหรับหมอยาพื้นบ้านบ้านสองมีการปรับตัวและพัฒนาตามยุคสมัยเช่นเดียวกัน โดยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ยาสมุนไพรจากการฝนยามาเป็นกรบดยาเป็นผงแทน ในช่วง พ.ศ.2530 เป็นต้นมา ได้มีการนำตัวยามาบดให้เป็นผงด้วยเครื่องบดยาเพื่อให้เกิดความสะดวกในการรับประทานยามากยิ่งขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบยาดังกล่าว นอกจากจะอำนวยความสะดวกให้แก่หมอยาพื้นบ้านแล้ว ยังสะดวกต่อคนไข้อีกด้วย จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบยามาใช้รูปแบบยาผงได้รับการตอบรับมากขึ้นแต่ยังคงไว้ซึ่งคาถาที่เป่าลงตัวยาดังเดิม

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สรุปผลศึกษาความเชื่อของคนในชุมชนที่มีผลต่อการรักษาโรคโดยการใช้สมุนไพร

ในความเชื่อของคนในชุมชนยังมีความเชื่อในการรักษาโรคของหมอพื้นบ้านอย่างต่อเนื่อง ทั้งความเชื่อเรื่องการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพร การเก็บยาสมุนไพร รวมถึงการใช้สรรพคุณจากยาสมุนไพรในพื้นที่ และความเชื่อเรื่องมนต์คาถา ซึ่งต้องมีการยกเครื่องบูชาก่อนการรักษา อีกทั้งยังมี ข้อชะล่า ที่ต้องถือปฏิบัติ ที่ต้องถือปฏิบัติตามอย่าง คือ 1. ไม่ใช่ช้อนกินข้าวร่วมกับผู้อื่น เพราะเชื่อว่าจะทำให้ของรักษาหรือมนต์ที่ใช้รักษาโรคให้คนไข้เสื่อมถอยลง 2. ต้องเป็นผู้ที่รักษาคนไข้ด้วยใจอันบริสุทธิ์ไม่หวังผลตอบแทนหรือเรียกร้อยเอาเงินจากผู้ที่มารักษา 3. ต้องทุ่มเทความรู้ความสามารถในการรักษาคนไข้ด้วยคิดว่าคนไข้เป็นคนในครอบครัวของตน 4. ต้องไม่ทาแป้ง หรือเครื่องหอม บนร่างกาย และในปัจจุบันยังมีความเชื่อการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพร การเก็บยาสมุนไพร รวมถึงการใช้สรรพคุณจากยาสมุนไพรในพื้นที่ และความเชื่อเรื่องมนต์คาถาอยู่ แต่มีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้มากยิ่งขึ้นด้วยสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น การแพร่ระบาดของโควิด 19 และความสะดวกของหมอและคนไข้ คือการใช้โทรศัพท์เพื่อทำการซักประวัติและสอบถามอาการ เพื่อเป็นการวินิจฉัยโรคของคนไข้ หรือเป็นการใช้วิดีโอ Messenger เพื่อทำให้หมอและคนไข้สามารถเห็นหน้าพูดคุย และดูอาการโดยรวมของคนไข้ได้ เพื่อวินิจฉัยและจัดยาส่งให้คนไข้ทางไปรษณีย์ต่อไป

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้สมุนไพร

หมอยาพื้นบ้านมีการศึกษาตัวยาดังต่อเนื่องเปรียบเทียบกับสมุนไพรหรือตำรายาจากภายนอกชุมชนนั้นมีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือรูปแบบคล้ายกัน ซึ่งจะมีชื่อเรียกในแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันไป นอกจากนั้นแล้วยังเปรียบเทียบการใช้สรรพคุณของยาสมุนไพรที่ตัวเองใช้กับหมอยาพื้นบ้านคนอื่น จนสามารถวิเคราะห์ด้วยหลักที่ทำการรักษาโรคในแต่ละโรคได้ ทำให้ตัวยาที่ใช้ในการรักษาเหลือน้อยลงทำให้สะดวกต่อการรักษามากขึ้น โดยสมัยก่อนการนำยามาใช้ในรูปแบบของยาท่อนำมาต้มดื่ม แต่เมื่อยุคสมัยที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งด้านชีวิตความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม รวมทั้งรูปแบบและระบบโครงสร้างทางสังคมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนจากวิถีชีวิตการพึ่งตนเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปสู่ความ

สะดวกสบายทางตะวันตกได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ยาสมุนไพรจากการฝายมาเป็น การบดยาเป็นผงแทน สะดวกในการรับประทานยามากยิ่งขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ ยาดังกล่าว นอกจากจะอำนวยความสะดวกให้แก่หมอชาวบ้านแล้ว ยังสะดวกต่อคนไข้ อีกด้วย แต่ยังคงไว้ซึ่งคาถาที่เป่าลงด้วยยาเช่นเดิม

อภิปรายผล

ความเชื่อนับเป็นพื้นฐานของสังคมอีสานที่มีมาแต่อดีตสังเกตจากชุมชนบ้านส่อง จาก การตั้งพื้นที่ชุมชนโดยใช้ความเชื่อเรื่องการเลี้ยงทายหาแหล่งน้ำเพื่อใช้ในชุมชน รวมไปถึงการใช้ความเชื่อในการประกอบพิธีกรรมในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บซึ่งเชื่อว่ามีอำนาจเหนือธรรมชาติทำให้ร่างกายเจ็บป่วย หมอชาวบ้านของชุมชนบ้านส่องเป็นอีกที่หนึ่งซึ่งทำการรักษาโรคของชุมชนนั้นยังไม่ได้ตัดขาดจากความเชื่อ หมอชาวบ้านมีความเชื่อเรื่องวิธี เก็บยา ข้อห้าม ข้อรักษาต่าง ๆ ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ รวมถึงเรื่องมนต์คาถาที่ใช้ในการ รักษาโรค ซึ่งทั้งกระบวนการรักษา รูปแบบการรักษา หรือรูปแบบยาในการรักษามักจะเป็น รูปแบบเดียวกันทั้งในจังหวัดมหาสารคามและจังหวัดอื่นในภาคอีสาน

ในปัจจุบันแม้ว่าการแพทย์จะมีการพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างมาก การแพทย์แผน ปัจจุบันมีบทบาทมากยิ่งขึ้น มีการพัฒนารูปแบบยาตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปแต่ความเชื่อ ของคนในชุมชนยังมีความเชื่อในการรักษาโรคของหมอพื้นบ้านอย่างต่อเนื่อง ทั้งความเชื่อ เรื่องการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพร การเก็บยาสมุนไพร รวมถึงการใช้สรรพคุณจากยาสมุนไพร ในพื้นที่ และความเชื่อเรื่องมนต์คาถา แต่มีการเปลี่ยนรูปแบบไปบ้าง โดยการนำเทคโนโลยี มาใช้มากยิ่งขึ้นด้วยสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้ สมุนไพรเมื่อยุคสมัยที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งด้านชีวิตความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม รวมทั้งรูปแบบและระบบโครงสร้างทางสังคมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนจากวิถี ชีวิตการพึ่งตนเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปสู่ความสะดวกสบายทางตะวันตกได้มีการ เปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ยาสมุนไพรจากการฝายมาเป็น การบดยาเป็นผงแทน สะดวกใน การรับประทานยามากยิ่งขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบยาดังกล่าว นอกจากจะอำนวยความสะดวก ให้แก่หมอชาวบ้านแล้ว ยังสะดวกต่อคนไข้ อีกด้วย แต่ยังคงไว้ซึ่งคาถาที่เป่าลงด้วยยา เช่นเดิม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อ ความศรัทธาในการสร้างกำลังใจให้ผู้ป่วยส่งผลให้คนไข้มี จิตใจที่ดีขึ้นในการต่อสู้กับโรคภัยไข้เจ็บ ความเชื่อดังกล่าวนี้นี้คือสิ่งที่ทำให้คนอีสานไม่สามารถ ทอดทิ้งการรักษาโรคด้วยหมอชาวบ้านให้ขาดไปจากวิถีชีวิตได้เลย ประกอบกับสิ่งที่หมอ ยาพื้นบ้านสืบทอดต่อกันมา คือการรักษาคนไข้ประดุจเหมือนคนในครอบครัว

คำแนะนำสำหรับการศึกษาในอนาคต

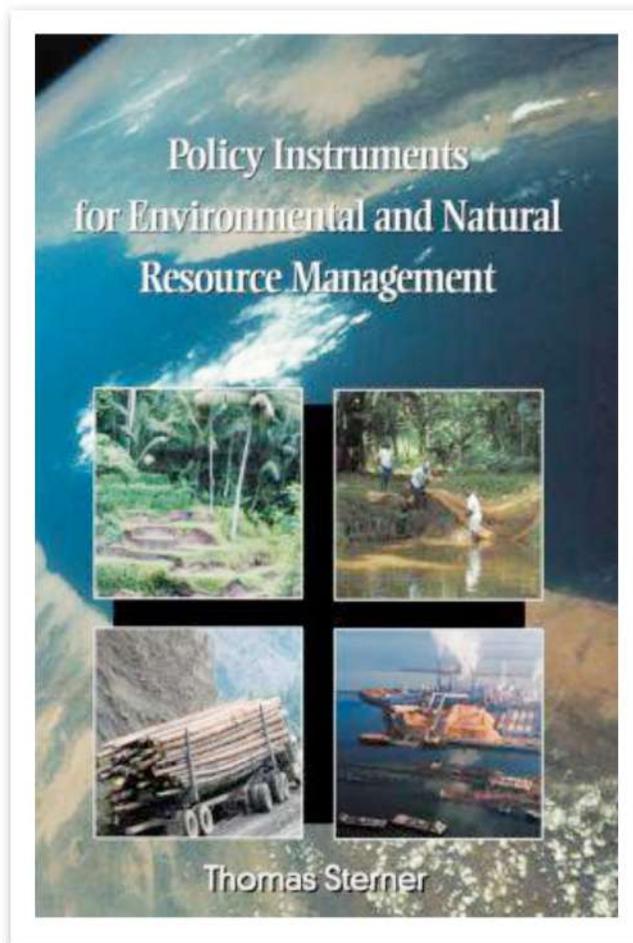
1. ศึกษาความเชื่อในการรักษาโรคของชุมชนอื่น ๆ ในจังหวัด เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและในการนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการรักษาโรคในทางแพทย์แผนไทย อีกทั้งยังเพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยไม่ให้หายไป
2. ศึกษารูปแบบพัฒนาตำรับยาสมุนไพรในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งอาจจะมีผลต่อการออกฤทธิ์ของสารสำคัญในสมุนไพร อีกทั้งรวมถึงการต่อยอดตำรับยาให้เป็นรูปแบบสากลมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงวัฒนธรรม, กรมการศาสนา. (2552). *พิธีกรรมและประเพณี*. นนทบุรี: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2562). *คู่มือประกอบการรับรองหมอยาพื้นบ้าน*. นนทบุรี: ผู้แต่ง
- กรุณา จันทุม, และกัลยารัตน์ กำลังเหลือ. (2560). การรักษาโรคด้วยสมุนไพรและตำรับยาโบราณของหมอยาพื้นบ้าน. *วารสารการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 24(2), 48-57. สืบค้นจาก <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jmhs/article/view/97380/75855>
- จิราภรณ์ ภัทรภานุภัทร. (2528). *สภาพการณ์การศึกษาเรื่องคติความเชื่อของคนไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพพา ลุนเผ่, วัชรินทร์ สุทธิชัย, และเสาวลักษณ์ นิกรพิทยา. (2562). รูปแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นหมอยาพื้นบ้านด้าน สมุนไพร จังหวัดมหาสารคาม. *บัณฑิตศึกษาปริทัศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์*, 7(2), 1-16. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jgsnsbc-journal/article/view/226612/163070>
- ทิพย์วารี สงนอก, และนนทียา จันทน์เนตร์. (2561). ภูมิปัญญาด้านการบำบัดรักษาโรคของหมอยาพื้นบ้านในจังหวัดนครราชสีมา *วารสารชุมชนวิจัย*, 12(3), 124-135. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/article/download/115075/115265/>
- ธวัช ปุณโณทก. (2528). *วัฒนธรรมพื้นบ้าน คติความเชื่อ ในวัฒนธรรมพื้นบ้าน: คติความเชื่อ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบญจศักดิ์ เจริญมหาวิทยาลัย. (2563). ลำผีฟ้า โลกทัศน์ความเชื่อด้านการรักษาสุขภาพของชาวอีสาน. *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 7(2), 76-87 สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hssnsru/article/view/247583>
- ปานวาด มากนวล. (2557). คาถาและพิธีกรรมในการรักษาโรคของหมอยาพื้นบ้าน: บทวิเคราะห์และมุมมองในเชิงคติชนวิทยา. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 21(1), 90-123. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc/article/view/53171/44173>
- สุพัฒน์ ศรีสวัสดิ์, พนม สุขจันทร์, จารุวรรณ ประดับแสง, และสมนึก ลัมเจริญ. (2556). พิษสมุนไพรประจำถิ่นและภูมิปัญญา การประยุกต์ใช้สำหรับการแพทย์พื้นบ้านในจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 5(4), 14-27. สืบค้นจาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/pnujr/article/view/53785>
- อนุวัฒน์ วัฒนพิชญากุล. (2548). *วัฒนธรรมการเฝ้ายารักษาโรค ภูมิปัญญาการแพทย์พื้นบ้านอีสาน ชุดภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

ชื่อหนังสือ: POLICY INSTRUMENTS FOR ENVIRONMENTAL AND NATURAL RESOURCE MANAGEMENT

ชื่อผู้เขียนหนังสือ: Thomas Sterner
สำนักพิมพ์: Routledge
ชื่อผู้แนะนำหนังสือ: วรารุฒิ เรือนคำ*
Warawut Ruankham*



*อาจารย์และนักวิจัย, สำนักงานเศรษฐกิจชายแดน สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

*Lecturer and Researcher, Office of Border Economy and Logistics Studies (OBELS), School of management, Mae Fah Luang University

*Email: warawut.rua@mfu.ac.th

ในยุคที่เศรษฐกิจสังคมโลกกำลังพัฒนาไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง สิ่งแวดล้อมโลกก็ได้รับผลกระทบมากขึ้นตามไปด้วย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) มนุษยชาติจำเป็นต้องมีเครื่องมือในการบริหารจัดการ การเติบโตเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้ไปด้วยกันอย่างสมดุล แต่ทว่า องค์ความรู้ด้านการจัดการเศรษฐกิจ และสังคม มีค่อนข้างมากและสมบูรณ์ แต่ยังคงขาดด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นหากจะหาเครื่องมือสักเล่มสำหรับนักวิจัยสายนโยบายทรัพยากรสิ่งแวดล้อม กระผมขอแนะนำให้ท่านรู้จักกับหนังสือของศาสตราจารย์ Thomas Nils Samuel Sterner ศาสตราจารย์ผู้คร่ำหวอดด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมแห่งมหาวิทยาลัยโกเธนเบิร์ก ประเทศสวีเดน เรื่อง Policy Instruments for Environmental and Natural Resource Management ซึ่งเป็นคู่มือที่นักวิจัยด้านนโยบายสิ่งแวดล้อมต้องมี โดยหนังสือเล่มนี้จะฉายภาพรวมเครื่องมือเชิงนโยบาย (Policy Instruments) ที่หลากหลาย พร้อมทั้งวิธีวิเคราะห์เครื่องมือแต่ละตัวอย่างละเอียดครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็น การใช้กฎระเบียบ (direct regulation) ภาษี (taxes) การซื้อขาย สิทธิความเป็นของ (tradable permit) เงินอุดหนุน (subsidy) หรือ ระบบมัดจำคืนเงิน (Deposit - Refund System) เป็นต้น

หนังสือเรียนที่ทรงคุณค่าเล่มนี้จะสอนวิธีการเลือกเครื่องมือเชิงนโยบายที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบนโยบายให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางธรรมชาติแต่ละประเภท โดยอาศัยองค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์เป็นตัวช่วยในการเลือกนโยบายที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน หรือ Cost-Benefit Analysis (CBA) การวิเคราะห์ผลกระทบดุลยภาพและโครงสร้างตลาด (Equilibrium Effects and Market Conditions) บทบาทของความไม่แน่นอนและข้อมูลอสมมาตร (Role of Uncertainty and Asymmetric information) เป็นต้น

นอกจากนโยบายด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อมแล้ว หนังสือเล่มนี้ยังแถมการวิเคราะห์เครื่องมือนโยบายสำหรับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ (Policy Instruments for the Management of Natural Resources and Ecosystems) เครื่องมือนโยบายสำหรับการขนส่งทางถนน (Policy Instruments for Road Transportation) เครื่องมือนโยบายสำหรับมลพิษทางอุตสาหกรรม (Policy Instruments for Industrial Pollution) เอาเป็นว่าคุ้มยิ่งกว่าคุ้มเลยทีเดียว

ในฐานะนักเรียนปริญญาเอกด้านเศรษฐศาสตร์ (ผู้ถูกอาจารย์เคียวเซ็ญให้อ่านหนังสือเล่มนี้) และนักวิจัยด้านนโยบายเศรษฐกิจ ผู้แนะนำมีความจริงใจที่จะแนะนำหนังสือที่ทรงคุณค่าเล่มนี้ ให้เป็นหนังสือที่ทรงคุณค่าแก่การศึกษาและเก็บไว้เป็นสมบัติหรืออาวุธคู่กายเมื่อท่านทั้งหลายออกไปทำงานเพื่อสังคมประเทศชาติสืบไป

แนวทางการจัดเตรียมต้นฉบับบทความ (Manuscript) สำหรับขอตีพิมพ์ในวารสารสุทธิปริทัศน์

วัตถุประสงค์การจัดพิมพ์

วารสารสุทธิปริทัศน์เป็นวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ซึ่งตีพิมพ์บทความวิชาการและบทความวิจัยสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

วารสารสุทธิปริทัศน์มีนโยบายการจัดพิมพ์ราย 3 เดือน ปีละ 4 ฉบับ ประจำเดือน ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน และฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านวิชาการในศาสตร์สาขาต่างๆ อาทิเช่น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การท่องเที่ยวและโรงแรม กฎหมาย ภาษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการศึกษา และสาขาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคมในรูปแบบของวารสารวิชาการ
3. เพื่อส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอผลการค้นคว้าและวิจัย
4. เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ นักวิชาการและนักศึกษาได้เผยแพร่ผลงาน
5. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณทางด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง

นโยบายการจัดพิมพ์

- วารสารสุทธิปริทัศน์มุ่งเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัยที่มีคุณภาพในสาขาวิชาต่างๆ อาทิเช่น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การท่องเที่ยวและโรงแรม กฎหมาย ภาษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการศึกษา และสาขาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
- บทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่นๆ
- บทความวิชาการ มุ่งเน้นบทความที่เสนอแนวความคิดหรือผลการทบทวนวรรณกรรม หรือบทความที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจหรือกระตุ้นการวิจัยต่อเนื่องในหัวข้อวิชาการที่สำคัญต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- บทความวิจัย มุ่งเน้นงานวิจัยที่ช่วยทดสอบทฤษฎี แนวคิด หรือผลงานวิจัยที่ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมสำคัญต่างๆของทฤษฎีหรือแนวคิดเหล่านั้นเพื่อทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจ หรือสามารถนำไปทำวิจัยต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างได้
- วารสารยินดีตีพิมพ์งานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยในหลากหลายรูปแบบที่ช่วยสร้างองค์ความรู้ที่สำคัญหรือที่มีผลกระทบต่อสังคมวิชาการในวงกว้าง

กระบวนการคัดเลือกบทความ ค่าธรรมเนียม การเตรียมต้นฉบับ

วารสารสุทธิปริทัศน์จัดให้มีกระบวนการในการคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพตามวิธี Double – Blinded Peer Review Process ซึ่งมีกระบวนการดังต่อไปนี้

- บทความที่ส่งเข้ามาจะผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และถูกส่งไปยังผู้ชำนาญการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) ในสาขาวิชานั้นๆ เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ (Peer Review) จำนวนอย่างน้อย 2 คน
- ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านประเมินบทความ และเป็นผู้ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะว่าบทความนั้นๆ สมควรจะได้รับการยอมรับโดยไม่มีเงื่อนไข หรือ ยอมรับโดยมีเงื่อนไขให้แก้ไข และนำเสนอผลประเมินภายใน 4-6 สัปดาห์ ผู้เขียนจะต้องทำการแก้ไขและนำเสนอบทความที่แก้ไขนั้นอีกครั้งภายใน 15 วัน หลังจากได้รับผลการประเมิน (มิฉะนั้นจะถือว่าไม่ประสงค์จะตีพิมพ์)

- ในกรณีบทความที่แก้ไขแล้วจากผลประเมินแบบ major revision ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความจะต้องพิจารณาอีกครั้งหนึ่งว่าบทความที่แก้ไขแล้วดังกล่าวเป็นที่ยอมรับเพื่อการตีพิมพ์ได้
- กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่จะตอบรับการตีพิมพ์หรือไม่ หากปรากฏมีความไม่สอดคล้องของผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 2 ท่าน
- บทความสามารถจัดทำเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น และผ่านการตรวจพิสูจน์อักษรเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดในข้อความและการพิมพ์
- ในกรณีที่ที่เป็นภาษาอังกฤษ บทความดังกล่าวต้องผ่านการตรวจการใช้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษโดยผู้ชำนาญมาแล้ว
- นอกจากนี้กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการตีพิมพ์หากค้นพบว่าบทความได้รับการตีพิมพ์ในแหล่งอื่นมาก่อนแล้ว หรือเป็นการลอกเลียนมาจากแหล่งอื่น หรือเข้าข่าย Plagiarism ตามหลักสากล
- บทความทุกชิ้นจะต้องผ่านกระบวนการพิจารณา และทางกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธไม่รับบทความหรือผลงาน ไม่ว่าจะเป็นบทความรับเชิญหรือในกรณีอื่น
- ทุกบทความที่ได้ผ่านการคัดเลือกเพื่อพิมพ์เผยแพร่จะถือเป็นกรรมสิทธิ์ของวารสารสุทธิปริทัศน์
- กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เขียนทราบภายในระยะเวลา 6-8 สัปดาห์ หากได้รับผลประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิตรงตามกำหนดเวลา
- กองบรรณาธิการไม่รับผิดชอบข้อผิดพลาดในบทความ ที่เกิดจากความผิดพลาดของผู้เขียน
- ในการจัดทำบทความผู้เขียนจะต้องจัดทำบทความในรูปแบบที่ทางวารสารสุทธิปริทัศน์กำหนดไว้ โดยสามารถดาวน์โหลดรูปแบบและส่งบทความผ่านระบบ Online Submission ได้ทางเว็บไซต์ของวารสาร <http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal> กรณี Online Submission มีปัญหาให้ส่งบทความต้นฉบับมาที่ Email: dpujournal@dpu.ac.th
- หากบรรณาธิการรับบทความไว้พิจารณา ทางกองการจัดการวารสารจะแจ้งผลไปที่ Email ของผู้เขียนเพื่อชำระเงินเป็น **ค่าจัดการลงบทความในอัตรา 4,500 บาท ต่อ 1 บทความ**
- เมื่อบทความได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนสามารถ Download วารสารเรื่องนั้นๆ ในฉบับที่บทความนั้นตีพิมพ์ได้จากเว็บไซต์ของวารสาร <http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal>

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

รูปแบบการพิมพ์บทความ

บทความต้นฉบับจะต้องทำส่งมาในรูปแบบดังต่อไปนี้

- ขนาดกระดาษ จัดพิมพ์ลงโปรแกรม Microsoft Word กระดาษ A4
 - ขอบกระดาษ เว้นระยะ 1 นิ้ว ทุกด้าน
 - การตั้งค่านับบรรทัดให้ใช้ค่าตามปกติ คือ 1 เท่า หรือ 1 Single
 - จำนวนหน้า ไม่เกิน 12 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (รวม ชื่อเรื่อง รูปและตารางที่เกี่ยวข้อง บรรณานุกรม และภาคผนวก) หากมีจำนวนหน้าเกินกว่านั้น หลังทำการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้อ่านประเมินบทความเสร็จสิ้นแล้ว ผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมสำหรับหน้าที่เกิน หน้าละ 300 บาท (อนุญาตให้ไม่เกิน 3 หน้า เท่านั้น)
 - ใส่เลขหน้า กำหนดมุมบนขีดขวา ขนาด 14 point ทุกหน้า
 - ตัวอักษร Browallia New ตามหัวข้อที่กำหนดดังนี้
- ชื่อเรื่อง (Title)

- ภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 18 point กำหนดขีดซ้าย ตัวหนา
- ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ทุกตัว
- ควรให้ความกระชับให้มากที่สุด

ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน (ทุกคน)

- ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน ภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 14 point กำหนดขีดซ้ายทั้งหมด ประกอบด้วยผู้เขียน ตำแหน่งงาน หน่วยงานที่สังกัด ชื่อสถาบัน ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ทางไปรษณีย์ เบอร์โทรศัพท์ และ Email address

บทคัดย่อ (Abstract) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ต้องผ่านการตรวจสอบโดยผู้ชำนาญ)

- ชื่อ "บทคัดย่อ" และ "Abstract" ขนาด 16 point กำหนดกึ่งกลาง ตัวหนา เว้น 1 บรรทัด
- Text บทคัดย่อภาษาไทย-อังกฤษขนาด 14 point
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- ความยาวของบทคัดย่อแต่ละภาษาคควรอยู่ระหว่าง 200-250 คำและมีเนื้อหาที่ตรงกัน
- ความยาวรวมไม่เกิน 1 หน้า นับรวมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ในหน้าเดียวกัน เนื้อหาในบทคัดย่อควรระบุวัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัยและบทสรุปโดยย่อ

คำสำคัญ (Keywords)

- พิมพ์ต่อจากส่วนบทคัดย่อ และอยู่ในหน้าเดียวกันกับบทคัดย่อ ทั้งภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 14 point
- ใช้ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถานและเป็นคำหลักที่ใช้ในการอ้างอิง ค้นหา ไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหา (Body) ประกอบด้วย

- ขนาด 14 point พร้อมเลขหน้ากำหนดมุมบนด้านขวา
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- บทนำ
- วัตถุประสงค์ (การวิจัย)
- แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (หากเป็นบทความวิจัยต้องมีการนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย)
- วิธีการดำเนินการวิจัย (หากเป็นบทความวิจัย)
- ผลการวิจัยและอภิปรายผล
- บทสรุปและข้อเสนอแนะ
- บรรณานุกรม (ใช้รูปแบบ APA Style และผ่านการตรวจสอบผิดพลาดในข้อความและจากการพิมพ์)

▪ การแสดงภาพและรูปภาพ (Figure) ให้พิมพ์คำว่า "ภาพที่..." ตามด้วยลำดับที่ของภาพ 1, 2, 3... ไว้ด้านล่างของภาพหรือรูปนั้นพร้อมชื่อรูปภาพ โดยให้ใช้สีขาว-ดำเท่านั้น หรือ หากผู้เขียนต้องการตีพิมพ์รูปภาพสี ผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมหน้าละ 500 บาท

▪ การพิมพ์ตาราง (Table) ให้พิมพ์คำว่า "ตารางที่..." ตามด้วยลำดับที่ของตาราง 1, 2, 3... ไว้ด้านบนของตาราง และมีชื่อตาราง

▪ การเขียนบรรณานุกรม (Bibliography) ใช้รูปแบบ APA Style

(อ่านรายละเอียดได้จากเมนูขั้นตอนการส่งบทความที่เว็บไซต์ของวารสาร <http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal-agree>)

หมายเหตุ ท่านสามารถดาวน์โหลดตัวอย่างบทความได้จากเมนูย่อวารสารย้อนหลังที่เว็บไซต์

<http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal-search> หรือ Facebook: <https://www.facebook.com/suthiparihat/>

จริยธรรมการตีพิมพ์ของวารสารสุทธิปริทัศน์

จริยธรรมในการตีพิมพ์

หน้าที่และความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

1. กองบรรณาธิการประกาศวิธีปฏิบัติในการจัดเตรียมต้นฉบับและรายละเอียดที่จำเป็นอื่นๆ ที่ผู้เขียนต้องปฏิบัติตามให้ผู้สนใจส่งบทความตีพิมพ์และสาธารณชนทั่วไปรับทราบ
2. กองบรรณาธิการประกาศวิธีการเก็บค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ ค่าดำเนินการจัดการต้นฉบับ หรือค่าใช้จ่ายอื่นใดในอัตราจัดเก็บที่ชัดเจนจากผู้เขียน เรือนไขและหลักเกณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับผู้สนใจส่งบทความตีพิมพ์และสาธารณชนทั่วไปรับทราบ
3. กองบรรณาธิการมีการตรวจสอบการพิมพ์ซ้ำซ้อน (Duplication) และการลอกเลียนผลงานวิชาการ (Plagiarism)
4. กองบรรณาธิการมีกระบวนการประเมินคุณภาพบทความที่ปราศจากอคติ และไม่ลำเอียงกว่าที่ประกาศโดยไม่มีเหตุผลอันควร โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนอย่างน้อย 2 คน ในสาขาวิชานั้น ๆ
5. กองบรรณาธิการไม่เปิดเผยข้อมูลผู้เขียนทุกท่านและผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในระหว่างที่การประเมินบทความยังดำเนินอยู่
6. กองบรรณาธิการไม่เปิดเผยเนื้อหาหรือข้อมูลในบทความในระหว่างที่บทความนั้นยังไม่ได้รับการตีพิมพ์
7. กองบรรณาธิการต้องคัดเลือกบทความที่จะตีพิมพ์ตามเกณฑ์คุณภาพของวารสารและไม่รับตีพิมพ์บทความวิจัยเพื่อผลประโยชน์อื่น ๆ
8. กรณีมีเหตุสงสัยว่ามีการกระทำผิดจรรยาบรรณของผู้เขียน กองบรรณาธิการต้องตรวจสอบหาหลักฐานให้แน่ชัดก่อนปฏิเสธการตีพิมพ์ และมีการแจ้งให้ผู้เขียนได้ชี้แจง
9. กองบรรณาธิการไม่มีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือกบทความที่ตนเป็นผู้เขียนหรือผู้เขียนร่วมหรือมีผลประโยชน์อื่น ๆ เกี่ยวข้อง
10. กองบรรณาธิการมีช่องทางในการร้องเรียนผลการตัดสินของกองบรรณาธิการและที่เกี่ยวกับบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร และมีวิธีปฏิบัติในการแก้ไขข้อร้องเรียนและข้อผิดพลาดต่าง ๆ ของบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประเมิน

1. ผู้ประเมินต้องไม่เปิดเผยข้อมูลในบทความในระหว่างที่บทความนั้นยังไม่ได้รับการตีพิมพ์
2. ผู้ประเมิน ประเมินคุณภาพบทความด้วยความเป็นกลาง ปราศจากอคติ และไม่เสนอแนะด้วยเจตนาซ่อนเร้นที่หวังประโยชน์อื่น ๆ อาทิ เพื่อเพิ่มจำนวนการอ้างอิงของผลงาน
3. ผู้ประเมินส่งผลการประเมินตามกำหนดเวลาและรับผิดชอบต่อผลการประเมิน
4. หากพบว่าผู้เขียนมีการกระทำผิดจรรยาบรรณใดๆ หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความที่ประเมิน ผู้ประเมินต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบอย่างเป็นทางการ

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้เขียน

1. ผู้เขียนรับรองว่าผลงานที่ส่งมาให้เป็นผลงานใหม่ของผู้เขียนและหรือผู้ร่วมเขียนและไม่เคยตีพิมพ์ในแหล่งใดมาก่อน
2. ผู้เขียนรับรองว่าผลงานที่ส่งมาให้พิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดที่เป็นการลอกเลียนผลงานวิชาการ (Plagiarism) ทั้งของตนเองและผู้อื่น และต้องมีการอ้างอิงผลงานอย่างถูกต้องและครบถ้วน
3. ผู้เขียนรายงานข้อเท็จจริงจากการทำวิจัย โดยไม่บิดเบือนหรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้เขียนอ้างอิงผลงานของผู้อื่นอย่างถูกต้องตามรูปแบบการอ้างอิงทั้งในเนื้อหาและการเขียนบรรณานุกรมตามนโยบายของวารสาร
5. ผู้เขียนปฏิบัติตามจริยธรรมในเรื่องเกี่ยวกับความเป็นผู้เขียน (Authorship) อย่างเคร่งครัด โดยทุกชื่อที่ปรากฏในบทความจะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมอย่างสำคัญในการทำวิจัย
6. หากมีผู้เขียนร่วม ผู้เขียนทุกคนจะต้องเห็นชอบกับต้นฉบับบทความและเห็นชอบกับการส่งต้นฉบับบทความนั้นให้วารสารพิจารณาตีพิมพ์
7. ผู้เขียนควรระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำวิจัย (ถ้ามี)
8. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการตีพิมพ์ หากพบว่าบทความได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในแหล่งอื่นมาก่อนแล้ว หรือเป็นการลอกเลียนจากแหล่งอื่น
9. ความเสียหายต่างๆจากการละเมิดสิทธิของผู้อื่นหรือองค์กรอื่นๆด้วยข้อเท็จจริงจากบทความ (ถ้ามี) ให้ตกเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน



ใบสมัครสมาชิกและใบสั่งซื้อวารสารสุทธิปริทัศน์

ชื่อ-นามสกุล.....

สถานที่จัดส่งวารสาร.....

เลขที่..... หมู่ที่..... ต.รอก/ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

สถานที่ติดต่อ.....

โทรศัพท์(มือถือ)..... โทรศัพท์(บ้าน/ที่ทำงาน).....

Email:.....

กำหนดออกวารสาร ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 ม.ค.-มี.ค. ฉบับที่ 2 เม.ย.-มิ.ย.

ฉบับที่ 3 ก.ค.-ก.ย. ฉบับที่ 4 ต.ค.-ธ.ค.

ประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกวารสาร"สุทธิปริทัศน์" 1 ปี 2 ปี 3 ปี

สถานภาพสมาชิก สมาชิกใหม่ เริ่มเป็นสมาชิกตั้งแต่ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ถึงปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

สมาชิกเก่า ต่ออายุสมาชิกตั้งแต่ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ถึงปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อัตราค่าสมาชิกฉบับละ 550 (รวมค่าจัดส่ง)

1 ปี จำนวน 4ฉบับ เป็นเงิน 2,200 บาท

2 ปี จำนวน 8ฉบับ เป็นเงิน 4,400 บาท

3 ปี จำนวน 12ฉบับ เป็นเงิน 6,600 บาท

สั่งซื้อเป็นรายฉบับ ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน.....บาท (ตัวอักษร).....บาท

ออกใบเสร็จในนาม.....

วิธีชำระเงินค่า โอนเงิน ธนาคารกสิกรไทย เลขที่บัญชี 647-200111-4 ชื่อบัญชี"มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สมัครสมาชิกโดย "สาขาเออร์เบินสแควร์ ประเภทอมทรัพย์

ธนาคารดีสง่าจ่าย "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์" (ปทจ.หลักสี่)

ส่งหลักฐานการโอนเงิน เจ้าหน้าที่ของจดหมายถึง กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ (ศูนย์บริการวิจัย)

เลขที่ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ อ.จตุจักร พช 10210 (ระบุสมัครสมาชิก/ต่ออายุ/สั่งซื้อรายฉบับ)

หรือส่งแฟกซ์/Email dpujournal@dpu.ac.th (ระบุสมัครสมาชิก/ต่ออายุ/สั่งซื้อรายฉบับไปPay in)

โทร. 02954-7300 ต่อ 646, 636

Email:dpujournal@dpu.ac.th

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ).....

ชื่อ-นามสกุล (ผู้เขียนหลัก คนที่ 1).....

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... โทรสาร..... E-mail.....

ชื่อ-นามสกุล (ผู้เขียนร่วม คนที่ 2).....

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... โทรสาร..... E-mail.....

ชื่อ-นามสกุล (ผู้เขียนร่วม คนที่ 3).....

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... โทรสาร..... E-mail.....

ประเภทบทความที่ขอส่ง บทความวิจัย (Research article) บทความวิชาการ (Academic article)

ถ้าบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดุษฎีนิพนธ์ หรืออื่น ๆ โปรดระบุ.....

 งานวิจัย/วิชาการชื่อเรื่อง..... วิทยานิพนธ์ (ดุษฎีนิพนธ์) ชื่อเรื่อง..... อื่น ๆ (ระบุ).....

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่าบทความนี้และสัญญาว่า เป็นผลงานที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ที่ใดมาก่อนและไม่
นำไปตีพิมพ์ลงในวารสารอื่นซ้ำอีกและเป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมตามที่ระบุในบทความตามจริงและยอมรับเงื่อนไข
ของกองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ทุกประการ กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง
ภาพ กราฟ และหรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ให้เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว"

ลงชื่อ.....

()

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

วิธีชำระเงินค่าส่งบทความ 4,500 บาท ชำระเงินเมื่อบรรณาธิการตอบรับบทความของท่านผ่านขั้นตอนที่ 2

โดยแจ้งผลทาง Email / ผู้ส่งบทความสามารถสอบถามได้ด้วยตนเอง

- ธนาคารดิจิทัลจ่าย “มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” (ปทจ.หลักสี่)
- โอนเงิน ธนาคารกสิกรไทย เลขที่บัญชี 647-200111-4 ชื่อบัญชี “มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต”
สาขา เออร์เบินสแควร์ ประเภทออมทรัพย์
- แกดเซอร์วิซชั่ง จ่ายในนาม “มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” เลขที่บัญชี 647-200111-4



ส่งหลักฐานการโอนเงินมาที่เมลล์ dpujournal@dpu.ac.th (ค่าส่งบทความ ในใบ Pay in) หรือทางไปรษณีย์ จ่าหน้า
ของถึง กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
(ศูนย์บริการวิจัย อาคารสำนักอธิการบดี 1 ชั้น 4) เลขที่ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ จ.กรุงเทพฯ 10210
(วงเล็บมุมของ ค่าส่งบทความวารสารสุทธิปริทัศน์) ติดต่อโทร. 0 2954-7300 ต่อ 646

วารสารสุทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL

“วารสารสุทธิปริทัศน์” มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (พ.ศ. 2544 ถึงปัจจุบัน)
ในกลุ่ม TCI สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ค่าสมัครสมาชิก รายปี ฉบับละ 550 บาท (รวมค่าจัดส่ง)
1 ปี จำนวน 4 ฉบับ 2,200 บาท

ค่าธรรมเนียมพิเศษ

- ส่วนที่เกิน 12 หน้า (ไม่เกิน 14 หน้า) คิดเพิ่มเติม ในอัตราหน้าละ 300 บาท (รวมถึงบทความฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับการรับรองให้ตีพิมพ์จากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว)
- ภาพประกอบสี คิดเพิ่มเติมในอัตราหน้าละ 500 บาท

www.dpu.ac.th/dpurc/journal

Facebook: /suthiparithat

Email: dpujournal@dpu.ac.th

