

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University



ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2565

Vol.1 No.2 July-December 2022

ISSN 2821-9538 (Print)

ISSN 2821-9546 (Online)





วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2565
Vol.1 No.2 July-December 2022

ISSN 2821-9538 (Print)

ISSN 2821-9546 (Online)



วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Journal of Management Science Nakhonratchasima Rajabhat University
ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2565



เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU) เป็นวารสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ของคณาจารย์ และนักศึกษาบัณฑิตศึกษา โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) โดยเน้นสาขา ดังนี้

1. สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี
2. สาขาการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. สาขาการท่องเที่ยว นันทนาการ และการจัดการโรงแรม
4. สาขาเศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติ และการเงิน
5. สาขาการสื่อสาร

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีกำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

สำนักงานกองบรรณาธิการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาคารคณะวิทยาการจัดการ (อาคาร 22) 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง

อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ 044-009009 ต่อ 2215

Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>

E-mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th

บทความและข้อความที่ลงตีพิมพ์ในวารสาร ถือเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้พิมพ์ กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย
และไม่ใช้ความรับผิดชอบของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.เอกรัตน์ เอกศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ บรรณาธิการบริหาร

รองศาสตราจารย์เนตรชนก บัวนาค

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรวิทย์ คำเจริญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.ลักษมี โขมน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดร.อัญรัตน์ วิเชียร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ท้วมสุข

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคเหริญสุขชัย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.ดุสิต อายวัฒน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รองศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล ตั้งประเสริฐ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พรอุปถัมภ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา รูปแก้ว

มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิช ธีระโคตร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หนึ่งทัย ขอผลกลาง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

รองศาสตราจารย์ กรองทิพย์ ชัยชาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ฝ่ายพิสูจน์อักษร

ดร.รุ่งกานต์ มุสโสภาส

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ เจ้าหน้าที่ประจำวารสารวิชาการ

นางสาวกันทิมา จาระนัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

นายเรืองเดช กุลชูศักดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2565

■ ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review) ภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.นงนิตย์ จันทร์จรัส	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ตั้งประเสริฐ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยณัฐ กล้วย	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
	ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์
	จังหวัดชุมพร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภุต สังข์เฉย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาลินี ศรีไมตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภินี ปราชญ์ศรีภูมิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.सानิตย์ หนูนิล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัจจา ไกรสรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิช ธีระโคตร	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

■ ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review) ภายใน

รองศาสตราจารย์ กรองทิพย์ ชัยชาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐินี ทองดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปนพิภัทร พงษ์พุทธรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เลิศยิ่งยศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวียา ประรณนาดี ชาติวิวัฒนาการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (JMS NRRU) ได้ดำเนินการตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง โดยก้าวเข้าสู่ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม) พ.ศ. 2565 ตามวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษา ค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ของคณาจารย์ และนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งเนื้อหาในฉบับนี้ได้ตอบสนองโมเดลเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า “BCG Model” คือ บทความ “การเพิ่มมูลค่าขยะจากกระบวนการคัดแยกขยะในชุมชนเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองหัวพาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา” ที่แสดงถึงพลังของชุมชนด้านการดำเนินเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ บทความ “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่มิ่ง อำเภอพราหมณ์ จังหวัดเชียงใหม่” ที่ใช้แนวคิด เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) จากความหลากหลายทางชีวภาพน้ำพุร้อนมากระตุ้นการท่องเที่ยวชุมชนด้วยธุรกิจสปา นอกจากนี้ยังมีบทความวิชาการการท่องเที่ยว “เวชวลเรียลลิตี้ เทคโนโลยีเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคต” ที่มีเนื้อหาการใช้เทคโนโลยีเวชวลเรียลลิตี้เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและโรงแรมในต่างประเทศ อันเป็นแนวคิดใหม่ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันมหาวิทยาลัยในประเทศไทยต่างก็ประสบปัญหาเรื่องจำนวนนักศึกษาที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ บทความเรื่อง “การวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนในคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล” ก็สามารถเป็นกรณีศึกษาให้กับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีบทความที่เป็นกรณีศึกษาด้านการเงิน คือ “ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID- 19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี” และ “พฤติกรรมกรรมการออมและการส่งเสริมการออมของพนักงานฝ่ายสนับสนุน และฝ่ายวิชาการมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช” และ บทความที่สามารถนำเสนอแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กรได้เป็นอย่างดี คือบทความ “สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์”

ในนามของกองบรรณาธิการ ขอขอบคุณผู้ร่วมเสนอผลงานทั้งบทความวิจัย และบทความวิชาการทุกท่าน รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินคัดกรองบทความ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้วารสารฉบับนี้มีความรู้และมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น สุดท้ายนี้ขอเชิญชวนผู้สนใจทุกท่านร่วมส่งผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานลงวารสาร และพบกับบทความที่น่าสนใจได้อย่างต่อเนื่องในฉบับถัดไป

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rongsatthacharn Nontachon'.

รองศาสตราจารย์ เนตรชนก บัวนาค
บรรณาธิการ

สารบัญ

Table of Contents

บทควมวิจัย

- การเพิ่มมูลค่าขยะจากกระบวนการคัดแยกขยะในชุมชนเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์
ของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองหัวฟาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา.....1
Value Added to the Waste by the Community Waste Management Process
as the Community Products, Nong Hua Phan Subdistrict Municipality,
Kham Sakae Seng District, Nakhon Ratchasima Province.
ณิษฐา กิรติอุไร สิริวิชัย กิรติอุไร กิ่งแก้ว บุญสุข และณลินี อัครวิติสกุล
- ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน
ตำบลแม่ปิ้ง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่.....14
Opinions of the Tourists towards the Services Selection
of Pong Bua Ban Hot Spring Community Spa, Mae Pang,
Phrao District, Chiang Mai
งามนิจ แสนนำพล จารุณี ศรีบุรี และสุนิศา เฟรนเชิล
- สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน
องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์.....27
Core Competencies Affecting the Work Performance Effectiveness of the Local
Government Organization Officers in Lamplaimat District, Buriram Province
นิตยา เดิมเทียน และศิริพร เลิศยิ่งยศ
- การวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาด
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนในคณะวิทยาการสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยมหาสารคามด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล.....45
Relationship Analysis of the Marketing Mix Model Affecting
the Decision for Applying to Study in the Faculty of Informatics,
Mahasarakham University with Data Mining Technique
สุวิษ ธีระโคตร กชพรรณ ย้งมี และหัฐณัฐ นาคไพจิตร

■ พฤติกรรมการออมและการส่งเสริมการออมของพนักงานฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช.....	58
Saving behavior and Saving promotion of the Support and the Academic Staffs, Navamindradhiraj University กนกลักษณ์ วิลเลียมส์ และบรรดิษฐ์ พระประทานพร	

■ ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี.....	73
People's Expectation on Financial Planning during the COVID - 19 Situation in Nonthaburi Province สุนันทา สังขทัตน์	

บทความวิชาการ

■ เวชวลเรียลลิตี้เทคโนโลยีเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคต.....	90
Virtual Reality Technology for Tourism Businesses and Hotel of Thailand in the future จิรกฤต เสมอเพื่อน	
■ คำแนะนำสำหรับการจัดทำต้นฉบับบทความ.....	99
■ รูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความของวารสารตามรูปแบบ APA Style.....	107

การเพิ่มมูลค่าขยะจากกระบวนการคัดแยกขยะในชุมชนเพื่อแปรรูป
เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองหัวฟาน อำเภอขามสะแกแสง
จังหวัดนครราชสีมา

Value Added to the Waste by the Community Waste Management
Process as the Community Products, Nong Hua Phan Subdistrict
Municipality, Kham Sakae Seng District, Nakhon Ratchasima Province.

ณิชา กীরติอุไร^{1,*}, สิริวิชัย กীরติอุไร^{2,*}, กิ่งแก้ว บุญสุข³ และนลินี อัสวธิติสกุล⁴
Nichada Keeratiurai^{1,*}, Sirawit Keeratiurai^{2,*}, Kingkaew Boonsouk³
and Nalinee Adsawatitihakul⁴

Received 11 October 2022
Revised 28 November 2022
Accepted 16 December 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการคัดแยกขยะโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน 2) เพื่อถ่ายทอดความรู้การเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการคัดแยกขยะของชุมชน เป็นการวิจัยเชิงพื้นที่ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คณะกรรมการธนาคารขยะ จำนวน 20 คน โดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

¹ บธ.ด., มหาวิทยาลัยรังสิต, 2559. อาจารย์หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ D.B.A., Rangsit University, 2016. Lecturer of Accountancy Program, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

*Corresponding author, e-mail : nichada.k@nrru.ac.th

² รศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545. อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

² P.A.M., 2002. Lecturer of Business Administration Program in Human Resource Management, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

³ บธ.ม. (บัญชีการเงิน), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543. อาจารย์หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

³ M.B.A.(Financial Accounting), Kasetsart University, 2000. Lecturer of Accountancy Program, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

⁴ บธ.ม.(การบัญชี), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553. อาจารย์หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

⁴ M.B.A.(Accounting), Ramkhamhaeng University, 2010. Lecturer of Accountancy Program, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

ผลการวิจัย พบว่า 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระบวนการคัดแยกขยะ โดยนำขยะขวดพลาสติกที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ นำมาแปรรูปเป็นไม้กวาดจากขวดพลาสติก ราคาขายไม้กวาดอยู่ระหว่าง 120-160 บาท ต่อตัว 2) มีการถ่ายทอดความรู้การเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการคัดแยกขยะ ผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่มีความเข้าใจ ขั้นตอน ความรู้ และทักษะ ส่งผลให้สามารถแปรรูปขยะขวดพลาสติกให้เป็นไม้กวาดได้ โดยมีขั้นตอนทั้งหมด 10 ขั้นตอน ตั้งแต่การคัดเลือกขวดใช้เฉพาะขวด PET ล้างให้สะอาดพร้อมตากให้แห้ง แกะสลากและตัดกันขวด นำมาดัดให้เป็นเส้นพลาสติก จากนั้นนำเส้นพลาสติกมัดเป็นข้อ ประมาณ 8-9 ข้อ ขั้นตอนสุดท้ายนำข้อเส้นพลาสติกไปถักมัดรวมกันเป็นไม้กวาด โดยขั้นตอนการเตรียมเส้นพลาสติกต้องใช้ความระมัดระวังมากที่สุด จากการวิจัยในครั้งนี้ส่งผลให้ชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าจากการคัดแยกขยะโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในครัวเรือน

คำสำคัญ สร้างมูลค่า , การคัดแยกขยะ , การถ่ายทอดความรู้ , ขยะขวดพลาสติก

Abstract

The objective of this study was 1) to add value to the waste by waste sorting process and transforming the waste as the community products. 2) to educate the community about the added value to the waste by waste sorting process. It was the area-based research. The key informants were 20 members of the Waste Bank. The purposive sampling was used while the data collection was gathered by the interview form.

The research revealed that 1) the value can be added by the waste sorting process. Unmarketable plastic bottles were processed into brooms and were sold between 120-160 baht per shaft. 2) the knowledge of the value -added to the waste by waste sorting process was transferred. Most of the sampling groups understood the process , have the knowledge and skills of converting plastic waste into the brooms. There were 10 steps of the processes; selecting PET bottles, washing and drying them, removing the labels and the bottom of the bottles, pulling them into plastic strands and then binding them into 8 to 9 bundles. The last step is to knit them all together. The process of preparing the plastic line for the broom requires the utmost care. This research affected the community's ability. The community members could increase the value of the waste by the waste sorting process and turn it into the household products.

Keywords Creating Value , Sorting Waste , Knowledge Transfer , Plastic Bottle Waste

บทนำ

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากปริมาณขยะที่เพิ่มมากขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและชุมชนเมือง ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะปัจจุบันมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอีกทั้งคำนิยมในการบริโภค ส่งผลให้มีการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่ยากแก่การย่อยสลายและการกำจัด เช่น ขวดพลาสติก กล่องโฟม เป็นต้น รัฐบาลในยุคปัจจุบันได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม จึงได้กำหนดเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประเด็นที่ต้องเร่งดำเนินการคือการยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของประชาชน เร่งแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมเพื่อลดมลพิษที่เกิดจากกระบวนการผลิตและการอุปโภค-บริโภค

ขยะและของเสียอันตรายที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตและสิ่งของเหลือใช้ การบริหารจัดการเกี่ยวกับขยะไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ปริมาณขยะเพิ่มสูงขึ้นในทุก ๆ ปี จากข้อมูลการรายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย (กรมควบคุมมลพิษ. 2562) พบว่าในปี 2562 ขยะเกิดขึ้น 28.7 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 11 โดยขยะจะถูกคัดแยก ณ ต้นทาง และนำกลับไปใช้ประโยชน์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวน 12.6 ล้านตัน (ร้อยละ 44) มีการกำจัดอย่างถูกต้อง 10.3 ล้านตัน (ร้อยละ 36) ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีขยะพลาสติกเกิดขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณ ปีละ 2 ล้านตัน โดยมีการนำกลับไปใช้ประโยชน์ประมาณ 0.5 ล้านตัน ส่วนที่เหลือ 1.5 ล้านตัน เป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single Use Plastic) โดยไม่มีการนำกลับไปใช้ประโยชน์

สำหรับพื้นที่ตำบลหนองหัวพาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา เทศบาลตำบลหนองหัวพานได้ส่งเสริมให้ทางชุมชนมีการจัดตั้งธนาคารขยะครัวเรือน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการคัดแยกขยะครัวเรือน การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากขยะโดยการนำขยะมาก่อให้เกิดเป็นรายได้ในรูปแบบของการออมเงิน ซึ่งในปัจจุบันชาวชุมชนหนองหัวพานพัฒนาได้มีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกธนาคารขยะครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด เมื่อมีการจัดตั้งเป็นธนาคารขยะครัวเรือนก็ส่งผลให้ขยะในชุมชนลดลง ชาวชุมชนมีการคัดแยกขยะก่อนทิ้งและเก็บขยะไว้เพื่อนำมาฝากที่ธนาคารขยะ ซึ่งธนาคารขยะพยายามต่อรองกับผู้ซื้อขยะ โดยมีข้อตกลงกับผู้ซื้อขยะจะต้องซื้อขยะทุกอย่างเฉลี่ยราคามากน้อยต่างกัน จากการดำเนินงานที่สามารถทำให้กองทุนของธนาคารขยะเจริญเติบโตให้ผลประโยชน์กับสมาชิก ทำให้สมาชิกรับประโยชน์มาขายให้กับทางธนาคารขยะเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ธนาคารขยะมีขยะบางประเภทที่ผู้รับซื้อขยะไม่รับซื้อหรือให้ราคาต่ำมาก เช่น ขวดน้ำพลาสติกสี และขวดน้ำพลาสติกของเครื่องดื่มวิตามิน เป็นขยะที่ตกค้างจากการคัดแยกขยะซึ่งมีจำนวนมาก จากการสอบถามกับผู้นำชุมชนและตัวแทนธนาคารขยะ พบว่า ชาวชุมชนมีความต้องการหาแนวทางในการกำจัดหรือการหารายได้จากการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการคัดแยกขยะรีไซเคิลประเภทขวดพลาสติกสี ที่ตกค้าง ไม่คุ้มค่าในการคัดแยกขยะ

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการคัดแยกขยะในครัวเรือนโดยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาและยกระดับรายได้ให้กับชาวชุมชน โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ปัญหาและเสนอสิ่งที่เป็นความต้องการที่แท้จริงของชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการทำงานร่วมกัน รวมถึงการได้ฝึกปฏิบัติจริงเพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้จากการเพิ่มมูลค่าจากขยะเหลือใช้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาสร้างงานสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชนควบคู่กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการคัดแยกขยะโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองหัวพาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อถ่ายทอดความรู้การเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการคัดแยกขยะของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองหัวพาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าจากการคัดแยกขยะในชุมชนโดยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 1 อย่าง
2. ชุมชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะเหลือทิ้ง ผ่านการอบรมและฝึกปฏิบัติจริง
3. เป็นแนวทางให้ชุมชนเป็นแหล่งพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้ให้กับชุมชนอื่น ๆ ที่มีความสนใจในเรื่องการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะเหลือทิ้ง

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอย

การวางแผนจัดการขยะมูลฝอยให้มีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถลดปริมาณขยะมูลฝอยให้เหลือน้อยที่สุดด้วยการนำขยะมูลฝอยมาใช้ประโยชน์โดยการนำมาใช้ซ้ำและการแปรรูป (reuse & recycle) รวมถึงการกำจัดที่ได้ผลพลอยได้ อาทิเช่น ปุ๋ยหมักหรือพลังงาน โดยวิธีการดำเนินการตามแนวทางของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กรมควบคุมมลพิษ. 2562) คือ

1) การลดปริมาณขยะมูลฝอย (Reduce) สามารถทำได้ ดังนี้

- การพยายามลดปริมาณขยะมูลฝอยที่อาจเกิดขึ้น เช่น ใช้สินค้าที่มีความคงทนถาวร และมีอายุการใช้งานนาน หรือ เลือกใช้สินค้าชนิดเดิม

- การลดปริมาณวัสดุเป็นการพยายามเลือกใช้สินค้าที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่แทนบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก เพื่อลดปริมาณของบรรจุภัณฑ์ที่จะกลายเป็นขยะมูลฝอย

2) การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) โดยการนำขยะมูลฝอยเศษวัสดุมาใช้ใหม่อีก หรือเป็นการใช้ซ้ำ เช่น ขวดน้ำเปล่านำมาใช้ซ้ำ ขวดกาแฟที่หมดแล้วนำมาใช้ใส่เกลือ เป็นการพยายามใช้สิ่งของต่าง ๆ หลาย ๆ ครั้ง ก่อนที่จะทิ้ง

3) การนำมาใช้ซ้ำ (Repair) โดยการนำวัสดุอุปกรณ์ที่ชำรุดเสียหาย ซึ่งจะทิ้งเป็นขยะมูลฝอยมาซ่อมแซมเพื่อสามารถใช้งานได้ดังเดิม เช่น โต๊ะทำงาน เสื้อผ้าที่ชำรุด เก้าอี้

4) การแปรรูปสภาพและหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) โดยการนำวัสดุมาผ่านกระบวนการเปลี่ยนสภาพไปจากเดิมเพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่ วิธีการบางอย่างไม่ต้องใช้เทคโนโลยีมากนัก เช่น การทำพรมเช็ดเท้าจากเศษผ้า แต่ในบางวิธีต้องนำเข้ากระบวนการแปรรูปโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น การนำเศษเหล็กไปหลอมใหม่เพื่อผลิตเหล็กเส้น ซึ่งการแปรรูปใหม่โดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงนี้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นต้นได้โดยการคัดแยกขยะมูลฝอยของตน เพื่อนำไปขายให้ผู้รับซื้อของเก่าในท้องถิ่นซึ่งถือเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับตนเองอีกทางหนึ่ง

5) การหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ก่อให้เกิดมลพิษ (Reject) โดยการหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ทำลายยากใช้ระยะเวลานานกว่าจะย่อยสลาย เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม หรือวัสดุที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง เช่น โฟม ถุงพลาสติก สารกำจัดแมลง เป็นต้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมบริโภคของมนุษย์ที่มีแนวโน้มการบริโภคที่เร็วขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาจากขยะมากมายที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้ง ๆ ที่ผลิตภัณฑ์นั้นยังไม่เสียหาย หรือชำรุดเพียงบางส่วน ซึ่งสามารถซ่อมแซมและนำมาใช้ใหม่ได้ จากแนวคิดนี้

จึงนำไปสู่กระบวนการออกแบบซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญที่นักออกแบบสามารถเลือกใช้แนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1) ออกแบบให้สามารถถอดออกเป็นชิ้น ๆ เพื่อสะดวกต่อการถอดประกอบ การขนส่ง และการนำกลับมาใช้ใหม่
- 2) คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมโดยการเลือกใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ หรือย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาและป้องกันทางด้านนิเวศวิทยา
- 3) เลือกใช้วัสดุในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อลดการใช้พลังงานในการเคลื่อนย้าย ลดพลังงานในการผลิตให้น้อยลง และลดผลกระทบของงานออกแบบที่มีต่อการใช้ทรัพยากร
- 4) ปรับและเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคของมนุษย์ให้บริโภคช้าลง (Slow-flow)
- 5) ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานใช้งานได้นานขึ้น เช่น ทนแรงกระแทก ปรับเปลี่ยนเฉพาะบางส่วนได้ แทนการทิ้งทั้งชิ้น
- 6) สามารถปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หนึ่งไปเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งได้ หรือให้มีความเป็นอเนกประสงค์
- 7) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางจิตใจ เช่น พิมพ์ภาพสัญลักษณ์ข้อความหรืออื่น ๆ เพื่อให้สามารถรำลึกเชื่อมโยงความทรงจำที่ดีได้

การออกแบบอย่างยั่งยืน (sustainable design) คือ การออกแบบที่สามารถรักษาสมดุลระหว่างผลกำไรจากผลงานการออกแบบ ผลกระทบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม

การออกแบบอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบหลายมิติ ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม การสร้างสมดุลระหว่างองค์ประกอบทั้งสามนั้นเป็นเรื่องยาก เพราะไม่เพียงต้องสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับทุกฝ่าย แต่แนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืนนั้นมียูมามากมายนับไม่ถ้วน (สิงห์ อินทรชูโต. 2552)

กลุ่มแนวคิดงานออกแบบอย่างยั่งยืนแบ่งออกเป็น 3 หมวดหมู่หลัก (สุวิทย์ วงศ์จุริราวนิชย์. 2557) ดังนี้

- 1) Low-Impact Materials หมายถึง การเลือกใช้ทรัพยากรที่ปราศจากสารเคมีอันส่งผลกระทบบต่อสิ่งแวดล้อม การคิดค้นวัสดุใหม่ที่นำทรัพยากรทางธรรมชาติมาใช้แทนสารสังเคราะห์ที่เกิดจากสารเคมี รวมไปถึงการเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ง่ายและสิ้นเปลืองพลังงานน้อยที่สุด
- 2) Reduce หมายถึง การลดปริมาณการใช้ทรัพยากรในการผลิตให้มากที่สุด หรือกล่าวในอีกมุมหนึ่งนั่นคือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด ทั้งนี้การลดปริมาณการใช้จะต้องไม่ทำให้คุณภาพหรือประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ลดลงไปด้วย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการลดปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง และการหาหนทางในการใช้พลังงานสะอาด
- 3) Reuse, Recycle, และ Upcycling คำทั้ง 3 คำนี้มีความหมายที่แตกต่างกัน กล่าวคือ Reuse หมายถึง การใช้ประโยชน์ซ้ำ โดยไม่ผ่านกระบวนการแปรรูป Recycle หมายถึง การแปรรูปเศษวัสดุมาใช้งานใหม่ ส่วนใหญ่จะทำให้วัสดุนั้น ๆ มีคุณภาพที่แย่ลง และ Upcycling หมายถึง กระบวนการแปลงสภาพวัสดุเหลือใช้ที่ไร้ประโยชน์ให้เป็นวัสดุใหม่ หรือสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูงขึ้น สวยงามขึ้น และสามารถสร้างมูลค่าทางการค้าที่สูงขึ้น

ประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีดังนี้

- เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะส่งผลดีต่อธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development)
- เพื่อการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรโดยการนำกระแสความต้องการสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้เป็นจุดเด่นในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค
- สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตจากการลดปริมาณวัตถุดิบ หนีบท่อ การใช้พลังงานในการผลิตสินค้าและบริการ
- สามารถนำวัสดุหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ได้ใหม่ โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จากการออกแบบเพื่อป้องกันปัญหาการใช้ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมาเป็นกำแพงทางการค้าที่มีภาษี (Non-tariff barrier : NTB) และรองรับการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบทางด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีความเข้มงวดจากประเทศพัฒนาแล้ว
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและผลิตภัณฑ์

3. การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอย

ปัญหาขยะมูลฝอยจะลดลงไปได้นั้น ปัจจัยที่สำคัญ คือ จะต้องได้รับการร่วมมือจากประชาชนหรือชุมชน โดยให้ประชาชนหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอยในลักษณะที่ทำงานร่วมกัน การที่จะให้ประชาชนหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอย ด้านการลดปริมาณ การคัดแยกขยะ และรวบรวมขยะมูลฝอย อย่างเป็นระบบ และเพิ่มบทบาทในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการของภาครัฐ ต้องมีการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน ซึ่งแนวคิดของการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย สาระสำคัญ ดังนี้ (มูลนิธิเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและพลังงาน. 2559)

- การสร้างวิสัยทัศน์และจิตสำนึก จุดเริ่มต้นของการแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอยในชุมชนจะต้องเริ่มจากการที่ชุมชนมีจิตสำนึก เล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดการขยะมูลฝอยเพื่อให้ชุมชนน่าอยู่ โดยเฉพาะการที่ต้องมีผู้นำชุมชนที่มีวิสัยทัศน์และนโยบายที่ชัดเจนตลอดจนมีการสื่อสาร ให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติและวิธีการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัญหานั้น

- การจัดการเชิงภาคี คือ ต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เข้ามามีบทบาทในกระบวนการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทหลักในการดำเนินการร่วมกับเจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรเอกชน ภาคธุรกิจ นักวิชาการ เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ในการพัฒนา และเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน อย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นการกระจายอำนาจทำให้เกิดกระบวนการตรวจสอบและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ลดภาระในการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ

- การสร้างเครือข่าย เป็นการก่อเกิดโครงสร้างและแนวทางในการทำงาน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเกิดการประสานงานเพื่อให้การจัดการชุมชนอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการสร้างเครือข่ายอาจจัดในรูปแบบระหว่างชุมชน ชุมชนกับภาครัฐ ชุมชนกับภาครัฐและเอกชน การสร้างเครือข่ายต่าง ๆ ดังกล่าว จะทำให้การแก้ไขปัญหาสามารถดำเนินไปได้ด้วยการประสบความสำเร็จ

- การจัดการทำแผนปฏิบัติการในการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนในสถานการณ์ปัจจุบัน ได้มีหลายชุมชนที่ได้ร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน จัดทำกิจกรรมการมีส่วนร่วมเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอยอย่างยั่งยืน โดยชุมชนและสมาชิกในชุมชนจะเป็นผู้ดำเนินการหลัก และรับผิดชอบการประสานงานและดำเนินกิจกรรม ซึ่งรูปแบบของกิจกรรมที่ชุมชนได้มีการดำเนินการ อาทิเช่น ธนาคารขยะ ขยะแลกไข่ การจัดทำปุ๋ยหมักอินทรีย์ การจัดทำศูนย์วัสดุรีไซเคิล เป็นต้น

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ณ ปัจจุบันนี้การแข่งขันภายใต้สภาวะที่ตลาดเปิดกว้าง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการเริ่มมีบทบาทสำคัญในการช่วยเรียกความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และยังสามารถรักษากลุ่มลูกค้ารายเดิมให้คงอยู่ต่อไป ที่ผ่านมานั้นหากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดที่จะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาด สิ่งที่สำคัญที่สุดก็จะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลังการขายที่ต้องมีคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมกว่า ถึงแม้ในปัจจุบันคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการจะยังคงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก แต่ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ควบคู่กัน คือ การเพิ่มมูลค่า ที่มาพร้อมกับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ในบางกรณีการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มาสนใจ หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ดังนั้น ธุรกิจในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักเพียงอย่างเดียวมันไม่เพียงพอ หากแต่ต้องมีการเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์จากตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นมากขึ้นด้วย จึงจะถือได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างที่จะควรจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างได้ในหลายช่องทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบสินค้า ซึ่งบางครั้งต้องกระทำไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้สุดท้ายแล้วได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” สำหรับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน อ้างถึงใน ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง. 2559)

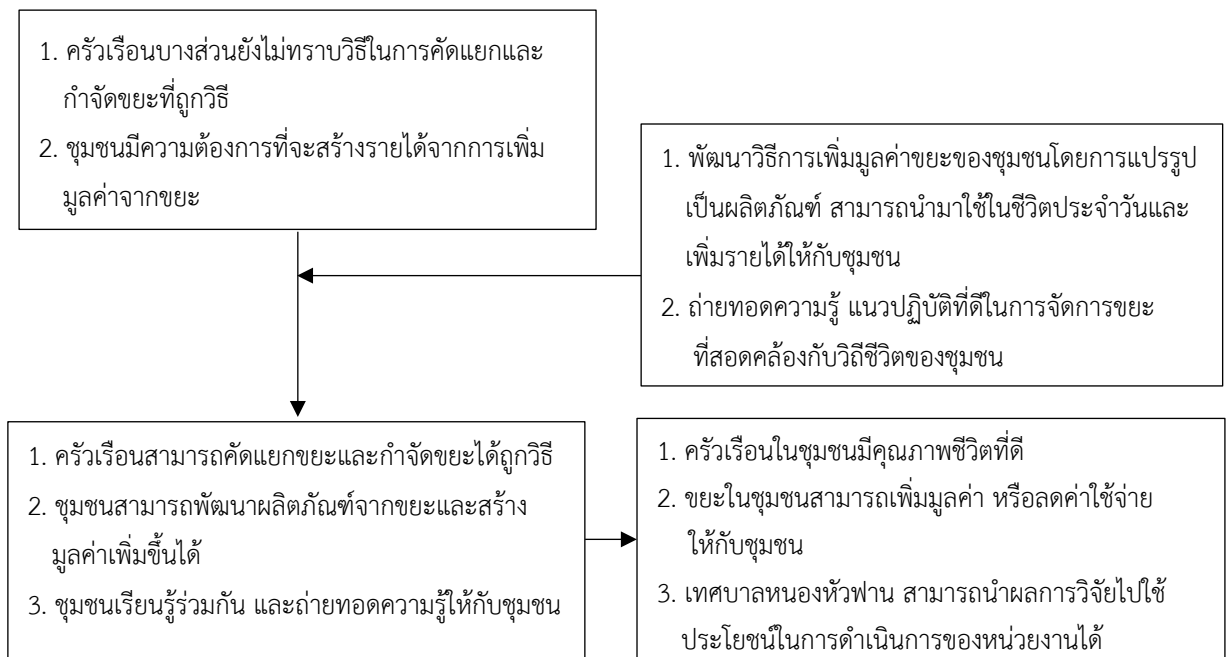
จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีกว่า อีกทั้งแสดงถึงความเป็นผู้นำในการสร้างความแตกต่าง และการสร้างมูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค อันจะนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยในต่างประเทศและภายในประเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ และการแปรรูปขยะ อาทิ Essuman (2017) ได้ทำการศึกษาความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติของชุมชนชายฝั่งในการจัดการขยะประเทศกานา จากการศึกษาพบว่า ประชาชนตระหนักว่าขยะเป็นสาเหตุทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตของคนที่อาศัยอยู่ชายฝั่งทะเลและต่อสิ่งแวดล้อม โดยปัญหาการจัดการขยะของชุมชนเกิดจากการทิ้งขยะเรี่ยราดตามแนวชายฝั่ง การเก็บรวบรวมขยะที่ไม่สม่ำเสมอของบริษัทจัดการของเสีย รวมถึงมองว่าขยะไม่ได้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า อีกทั้งเห็นว่าเป็นหน้าที่รับผิดชอบของรัฐบาลเพียงฝ่ายเดียวในการจัดการขยะในประเทศ ดังนั้น เพื่อให้มั่นใจว่าการจัดการขยะมูลฝอยมีการจัดการที่เหมาะสม จึงแนะนำให้สมาชิกในชุมชนควรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจลงมือจัดการขยะในครัวเรือนของตนเอง รวมทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะอย่างถูกวิธี ซึ่งจะช่วยให้ปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไข เช่นเดียวกับการวิจัยของ Haider, Amber และ Ammara (2018) เรื่องการรับรู้และทัศนคติของคนทั่วไปต่อการจัดการขยะ กรณีศึกษาเมืองลาฮอร์ ประเทศปากีสถาน จากการสำรวจพบว่า การจัดการขยะมูลฝอยได้มีการปรับปรุงแต่ยังไม่เป็นที่น่าพอใจ รวมถึงการคัดแยกและรีไซเคิลขยะจากแหล่งกำเนิดค่อนข้างยากที่จะฝึกฝน และประชาชนมักจะทำความสะอาดเฉพาะในบ้านของตนเองเท่านั้น ขณะเดียวกันก็ทิ้งขยะมูลฝอยตามถนนหรือบริเวณใกล้เคียง อีกทั้งแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้สินค้าเก่าซ้ำยังค่อนข้างต่ำ สำหรับประเทศไทยในส่วนของงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะเหลือทิ้ง พบว่า มีการศึกษาของมณฑลนา ข้าหาญ และชัยริภรณ์ แซ่เต๋ (2561) ที่ได้ทำการวิจัยการออกแบบและพัฒนาชิ้นงานของจากขวดน้ำพลาสติกที่ปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอย โดยการผ่านกรรมวิธีขึ้นรูปด้วยมือเพื่อให้อาสาสมัครสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ภายในบ้านพักอาศัย มุ่งศึกษาวัสดุและคุณสมบัติของขวดน้ำพลาสติกที่ใช้แล้วมาวิเคราะห์ทดลองผ่านกระบวนการผลิตเพื่อให้เป็นเครื่องเรือนโดยทำเป็นชิ้นงานของอเนกประสงค์เพื่อเป็นการพัฒนาวัสดุที่เหลือใช้และเป็นการลดมลภาวะโลกร้อน เช่นเดียวกับการวิจัยของธงชัย ทองมา และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษา การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจากขยะเหลือใช้สู่การ

จิตสิทธิบัตรการประดิษฐ์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้สูงอายุและชุมชน กรณีศึกษาตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่ารูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจากขยะเหลือใช้ โดยพัฒนาเป็นเครื่องประดับ เครื่องใช้ต่าง ๆ สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกทั้งมีแนวความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์นี้ไปดำเนินการจิตสิทธิบัตรในอนาคต เพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนให้ชุมชนต่อไป

จากการศึกษาแนวคิด และทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยสามารถนำไปสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) เพื่อเป็นโครงสร้างของงานวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เทคนิคการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participate Action Research) โดยการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาปัญหาการวิจัย โดยสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการขยะในชุมชน โดยติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทในการดำเนินการจัดการขยะในชุมชน จัดการสนทนากลุ่มกับตัวแทนชุมชน เพื่อเป็นการระดมสมองร่วมกันวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาและร่วมกันหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าขยะ

1.2 การหาแนวร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยประชุมทีมวิจัย ในการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มกับตัวแทนชุมชน เพื่อวางแผนการดำเนินงาน ตลอดจนทำความเข้าใจกับชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อนร่วมกับผู้วิจัย

1.3 การปฏิบัติกรวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน จัดอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าขยะ

1.4 การประเมินผลสัมฤทธิ์ ติดตามผลการดำเนินงาน รวมทั้งการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างทำการพิจารณาร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขการปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วมโดยอาศัยข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการวิจัยครั้งนี้ และนำมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คณะกรรมการธนาคารขยะของชุมชนบ้านหนองหัวฟานพัฒนา ตำบลหนองหัวฟาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 26 คน (เทศบาลตำบลหนองหัวฟาน. 2563)

2.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นคณะกรรมการธนาคารขยะบ้านหนองหัวฟานพัฒนา และมีความยินยอมที่จะเข้าร่วมในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งจากเกณฑ์การคัดเลือกได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากการศึกษาบทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย โดยนำมาสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างแบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ ร่างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ และเป็นบทสัมภาษณ์ตามโครงสร้างของงานวิจัย จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความตรง (Validity) ของแบบสัมภาษณ์ และดำเนินการแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับแก้ไขแล้วไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การสัมภาษณ์กับตัวแทนคณะกรรมการธนาคารขยะบ้านหนองหัวฟานพัฒนา โดยผู้วิจัยมีการดำเนินการ ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยได้นัดหมายกับผู้นำชุมชนล่วงหน้า และเลือกวันและเวลาที่เหมาะสม ที่คณะกรรมการธนาคารขยะสะดวกและพร้อมที่จะให้สัมภาษณ์

4.2 ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ตัวแทนคณะกรรมการธนาคารขยะบ้านหนองหัวฟานพัฒนา บันทึกข้อมูลและรูปภาพ พร้อมทั้งสังเกตการณ์การดำเนินการคัดแยกขยะ

4.3 ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยและคณะแนะนำตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ และขออนุญาตจดบันทึกข้อมูลและบันทึกภาพในระหว่างการสัมภาษณ์

4.4 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อกำหนดทิศทางการแปรรูปขยะให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของชุมชน

ผลการวิจัย

ธนาคารขยะหนองหัวพานพัฒนา เกิดจากการส่งเสริมของเทศบาลตำบลหนองหัวพาน ได้มีความคิดริเริ่มในการจัดทำโครงการลดปริมาณขยะในพื้นที่ ได้มอบหมายให้ผู้ใหญ่บ้านดำเนินการจัดตั้งธนาคารขยะหนองหัวพานพัฒนา โดยมีคณะกรรมการธนาคารขยะจำนวนทั้งสิ้น 26 คน เป็นจิตอาสาในการดำเนินงานของธนาคารขยะจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกันวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาและร่วมกันหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าขยะสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการคัดแยกขยะโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า จากการที่ผู้วิจัยและคณะกรรมการธนาคารขยะได้สรุปผลการระดมสมอง ร่วมกันวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาและร่วมกันหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าขยะ โดยจะมีการนำขยะขวดพลาสติกที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ นำไปแปรรูปเป็นไม้กวาด ซึ่งจะทำได้ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับขยะขวดพลาสติกได้ เนื่องจากปัจจุบันทางธนาคารขยะรับซื้อขยะขวดพลาสติกมาในราคา กิโลกรัมละ 1 บาท เมื่อซื้อมาก็ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ กับทางธนาคารขยะเนื่องจากทางธนาคารขยะไม่สามารถนำไปจำหน่ายต่อได้ ดังนั้น หากสามารถนำไปพัฒนาเป็นไม้กวาด จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะขวดพลาสติกได้มากยิ่งขึ้น เพราะราคาขายไม้กวาดในปัจจุบันขายด้ามละ 100-160 บาท เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับทางธนาคารขยะ อีกทั้งยังส่งผลให้เป็นแหล่งเรียนรู้ใหม่ให้กับธนาคารขยะในตำบลหนองหัวพานได้อีกทางหนึ่ง

2. เพื่อถ่ายทอดความรู้การเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการคัดแยกขยะของชุมชน ผลการวิจัย พบว่าการถ่ายทอดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากขยะขวดพลาสติกให้เป็นไม้กวาด โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อทำให้ทราบถึงความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้การเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการคัดแยกขยะของชุมชน ตำบลหนองหัวพาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา ผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เข้าร่วมการถ่ายทอดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากขยะขวดพลาสติกให้เป็นไม้กวาด พบว่า คณะกรรมการที่เข้าร่วมส่วนใหญ่มีความสามารถ ความเข้าใจ และสามารถจดจำขั้นตอนในการแปรรูปไม้กวาดได้ มีความเข้าใจในการคัดเลือกวัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง อาจเนื่องมาจากคณะกรรมการบางส่วนได้รับการอบรมในการทำไม้กวาดจากโรงเรียนผู้สูงอายุ และมีความต้องการในการแปรรูปขยะขวดพลาสติกเป็นไม้กวาด จึงได้พยายามศึกษาหาข้อมูลในเบื้องต้นมาแล้ว เมื่อเข้ารับการอบรม พบว่า คณะกรรมการที่เข้าร่วมอบรมมีความกังวลมากที่สุด ในขั้นตอนการทำเส้นไม้กวาด เพราะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากหากทำผิดพลาดจะทำให้เส้นพลาสติกไม่แข็งแรง หรือเส้นพลาสติกขาด ส่งผลให้ไม่สามารถนำไปขึ้นรูปเป็นไม้กวาดได้ จึงต้องมีความระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการคัดแยกขยะโดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหนองหัวพาน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่และการใช้เทคนิคการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ผลจากการที่ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรก ร่วมกันระดมความคิดในการคัดเลือกขยะที่มีปริมาณมากและไม่สามารถจำหน่ายได้ เพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะเหลือทิ้งที่เป็นปัญหาให้กับชุมชน ทุกกิจกรรมในกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การให้ความสำคัญและเคารพต่อภูมิปัญญาความรู้ การให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี การได้ฝึกปฏิบัติ ทำให้สร้างแนวทางการมีส่วนร่วมให้ชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จากขยะเหลือทิ้ง อีกทั้งชุมชนยังมีความคิดนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปจากขยะขวดพลาสติกนี้ไปจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนอีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 2 การถ่ายทอดกระบวนการทำไม้กวาด



ภาพที่ 3 ผู้เข้าร่วมอบรมฝึกปฏิบัติจริง



ภาพที่ 4 ไม้กวาดที่ได้จากการแปรรูปจากขวดพลาสติก

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มกระบวนการคัดแยกขยะโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นศึกษาถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะเหลือทิ้งที่เป็นปัญหาให้กับชุมชน การวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน การให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี เพื่อหาแนวปฏิบัติที่เหมาะสมในการเพิ่มมูลค่าขยะจากกระบวนการคัดแยกขยะ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ

อุดมพงษ์ เกศศรีพงษ์ศา (2560) ที่ได้หาแนวปฏิบัติในการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะโดยใช้วิธีการให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็น ก่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างชุมชนและองค์กรภายนอก ซึ่งจากการรับฟังความคิดเห็นและระดมความคิดร่วมกันระหว่างคณะกรรมการธนาคารขยะและคณะผู้วิจัย จึงได้มีฉันทามติที่จะเพิ่มมูลค่าของขยะขวดพลาสติกให้เป็นผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะสำหรับใช้ในครัวเรือน ทำให้เพิ่มมูลค่าจากขยะขวดพลาสติกที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดประโยชน์ นำมาใช้สอยในครัวเรือนได้ ถือได้ว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะขวดพลาสติกเหล่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัย ทองมา และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจากขยะเหลือใช้สู่การจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้สูงอายุและชุมชนพบว่า รูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจากขยะเหลือใช้จากนิยายสารเก่าที่ขายได้ในราคาถูกขึ้นค่าพัฒนาให้เป็นเครื่องประดับ สามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าการขายเป็นนิยายสารเก่า ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นได้

การอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อถ่ายทอดความรู้การเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการคัดแยกขยะของชุมชน ในส่วนของการถ่ายทอดความรู้ในการแปรรูปขวดพลาสติก ผลการวิจัยพบว่า คณะกรรมการธนาคารขยะส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในการแปรรูปขวดพลาสติกให้เป็นไม้วาด แต่มีความตั้งใจที่จะเพิ่มรายได้ให้กับธนาคารขยะและต้องการสร้างธนาคารขยะให้เป็นธนาคารต้นแบบให้กับชุมชนอื่น ๆ หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ พบว่า คณะกรรมการส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจ และมีความตั้งใจที่จะเรียนรู้ขั้นตอนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะขั้นตอนในการเตรียมเส้นพลาสติกที่ต้องให้ความสำคัญ เพราะหากทำผิดพลาดจะไม่สามารถนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ได้ และที่สำคัญพบว่าคณะกรรมการธนาคารขยะแต่ละท่านมีทักษะที่แตกต่างกัน เมื่อมาปฏิบัติงานร่วมกัน จึงทำให้สามารถแบ่งหน้าที่การทำงานได้อย่างถูกต้อง โดยสามารถแบ่งงานตามความชำนาญของแต่ละบุคคลเมื่อได้เห็นจากการฝึกปฏิบัติ อีกทั้งยังมีแนวความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปจากขยะขวดพลาสติกนี้ไปจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนอีกทางหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมษยา บุญสีลา และวงจันทร์ พูลเพิ่ม (2562) เรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะมูลฝอยสู่การพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพในชุมชน โดยทำการศึกษาวบ้านตำบลบ้านยาง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ผลการถอดบทเรียนจากการฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากขยะ ขาวบ้านให้ความสนใจ มีความมุ่งมั่นและคาดหวังสูงในการที่จะนำไปสู่การประกอบเป็นอาชีพเสริม สามารถเป็นสินค้าของชุมชนได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

- 1.1 ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารชุมชน สนับสนุนงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์ในการแปรรูปขยะให้เป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน
- 1.2 ควรให้มีการขยายผลการวิจัยนำไปสู่ธนาคารขยะชุมชนอื่น ๆ โดยอาจจัดเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้กับคนในพื้นที่และชุมชนอื่นที่สนใจ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 2.1 ศึกษาการจัดทำต้นทุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะ
- 2.2 ศึกษาการเพิ่มมูลค่าจากขยะประเภทอื่น ๆ จากกระบวนการคัดแยกขยะ
- 2.3 ศึกษาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากขยะ เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย

รายการอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2562). รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2562. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : www.pcd.go.th/publication/8013. [12 ตุลาคม 2563].
- เทศบาลตำบลหนองหัวฟาน. (2563). ข้อมูลพื้นฐานหมู่บ้าน/ชุมชน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : www.nonghuafancity.go.th. [1 ธันวาคม 2563].
- ธงชัย ทองมา และคณะ. (2564). “การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจากขยะเหลือใช้สู่การจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้สูงอายุและชุมชน กรณีศึกษาตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม.” วารสารวิชาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 8(1) : 170-189.
- พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. (2553). Value-Added Activities เพิ่มมูลค่าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/85/87-89.pdf. อ้างถึงใน ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง. (2559). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากเศษไม้. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาระและการสร้างคุณค่า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มณฑนา ขำหาญ และ ชัยวัชรินทร์ แซ่เต๋. (2561). “การออกแบบและพัฒนาชิ้นงานจากขวดน้ำพลาสติกที่ปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอย.” วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. [ออนไลน์]. 9 (2) : 78-91. แหล่งที่มา : <http://conference.nu.ac.th/nrc13/downloadPro.php?plD=376&file=376.pdf>. [30 กรกฎาคม 2563].
- มูลนิธิเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและพลังงาน. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยชุมชน. กรุงเทพฯ : กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน.
- เมษยา บุญสีลา และ วังจันทร์ พูลเพิ่ม. (2562). การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะมูลฝอยสู่การพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพในชุมชน. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สิงห์ อิศวรชุต. (2552). Reuse: คีตะการคืนชีวิตให้ขยะ. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด พาบุญมา.
- สุวิทย์ วงศ์จุริจาวาณิช. (2557). แผนกแนวคิดรักษ์โลกกับธุรกิจผ่านการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://ditp-design.com/node/70>. [10 มกราคม 2564].
- อุดมพงษ์ เกศศรีพงษ์ศา. (2560). การเพิ่มมูลค่าขยะจากกระบวนการจัดการคัดแยกขยะเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์สำหรับประโยชน์ใช้สอยในครัวเรือนของชุมชนตำบลเมืองแก อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- Essuman, N.K. (2017). Knowledge, attitudes and practices of coastal communities on waste management in Ghana. Bachelor’s thesis. Faculty of the Graduate School of Applied Sciences. Novia University.
- Haider, A., Amber, A., Ammara, S., Mahrukn, K.S. (2018). “Knowledge, perception and attitude of common people towards solid waste management-a case study of Lahore, Pakwastan.” International Research Journal of Environment Sciences. 4(3) : 100-107.

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่ปิ้ง อำเภอพราัว จังหวัดเชียงใหม่

Opinions of the Tourists towards the Services Selection of Pong Bua Ban Hot Spring Community Spa, Mae Pang, Phrao District, Chiang Mai

งามนิจ แสนนัพล^{1,*}, จารุณี ศรีบุรี² และสุนิสา เฟรนซ์³

Ngamnid Saennampol^{1,*}, Jarunee Sriburi² and Sunisa Frenzel³

Received 22 May 2022

Revised 30 November 2022

Accepted 16 December 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่ปิ้ง อำเภอพราัว จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยว 407 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามนักท่องเที่ยวแบบปลายปิดและปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เจ้าของธุรกิจแพคเกจและสถานโฮสเทล อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ปวส. มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า บัณฑิตด้านบุคลากรเป็นบัณฑิตสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานนวดที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญซึ่งสามารถพัฒนาการต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มและมีใจรักบริการ บัณฑิตที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งควรปรับปรุงด้านแผ่นพับ ใบปลิว สำหรับลูกค้าประจำหรือลูกค้าในท้องถิ่น สำหรับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชน

¹ ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยพะเยา, 2565, ประธานหลักสูตรการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

¹ Ph.D. in Tourism management, Payao University, 2022, Head of Tourism, Chiang Mai Rajabhat University

* Corresponding author, e-mail : Ngamnid_sae@g.cmu.ac.th

² บธ.ม. การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556, รองประธานหลักสูตรการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² M.B.A. Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration, 2013, Deputy Head of Tourism, Chiang Mai Rajabhat University

³ วท.ม. การท่องเที่ยวและการศึกษาด้านการบริการ, มหาวิทยาลัยบอร์นมัธ, 2535, ผู้อำนวยการศูนย์ความเป็นเลิศด้านภาษาและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³ MSc.in Tourism & Hospitality Education, Bournemouth University, 1992, Director of the Center of Excellence in Language and Tourism, Chiang Mai Rajabhat University

อยู่ในระดับมากที่สุด โดยน้ำพุร้อนมีความสวยงาม สะอาด และควรปรับปรุงด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมถึงบริการเสริมมากที่สุด ข้อเสนอแนะคือควรมีกิจกรรมเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง รวมทั้งมีการบริการด้านความปลอดภัย

คำสำคัญ: ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว, การเลือกใช้บริการสปาชุมชน, น้ำพุร้อนโป่งบัวบาน

Abstract

The purpose of this research was to study the opinions of the tourists towards the services selection of the Pong Bua Ban Hot Spring Community Spa, Mae Pang Sub-district, Phrao, Chiang Mai Province. The data was collected with 407 tourists. The research tool was the closed-ended and open-ended questionnaires. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The results showed that the majority of the respondents were female business owners ,aged 21-30 years old, with single status, diploma or high vocational Certificate level, and earned less than 20,000 baht per month.

According to the tourists' opinions, the most important service marketing mix factor affecting the selection of the spa services was the skilled and professional massagers. Their hospitality can be improved by the smiling faces and the service mind. The factor affecting the selection of the spa services with the least rating was the off-line promotion. Therefore, there should be brochures for regular or local clients. The most important tourism component factor was the tourism attraction by maintaining the beauty and the cleanliness of natural hot springs. On the contrary, the least rating factors were the tourism activities and the additional services. The health activities in the hot springs linking with the nearby tourist attractions and the safety service were also suggested.

Keywords : Visitors' Opinions , Selection of Community Spa Services , Pong Bua Ban hot springs

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี 2565 ของประเทศไทย โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาคและระดับจังหวัด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.2561)

นักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพและความงาม เป็นหนึ่งในตลาดที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับในการบริการด้านสุขภาพและความงามในระดับสากล มีโรงพยาบาลด้านสุขภาพและความงามโดยเฉพาะ มีบริการด้านสุขภาพและความงามที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง ทั้งนี้จึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นิยมและชื่นชอบในสปาของประเทศไทย สปาในชุมชนของประเทศไทยแต่ละที่มีความโดดเด่นหลายประการ ประการแรก คือ การตกแต่งและบรรยากาศของสถานที่ส่วนใหญ่จะมีภูมิทัศน์ธรรมชาติอย่างแท้จริงเขียวสงบและมีกลิ่นอายของท้องถิ่น และการบรรเลงเพลงอย่างอ่อนโยนท่ามกลางธรรมชาติ ประการที่ 2 สปาไทยมีการต้อนรับอย่างเป็นมิตร การให้ รอยยิ้มที่งดงามออกมาจากภายใน

มีกลิ่นหอมจากสมุนไพรไทย ภายในร้านสปามีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ ด้วยภาพพระพุทธรูป เครื่องเงิน ผ้ามางกลิ่นจากเทียน ของตกแต่งจากชุมชนหรือพื้นที่ที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของพื้นที่นั้น ๆ สร้างความรู้สึกเรียบง่ายและสงบ ประการที่สาม คือผลิตภัณฑ์สปาของประเทศไทยล้วนทำมาจากพืชสมุนไพร ดอกไม้ หลากหลายพันธุ์ ไม่มีส่วนผสมของสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผิว ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย รวมถึงการนวดที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปในพื้นที่ ทำให้เกิดความประทับใจ และทัศนคติที่ดีต่อสปาไทยในมุมมองนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สปาในแหล่งน้ำพุร้อนเป็นหนึ่งในสปาที่มีศักยภาพในประเทศไทยและในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากมีแหล่งน้ำพุร้อนจำนวนมากที่สุดและมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งมีการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อน สปา และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนของจังหวัดต่าง ๆ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ อาทิ โครงการพัฒนาเชียงใหม่เมืองน้ำพุร้อนและสปาแบบครบวงจร น้ำพุร้อนดอยสะเก็ด และน้ำพุร้อนในอุทยานแห่งชาติ (ราชกิจจานุเบกษา. 2558) แต่น้ำพุร้อนที่ตั้งในชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดการพัฒนาและเชื่อมต่อโครงข่ายน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่บึง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นน้ำพุร้อนของชุมชน ซึ่งกำลังมีความต้องการในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว น้ำพุร้อนโป่งบัวบานมีบ่อน้ำแร่ธรรมชาติสาธารณะ มีอาคารสำหรับนวดของกลุ่มนวดโป่งบัวบาน แต่ยังขาดการบริการนวดและสปาอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการสปาชุมชนของชุมชนบ้านโป่งบัวบาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาปรับปรุงการบริการนวดและสปาชุมชนบ้านโป่งบัวบานให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพที่ดีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการสปาของชุมชนอย่างต่อเนื่อง และเกิดการกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่บึง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อส่วนผสมทางการตลาดบริการของน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่บึง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับ

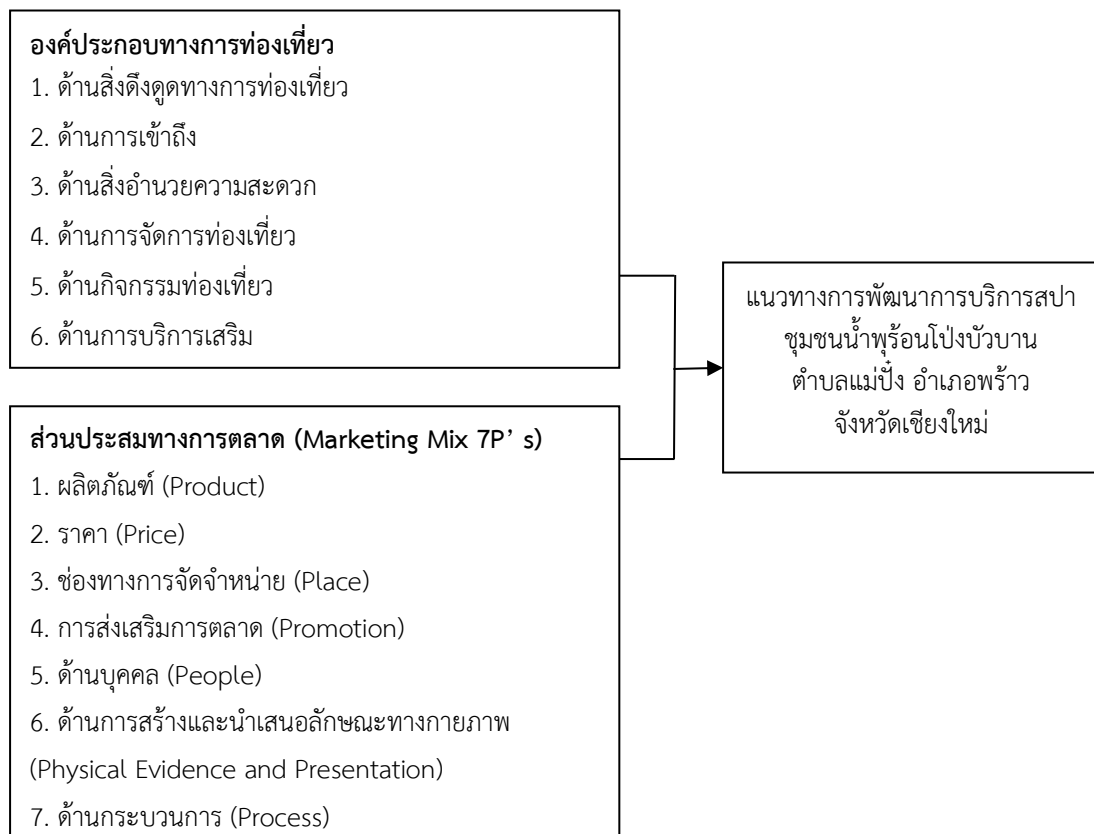
1. ได้เข้าใจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่บึง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่
2. ได้เข้าใจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อส่วนผสมทางการตลาดบริการของน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่บึง อำเภอฟัว จังหวัดเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (6As) ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว 2) ด้านการคมนาคม 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านการจัดการท่องเที่ยว 5) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และ 6) ด้านการบริการเสริม (Buhalis, 2000)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) Kotler (1997 : 92) และเสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้น จึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps (สุตาตวง เรืองรุจิระ. 2543 : 29; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552 : 80-81)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรผู้มาเยือนของภาคเหนือ ประกอบด้วยผู้มาเยือนชาวไทย 8,391,956 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) กลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Cochran (1953) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 407 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนตำบลแม่ป๋มในเดือนมิถุนายน 2564 ถึงเดือนมีนาคม 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยร่างแบบสอบถามเพื่อเสนอประธานและกรรมการ วิทยาลัยนพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ซึ่งผลจากค่าดัชนีความสอดคล้องคำนวณค่าเฉลี่ยได้ 0.80

2.2 การหาความเชื่อมั่น โดยการทดสอบเครื่องมือ (Try out) ด้วยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง จำนวน 30 ตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9817

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคล และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เป็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว 6 ด้าน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7 ด้าน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อนำคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 นำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติ SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science)

3.3 การแปลความหมายคะแนน ได้กำหนดเกณฑ์ความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.51-5.00 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก

2.51-3.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคล และสถานภาพ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (n = 407)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	166	40.80
หญิง	241	59.20
รวม	407	100
อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	61	15.00
21-30 ปี	217	53.30
31-40 ปี	85	20.90
41-50 ปี	29	7.10
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	15	3.70
รวม	407	100
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)	52	12.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6/ปวช.)	108	26.50
อนุปริญญาหรือเทียบเท่าปวส.	137	33.70
ปริญญาตรี	104	25.50
ปริญญาโท	6	1.50
รวม	407	100
อาชีพ		
นักเรียน หรือนักศึกษา	103	25.30
รับราชการ	51	12.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	8.10
พนักงานบริษัทเอกชน	36	8.80
เจ้าของธุรกิจ	168	41.30
อื่นๆ	16	4.00
รวม	407	100

ตารางที่ 2 (ต่อ) แสดงสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (n = 407)	ร้อยละ
รายได้ส่วนบุคคล		
น้อยกว่า 20,000	313	76.90
20,001-30,000 บาท	85	20.90
30,001-40,000 บาท	9	2.20
40,001-50,000 บาท	0	0.00
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	0	0.00
รวม	407	100
สถานภาพ		
โสด	283	69.50
สมรส	110	27.00
หม้าย/ หย่าร้าง	14	3.50
รวม	407	100

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	n = 407		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์(Product)	4.39	0.74	มาก
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (Price)	4.31	0.69	มาก
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.39	0.69	มาก
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions)	4.19	0.73	มาก
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)	4.41	0.66	มาก
6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกายภาพ (Physical Evidence/Environment)	4.37	0.68	มาก
7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.39	0.68	มาก
8. ปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	4.47	0.51	มาก
9. ปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง	4.43	0.51	มาก
10. ปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.43	0.53	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)			
11. ปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว	4.26	0.49	มาก
12. ปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	4.22	0.52	มาก
13. ปัจจัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ด้านการบริการเสริม	4.22	0.52	มาก
รวม	4.34	0.61	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.66) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด โดยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีคะแนนต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.73) แต่ยังคงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก สำหรับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.51) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก และควรปรับปรุงด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.52) รวมถึงบริการเสริมมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.52)

ตารางที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้มีกลิ่นหอมให้ความรู้สึกผ่อนคลาย	4.42	0.67	มาก
2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน	4.35	0.76	มาก
3. การบริการให้ความเอาใจใส่เป็นอย่างดี	4.40	0.76	มาก
4. มีผลิตภัณฑ์ทดลองเป็นตัวเลือกให้ลูกค้าสามารถนำไปใช้ที่บ้าน	4.39	0.78	มาก
รวม	4.39	0.74	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้มีกลิ่นหอมให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.67) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคะแนนน้อยที่สุดและควรปรับปรุงมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน อาทิ ควรมีการตรวจคุณภาพน้ำแร่ที่ให้บริการลูกค้าเป็นประจำ ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.76)

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคา (Price)	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ระดับราคาหลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า	4.25	0.67	มาก
2. ราคาคุ้มค่าและเหมาะสมกับการบริการ	4.36	0.71	มาก
3. สามารถชำระเงินได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	4.34	0.70	มาก
รวม	4.31	0.69	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาคุ้มค่าและเหมาะสมกับการบริการ ($\bar{X}=4.36$, S.D.= 0.71) เนื่องจากการบริการทั้งการนัด สปะหน้า การใช้น้ำแร่ หรือการบำบัดแบบล้านนาตามแนวทางแพทย์แผนไทย อาทิ การตอกเส้น การจี้หอย(การนึ่งถ่าน) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านราคาที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ ระดับราคาหลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ($\bar{X}= 4.25$, S.D.=0.67)

ตารางที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. การจัดจำหน่ายสินค้าและอาหาร ภายในแหล่งสปาชุมชนน้ำพุร้อน	4.26	0.71	มาก
2. มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	4.45	0.69	มาก
3. มีการติดต่อและอัปเดตโปรโมชั่น ผลิตภัณฑ์ผ่านทาง สื่อต่างๆ เช่น E-mail, Facebook	4.45	0.72	มาก
4. สถานที่ตั้งชัดเจน สามารถเดินทางเข้าออก ได้อย่างสะดวก	4.43	0.67	มาก
รวม	4.39	0.69	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก ($\bar{X}= 4.45$, S.D. = 0.69) มีการติดต่อและอัปเดตโปรโมชั่น ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ($\bar{X}= 4.45$, S.D. = 0.72) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีคะแนนน้อยที่สุดและควรปรับปรุงมากที่สุด คือการจัดจำหน่ายสินค้าและอาหาร ภายในแหล่งสปาชุมชนน้ำพุร้อน ($\bar{X}= 4.26$, S.D. = 0.71) โดยเฉพาะการบริการอาหาร อาหารว่างเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions)	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	3.86	0.80	มาก
2. การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ (เล่าให้ฟัง)	4.35	0.61	มาก
3. การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	4.09	0.86	มาก
4. การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	4.45	0.65	มาก
รวม	4.19	0.73	มาก

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.65) เนื่องจากน้ำพุร้อนมีการใช้เฟซบุ๊กในการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าน้อยที่สุดและควรปรับปรุงมากที่สุด คือการประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.80)

ตารางที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. บุคลากรให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มและมีใจรักบริการ	4.27	0.64	มาก
2. บุคลากรมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม	4.43	0.65	มาก
3. บุคลากรที่ทำหน้าที่นั้นมีทักษะและความเชี่ยวชาญ	4.48	0.69	มาก
4. คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น/เต็มใจให้บริการและบริการด้วยความสุภาพ/เป็นมิตร	4.45	0.67	มาก
รวม	4.41	0.66	มาก

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านบุคคลหรือพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ บุคลากรที่ทำหน้าที่นั้นมีทักษะและความเชี่ยวชาญ ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.69) เนื่องจากมีกลุ่มนวดที่ได้รับการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเสมอ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านบุคคลหรือพนักงานที่มีค่าน้อยที่สุดและควรปรับปรุงมากที่สุด คือ บุคลากรให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มและมีใจรักบริการ ($\bar{X}$ = 4.27, S.D. = 0.64) ดังนั้นควรมีการอบรมด้านจิตบริการ

ตารางที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพและการนำเสนอ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation)	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. บริเวณร้านมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย สะอาด เป็นระเบียบ สวยงาม	4.25	0.66	มาก
2. สภาพแวดล้อมภายในสถานที่บริการสามารถติดต่อได้สะดวก	4.42	0.66	มาก
3. มีห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	4.40	0.69	มาก
4. มีถังขยะเพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	4.41	0.73	มาก
รวม	4.37	0.68	มาก

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกายภาพและการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในสถานที่บริการสามารถติดต่อได้สะดวก ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.66) เนื่องจากมีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวภายในน้ำพุร้อน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกายภาพและการนำเสนอที่มีคะแนนน้อยที่สุดและควรปรับปรุงมากที่สุด คือ บริเวณร้านมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบายสะอาดเป็นระเบียบ สวยงาม ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.52)

ตารางที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	n = 407		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีป้ายแนะนำชัดเจนพอเพียง	4.24	0.66	มาก
2. พนักงานให้บริการตามลำดับขั้นตอนด้วยความคล่องตัว	4.41	0.66	มาก
3. จำนวนผู้ให้บริการที่เพียงพอ	4.50	0.69	มาก
4. สามารถโทรมานัดวันและเวลาในการเข้ารับบริการได้	4.42	0.73	มาก
รวม	4.39	0.68	มาก

จากตารางที่ 9 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ จำนวนผู้ให้บริการที่เพียงพอ ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.69) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีคะแนนน้อยที่สุดและควรปรับปรุงมากที่สุด คือ มีป้ายแนะนำชัดเจนพอเพียง ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.66)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อส่วนผสมการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนโป่งบัวบาน ตำบลแม่บึง อำเภอพาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนผสมการตลาดบริการด้านบุคคลส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนโป่งบัวบานมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความชำนาญของบุคลากรนับเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยบุคลากรให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มและ

มีใจรักบริการส่งผลน้อยที่สุด สอดคล้องกับผลวิจัยของ อีระพงษ์ อาญาเมือง (2563) เรื่อง การส่งเสริมสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กล่าวว่าควรมีการพัฒนาและอบรมด้านการบริการทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง อาทิ การต้อนรับและการยิ้มแย้มของพนักงานท้องถิ่น สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้อยที่สุดและควรปรับปรุง สอดคล้องกับพิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และคณะ (2558) ได้ระบุไว้ว่าควรพัฒนาอาคารนวดและโพรโมชันแช่น้ำแร่กับการนวดไทย ซึ่งชุมชนโป่งบัวบานมีพนักงานนวดที่มีความชำนาญและมีลูกค้าประจำจำนวนหนึ่งมารับบริการนวด

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว พบว่า สิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดใน การเลือกใช้บริการน้ำพุร้อน ดังนั้นจึงควรพัฒนาบรรยากาศสภาพแวดล้อมของสปาน้ำพุร้อนให้สวยงาม สอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1985) กล่าวถึงคุณภาพการบริการ คือมีลักษณะภายนอกที่ดี สะดวก สวยงาม (Appearance) ส่วนการบริการเสริมควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุด คือ มีการรักษาความปลอดภัยโดยการจัดเวรจิตอาสาหรือสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวมาดูแลน้ำพุร้อน และให้บริการนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ Leruksa, Chaigasem และ Suephakdee (2019) กล่าวว่าการบริการเสริมที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการคือความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 น้ำพุร้อนและอาคารสปาควรมีการพัฒนาความสวยงาม ความสะอาดให้สามารถพร้อมใช้งานอยู่เสมอ และควรเปิดให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

1.2 ควรสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้โดยชุมชน เช่น การทำยาหม่องจากสมุนไพรในชุมชน การทำลูกประคบ การทำสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งควรเป็นสินค้าจากธรรมชาติไม่มีสารอันตรายและสามารถหาได้ง่ายภายในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยลงพื้นที่เพื่อศึกษาเกี่ยวกับสปาชุมชนน้ำพุร้อนในพื้นที่อื่น เพื่อจะได้ทำความเข้าใจเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนในแต่ละแหล่ง

2.2 ควรมีการวิจัยเก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปาชุมชนน้ำพุร้อนโป่งบัวบานอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา

2.3 ควรมีการวิจัยในเรื่องมาตรฐานของสปาชุมชนน้ำพุร้อนเพื่อเป็นการให้บริการที่ถูกต้องและได้มาตรฐานในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). **สถิตินักท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411. [1 พฤษภาคม 2564].
- ธีระพงษ์ อาญาเมือง. (2563). **การส่งเสริมสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคตะวันออก**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาและการพัฒนาสังคม คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และคณะ. (2558). **แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเค็มคลองท่อมจังหวัดกระบี่**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ราชกิจจานุเบกษา. (2558). **แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7120. [15 พฤษภาคม 2564].
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สุดาดวง เรืองจุริระ. (2543). **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์อินบิสซิเนส เวิร์ด.
- Buhalis, D. (2000). "Marketing the competitive destination of the future." *Tourism Management*. 21(1) : 97-116.
- Cochran, W. G. (1953). "Matching in analytical studies." *American Journal of Public Health and the Nations Health*. 43(61), : 684-691
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 14th Global ed Upper Saddle River. NJ : Prentice-Hall.
- Leruksa, C., Chaigasem, T. and Suephakdee, D. N. (2019). "An innovation model for international sport events city of Buriram Province, Thailand." *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*. 12(2) : 672-686.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research." *The Journal of Marketing*. 49(4) : 41-50.

สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
ของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
Core Competencies Affecting the Work Performance Effectiveness
of the Local Government Organization Officers
in Lamplaimat District, Buriram Province

นิตยา เต็มเทียน^{1,*} และ ศิริพร เลิศยิ่งยศ²

Nitaya Termtain^{1,*} and Siriporn Loetyingyot²

Received 22 October 2022

Revised 24 November 2022

Accepted 19 December 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสมรรถนะหลักของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ 2) ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) ศึกษาอิทธิพลของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยประชากรคือพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ 17 แห่ง จำนวน 314 คน และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และสุ่มตามความสะดวก จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความคิดเห็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) อิทธิพลของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน คือ ความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน การทำงานเป็นทีม และการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ตามลำดับ

คำสำคัญ: สมรรถนะหลัก , ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ M.B.A., Student in Business Administration Program, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

* Corresponding author, email: nitaya.t@hotmail.com

² ปรัช.ด. การจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2558. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

² Ph.D. Management, Silpakorn University, 2015. Assistant Professor of Management, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University

The objectives of this research were 1) to study core competencies of local government organization officers in Lamplaimat district, Buriram province 2) to study the work performance effectiveness of the local government organization officers in Lamplaimat district, Buriram province, and 3) to study the influence of the core competencies affecting the work performance effectiveness of the local government organization officers in Lamplaimat district, Buriram province. The population is 314 employees of 17 local government organizations in Lam Plai Mat district, Buriram Province. The research instrument was a questionnaire. The stratifies sampling and the convenient sampling technique were used. The sample group was 200 people. The statistics used for data analysis were frequency, mean, percentage, standard deviation (S.D.) and stepwise multiple regression analysis.

The results of the study found as the following; 1) The level of opinion towards the core competencies of the work performance of local government organization officers in Lamplaimat district, Buriram province was at a high level overall. 2) The level of opinion towards the work performance effectiveness of local government organization officers in Lamplaimat district, Buriram province was at the high level overall. 3) The influence of the core competencies that statistic significantly affected the work performance effectiveness of the local government organization officers in Lamplaimat district, Buriram at the the level of 0.05. in 3 aspects; the organization commitment and the work system, the teamwork, and the achievement motivation respectively.

Keywords: core competency, work performance effectiveness

บทนำ

ประเทศไทยมีการปรับใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทยที่มีการพัฒนาสมรรถนะ สามารถเรียนรู้ ปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย ไว้ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ พัฒนาส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ โดยเน้นการจัดโครงสร้างองค์กรที่มีความทันสมัย กะทัดรัด มีระบบการทำงานที่คล่องตัว รวดเร็วปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน เน้นการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พัฒนาขีดสมรรถนะของบุคลากรในองค์กร เน้นการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างคุณค่าในการปฏิบัติภารกิจของรัฐ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. 2556 : 34)

โดยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ใช้สมรรถนะเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทั้งการบริหารจัดการผู้มีความสามารถสูง การบริหารผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาความก้าวหน้าตามสายวิชาชีพ เป็นต้น การนำสมรรถนะมาประยุกต์ใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นจะช่วยให้องค์กรได้บุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลการปฏิบัติงานตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร จากสภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องหันมาทบทวนพิจารณาสมรรถนะขององค์กร เพื่อให้้องค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงจากภายนอกได้ หากองค์กรต้องการที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันและสร้างขีดความสามารถที่จะต้านทานต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงนั้นได้จำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรเสียก่อน ซึ่งบุคลากรในองค์กร

ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะช่วยส่งเสริมผลักดันให้สมรรถนะขององค์กร เป็นสมรรถนะที่แท้จริงและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อัญชลี ชัยศรี. 2563 : 235)

สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และพฤติกรรมอื่นที่ซ่อนอยู่ในตัวบุคคลและแสดงออกทางพฤติกรรมขณะปฏิบัติงานเพื่อต้องการที่จะทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมายหรือสำเร็จตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยที่ผลงานเป็นที่โดดเด่นกว่าคนอื่น ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน และพฤติกรรมเหล่านี้สามารถวัดหรือสังเกตได้จากการกระทำ โดยอาจใช้ระยะเวลาเป็นเครื่องมือประเมินพฤติกรรม (เชิดฉวี กิตติกุลพันธ์. 2558 : 18) ซึ่งสามารถอธิบายด้วยโมเดลภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg model) ว่าความแตกต่างระหว่างบุคคลเปรียบเทียบกับภูเขาน้ำแข็ง โดยส่วนที่เห็นได้ง่ายและพัฒนาได้ง่ายคือ ส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำ คือองค์ความรู้และทักษะที่บุคคลมีอยู่ และส่วนใหญ่ที่มองเห็นได้ยากอยู่ใต้น้ำ ได้แก่ แรงจูงใจ อุปนิสัย ภาวะลักษณะภายในและบทบาทที่แสดงออกต่อสังคม ส่วนที่อยู่ใต้น้ำมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคคลอย่างมาก และเป็นส่วนที่พัฒนาได้ยาก (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2548 : 3)

สมรรถนะหลัก เป็นสมรรถนะเชิงพฤติกรรมที่กำหนดเป็นคุณลักษณะร่วมของพนักงานส่วนท้องถิ่นทุกคนที่จำเป็นต้องมีเพื่อเป็นการหล่อหลอมให้เกิดพฤติกรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งสมรรถนะหลักประกอบด้วยสมรรถนะ 5 สมรรถนะ ได้แก่ 1) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม 3) ความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน 4) การบริการเป็นเลิศ 5) การทำงานเป็นทีม (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. 2558 : 12) พนักงานจะมีสมรรถนะหลักอยู่ในระดับใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการกระตุ้นความพยายามที่จะทำงานต่าง ๆ ให้สำเร็จหลายปัจจัย เช่น ความรู้ ทักษะ อุปนิสัย แรงจูงใจ และอื่น ๆ

แนวความคิดเกี่ยวกับการกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ประชาชน ซึ่งได้รับการพิจารณาเป็นเรื่องสำคัญจึงได้มีการตรากฎหมายระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน โดยกำหนดให้มีการจัดระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหาร และได้มีการจัดตั้งรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ เมื่อกล่าวถึงองค์กรที่จัดทำบริการสาธารณะและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การจัดบริการดูแลรักษาถนนหนทาง แม่น้ำ ลำคลอง คุณภาพชีวิต และการรักษาความสะอาด ฯลฯ ซึ่งอยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดหรือที่เรียกกันว่า “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” ได้แก่ เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล และองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในแต่ละประเภทจะมีการกำหนดลักษณะหรือองค์ประกอบให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ คือ มีกฎหมายกำหนดวิธีการในการจัดตั้ง รูปแบบการบริหารจัดการ อำนาจหน้าที่ วิธีการในการจัดทำสาธารณะ การบริหารงานบุคคล การคลัง และงบประมาณ เป็นแบบแผนเดียวกันทั่วประเทศ (นิพนธ์ ศศิธรเสาวภา. 2560 : 93)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ มีจำนวน 17 แห่ง โดยมีเทศบาลตำบลจำนวน 2 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 15 แห่ง ในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้มีการตรวจสอบระบบการเงินบัญชีท้องถิ่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ดำเนินการตรวจสอบการบริหารงานและการปฏิบัติงาน ด้านการคลัง ด้านการเงิน ด้านการบัญชี และการพัสดุองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ มีผลการประเมินประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Performance Assessment : LPA) ประจำปี 2563 มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 84.52 (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดบุรีรัมย์. 2563) สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ยังสามารถพัฒนาการปฏิบัติงานของพนักงานให้ดีกว่าเดิมได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จึงมุ่งศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ว่ามีสมรรถนะหลักเป็นอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารนำมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสมรรถนะหลักของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
2. ทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
3. ทำให้ทราบถึงสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
4. สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับ เสนอต่อผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบในการวางแผนเพื่อพัฒนาบุคลากรต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวความคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency)

แนวคิดเกี่ยวกับ “สมรรถนะ (Competency)” เริ่มขึ้นในราวปี ค.ศ. 1970 Dr.David C.McClelland ซึ่งในขณะนั้นรัฐบาลสหรัฐอเมริกาเกิดปัญหาเกี่ยวกับการคัดเลือกบุคคลเข้าปฏิบัติงาน เนื่องจากบุคคลที่ผ่านการคัดเลือกเข้าปฏิบัติงานซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์ได้คะแนนสูง แต่กลับปฏิบัติงานได้ไม่ดีเหมือนกับตอนสอบคัดเลือกเข้ามา ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่ผ่านการคัดเลือกและได้คะแนนน้อยกว่ากลับปฏิบัติงานได้ดีกว่า จึงทำให้รัฐบาลสหรัฐอเมริกามีความต้องการหาวิธีการหรือเครื่องมือที่จะใช้ในการคัดเลือกบุคคลให้มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานได้อย่างแท้จริง Dr.David C.McClelland จึงได้เก็บข้อมูลในด้านต่าง ๆ ของผู้ปฏิบัติงานและศึกษาข้อมูล โดยทำการสัมภาษณ์และสอบถามเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานทั้งที่ปฏิบัติงานได้ดีตามเกณฑ์ และปฏิบัติงานไม่ได้ตามเกณฑ์ เกี่ยวกับความสำเร็จและความล้มเหลวในการปฏิบัติงาน ผลจากการศึกษาพบว่า “ผู้ปฏิบัติงานเก่ง” ไม่จำเป็นต้องเป็น “ผู้เรียนเก่ง” แต่ต้องสามารถประยุกต์ใช้หลักการหรือองค์

ความรู้ที่ตนมีอยู่เพื่อประโยชน์ในงานที่ทำ จึงเรียกว่าคนนั้นมี “สมรรถนะ (Competency)” ที่เหมาะสมและตรงกับงานนั้น ๆ และให้คำจำกัดความของสมรรถนะว่าเป็นลักษณะหรือพฤติกรรมที่ทำให้บุคคลบางกลุ่มหรือบางคนในองค์กรปฏิบัติงานได้ผลงานโดดเด่นกว่าคนอื่น ๆ โดยบุคคลเหล่านี้ได้แสดงคุณลักษณะหรือพฤติกรรมดังกล่าว (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. 2558 : 1)

1.2 ความหมายของสมรรถนะ

สมรรถนะเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้มีขีดความสามารถในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อองค์กร ซึ่งมีนักวิชาการต่าง ๆ ได้ให้ความหมายของสมรรถนะไว้ดังนี้

Boyatzis (1982) ให้ความหมายของ สมรรถนะว่า หมายถึง คุณลักษณะที่อยู่ภายในของแต่ละบุคคล อาจหมายถึง แรงขับ (Motive) ลักษณะ (Trait) ทักษะ (Skill) บทบาททางสังคมหรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (Social role or aspect of one's self Image) หรือความรู้ (A body of knowledge) ที่คนต่าง ๆ ต้องนำมาใช้ โดยเขาต้องการตอบคำถามว่าคุณลักษณะแบบใดของผู้บริหารที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ สูง สอดคล้องกับ พยัต วุฒิรงค์ (2555 : 4-5) ได้ให้ความหมายของสมรรถนะว่า หมายถึง กลุ่มของมิติ ผลการปฏิบัติงานที่สามารถสังเกตเห็นได้ รวมถึงความรู้ ทักษะ ทักษะคิด และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม กระบวนการ และองค์กรที่เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานที่สูง ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างถาวร สอดคล้องกับ อนุศักดิ์ ฉันทไพศาล (2563 : 6) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เหมาะสมซึ่งทำให้การทำงานได้ผลเป็นอย่างดีกับผู้ปฏิบัติงานและส่วนรวมโดยสามารถนำไปเป็นแบบอย่างที่ดีต่อไปในการปฏิบัติงานของผู้อื่นในองค์กร โดยอัญชลี ชัยศรี (2563 : 246) ได้ให้ความหมายของสมรรถนะว่า หมายถึง คุณลักษณะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคคล ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะอื่น ๆ เช่น อุปนิสัย ทักษะคิด บุคลิกภาพ เป็นต้น ซึ่งสามารถวัดได้จากพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็น และต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ค่านิยมและเป้าหมายองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ของบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะข้างต้นสรุปว่า สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากทัศนคติ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ ความรู้สึนึกคิดและคุณลักษณะอื่น ๆ ซึ่งส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดีมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งพบว่ามีองค์ประกอบของตัวแปรสมรรถนะได้แก่ สมรรถนะหลัก สมรรถนะรอง สมรรถนะผู้บริหาร และสมรรถนะตามสายงาน โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำเอาองค์ประกอบเกี่ยวกับสมรรถนะหลักมาใช้ในการวิจัย

2. แนวความคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

2.1 ความหมายของประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน คือ ผลการปฏิบัติงานตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดยมี Yuri Warron สกุลเจริญ และชาญณรงค์ รัตนพนากุล (2563 : 198) ให้ความหมายประสิทธิผลว่า เป็นผลลัพธ์หรือความสำเร็จขององค์การในการดำเนินการใด ๆ โดยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์การ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่องค์การตั้งเป้าหมายไว้ และเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์การที่สำคัญสอดคล้องกับอมรา พิมพ์สวัสดิ์ และบรรจบ บุญจันทร์ (2563 : 46) ให้ความหมายของประสิทธิผลว่า ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพ ความรู้ความสามารถครอบคลุมถึงกระบวนการดำเนินงานในการนำทรัพยากรมาใช้อย่างคุ้มค่า จนทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์การทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างสูงสุด จากความหมายของคำว่า ประสิทธิผล ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน หมายถึง ผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน ได้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.2 หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ในการพิจารณาหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงานไว้ดังนี้

Peterson และ Plowman (1989 : 492) ได้ให้หลักในการประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพไว้ 4 ประการ ได้แก่ 1) คุณภาพของงาน (Quality) จะต้องมีความสูงที่สุดคือผู้ผลิตและผู้ลูกค้าหรือผู้มารับบริการได้รับความคุ้มค่า และมีความพึงพอใจ ผลการทำงานมีความถูกต้องได้มาตรฐานรวดเร็ว นอกจากนี้ผลงานที่มีคุณภาพควรก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจของผู้ลูกค้าหรือผู้มารับบริการ 2) ปริมาณงาน (Quantity) งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงานโดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสมตามที่กำหนดในแผนงานหรือเป้าหมายที่บริษัทวางไว้และควรมีการวางแผนบริหารเวลาเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ 3) ระยะเวลา (Time) คือเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการ เหมาะสมกับงานและทันสมัย การพัฒนาเทคนิคการทำงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น 4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Costs) ในการดำเนินการทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงานและวิธีการ คือ จะต้องลงทุนน้อยและได้ผลกำไรมากที่สุด ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิตได้แก่การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่าและเกิดการสูญเสียที่น้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Peterson และ Plowman (1989) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ในครั้งนี้ ซึ่งมีมิติที่ใช้วัดประสิทธิผลการปฏิบัติงาน 4 ด้าน ได้แก่ 1) คุณภาพของงาน หมายถึง ความครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ ของงานที่ได้รับมอบหมายตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ 2) ปริมาณงาน หมายถึง จำนวนของงานที่ได้รับมอบหมาย สามารถปฏิบัติงานได้ตามปริมาณงานที่กำหนดไว้ 3) ระยะเวลา หมายถึง ทำงานได้สำเร็จตามเวลาที่กำหนด มีความรวดเร็ว 4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการทำงานมีความเหมาะสม คุ้มค่ากับผลงานที่ได้รับ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

Arthey และ Orth (1999) กล่าวว่า Competency เป็นกลุ่มของมิติของผลการปฏิบัติงานที่สามารถสังเกตเห็นได้ รวมถึงความรู้ ทักษะ ทักษะคิด และพฤติกรรมของแต่ละบุคคล เหมือนกับทีม กระบวนการ และความสามารถขององค์กร ซึ่งนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นและทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ Spencer และ Spencer (1993) ได้ให้ความหมายของสมรรถนะว่า เป็นคุณลักษณะที่อยู่ภายในของบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีเหตุมีผลกับเกณฑ์ที่อ้างอิงได้และทำให้บุคคลผู้นั้นมีผลการปฏิบัติงานสูง

ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน สามารถอธิบายด้วยโมเดลภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg model) ได้ว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลเปรียบเทียบกับภูเขาน้ำแข็ง โดยมีส่วนที่เห็นได้ง่าย และพัฒนาได้ง่าย คือส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำ นั่นคือองค์ความรู้ และทักษะต่าง ๆ ที่บุคคลมีอยู่ และส่วนใหญ่มองเห็นได้ยากอยู่ใต้น้ำ ได้แก่ แรงจูงใจ อุบิสัย ภาพลักษณ์ภายใน และบทบาทที่แสดงออกต่อสังคม ส่วนที่อยู่ใต้น้ำนี้มีผลต่อพฤติกรรมในการทำงานของบุคคลอย่างมาก และเป็นส่วนที่พัฒนาได้ยาก (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2548 : 3)

สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน คือคุณลักษณะของบุคคลที่เปรียบเทียบได้กับภูเขาน้ำแข็ง ซึ่งมี 2 ส่วน คือส่วนที่ลอยอยู่บนผิวน้ำ มองเห็นได้ง่าย สามารถพัฒนาได้ง่าย ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และส่วนที่อยู่ใต้น้ำ ซึ่งมองได้ยากและมีปริมาณที่มากกว่าส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำ และพัฒนาได้ยาก ได้แก่ บทบาทที่แสดงออกต่อสังคม ภาพลักษณ์ภายใน อุบิสัย และแรงจูงใจ ซึ่งส่วนที่อยู่ใต้น้ำ จะมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานเป็นอย่างมาก ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรพรรณ แป่มสูงเนิน (2561) ศึกษาเรื่อง สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จำนวน 220 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ตัวแปรอิสระคือ สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ ตัวแปรตามคือ ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ ภาพรวมอยู่ระดับมาก และประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด โดยที่ผลการทดสอบสมมติฐานสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานในทิศทางบวก คือ ด้านความยืดหยุ่นผ่อนปรน ด้านการตรวจสอบความถูกต้องตามกระบวนการ ด้านความผูกพันที่มีต่อส่วนราชการ และการดำเนินการเชิงรุก อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนการคิดวิเคราะห์ ด้านความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ธีระพล เจริญสุข (2564) ศึกษา เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกรมสรรพสามิต ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกรมสรรพสามิต 2) เปรียบเทียบการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกรมสรรพสามิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรกรมสรรพสามิตเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ตัวแปรอิสระคือ สมรรถนะ ตัวแปรตามคือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์สถิติ t-test F-test (One-way ANOVA) และการทดสอบ LSD โดยการสุ่มตัวอย่าง

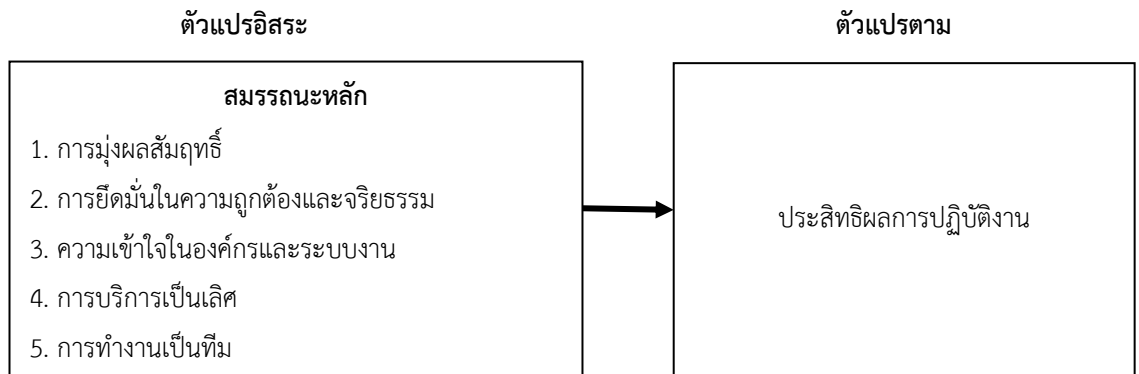
แบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะการทำงานของบุคลากรกรมสรรพสามิต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม รองลงมาคือ ด้านการบริการที่ดี และน้อยที่สุดคือ ด้านการพัฒนางานองค์กร 2) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกัน 2 ด้าน คือเพศและสถานภาพที่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ

Kim และ Jeong (2019) ศึกษา เรื่อง อิทธิพลของความไม่เจริญก้าวหน้าในอาชีพต่อความพึงพอใจในงานและสมรรถนะของพยาบาลในโรงพยาบาลทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของความไม่เจริญก้าวหน้าในอาชีพต่อความพึงพอใจในงานของพยาบาลและสมรรถนะของพยาบาล กลุ่มตัวอย่าง คือ พยาบาลในโรงพยาบาลทั่วไป จำนวน 234 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ตัวแปรอิสระคือ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ทางคลินิก ประสบการณ์ในงาน ประเภทของหน่วยงาน และประสบการณ์การสอน ตัวแปรตามคือ ความไม่เจริญก้าวหน้าในอาชีพ ความพึงพอใจในงาน และสมรรถนะทางการพยาบาล สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ t-test, one-way ANOVA, post hoc test, สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงชั้น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ผลการวิจัยพบว่า ความไม่เจริญก้าวหน้าในอาชีพของพยาบาลมีอิทธิพลกับความพึงพอใจในงานและสมรรถนะของพยาบาล มีอิทธิพลมากที่สุดคือตัวแปรสมรรถนะของพยาบาล ความไม่เจริญก้าวหน้าในอาชีพของพยาบาลในโรงพยาบาลทั่วไปควรมีการจัดการที่มีประโยชน์และมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในงานและสมรรถนะของพยาบาล

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ตัวแปรสมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม ด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน ด้านการบริการเป็นเลิศ ด้านการทำงานเป็นทีม ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การวิจัยครั้งนี้จึงได้นำเอาสมรรถนะดังกล่าว ซึ่งประกอบไปด้วย องค์ประกอบเกี่ยวกับสมรรถนะหลักมาใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรอิสระมาโดยการสังเคราะห์จากนักวิชาการและนักวิจัย คือ สมรรถนะหลัก ประกอบด้วยสมรรถนะ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม 3) ความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน 4) การบริการเป็นเลิศ 5) การทำงานเป็นทีม และตัวแปรตาม ใช้แนวคิดของ Peterson และ Plowman (1989) คือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 17 แห่ง ประชากรทั้งหมด 314 คน กรณีนี้ทราบจำนวนประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 : 608-609) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 คน ผู้วิจัยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random Sampling) จำแนกตามองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 17 แห่ง และเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 17 แห่ง

ลำดับ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
1	เทศบาลตำบลลำปลายมาศ	37	23	11.50
2	เทศบาลตำบลทะเลเมนชัย	21	13	6.50
3	องค์การบริหารส่วนตำบลหนองคู	14	9	4.50
4	องค์การบริหารส่วนตำบลแสงพัน	20	13	6.50
5	องค์การบริหารส่วนตำบลทะเลเมนชัย	11	7	3.50
6	องค์การบริหารส่วนตำบลตลาดโพธิ์	12	8	4.00
7	องค์การบริหารส่วนตำบลหนองกระเทียม	19	12	6.00
8	องค์การบริหารส่วนตำบลโคกกลาง	19	12	6.00
9	องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสะอาด	15	10	5.00
10	องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองแฝก	19	12	6.00

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 17 แห่ง

ลำดับ	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
11	องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านยาง	20	13	6.50
12	องค์การบริหารส่วนตำบลผไทรินทร์	22	14	7.00
13	องค์การบริหารส่วนตำบลโคกล่าม	18	11	5.50
14	องค์การบริหารส่วนตำบลหินโคน	20	13	6.50
15	องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบัวโคก	17	11	5.50
16	องค์การบริหารส่วนตำบลบุโพธิ์	14	9	4.50
17	องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโดน	16	10	5.00
รวม		314	200	100

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทตำแหน่ง ข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะหลักของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรอิสระมาโดยการสังเคราะห์จากนักวิชาการและนักวิจัย ประกอบด้วย การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม ความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน การบริการเป็นเลิศ และการทำงานเป็นทีม ข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 120-121) ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ใช้แนวคิดของ Peterson และ Plowman (1989) ประกอบด้วย คุณภาพของงาน ปริมาณงาน ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 120-121) และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะไปทดลองเก็บข้อมูล (Try-Out) กับพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่จะต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 116-119) ซึ่งค่าที่ได้คือ 0.957 แล้วนำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำแล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาเพื่อขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลกับผู้วิจัย จากพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม

3.2 ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยใช้เวลาในการแจกแบบสอบถามทั้งหมดภายใน 1 เดือน โดยเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random

Sampling) จำแนกตามองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 17 แห่ง และใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

3.3 เมื่อแจกแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทตำแหน่ง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์สมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม ความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน การบริการเป็นเลิศ และการทำงานเป็นทีม ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งสามารถแบ่งช่วงระดับคะแนนออกเป็น 5 ช่วง (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 120-121) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักมาก ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักน้อยที่สุด

4.3 การวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ได้แก่ คุณภาพของงาน ปริมาณงาน ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งสามารถแบ่งช่วงระดับคะแนนออกเป็น 5 ช่วง (บุญชม ศรีสะอาด. 2556 : 120-121) ได้แก่ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานมาก ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานน้อยที่สุด

4.4 การวิเคราะห์สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.41$, S.D.=0.41) โดยระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการบริการเป็นเลิศ ($\bar{X}=4.52$, S.D.=0.49) รองลงมา คือการทำงานเป็นทีม ($\bar{X}=4.45$, S.D.=0.54) ส่วนระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลัก ด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน ($\bar{X}=4.26$, S.D.=0.47) อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.43) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานมากที่สุด คือ ด้านระยะเวลา ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.48) รองลงมา คือ ด้านปริมาณงาน ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.54) และด้านที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานน้อยที่สุด คือ ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ($\bar{X}=4.31$, S.D.=0.52)

3. การวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการวิเคราะห์สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน คือ ความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน ($\beta=0.412$, p-value=0.000) รองลงมา คือ การทำงานเป็นทีม ($\beta=0.273$, p-value=0.000) และการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ($\beta=0.231$, p-value=0.000) ตามลำดับ โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ร้อยละ 57.90 โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัว สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ร้อยละ 58.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.279 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ พบว่า สมรรถนะหลัก ด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานสูงสุด ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.378, 0.412, $P<0.05$ รองลงมา ได้แก่ ด้านการทำงานเป็นทีม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.216, 0.273, $P<0.05$ และด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ เท่ากับ 0.213, 0.231, $P<0.05$ ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรง ได้ดังนี้

สมการการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y = a + b_3X_3 + b_5X_5 + b_1X_1$$

$$Y = 0.838 + 0.378X_3 + 0.216X_5 + 0.213X_1 \dots \dots \dots (1)$$

สมการการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z_y = \beta_3Z_3 + \beta_5Z_5 + \beta_1Z_1$$

$$Z_y = 0.412Z_3 + 0.273Z_5 + 0.231Z_1 \dots \dots \dots (2)$$

จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ สามารถแปลความหมายได้ดังนี้

1. เมื่อเพิ่มสมรรถนะหลัก ด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน ร้อยละ 1 จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.378 โดยตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่
2. เมื่อเพิ่มสมรรถนะหลัก ด้านการทำงานเป็นทีม ร้อยละ 1 จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.216 โดยตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่
3. เมื่อเพิ่มสมรรถนะหลัก ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ร้อยละ 1 จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.213 โดยตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ มีข้อค้นพบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพนักงานจะต้องมีการประเมินเลื่อนขั้นเงินเดือน ดังนั้นเพื่อให้ผลการประเมินที่อยู่ในระดับดีนั้น พนักงานจะต้องตั้งใจปฏิบัติงาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมรรถนะหลักอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการบริการเป็นเลิศ รองลงมา คือ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ส่วนสมรรถนะหลักอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักด้านการบริการเป็นเลิศ พบว่า พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน มากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนมาก ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ดังนั้น พนักงานจึงมีความตั้งใจในการให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน และแนะนำ แก้ปัญหาให้ผู้มารับบริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีระพล เจริญสุข (2564) ศึกษาเรื่องการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกรมสรรพสามิตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สมรรถนะการทำงานของบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสมรรถนะหลักด้านการบริการที่ดี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากกรมสรรพสามิตมีหน้าที่จัดเก็บภาษีกับผู้ประกอบการ บุคลากรจึงต้องให้บริการกับผู้รับบริการด้วยความกระตือรือร้นในการบริการด้วยอัธยาศัยที่ดี ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือผู้รับบริการอย่างทันท่วงที และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรวิทย์ จันทรศิริ (2560) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าสมรรถนะหลักด้านการบริการที่ดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้เนื่องมาจากข้าราชการครูมีหน้าที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนจัดการเรียนรู้ตามกลุ่มสาระวิชาที่ตนเองรับผิดชอบการให้บริการที่ดีเป็นตัวที่สะท้อนให้เห็นว่าข้าราชการครู

ยุคใหม่เป็นผู้มีจิตอาสา เน้นการให้บริการที่ดีซึ่งแสดงถึงความตั้งใจและความพยายามในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนรวมทั้งผู้ปกครอง ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 ระดับความคิดเห็นสมรรถนะหลักด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน พบว่า พนักงานมีความเข้าใจโครงสร้างขององค์กร สายบังคับบัญชามากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่มีขนาดเล็ก และแบ่งการทำงานออกเป็นกองอย่างชัดเจน ทำให้พนักงานสามารถเข้าใจระบบการทำงานขององค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รมิดา ชาธิรัตน์ (2559) ศึกษาเรื่องสมรรถนะหลักการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าสมรรถนะหลักด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากพนักงานเทศบาลตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นผู้มีความเข้าใจประเพณีปฏิบัติ วัฒนธรรมองค์กร รวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ราชการได้อย่างถูกต้อง

2. ระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประสิทธิผลการปฏิบัติงานมากที่สุด ได้แก่ ด้านระยะเวลา และด้านปริมาณงาน เนื่องจากพนักงานมีการจัดลำดับความสำคัญของปริมาณงาน และทำงานได้สำเร็จตามปริมาณงานที่กำหนด มีการวางแผนบริหารจัดการปริมาณงานเพื่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานขององค์กร ส่วนระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานภาครัฐ ใช้งบประมาณของหน่วยงานเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ซึ่งมีการตั้งงบประมาณไว้แล้ว จึงทำให้พนักงานมีระดับความคิดเห็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ แยมสูงเนิน (2561) ศึกษาสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน พบว่าประสิทธิผลในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านปริมาณงานอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสามารถวัดผลของงานที่สำเร็จกับปริมาณงานที่ได้รับได้เป็นอย่างดี สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ครบถ้วนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

3. อิทธิพลของสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าส่งผลจำนวน 3 ด้าน โดยสมรรถนะหลักด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงานส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ มากที่สุด รองลงมาคือการทำงานเป็นทีม และด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ น้อยที่สุด ซึ่ง Arthey และ Orth (1999) ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะเป็นกลุ่มของมิติของผลการปฏิบัติงานที่สามารถสังเกตเห็นได้ รวมถึงความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ และพฤติกรรมของแต่ละบุคคล เหมือนกับทีม กระบวนการ และความสามารถขององค์กร ซึ่งนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นและทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

3.1 สมรรถนะหลักด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงานส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่มีขนาดเล็ก ทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน โครงสร้างองค์กรมีการแบ่งกอง และมีหัวหน้ากองแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน พนักงานมีความเข้าใจระเบียบ กฎหมาย นโยบายการดำเนินงานขององค์กร และรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ให้เข้ากับการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรทัย ไชยทองกุล (2559) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การทำงานร่วมกันเป็นทีม การติดต่อสื่อสารระหว่างแผนก และระบบการทำงานในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงงานอุตสาหกรรม

พลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าระบบการทำงานในองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในระดับปฏิบัติการส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านโครงสร้างขององค์กร รองลงมาด้านระบบงานในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการกำหนดเป้าหมายขององค์กรชัดเจน ทำให้ทุกฝ่ายสามารถตระหนักถึงเป้าหมายสูงสุดได้อย่างถูกต้อง เมื่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ชัดเจนแล้วการกำหนดทิศทางหรือโครงสร้างขององค์กรก็จะไปในทิศทางเดียวกัน จึงทำให้ระบบการทำงานในองค์กร มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในระดับปฏิบัติการ

3.2 สมรรถนะหลักด้านการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากการปฏิบัติงานต้องมีการประชุมเพื่อวางแผนการปฏิบัติงาน ชี้แจงให้พนักงานทุกคนทราบขอบเขตและบทบาทหน้าที่ของตนเองให้เข้าใจและยอมรับความแตกต่างซึ่งกันและกัน พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาข้อสรุปร่วมกันในแต่ละประเด็น โดยใช้เสียงส่วนใหญ่ในการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนานาถ ผดุงศิลป์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องสมรรถนะหลักที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน พบว่า สมรรถนะหลักด้านการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เนื่องจากพนักงานสามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น มีความร่วมมือร่วมแรงร่วมใจ เกิดความรักสามัคคีในองค์กร และร่วมกันช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งการทำงานเป็นทีมช่วยให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานแทนกันได้ในกรณีที่มีการลาหรือติดภารกิจไปราชการต่าง ๆ เพื่อไม่ให้งานเกิดการหยุดชะงัก และทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างดียิ่ง

3.3 สมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากพนักงานมีความมุ่งมั่น ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีการกำหนดเป้าหมายในการทำงาน และปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร จิมากรณ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเลขานุการสำนักงานศาลยุติธรรม พบว่า สมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเลขานุการสำนักงานศาลยุติธรรม อาจเป็นเพราะเลขานุการสำนักงานศาลยุติธรรม มุ่งให้ความสำคัญสูงสุดต่อการทำงานให้บรรลุเป้าหมายทุกครั้ง ทั้งนี้เห็นได้จากการปฏิบัติงานด้วยความฉับพลัน ลงมือทำงานทันทีที่งานมาถึงเลขานุการ โดยเรียงลำดับความสำคัญของงานทันทีว่างานไหนด่วนที่สุด ด่วนมาก ด่วนหรือปกติ มีการเขียนแผนงานที่ชัดเจนเพื่อให้การทำงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ซึ่งบางครั้งยังมีการนำวิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ มาทดลองใช้ เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานก่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง อีกทั้งยังคอยหมั่นติดตามประเมินการปฏิบัติงานตนเอง เพื่อให้ได้ผลสัมฤทธิ์ที่ดีเยี่ยมของงาน หากพบจุดบกพร่องที่ทำงานล่าช้าไม่บรรลุตามเป้าหมายก็นำมาปรับปรุงเพื่อไม่ให้เกิดซ้ำอีก

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

1.1 จากผลการศึกษาสมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ พบว่า พนักงานมีความมุ่งมั่น มีการกำหนดเป้าหมายในการทำงาน และปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิธีการปฏิบัติงาน โดยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานที่ทันสมัย เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ (Printer) เครื่องคอมพิวเตอร์ และส่งเสริมให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมทักษะการใช้โปรแกรมต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน

1.2 จากผลการศึกษาสมรรถนะหลักด้านความเข้าใจในองค์กรและระบบงาน พบว่า พนักงานมีความเข้าใจระเบียบ กฎหมาย นโยบายการดำเนินงานขององค์กร และรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ให้เข้ากับการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม ดังนั้นผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานได้มีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบกฎหมาย และดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น

1.3 จากผลการศึกษาสมรรถนะหลักด้านการทำงานเป็นทีม พบว่าพนักงานรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน และให้ความร่วมมือในการทำงานกับผู้อื่นเป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้บริหารควรส่งเสริมให้พนักงานทำกิจกรรมร่วมกัน โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสนำมาซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เช่น กิจกรรมอาสาออกค่ายพัฒนาในพื้นที่ชุมชน นอกจากเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ของพนักงานแล้ว ยังเป็นการสร้างประโยชน์ต่อสังคมอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การพัฒนาสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.2 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมองค์กร ความจงรักภักดี เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ภาคินพจน์นี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประจำปีการศึกษา 2564

รายการอ้างอิง

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2558). คู่มือการประเมินผลการปฏิบัติงานของข้าราชการหรือพนักงานส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

เฉิดฉวี กิตติกุลพันธ์. (เมษายน 2558). “สมรรถนะตามสายงานหรือสมรรถนะในสายอาชีพ คืออะไร ?”

วารสารวิชาการ ปชมท. 4(1) : 16-27.

ชนานาถ ผดุงศิลป์. (2560). สมรรถนะหลักที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา สายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

- ธีระพล เจริญสุข. (2564). การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกรมสรรพสามิตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นิพนธ์ ศศิธรเสาวภา. (2560). การบริหารกิจการท้องถิ่นที่ดีในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พชรวิทย์ จันทรศิริ. (ตุลาคม 2560). “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 11(1) : 144-158.
- พยัต วุฒิมรงค์. (2555). สุตยอการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่. กรุงเทพฯ : วี. พรีน (1991).
- พรพรรณ แปมสูงเนิน. (2561). สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- มยุรี วรรณสกุลเจริญ และชาญณรงค์ รัตนพนากุล. (2563). “ประสิทธิผลขององค์การ.” วารสารศิลปการจัดการ. 4(1) : 193-204.
- รมิดา ชาธิรัตน์. (2559). สมรรถนะหลักการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- วรทยา ไชยทองกุล. (2559). การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลการทำงานร่วมกันเป็นทีม การติดต่อสื่อสารระหว่างแผนก และระบบการทำงานในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศศิธร จิมากรณ์. (2556). สมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเลขานุการสำนักงานศาลยุติธรรม. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2548). คู่มือสมรรถนะราชการพลเรือนไทย. กรุงเทพฯ : บริษัทพี.เอ.อี.พี. จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2556). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2556-พ.ศ. 2561). กรุงเทพฯ : บริษัท วิชั่น พรินท์ แอนด์ มีเดีย.
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดบุรีรัมย์. (2563). ผลการประเมินประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (LPA) ปี 2563. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.buriramlocal.go.th/public/list/data/detail/id/14635/menu/1554/page/4>. [9 กรกฎาคม 2564]
- อนุศักดิ์ ฉันทไพศาล. (2563). การวิเคราะห์สมรรถนะในการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ : อ.อนุศักดิ์
- อมรา พิมพ์สวัสดิ์ และบรรจบ บุญจันทร์. (2563). “การศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 31.” วารสารวิชาการศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. 7(1) : 42-54.
- อัญชลี ชัยศรี. (2563). “การบริหารทรัพยากรมนุษย์บนพื้นฐานสมรรถนะ.” วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์. 5(2) : 234-248.

-
- Arthey, T.R., and Orth, M.S. (1999). "Emerging Competency methods for the future." **Human Resource Managemnt.** 38(3) : 215-226.
- Boyatzis, R. (1982). **The competent manager : A model for effective performance.** New York : John Wiley.
- Kim, S.H., and Jeong, N. O. (2019). "Influence of Career Plateau on the Job Satisfaction and Nursing Competency of General Hospital Nurses." **Korean Journal of Occupational Health Nursing.** 28(3) : 138-147.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). "Determining Sample Size for Research Activities." **Education and Psychological Measurement.** 30(3) : 608-609.
- Peterson, E. and Plowman, E. G. (1989). **Business Organization and Management.** Homewood. ILL: Richard D. Irwin.
- Spencer, L. M. and Spencer, S. M. (1993). **Competency at work : Models for Superior Performance.** New York : John Wiley and Sons.

การวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาด
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนในคณะวิทยาการสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยมหาสารคามด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล
Relationship Analysis of the Marketing Mix Model Affecting
the Decision for Applying to Study in the Faculty of Informatics,
Mahasarakham University with Data Mining Technique

สุวิช ธีระโคตร^{1,*}, กชพรรณ ยังมี² และหัตถ์นัฐ นาคไพจิตร³
Suwich Tirakoat^{1,*}, Kotchaporn Youngme² and Hattanut Nakpijit³

Received 17 May 2022
Revised 27 November 2022
Accepted 19 December 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนต่อในคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักเรียนที่เข้าศึกษาต่อในปีการศึกษา 2564 จำนวน 408 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคกฎความสัมพันธ์โดยใช้อัลกอริทึม Apriori การประเมินประสิทธิภาพของกฎที่วิเคราะห์ได้ด้วยค่า Minimum support, Confidence และ Lift ผลการวิจัย พบว่า ได้แบบจำลองความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด 10 แบบ มีค่าร้อยละต่ำที่สุดที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถูกเลือกใช้ (Minimum support) เท่ากับ 0.4 ค่าความเชื่อมั่นที่จะเกิดกฎความสัมพันธ์ (Confidence) อยู่ระหว่าง 0.91-0.97 และค่าแบ่งชี้ความสัมพันธ์ของปัจจัย

¹ วส.ด. เทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2563. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดภาควิชาสื่อและนิเทศ
คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ D.IS. Information Technology, Suranaree University of Technology, 2020. Assistant Professor of Department of New Media, Faculty of Informatics, Mahasarakham University

* Corresponding author, e-mail : suwich.t@msu.ac.th

² ศป.ด. ศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2562. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดภาควิชาสื่อและนิเทศ คณะวิทยาการสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² D.F.A. Art and Design, Naresuan University, 2019. Assistant Professor of Department of New Media, Faculty of Informatics, Mahasarakham University

³ ศป.ด. ศิลปกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561. อาจารย์ สังกัดภาควิชาสื่อและนิเทศ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

³ D.F.A. Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University, 2018. Lecturer, Department of New Media, Faculty of Informatics, Mahasarakham University

ส่วนประสมทางการตลาดในกฎความสัมพันธ์ (Lift) เท่ากับ 1.36 ขึ้นไป จากกฎความสัมพันธ์ทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ด้านกระบวนการด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านราคา ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อการออกแบบกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและสถาบันได้

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, การสมัครเรียน, กฎความสัมพันธ์, พฤติกรรมการตัดสินใจ

Abstract

This research was objected to analyze the relationship model of 7Ps marketing mix factors affecting the decision for applying to study in the Faculty of Informatics, Mahasarakham University, with Data Mining technique. The data was collected by using the questionnaire form with 408 students enrolled in the academic year 2021. The data was analyzed by using the Association Rule technique with the Apriori algorithm. The minimum support, Confidence and Lift were used for the evaluation of the analyzed rules. The results showed that 10 best relationship models with a minimum support of 0.4 were obtained. The confidence was 0.91-0.97, and Lift was 1.36 and above. From all rules, it can be concluded that three of the marketing mix factors were the most influencing decision-making, including with the process, the physical evidence, the presentation and the price. The findings of this research can be used to design the activities to publicize the courses and institutions.

Keywords: Marketing Mix, Enrollment, Association Rule, Decision-making Behavior

บทนำ

หลักสูตรการศึกษา และการนำเสนอหลักสูตรเพื่อเป็นทางเลือกแก่นักเรียนกลุ่มเป้าหมายมีการแข่งขันกันอย่างสูงระหว่างสถาบันอุดมศึกษา จากข้อมูลการรับสมัครนักเรียนเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ประจำปีการศึกษา 2564 ด้วยระบบ TCAS64 มีสถาบันการศึกษาเข้าร่วม จำนวน 80 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัย/สถาบันเครือข่าย ทปอ. 29 แห่ง มหาวิทยาลัยราชภัฏ (มรภ.) 18 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) 9 แห่ง สถาบันอุดมศึกษาเอกชน 21 แห่ง และสถาบันอุดมศึกษาสมทบ 3 แห่ง หลักสูตรที่เปิดรับ 4,174 หลักสูตร และมีแผนรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อทั้งสิ้น 290,434 คน (ทีม Admission Premium. ออนไลน์. 2563) คณะวิทยาการสารสนเทศ เปิดหลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 8 หลักสูตร ได้แก่ สารสนเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาการคอมพิวเตอร์ สื่อสารนิเทศ นิเทศศาสตร์ ภูมิสารสนเทศ เทคโนโลยีนวัตกรรมสำหรับธุรกิจสมัยใหม่ และวิทยาการข้อมูลประยุกต์ ซึ่งหลักสูตรเหล่านี้เปิดสอนในเกือบทุกมหาวิทยาลัย แสดงให้เห็นว่า นักเรียนมีโอกาเลือกเรียนหลักสูตรเหล่านี้ได้ในมหาวิทยาลัยที่ตนต้องการ และสอดคล้องกับปัจจัยที่นักเรียนใช้สำหรับตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัย

หลักสูตรการศึกษาถือเป็นสินค้าในประเภทธุรกิจบริการ ดังนั้น การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ มีลักษณะเดียวกันกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ จากหลักการเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ซื้อประเมินทางเลือกหรือตัวเลือกต่าง ๆ เป็นอย่างดีแล้ว โดยการประเมินนั้นผู้ซื้อจะพิจารณาจากความแตกต่างและโดดเด่นในการนำเสนอสินค้าว่ามีความได้เปรียบและ

ตรงความต้องการของผู้ซื้อมากที่สุด ดังนั้น แต่ละสถาบันการศึกษาเลือกใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรและการรับสมัคร หนึ่งในกลยุทธ์คือ การใช้ส่วนประสมทางการตลาดเนื่องจากหลักสูตรถือเป็นผลิตภัณฑ์และบริการอย่างหนึ่งที่สถาบันศึกษานำเสนอแก่ผู้เรียน การนำเสนอหลักสูตรแก่กลุ่มเป้าหมายจึงต้องอาศัยหลักการของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกสมัครและเข้าศึกษาในหลักสูตรและสถาบันที่พิจารณาแล้วว่า มีความคุ้มค่าและเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งประเด็นที่น่าสนใจคือ แต่ละหลักสูตรมีบริบทที่แตกต่างกัน ต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดอย่างไรเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ แล้วนำผลการวิเคราะห์นั้นไปเป็นฐานเพื่อนำเสนอรายละเอียดของหลักสูตรแก่ผู้เลือกเรียน (นักเรียน)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมีหลายวิธีการ เช่น การวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน (ค่าเฉลี่ยของปัจจัย) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน ซึ่งจะให้ผลการวิเคราะห์ตามจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน ในขณะที่ กฎความสัมพันธ์ (Association Rules) เป็นกระบวนการหนึ่งในการทำ Data Mining ที่ได้รับความนิยมมากในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลสองชุดหรือมากกว่าสองชุดขึ้นไปภายในกลุ่มข้อมูลที่มีจำนวนรายการมาก ๆ มีการประยุกต์ใช้งานหลากหลายด้าน เช่น การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล (กนกนต กล่อมจ่อหอ, วราภรณ์ ต่วมสูงเนิน และพินดา หล่อวงศ์ตระกูล. 2563) การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการยืมวัสดุสารนิเทศของห้องสมุดด้วยเทคนิคการทำเหมืองข้อมูล กรณีศึกษา ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (ธนากร ปามหา. 2557) เป็นต้น ตัวอย่างงานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์กฎความสัมพันธ์จะสามารถสะท้อนพฤติกรรมกรรมการเลือกและการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถนำพฤติกรรมที่วิเคราะห์ได้เหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไปได้ เช่น เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ การเลือกสื่อสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนต่อในระดับปริญญาตรีด้านวิทยาการสารสนเทศด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล

ขอบเขตของเนื้อหา

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative) ด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกรณีศึกษา จึงมีขอบเขตและข้อตกลงเพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้น ดังนี้

1) การศึกษาครั้งนี้ใช้กรณีศึกษาจากนิสิตคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ศึกษาในสาขาวิชาต่าง ๆ ประกอบด้วย สารสนเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาการคอมพิวเตอร์ ภูมิสารสนเทศ วิทยาการข้อมูลประยุกต์ สื่ออนิเมต และนิเทศศาสตร์ ในปีการศึกษา 2564

2) ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์กฎความสัมพันธ์ถูกแสดงออกมาเป็นแบบจำลอง (Model) ในรูป “ถ้า ... แล้ว” หมายความว่า “ถ้า” เกิดเหตุการณ์ที่ 1 และ/หรือ เหตุการณ์อื่นเพิ่มเติม “แล้ว” จะเกิดเหตุการณ์ที่ 2 เช่น ถ้ามีเมฆสีดำจำนวนมากและอากาศอบอ้าว แล้วฝนจะตก เป็นต้น

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ใช้พื้นฐานความรู้จากหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานและกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ และเหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด แนวคิดเบื้องต้นของส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 4 ปัจจัย เรียกว่า 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้ (สมวรร ธนศรีพนิชชัย. ออนไลน์. 2557)

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้า บริการ หรือความคิด (Idea) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์มักอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น เช่น ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน เป็นต้น

(2) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึง แหล่งซื้อ สถานที่ หรือช่องทางจัดหาผลิตภัณฑ์มาได้เมื่อเกิดความต้องการ ดังนั้น ปัจจัยนี้จำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายมีกิจกรรมแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เป็นการระบุชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลาง และ (2) การแจกจ่ายหรือกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) เข้าสู่ตัวผู้บริโภค

(3) การกำหนดราคา (Price) การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขาย ก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้ามักจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งในตลาดได้ นอกจากนี้กลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ อาทิ คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ รวมไปถึงต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีเป้าหมายเพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค โดยมีเครื่องมือสำคัญอยู่ 4 ชนิด ได้แก่ (1) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) (2) การโฆษณา (Advertising) (3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เช่น การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แถมเพื่อแลกสินค้า การชิงโชคแจกรางวัลต่าง ๆ เป็นต้น และ (4) การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

ภาคการศึกษาที่มีหลักสูตรเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทบริการ ซึ่งธุรกิจนี้ในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) จะเห็นว่ามีแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคและบริโภคทั่วไป เพราะหลักสูตรการศึกษาเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) จึงมีแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ คือ สิ่งที่เขาต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

(2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของบริการ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคา การให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจน

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

(4) ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ ผู้ใช้บริการ โดยมียุทธศาสตร์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม

(5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แตกต่างเหนือคู่แข่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

(6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้ลูกค้าเห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพ โดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า และการให้บริการที่รวดเร็วที่ ลูกค้าควรได้รับ

(7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นปัจจัยหลักในแบบสอบถาม ดังแสดงในหัวข้อ การสร้างแบบสอบถาม ในวิธีการ ดำเนินการวิจัย

2) เหมืองข้อมูล (Data Mining)

เหมืองข้อมูล เป็นการค้นหาสิ่งที่มีประโยชน์จากข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ Data Mining ได้แก่ การหากฎความสัมพันธ์ (Association Rule) การแบ่งกลุ่มข้อมูล (Clustering) และการจำแนกประเภทข้อมูล (Classification) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เทคนิคที่ใช้คือ การหากฎความสัมพันธ์ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จาก กฎเหล่านี้สามารถนำไปวางแผนทางธุรกิจได้ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต ทำให้ทราบ ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อเบียร์มักจะซื้อผ้าอ้อมด้วย จะเห็นว่าข้อมูลนี้เป็นข้อมูลที่ไม่เคยคิดว่ามีความสัมพันธ์กัน และ เมื่อได้ความรู้แบบนี้ก็จะนำไปออกโปรโมชั่นหรือช่วยในการจัดวางชั้นสินค้า หรือเป็นแนวทางในการสั่งซื้อสินค้า ในซูเปอร์มาร์เก็ตต่อไปได้ (หนึ่งหทัย ชัยอากร. 2559)

กฎความสัมพันธ์ (Association) หมายถึง การทำเหมืองข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ของเหมืองข้อมูล มักใช้ในธุรกิจการค้าปลีก (retailing business) เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นการวิเคราะห์ตะกร้า ตลาด (Market basket analysis) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้า และหาความสัมพันธ์ของสินค้าที่ ลูกค้าซื้อ เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากความสัมพันธ์ มาใช้ในการจัดวางสินค้าบนชั้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถหยิบซื้อสินค้า ด้วยกันได้สะดวก หรือนำผลลัพธ์ที่ได้มาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าหรือจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้า กระบวนการ

ในการหาความสัมพันธ์ (Association Rule Mining) แบ่งออกเป็น 2 งานย่อยด้วยกัน ได้แก่ (1) Frequent Itemset Generation คือการหา Itemsets ที่ผ่านเกณฑ์ Minimum support ซึ่งจะเรียก Itemsets เหล่านี้ว่าเป็น “Frequent Itemsets” และ (2) Rule Generation คือการหาความสัมพันธ์ที่มีค่าประเมิน ได้แก่ Confidence หรือ Lift สูง หรือที่เรียกว่า “Strong Rules” ซึ่งกฎเหล่านี้จะถูกสร้างมาจาก Frequent Itemsets ที่ได้มาจากขั้นตอนก่อนหน้า ในงานวิจัยครั้งนี้ เลือกใช้อัลกอริทึม Apriori สำหรับการหา Frequent Itemset (กันยาวิพรสวรรค์ และณัฐพัชร เศรษฐเสถียร. 2564) และวัดค่าประเมินด้วยค่า Confidence และ Lift (ณัฐพัชร เศรษฐเสถียร และนันทมน มยุระสาคร. 2564)

(1) Confidence เป็นตัววัดประสิทธิภาพสำหรับ association rule โดยเป็นตัวเลขที่แสดงว่าน่าจะเป็นในรูปแบบ LHS => RHS ซึ่งหมายถึง สินค้าด้าน RHS จะถูกหยิบเข้าตะกร้าด้วย หลังจากที่ถูกกลุ่มของสินค้า LHS ถูกหยิบเข้าตะกร้าไปแล้ว คำนวณด้วยสมการทางคณิตศาสตร์ คือ

$$Confidence(LHS \Rightarrow RHS) = \frac{Support(LHS, RHS)}{Support(LHS)}$$

(2) Lift เป็นตัววัดประสิทธิภาพสำหรับ Association rule ที่ทำการเปรียบเทียบ ความน่าจะเป็นที่จะพบกลุ่มของสินค้า RHS ในตะกร้าที่มีการซื้อขायกลุ่มของสินค้า LHS กับ ความน่าจะเป็นที่จะพบกลุ่มของสินค้า RHS ในตะกร้าทั้งหมด คำนวณจากสมการทางคณิตศาสตร์ คือ

$$Lift = \frac{Confidence(LHS \Rightarrow RHS)}{Support(RHS)}$$

กฎความสัมพันธ์ที่สนใจหรือกฎความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง (Strong Association Rules) คือ กฎความสัมพันธ์ที่มีค่าสนับสนุน (support) และค่าความเชื่อมั่น (confidence) ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ (Minimum Threshold) ที่กำหนดขึ้น

จากที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์กฎความสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองต่าง ๆ ด้วยค่า Confidence และค่า Lift เพื่อแสดงถึงความแข็งแกร่งของกฎความสัมพันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวิธีดำเนินการตามลำดับดังต่อไปนี้

1) การสร้างแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อระดับปริญญาตรีสาขาวิชา ด้านวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 6 ระดับ ประกอบด้วย ไม่มีอิทธิพล มีอิทธิพลน้อยมากที่สุด มีอิทธิพลน้อย มีอิทธิพลปานกลาง มีอิทธิพลมาก มีอิทธิพลมากที่สุด ซึ่งใช้แนวทางสร้างรายการคำถามในแต่ละปัจจัยจากงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของธนชัย ยมจินดา, ลดาวัลย์ ยมจินดา และณัฐชัลย์ ธรรมกวีทูลศักดิ์ (2561) และวรรณพรรณ รีมผลดี และคณะ (2558) หลักสี่สาร

การตลาดแบบบูรณาการของสุภัตรา จันทร์ และกนกพร ชัยประเสริฐ (2562) และปัจจัยอื่น ๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยเกี่ยวกับการศึกษาของสุวิทย์ เพ็งทิพย์นาง , วาสนา สุวรรณวิจิตร และอนิวัช แก้วจันทน์ (2562) จุรีรัตน์ เสนาะกรรณ และวิรวรรณ จงจิตร ศิริจิรกาล (2562) และอ็อต โนนกระยอม (2563) รวมทั้งหลักการตัดสินใจและแรงจูงใจของวรินทร์ รัชโพธิ์ (2560) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายการคำถามในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รายการคำถาม
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	(1) เป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของสังคมปัจจุบัน (2) หลักสูตรที่เลือกตรงกับวิชาชีพหรืออาชีพที่รู้จัก (3) ชื่อเสียงของหลักสูตร (4) หลักสูตรตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน (5) หลักสูตรมีการสนับสนุนให้ผู้เรียนมีโอกาสได้ฝึกงานกับบริษัทที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ (6) หลักสูตรมีเนื้อหาสาระและรายวิชาที่ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เศรษฐกิจและสังคม
ด้านราคา (Price)	(7) ค่าธรรมเนียมการเรียน และค่าบริการต่าง ๆ มีความเหมาะสม (8) รายได้ของครอบครัว
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	(9) มีการเดินทางและคมนาคมสะดวก (10) อยู่ใกล้บ้าน (11) อยู่ในพื้นที่ที่มีความปลอดภัย ห่างไกลมลพิษ (12) กระบวนการสมัครและคัดเลือกไม่ยุ่งยาก (13) มีโครงการรับสมัครนักเรียนที่คณะดำเนินการเอง
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	(14) มีการให้บริการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) (15) มีทุนการศึกษาให้นักเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ (16) เว็บไซต์มีข้อมูล และข่าวประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สมัคร (17) เฟซบุ๊กมีการอัปเดตและปฏิสัมพันธ์กับผู้สมัคร (18) ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรจากแผ่นพับ อินโฟกราฟิก เนื้อหาที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ (19) มีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการเรียน หรือค่าบริการต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นแก่ผู้ปกครอง
ด้านบุคคล (People)	(20) อาจารย์ผู้สอนมีคุณภาพ (21) อาจารย์มีวุฒิการศึกษาและมีความรู้ความสามารถสูง (22) อาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการและเป็นที่ยอมรับของสังคม (23) ความเชื่อมั่นต่อคณะและมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 (ต่อ) รายการคำถามในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รายการคำถาม
ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation)	(24) มีอาคารและสถานที่สวยงาม ทันสมัย และน่าเรียน (25) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่มีความพร้อม (26) มีวิธีการสอน หรือเทคนิคการสอนที่เสริมสร้างให้นักเรียนมีทักษะวิชาชีพมากขึ้น (27) มีวิธีการสอนหรือเทคนิคการสอนเน้นการสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงาน (รวมทั้งการประกวดผลงาน)
ด้านกระบวนการ (Process)	(28) มีช่องทางการชำระค่าธรรมเนียมการเรียน หรือค่าบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ (29) ตัดสินใจสมัครเพราะการแนะนำและแนะแนวการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัย

ผลการประเมินความเที่ยงของแบบสอบถามด้วยการวัดค่าดัชนีของความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ด้วยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าทุกรายการคำถามในแต่ละปัจจัยมีค่าเกินกว่า 0.667 นั้นหมายถึง แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือการวิจัยได้ และผลการประเมินความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach's confidence coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.976 หมายถึง แบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นระดับสูง สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไปได้

2) การเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูล

2.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1) ประชากร คือ นิสิตคณะวิทยาการสารสนเทศ ในปีการศึกษา 2564 มีจำนวนทั้งหมด 2,438 คน

2.1.2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตคณะวิทยาการสารสนเทศ โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5% เท่ากับ 345 คน และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple sampling)

2.2) การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2564 ซึ่งอยู่ในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงดำเนินการสำรวจแบบออนไลน์ผ่าน google form ได้ข้อมูลมาทั้งสิ้น 408 รายการ

2.3) การจัดการข้อมูล

ภายหลังการรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจัดการข้อมูลดำเนินการ 2 ขั้นตอน คือ

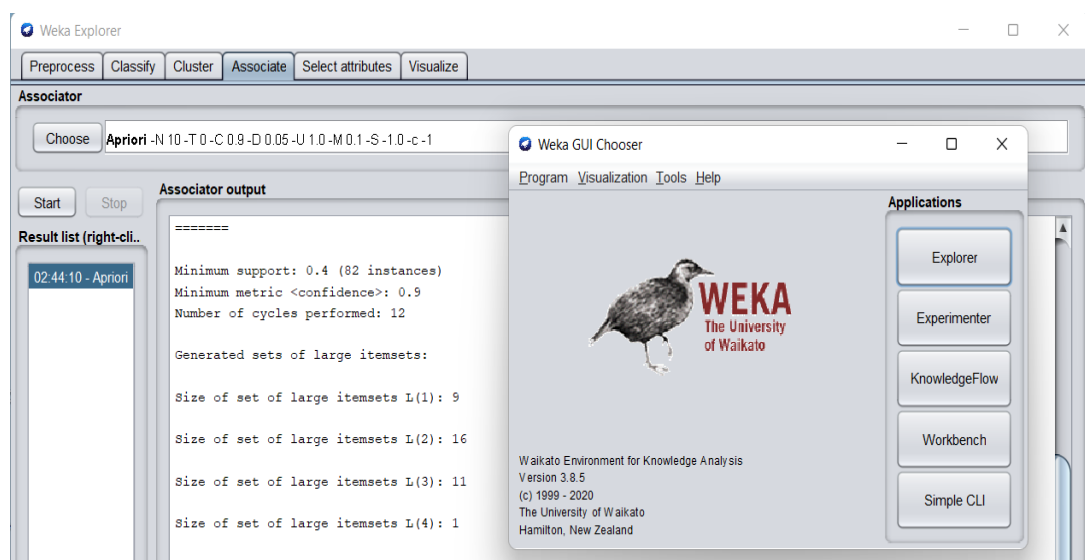
2.3.1) สร้างตัวแปรตามมี (Dummy Variables) ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps ด้วยการหาค่ามัธยฐานของค่าตัวแปรรายการคำถามในแต่ละปัจจัยในตารางที่ 1 จากนั้น เปลี่ยนแปลงค่ามัธยฐานที่คำนวณได้เป็นค่า Yes หมายถึง ปัจจัยนั้นมีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 4 ขึ้นไป ซึ่งแปลว่า ปัจจัยนั้นมีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจเลือกสมัครเรียนต่อ และเป็นค่า No หากค่ามัธยฐานที่คำนวณได้ต่ำกว่า 4 ซึ่งแปลว่า ปัจจัยไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งการแปลงค่านี้ เพื่อใช้วิเคราะห์กฎความสัมพันธ์ ชื่อตัวแปรที่สร้างขึ้นและใช้สำหรับการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical) และด้านกระบวนการ (Process)

2.3.2) ตัทรายการ (Record) การตอบออก หากทุกปัจจัยตอบ Yes หรือ No ทั้งหมด จึงทำให้รายการข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์กฎความสัมพันธ์ คงเหลือ 205 รายการ

3) การวิเคราะห์ข้อมูล

เทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) ที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ กฎความสัมพันธ์ (Association Rule) โดยใช้โปรแกรม Weka เวอร์ชัน 3.8.5 โดยเลือกใช้อัลกอริทึม Apriori กำหนดการคัดเลือกกฎด้วยความเชื่อมั่น (ค่า Confidence) เกินกว่า 0.90 และให้เลือกแสดง 10 กฎที่ดีที่สุดได้ผลดังรูป



ภาพที่ 1 การกำหนดค่าอัลกอริทึมในการวิเคราะห์กฎความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ ได้แบบจำลอง (หรือกฎความสัมพันธ์) ตามเกณฑ์ที่กำหนดค่าให้กับโปรแกรมสำหรับการวิเคราะห์ จำนวน 10 แบบจำลองแรกที่ดีที่สุด และมีค่า Minimum support เท่ากับ 0.40 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

แบบจำลองที่	ความสัมพันธ์	ค่าประเมิน	
		Confidence	Lift
1	Price && Place && Process ==> Physical	0.97	1.43
2	Promotion && Process ==> Physical	0.95	1.42
3	Place && Process ==> Physical	0.95	1.42
4	Price && Process ==> Physical	0.94	1.40
5	People && Physical ==> Process	0.92	1.38
6	Price && Physical ==> Process	0.92	1.37
7	Price && Place && Physical ==> Process	0.91	1.37
8	Promotion && Physical ==> Process	0.91	1.37
9	Process ==> Physical	0.91	1.36
10	Physical ==> Process	0.91	1.36

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

แบบจำลองที่ 1 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 97 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 2 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 3 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 4 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 94 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านราคา และด้านกระบวนการแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 92 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านบุคคล และด้านกายภาพและการนำเสนอแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกระบวนการ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 6 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 92 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านราคา และด้านกายภาพและการนำเสนอแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกระบวนการ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 7 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 91 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพและการนำเสนอแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกระบวนการ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 8 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 91 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพและการนำเสนอแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกระบวนการ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 9 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 91 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านกระบวนการแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้วยเสมอ

แบบจำลองที่ 10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 91 ถ้าตัดสินใจสมัครเรียนจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกระบวนการ ด้วยเสมอ

เมื่อพิจารณาความถี่ของตัวแปร (ปัจจัย) ที่ถูกนำมาสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด 10 แบบแรก เรียงจากปัจจัยที่มีความถี่สูงที่สุดไปต่ำที่สุด ดังนี้ ด้านกระบวนการ เท่ากับ 10 ด้านกายภาพและการนำเสนอ เท่ากับ 10 ด้านราคา เท่ากับ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 3 ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 2 ด้านบุคคล เท่ากับ 1 และด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนต่อในระดับปริญญาตรีด้านวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูลโดยการวิเคราะห์กฎความสัมพันธ์ สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนิสิตที่เข้าศึกษาต่อในคณะวิทยาการสารสนเทศ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล และแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด เท่ากับ ร้อยละ 97 คือ ถ้านิสิตตัดสินใจสมัครเรียนด้วยการใช้ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ แล้วมักจะพิจารณาจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอด้วย รองลงมาเป็นแบบจำลองความสัมพันธ์ที่มีความน่าเชื่อถือร้อยละ 95 ประกอบด้วย 2 แบบจำลอง คือ (1) ถ้านิสิตตัดสินใจสมัครเรียนด้วยการใช้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการแล้ว มักใช้ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอร่วมด้วย และ (2) ถ้านิสิตตัดสินใจสมัครเรียนด้วยการใช้ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการแล้ว จะตัดสินใจจากปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอด้วย

จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียน คือ กระบวนการในการรับสมัคร สถานที่และลักษณะทางกายภาพของสถาบัน ราคา และช่องทางการสมัครเรียน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นาเดีย เบลฮาจ ฮัสซีน เบลกิส และธนิดา อารยาเวกฤต (2564) ซึ่งสรุปว่า นอกจากนักเรียนจะพิจารณาที่ความสามารถ ความสนใจ และสถาบันหรือมหาวิทยาลัยที่ตนต้องการแล้ว นักเรียนจะพิจารณาเรื่อง วิธีการสมัคร และคัดเลือก เนื่องจากการเดินทางระหว่างจังหวัดในสถานการณ์นั้นเป็นไปได้ยาก มหาวิทยาลัยจึงต้องดำเนินการทุกอย่างออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งสมัคร ส่งเอกสาร คัดเลือก และสัมภาษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนชัย ยมจินดา, ลดาวัลย์ ยมจินดา และณัฐชุลย์ ตรรกวินุรงค์ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการในการจัดการมีนัยสำคัญในการพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ (ค่า $\beta=0.176$) นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีอิทธิพลในระดับรองลงมา โดยนักเรียนพิจารณาจากค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นระหว่างการเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพรรณ ริมผดี และคณะ (2558) ที่พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตระดับปานกลางคือ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และด้านทำเลที่ตั้ง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

การใช้ประโยชน์จากกฎความสัมพันธ์ซึ่งถือเป็นต้นแบบพื้นฐานในการออกแบบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อจูงใจนักเรียนที่จะสมัครเข้าศึกษาต่อในสถาบัน เช่น การออกแบบกิจกรรมในกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรับสมัครนักเรียนเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี การออกแบบสื่อที่ตรงกับพฤติกรรมที่วิเคราะห์ได้ เป็นต้น

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะได้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างซึ่งผลดังกล่าวได้ข้อสรุปเพียงมิติทางตัวเลข ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้วิธีเชิงคุณภาพเข้ามาร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์ หรือการสนทนากลุ่มนักเรียนที่เข้ามาศึกษาที่สถาบันแล้ว เพื่อยืนยันความถูกต้องและสอดคล้องระหว่างผลการวิเคราะห์

รายการอ้างอิง

- กนกนต กล่อมจ่อหอ, วราภรณ์ ต่อมสูงเนิน และพนิดา หล่อวงศ์ตระกูล. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563). “การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล.” **วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**. 4 (2) : 27-41.
- กันยาวิ พรสวรรค์ดี และณัฐพัชร์ เศรษฐเสถียร. (2564). **Association Rule: การหา Frequent Itemsets ด้วย Apriori Algorithm**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://bigdata.go.th/big-data-101/frequent-itemsets-apriori-algorithm/>. [17 พฤษภาคม 2565].
- จूरรัตน์ เสนาะกรรม และวีรวรรณ จงจิตร ศิริจิราภ. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.” **วารสาร AL-NUR บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยฟาฏอนี**. 14(2) : 93-106.
- ณัฐพัชร์ เศรษฐเสถียร และนันทมน มยุระสาคร. (2564). **มาทำความรู้จัก Association Rule: เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์ตะกร้าตลาดกัน!**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://bigdata.go.th/big-data-101/data-science/what-is-association-rule/>. [17 พฤษภาคม 2565].
- ทีม Admission Premium. (2563). **จำนวนรับ TCAS64**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.admissionpremium.com/content/5880#:~:text=“มีหลักสูตรที่เปิดรับ,ซัฟวิร์%20กล่าว,”>. [17 พฤษภาคม 2565].
- ธนชัย ยมจินดา, ลดาวัลย์ ยมจินดา และณัฐชุลย์ ธรรมวิฑูรศักดิ์. (กันยายน-ธันวาคม 2561). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อคณะบริหารธุรกิจระดับมหาบัณฑิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.” **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง**. 1(3): 72-82.
- ธนากร ปามุทา. (มกราคม-มิถุนายน 2557). “การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการยืมวัสดุสารนิเทศของห้องสมุดด้วยเทคนิคการทำเหมืองข้อมูล กรณีศึกษาห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.” **วารสาร มทร. อีสาน**. 7(1) : 70-79.
- นาเดีย เบลฮาญ อัสนี เบลกิส และธนิดา อารยาเวกฤต. (2564). **ผลกระทบของโควิด-19 ต่อครัวเรือนในประเทศไทย-ข้อมูลเชิงลึกจากการสำรวจแบบเร่งด่วนทางโทรศัพท์**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://blogs.worldbank.org/th/eastasiapacific/phlkrathbkhxngokhwid-19-txkhrwruuexninpraethsithy>. [16 พฤษภาคม 2565].
- วรรณพรรณ รีมพดี,และคณะ (กันยายน-ธันวาคม 2558). “ปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี.” **วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์**. 2(3): 38-55.
- วรินทร์ รัชโพธิ์. (มกราคม-เมษายน 2560). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.” **วารสารการเมืองการปกครอง**. 7(1) : 429-448.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

- สมวรรธ ธนศรีพนิชชัย. (2557). “ส่วนประสมทางการตลาด.” เอกสารประกอบการเรียนการสอน BC20204 คอมพิวเตอร์สำหรับงานโฆษณา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>. [พฤศจิกายน 2565]
- สุภัตรา จันทรา และกนกพร ชัยประเสริฐ. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.” *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*. 11(2): 12-19.
- สุวิทย์ เพ็งทิพย์นาง , วาสนา สุวรรณวิจิตร และอนิวัช แก้วจำนงค์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ ของประชาชนในจังหวัดสงขลา.” *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 11(2): 53-76.
- หนึ่งหทัย ชัยอากร. (2559). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคดาต้า ไมนิง. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : [https://erp.mju.ac.th/articleDetail.aspx?qid=551#:~:text=Data%20Mining%20เป็นเทคนิคใน,Data%20Mining%20แล้วจะได้](https://erp.mju.ac.th/articleDetail.aspx?qid=551#:~:text=Data%20Mining%20เป็นเทคนิคใน,Data%20Mining%20แล้วจะได้.). [16 พฤษภาคม 2565].
- อ็อต โนนกระยอม. (พฤษภาคม-มิถุนายน 2563). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.” *Journal of Modern Learning Development*. 5(3): 137-153.

พฤติกรรมออมและการส่งเสริมการออมของพนักงานฝ่ายสนับสนุน
และฝ่ายวิชาการมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราธิราช
Saving behavior and Saving promotion of the Support and the
Academic Staffs, Navamindrathiraj University

กนกลักษณ์ วิลเลียมส์^{1*} และบรรดิษฐ์ พระประทานพร²
Khanoglux Williams^{1*} and Bhandij Prapathanporn²

Received 23 August 2022
Revised 27 November 2022
Accepted 19 December 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการออมของพนักงานฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายวิชาการ และ 2) ศึกษาการส่งเสริมการออมของพนักงาน ผลการศึกษา พบว่า 1) พฤติกรรมการออมของฝ่ายสนับสนุน โดยส่วนใหญ่มีการออมทั้งสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งการออมในสถาบันการเงินส่วนใหญ่ คือ เงินฝากธนาคาร สำหรับการออมที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ส่วนใหญ่ คือ ออมทองคำ และซื้อประกันชีวิต โดยเงินออมที่คาดว่าจะออมอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาทต่อเดือน และเป้าหมายในการออม เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต และใช้จ่ายในยามชรา/เจ็บป่วย สำหรับฝ่ายวิชาการ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักหรือที่อยู่อาศัย เฉลี่ย 14,084.80 บาทต่อเดือน รูปแบบการออมเป็นการออมทั้งในสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ โดยออมในสถาบันการเงิน ส่วนใหญ่ คือ เงินฝากธนาคาร สำหรับการออมในรูปแบบอื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็นทองคำ และซื้อประกัน และ 2) การส่งเสริมการออมของมหาวิทยาลัย พบว่า มีการส่งเสริมการออมของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น สหกรณ์ กรุงเทพมหานคร กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการส่งเสริมการออมดังกล่าว ดังนั้นผู้บริหารมหาวิทยาลัย สามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปพิจารณาดำเนินการจัดทำแนวทางหรือนโยบายในการส่งเสริมการออมให้มีประสิทธิภาพต่อไปได้

คำสำคัญ พฤติกรรมการออม , การส่งเสริมการออม , พนักงานมหาวิทยาลัย

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

¹ M.B.A., Student in Business Administration Program, Suan Sunandha Rajabhat University.

*Corresponding author, email : Khanogluxwilliams@gmail.com

² บธ.ด. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, 2558. อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

² Doctor of Business Administration, Eastern Asia University, 2015. Program Lecturer M.B.A. & D.B.A. (Business) Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University.

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the saving behavior of the support and the academic staffs and 2) to study the saving promotion of the support and the academic staffs. The results showed that 1) the support staffs mostly had the savings in both financial institutions; the banks and other forms of savings in non- financial institutions; the gold and life's insurance. 2) It revealed that the university usually promoted the saving methods such as the BMA Savings and Credit Cooperation Limited and the Provident Fund, etc. Most of the staffs agreed with these savings methods. Consequently, the administrators could further utilize the research results to make the efficient saving guideline or the policy. 1,000-5,000 Baht and the goal of saving to be used as a source of funds in the future and for spending in old age/ sickness. For academic staff most of them have expenses for accommodation or housing on average 14,084.8 Baht per month. Most of their savings are saved in both financial institutions and other forms of savings in financial institutions will choose to save in the form of bank deposits the most. For all other forms of savings, most of them are in gold and the purchase of insurance and 2) Promotion of savings of Navamindradhiraj University, Provident Fund, etc. Most agree with the promotion of such savings, so the administrators of Navamindradhiraj University. The aforementioned research findings can be taken into account in developing guidelines or policies to promote effective savings in the future.

Keywords : Saving behavior, Saving Promotion, University staff

บทนำ

ผู้ที่มีเป้าหมายชีวิต ย่อมรู้ดีว่าสิ่งที่จะช่วยในการขับเคลื่อนให้ชีวิตประสบความสำเร็จได้นั้น คือ การวางแผน และได้ลงมือทำอย่างจริงจัง โดยสิ่งที่ควรมีเป็นอันดับแรก คือ กล้าคิด และลงมือทำในทันที เพื่อให้เกิดการออมตั้งแต่เนิ่น ๆ และช่วยให้สามารถต่อยอดแผนการที่ต้องการทำให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งเป้าหมายการออมมีมากมายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการออมเพื่อไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน คือ การสำรองเงินไว้ใช้ได้น้อย 6 เดือน หากเกิดผลกระทบ หรือเกิดเรื่องที่ไม่คาดฝัน ก็ยังสามารถใช้เงินออมนั้นดำรงชีพในช่วงระยะเวลาของการปรับตัวได้ การออมเพื่อวัตถุประสงค์การเงินตามจังหวะชีวิต เช่น การออมเงินเพื่อการศึกษาต่อ การออมเงินเพื่อการแต่งงาน การออมเงินเพื่อนำไปซื้อบ้าน ซื้อรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์การเงินที่แตกต่างกันออกไป หรือการออมเงินเพื่อเกษียณ เป็นการออมเงินเพื่อนำเงินดังกล่าวไปใช้ในวัยเกษียณอายุ โดยการออมเงินเพื่อลงทุนให้ได้อัตราผลตอบแทนที่เหมาะสม รวมถึงระยะเวลาการลงทุนที่ยาวพอสมควร สามารถนำไปสู่เป้าหมายการออมเพื่อเกษียณตามที่ต้องการได้ ทั้งนี้ จากการวิจัยพบว่า ทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร และเศรษฐกิจ อัตราส่วนของประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ในหลายประเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมของประเทศเป็นอย่างยิ่ง โดยการเกษียณอายุ หมายถึง บุคคลซึ่งถอนตัวออกจากการทำงานประจำจากการทำงานทั้งโดยสมัครใจ หรือถึงตามข้อกำหนดของอายุที่ต้องเกษียณจากงาน นั้นหมายถึง ในช่วงเวลาดังกล่าวจะไม่มีรายได้จากการทำงานประจำอีกต่อไป แต่รายจ่ายก็ยังต้องดำเนินอยู่ สำหรับในเมืองไทยเอง พบว่าประชากรไทยกำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน โดยดัชนีผู้สูงอายุมีแนวโน้มสูงขึ้น และสวัสดิการของผู้สูงอายุก็น้อยลงอย่างต่อเนื่อง แหล่งรายได้ของผู้สูงอายุมักกันคิดเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564)

สำหรับคนทั่วไปมักได้รับการปลูกฝัง หรือสร้างนิสัยเรื่องการออมเงินตั้งแต่วัยเด็กจากครอบครัว หรือโรงเรียน แต่เมื่อเวลาผ่านไปภาระหนักถึงความสำคัญของการออมก็ลดน้อยลง เนื่องจากการดำเนินชีวิตในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่ค่าครองชีพเพิ่มขึ้น อาหาร สินค้า และบริการต่าง ๆ มีราคาสูงขึ้น รวมถึงกระแสโฆษณาต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้บุคคลมีค่านิยมเรื่องการบริโภคนิยมและวัตถุนิยมมากขึ้น ทำให้บุคคลไม่คำนึงถึงการประหยัด

ขาดการเก็บออม และการใช้จ่ายอย่างไม่ระมัดระวัง จนทำให้ประสบปัญหาทางการเงิน และดำเนินชีวิตอย่างไม่มีความสุข การออมจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อชีวิต รวมถึงการออมยังถือเป็นการวางแผนทางการเงิน ในอีกรูปแบบหนึ่งอีกด้วย (วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. 2557) ซึ่งที่ผ่านมา กระทรวงการคลังได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการออมแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ (1) การจัดทำแผนการส่งเสริมความรู้ทางการเงินแห่งชาติ โดยเสนอร่างแผนการให้ความรู้พื้นฐานทางการเงิน พ.ศ. 2560-2564 อันมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานเรื่องการให้ความรู้พื้นฐานทางการเงินระดับประเทศอย่างบูรณาการ และทำให้การขับเคลื่อนการดำเนินงานในเรื่องดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (2) การสร้างความแข็งแกร่งให้สถาบันหรือองค์กรการออมที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในระบบ เพื่อเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบสหกรณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกของสหกรณ์ (3) การเพิ่มผลิตภัณธ์การออมและมาตรการลดรายจ่ายฟุ่มเฟือย ภาครัฐควรมีมาตรการผลักดันให้ประชาชนมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการลดรายจ่ายที่ฟุ่มเฟือยให้มีเงินเหลือในการออม ในขณะที่ควรมีการออกแบบผลิตภัณธ์การออมใหม่ ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณธ์การออมแบบระยะยาว เพื่อจูงใจให้ประชาชนมีการออมเพิ่มมากขึ้น นำไปใช้จ่ายยามจำเป็น และยามชราภาพได้อย่างเพียงพอ และ (4) การเติมเต็มระบบการออมเพื่อการเกษียณอายุ กระทรวงการคลังเห็นควรปรับปรุงระบบการออมเพื่อการเกษียณอายุ อาทิ เช่น การเร่งรัดการบังคับใช้ร่างพระราชบัญญัติกองทุนบำเหน็จบำนาญแห่งชาติ การปรับปรุงกฎหมายกองทุนการออมเพื่อการเกษียณอายุที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ตลอดจนการปรับกลยุทธ์เพื่อจูงใจให้แรงงานนอกระบบมีการออมผ่านกองทุนการออมเพื่อการเกษียณอายุ โดยเฉพาะกองทุนการออมแห่งชาติเพิ่มมากขึ้น (กระทรวงการคลัง. 2560)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการออมและการส่งเสริมการออมของพนักงานฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายวิชาการมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช เพื่อสำรวจว่าพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชมีพฤติกรรมการออม และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมอย่างไร เพื่อนำไปประกอบการเสนอแนวทางการออมอันสร้างความมั่นคงในการออมต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
2. เพื่อศึกษาการส่งเสริมการออมของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ประโยชน์ที่ได้รับต่อพนักงาน

- 1.1 สามารถสร้างความตระหนักการให้พนักงานของมหาวิทยาลัยฯ วางแผนการออมเงินมากขึ้น
- 1.2 มีเครื่องมือในการส่งเสริมการออมอย่างต่อเนื่องให้กับพนักงานมหาวิทยาลัยฯ นำไปปฏิบัติใช้

2. ประโยชน์ที่ได้รับต่อหน่วยงาน

- 2.1 เป็นข้อมูลเพื่อนำเสนอหัวหน้าหน่วยงานสำหรับนำไปพัฒนาความรู้ความเข้าใจ แก้ไขปัญหา รายได้ไม่เพียงพอ และสนับสนุนการออมในระดับหน่วยงานต่อไป

3. ประโยชน์ที่ได้รับต่อองค์กร (มหาวิทยาลัย)

- 3.1 เป็นข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารของมหาวิทยาลัยในการนำไปพัฒนาความรู้ความเข้าใจ แก้ไขปัญหา รายได้ไม่เพียงพอ และสนับสนุนการออมในระดับมหาวิทยาลัยต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออม

1. ความหมายเกี่ยวกับการออม

พิกุล ปัญญา (2554) ได้ให้ความหมายของการออม หมายถึง การใช้จ่ายเงินอย่างรู้ค่า คิดก่อนซื้อ คิดก่อนใช้ และการที่เราเก็บเข้ามามากกว่ารายจ่ายออกไป เงินส่วนที่เหลือเก็บ เรียกว่า เงินออม ถ้าสะสมมากเข้า จะกลายเป็นเงินก้อนใหญ่นำไปใช้ประโยชน์ในยามจำเป็น

กฤตภาส เลิศสงคราม (2555) ได้ให้ความหมายของการออม หมายถึง การเก็บสะสมรายได้ส่วนหนึ่ง ที่ไม่ได้ใช้จ่ายไปเพื่อการบริโภค หรือรายได้ส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต แล้วนำไปเก็บไว้ โดยวัตถุประสงค์เพื่อการใช้จ่ายในอนาคต

จากที่นักวิชาการแต่ละท่านได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการออมไว้ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การออม หมายถึง การนำรายได้ที่ได้จากการประกอบอาชีพ จากการทำงานมาเก็บสะสม หรือแบ่งสรรปันส่วนไว้ เพื่อนำไปใช้จ่าย หรือนำไปใช้ประโยชน์ในยามจำเป็น

2. รูปแบบของการออม

คณิน เล้าตระกูล (2559) ได้กล่าวว่า รูปแบบของการออมมีหลากหลายประเภท ดังนี้ (1) การออมเงินในบัญชีเงินฝากเป็นการออมในรูปแบบที่ง่ายที่สุด เพียงไปติดต่อที่ธนาคารเพื่อเปิดสมุดบัญชีเงินฝากธนาคาร เลือกรูปแบบการฝากแบบออมทรัพย์ หรือฝากแบบประจำ จากนั้นฝากเงินเข้าบัญชี วิธีการนี้มีข้อดีคือมีความปลอดภัยสูง ฝากเงินเมื่อไหร่ก็ได้ อย่างไรก็ตามข้อเสียของวิธีนี้คือมักให้ผลตอบแทนคือดอกเบี้ยที่ต่ำมากที่สุด (2) การออมเงินในหุ้น เป็นวิธีการออมที่สามารถให้ผลตอบแทนสูง จึงทำให้ได้รับความนิยมอย่างมาก หลายคนมักนำเงินออมมาต่อยอดให้เพิ่มดอกผลจากการซื้อหุ้น ข้อดีของวิธีการนี้ คือ ให้ผลตอบแทนที่สูง สามารถซื้อขายได้ตามต้องการ ข้อเสียคือมีความเสี่ยงสูงพอสมควร แต่ก็สามารถลดความเสี่ยงได้โดยการศึกษาข้อมูลก่อนการลงทุน (3) การออมเงินในประกันชีวิต ประกันชีวิตเป็นการออมอย่างหนึ่ง ที่สามารถก่อให้เกิดผลตอบแทนที่สูงได้ อีกทั้งยังมีเรื่องการคุ้มครองชีวิตจากอุบัติเหตุอีกด้วย การออมในเงินประกันยังสามารถนำเอาภาษีลดหย่อนภาษีได้ด้วยเช่นกัน ข้อดีของการออมแบบนี้คือให้ผลตอบแทนที่สูง ช่วยลดหย่อนภาษี คุ้มครองอุบัติเหตุ แต่ข้อเสียคือมักจะใช้เวลาออมที่ยาวนาน เช่น บางกรมธรรม์กำหนดไว้ว่าจะสามารถรับผลประโยชน์ได้เมื่อ 20 ปีให้หลัง เป็นต้น (4) การออมเงินในกองทุนรวมหุ้น LTF/RMF เป็นการลงทุนผ่านกองทุนรวม ซึ่งมีการได้รับผลประโยชน์ที่สูงพอสมควร ข้อดีของการลงทุนด้วยวิธีนี้ นอกจากเรื่องผลตอบแทนสูงแล้ว ยังมีเรื่องของความปลอดภัยเนื่องจากมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลพอร์ตการลงทุน และสามารถนำไปใช้ลดหย่อนภาษีได้ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามข้อเสียของการออมเงินในกองทุนรวมดังกล่าวก็คือ มักจะต้องใช้เวลาในการได้รับผลตอบแทน (5) การออมเงินด้วยการลงทุนในกองทุนรวมอื่น ๆ (ที่ไม่ใช่ LTF/RMF) เป็นการลงทุนที่คล้ายกับการออมเงินในกองทุนรวมหุ้น กล่าวคือเป็นการซื้อกองทุนรวม ข้อดีของการออมผ่านวิธีนี้คือมีผลตอบแทนที่ค่อนข้างดี และสามารถกระจายความเสี่ยงในการลงทุนได้ นอกจากนั้นก็ยังมีมืออาชีพช่วยดำเนินการให้ โดยที่ผู้ลงทุนไม่ต้องดูแลเอง สำหรับข้อเสียของวิธีนี้ คืออัตราค่าไถ่ มักจะมีความผันผวนไม่แน่นอน และ (6) การออมเงินในอสังหาริมทรัพย์ เป็นการออมโดยการซื้ออสังหาริมทรัพย์ เก็บไว้ เช่น บ้าน ที่ดิน อาคารพาณิชย์ ข้อดีคือสามารถใช้เก็งกำไรได้ในอนาคต และสามารถปล่อยเช่าเพื่อผลตอบแทนได้ แต่ข้อเสียคือมักต้องใช้เงินลงทุนสูง และทำให้ผู้ลงทุนมีสภาพคล่องต่ำ

3. ปัจจัยที่ส่งผลกับพฤติกรรมการออม

สิรินดา กลิ่นจันทร์หอม (2555) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 6 ประการ ได้แก่ (1) รายได้เพิ่มขึ้นส่งผลให้ประชาชนมีความมั่นใจที่จะออมเงินเพิ่มขึ้นที่สูงกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น (2) จำนวนผู้พึ่งพิงหรือผู้ที่ไม่ได้มีเงินได้เพิ่มสูงขึ้นมีผลทำให้เกิดผลกระทบทางด้านรายจ่าย คือ รายจ่ายเพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงกันข้ามบุคคลในวัยทำงานมีการออมที่สูงและถ้าหากมีบุคคลประเภทนี้อยู่มากจะทำให้เกิดแนวโน้มในการออมสูงขึ้น (3) วัฏจักรชีวิต บุคคลทั่วไปมีรายได้ค่อนข้างต่ำเมื่อเริ่มต้นชีวิตแต่ในช่วงอายุวัยกลางคนจะมีการบริโภคที่คงที่และมีการออมเป็นจำนวนมาก เนื่องจากต้องออมเพื่อจ่ายคืนหนี้สิน เก็บออมไว้เมื่อออกจากงานและเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ (4) อาชีพที่เป็นแหล่งที่มาของเงิน ผู้ที่ประกอบอาชีพที่ให้ผลตอบแทนสูง การออมย่อมสูงขึ้น

ตรงกันข้ามกับผู้ประกอบอาชีพที่ให้ผลตอบแทนต่ำ การออมก็ลดลง (5) เขตชนบทและเขตเมืองเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กำหนดความสามารถในการออม การออมที่เพิ่มสูงเป็นผลมาจากการพัฒนาตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคที่ต่างกันซึ่งส่งผลกระทบในด้านดีถึงการออมของประชาชน และ (6) ระดับการศึกษาที่มีผลต่อการออมทั้งในทางบวกและลบส่งผลให้เกิดการออมมากขึ้น เมื่อมีการศึกษาอ่อนเป็นผู้ที่มีวินัยในการเก็บออมอีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างและปลูกฝังทัศนคติในเรื่องของการออมอีกด้วย

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม และการส่งเสริมการออม อาทิเช่น การศึกษาของ ปิยะ จีระศักดิ์ประเสริฐ (2558) กล่าวว่า ชำราชากรสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สังกัดส่วนกลาง กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการออมมากถึงร้อยละ 95.35 โดยจะออมเงินเดือนละประมาณ 1,000-5,000 บาท ซึ่งรูปแบบการออมที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ หรือการศึกษาของวีรวิญญ์ ต้นวรรณรักษ์ (2556) กล่าวว่า พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมไฮเทค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการออมเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายยามเจ็บป่วย/ชรา ในรูปแบบการฝากธนาคาร สหกรณ์ออมทรัพย์หรือประกันชีวิต โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นและรายจ่ายที่ลดลงเป็นปัจจัยที่ทำให้มีการออมเงิน เช่นเดียวกันกับการศึกษาของลำไพร พันทุกซ์ (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมการออมส่วนใหญ่ของเจ้าหน้าที่เทศบาลในเขตอำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด ส่วนใหญ่มีการออมเงินกับธนาคารมากที่สุด และมีปริมาณเงินออมต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน โดยจุดมุ่งหมายของการออมโดยส่วนใหญ่ คือ ออมไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการออมเงินของเจ้าหน้าที่ในเทศบาลดังกล่าว ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษา หรือการศึกษาของ อรรถพล ศิริสุขสันต์ (2556) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ในการออมเงินโดยส่วนใหญ่เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วย/ชรา หรือในยามฉุกเฉิน โดยพบว่าวัตถุประสงค์ของการออมนั้นมีความสัมพันธ์กับอายุ สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำนวน 3,183 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำนวน 350 คน โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรทาร์โย มาเน

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร} \quad n &= \frac{N}{1+N(e^2)} \\ &= \frac{3,183}{1+3,183 (0.05^2)} \\ &= 357.64 \approx 358 \text{ คน} \end{aligned}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรรวมทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดค่าเท่ากับ .05

จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรทาร์โย มาเน พบว่า ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 358 คน อย่างไรก็ตามเพื่อความสะดวกต่อการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 350 คน โดยแบ่งออกเป็นบุคลากรฝ่ายสนับสนุน จำนวน 245 คน และบุคลากรฝ่ายวิชาการ จำนวน 105 คน ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกต่อการจัดเก็บข้อมูล และง่ายต่อการคำนวณค่าเฉลี่ย ร้อยละของข้อมูลที่ได้เก็บ

2. เครื่องมือวิจัย

2.1 กระบวนการสร้างเครื่องมือวิจัย

ข้อคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถาม ผู้วิจัยออกแบบมาจากการทบทวนวรรณกรรม จากบทความงานวิจัยต่าง ๆ ในประเทศ อาทิเช่น การศึกษาของปิชัย จีระศักดิ์ประเสริฐ (2558) หรือการศึกษาของของวีรวิทย์ ตันวรรณรักษ์ (2556) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการออมเงิน ประกอบด้วยรูปแบบการออม จำนวนเงินที่ออม และเป้าหมายการออม ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศสายสนับสนุน มีข้อคำถาม จำนวน 14 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ดังนี้ (Likert. 1970 : 275)

- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศสายสนับสนุน ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended)

2.2 การหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามดังกล่าวมีการหาค่าความเที่ยง ความตรงของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้บริหารของมหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศเป็นผู้ประเมินแบบสอบถามดังกล่าว ทั้งนี้ ผลการหาค่าความเที่ยงตรง ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.60 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามดังกล่าวใช้ได้ สามารถนำไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศสายสนับสนุน จำนวน 245 คน และพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศสายวิชาการ จำนวน 105 คน โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศสายสนับสนุน และสายวิชาการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.3 ตรวจสอบความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบกลับมา

3.4 นำผลการตอบแบบสอบถามดังกล่าวไปประเมินผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการนำข้อมูลแบบสอบถามที่เก็บได้มาแปรข้อมูลเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรมเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ 2 ขั้นตอนดังนี้

4.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการออม จากแบบสอบถามตอนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการอธิบายข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการออมเงินของพนักงานมหาวิทยาลัย นวมนิทรราชสาสน์สนุน และสายวิชาการ จากแบบสอบถามตอนที่ 2 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง พฤติกรรมการออมและการส่งเสริมการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน และสายวิชาการมหาวิทยาลัยนวมินทรราชสาสน์สนุน พบว่า

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการออมเงินของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนและสายวิชาการ

1.1 พฤติกรรมการออมเงินของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน จำแนกออกเป็น

1.1.1 รูปแบบการออม

สำหรับรูปแบบการออม ผู้วิจัยแบ่งรูปแบบการออมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ออมในสถาบันการเงิน ออมในรูปแบบอื่น ๆ และออมทั้งสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งรูปแบบการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน เป็นดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน

รูปแบบการออม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ออมในสถาบันการเงิน	97	39.6
ออมในรูปแบบอื่น ๆ	31	12.7
ออมทั้งสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ	117	47.8
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน ส่วนใหญ่ออมทั้งสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ ออมในสถาบันการเงินอย่างเดียว จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 และออมในรูปแบบอื่น ๆ เพียงอย่างเดียว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และเมื่อพิจารณาเป็นการออมในสถาบันการเงินเพียงอย่างเดียว พบว่า ส่วนใหญ่ออมในเงินฝากธนาคารมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และการออมในรูปแบบอื่น ๆ อย่างเดียว พบว่าส่วนใหญ่ออมในทองคำมากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

1.1.2 จำนวนเงินที่คาดว่าจะออม

สำหรับจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมนั้น เป็นจำนวนเงินออมที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานสายสนับสนุนออมอยู่ตลอด หรือคาดว่าจะออมต่อเดือน ซึ่งจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนเงินที่คาดว่าจะออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน

จำนวนเงินออม (บาทต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ออม/ คาดว่าจะไม่ออม	8	3.3
500 – 1,000	47	19.2
1,001 – 5,000	117	47.8
5,001 – 10,000	24	9.8
10,001 – 15,000	14	5.7
15,001 – 20,000	18	7.3
20,001 – 25,000	3	1.2
25,001 – 30,000	9	3.7
30,001 ขึ้นไป	5	2.0
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 2 จำนวนเงินที่คาดว่าจะออม พบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน ส่วนใหญ่คาดว่าจะออมต่อเดือน จำนวนเงินออมระหว่าง 1,001-5,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ จำนวนเงินออมระหว่าง 500-1,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 จำนวนเงินออมระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 จำนวนเงินออมระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 จำนวนเงินออมระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 จำนวนเงินออมระหว่าง 25,000-30,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ไม่ออมหรือคาดว่าจะไม่ออม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 จำนวนเงินออมระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และ จำนวนเงินออมระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อคิดจำนวนเงินออมเฉลี่ย (Mean) พบว่า จำนวนเงินที่คาดว่าจะออม คือ 7,358.70 บาทต่อเดือน และจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมสูงสุด คือ 50,000 บาท ต่อเดือน

1.1.3 เป้าหมายการออมเงิน

สำหรับเป้าหมายการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน แบ่งออกเป็นเพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เพื่อซื้อสินทรัพย์/ทุนการศึกษา/ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย/ซื้อบ้าน/ซื้อรถยนต์ เพื่อการลดหย่อนภาษี เพื่อผลตอบแทน และเพื่ออื่น ๆ และเนื่องจากเป็นการตอบแบบเลือกได้หลายคำตอบ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ด้วย Multiple Response ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เป้าหมายการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน

เป้าหมายการออม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว	192	30.4
เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน	176	27.9
เพื่อซื้อสินทรัพย์/ทุนการศึกษา/ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย/ซื้อบ้าน/ซื้อรถยนต์	102	16.2
เพื่อการลดหย่อนภาษี	67	10.6
เพื่อผลตอบแทน	91	14.4
อื่น ๆ	3	0.5

จากตารางที่ 3 พบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนส่วนใหญ่มีเป้าหมายการออม คือ เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมา คือ เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 เพื่อซื้อสินทรัพย์/ ทุนการศึกษา/ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย/ซื้อบ้าน/ซื้อรถยนต์ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เพื่อผลตอบแทน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 เพื่อการลดหย่อนภาษี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 และอื่น ๆ เช่น เพื่อนำไปเปิดร้านล้างรถ หรือไปเป็นทุนดำเนินการทางธุรกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

1.2 พฤติกรรมการออมเงินของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ จำแนกออกเป็น

1.2.1 รูปแบบการออม

สำหรับรูปแบบการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ ผู้วิจัยแบ่งรูปแบบการออมออกเป็น 3 ประเภท คือ ออมในสถาบันการเงิน ออมในรูปแบบอื่น ๆ และออมทั้งสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 รูปแบบการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ

รูปแบบการออม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ออมในสถาบันการเงิน	42	40.0
ออมในรูปแบบอื่น ๆ	7	6.7
ออมทั้งสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ	56	53.3
รวม	105	100.0

จากตารางที่ 4 รูปแบบการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ พบว่า ส่วนใหญ่ออมทั้งสถาบันการเงินและรูปแบบอื่น ๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ออมในสถาบันการเงินอย่างเดียว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และการออมในรูปแบบอื่น ๆ อย่างเดียว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 โดยเมื่อพิจารณาการออมในสถาบันการเงินอย่างเดียว พบว่าพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการเลือกออมเงินในรูปแบบเงินฝากธนาคารมากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 และออมในรูปแบบอื่น ๆ อย่างเดียว ส่วนใหญ่เลือกออมในทองคำ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1

1.2.2 จำนวนเงินที่คาดว่าจะออม

สำหรับจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมนั้น เป็นจำนวนเงินออมที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการออมอยู่ตลอด หรือคาดว่าจะออมต่อเดือน ซึ่งจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมปรากฏดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนเงินที่คาดว่าจะออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ

จำนวนเงินออม (บาทต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ออม/ คาดว่าจะไม่ออม	1	1.0
500 – 1,000	3	2.9
1,001 – 5,000	44	41.1
5,001 – 10,000	28	26.6
10,001 – 15,000	6	5.7
15,001 – 20,000	10	9.5
20,001 – 25,000	6	5.7
25,001 – 30,000	3	2.9
30,001 ขึ้นไป	4	3.8
รวม	105	100.0

จากตารางที่ 5 จำนวนเงินที่คาดว่าจะออม พบว่า ส่วนใหญ่คาดว่าจะออมต่อเดือน ระหว่าง 1,0001-5,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาเป็นระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 จำนวนเงินระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 จำนวนเงินระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 เช่นเดียวกันกับ จำนวนเงินระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 จำนวนเงิน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และจำนวนเงินระหว่าง 500-1,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 เช่นเดียวกันกับจำนวนเงินระหว่าง 25,001-30,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 และสุดท้าย คือ ไม่ออมหรือคาดว่าจะไม่ออม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อคิดจำนวนเงินออมเฉลี่ย (Mean) พบว่า จำนวนเงินที่คาดว่าจะออม คือ 10,687.60 บาท ต่อเดือน และจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมสูงสุด คือ 50,000 บาทต่อเดือน

1.2.3 เป้าหมายการออม

สำหรับเป้าหมายการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ แบ่งออกเป็นเพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เพื่อซื้อสินทรัพย์/ทุนการศึกษา/ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย/ซื้อบ้าน/ซื้อรถยนต์ เพื่อการลดหย่อนภาษี เพื่อผลตอบแทน และเพื่ออื่น ๆ และเนื่องจากการเป็นคำตอบแบบเลือกได้หลายคำตอบ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ด้วย Multiple Response ได้ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 เป้าหมายการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ

เป้าหมายการออม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว	97	22.8
เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน	94	22.1
เพื่อซื้อสินทรัพย์/ทุนการศึกษา/ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย/ซื้อบ้าน/ซื้อรถยนต์	84	19.7
เพื่อการลดหย่อนภาษี	68	16.0
เพื่อผลตอบแทน	80	18.8
อื่น ๆ	3	0.7

จากตารางที่ 6 เป้าหมายการออม พบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการส่วนใหญ่มีเป้าหมายการออมเพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รองลงมาเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาเพื่อซื้อสินทรัพย์/ทุนการศึกษา/ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย/ซื้อบ้าน/ซื้อรถยนต์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 เพื่อผลตอบแทน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 เพื่อการลดหย่อนภาษี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณการทำงานด้วยการหาค่าเฉลี่ย และค่ามัธยฐาน

2.1 การส่งเสริมการออมกับพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน

พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมเงินแสดงได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมเงินของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน

การส่งเสริมการออม	ค่าเฉลี่ย (Mean)	S.D.	ความหมาย
ท่านคิดว่าท่านจะออมเงินทุกเดือนในจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้	4.33	0.05	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าท่านจะแบ่งเงินออกเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น ออมเงิน เพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เงินออม เพื่อการศึกษาของบุตร	4.22	0.05	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าจะนำเงินออมออกมาใช้บ่อย ๆ	2.60	0.08	เห็นด้วยระดับน้อย
เมื่อท่านได้เงินพิเศษต่าง ๆ ท่านจะนำเงินส่วนนั้นมาออม	4.11	0.05	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านคิดว่าท่านจะออมเงินทุกเดือนในจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้	4.33	0.05	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าท่านจะแบ่งเงินออกเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น ออมเงิน เพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เงินออม เพื่อการศึกษาของบุตร	4.22	0.05	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าจะนำเงินออมออกมาใช้บ่อย ๆ	2.60	0.08	เห็นด้วยระดับน้อย
เมื่อท่านได้เงินพิเศษต่าง ๆ ท่านจะนำเงินส่วนนั้นมาออม	4.11	0.05	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านควรออมเงินเพิ่มขึ้นเมื่อท่านมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.42	0.04	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าท่านไม่สามารถออมเงินได้หากไม่มีแรงจูงใจในการออม	3.60	0.07	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านจะวางแผนการใช้เงินไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดให้รายจ่ายไม่เกินรายรับ	4.15	0.05	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านจะทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกเดือน	3.60	0.08	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมสำหรับเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต	3.40	0.05	เห็นด้วยระดับปานกลาง
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน	4.05	0.05	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมเพื่อเป็นมรดกให้ครอบครัว	3.92	0.06	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมเพื่อเป็นทุนการศึกษา	3.83	0.06	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมไว้ใช้จ่ายยามชรา	4.23	0.05	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านรู้สึกภูมิใจที่ท่านได้ออมเงิน	4.43	0.04	เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 7 เป็นระดับความคิดเห็นของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนต่อการส่งเสริมการออม พบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนเห็นด้วยระดับมากที่สุดว่ารู้สึกภูมิใจที่ได้ออมเงินมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.43, S.D. = 0.04) โดยเห็นด้วยว่าควรออมเงินเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.04) และจะออมเงินทุกเดือนในจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.05) นอกจากนี้ ยังเห็นด้วยที่จะลงมือทำตามแผนการออมไว้ใช้จ่ายยามชรา ($\bar{X}$ = 4.23, S.D. = 0.05) ตลอดจนเห็นด้วยว่าจะแบ่งเงินออมออกเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น ออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เงินออมเพื่อการศึกษาของบุตร ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.05) โดยพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนมีความเห็นด้วยระดับมากที่สุดในทุกรูปแบบการส่งเสริมการออมที่กล่าวมา

2.2 การส่งเสริมการออมกับพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ

พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมเงินแสดงได้ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมเงินของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ

การส่งเสริมการออม	ค่าเฉลี่ย (Mean)	S.D.	ความหมาย
ท่านคิดว่าท่านจะออมเงินทุกเดือนในจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้	4.66	0.07	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าท่านจะแบ่งเงินออกเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น ออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เงินออม เพื่อการศึกษาของบุตร	4.70	0.07	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าจะนำเงินออมออกมาใช้บ่อย ๆ	2.42	0.15	เห็นด้วยระดับน้อย
เมื่อท่านได้เงินพิเศษต่าง ๆ ท่านจะนำเงินส่วนนั้นมาออม	4.45	0.09	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านควรออมเงินเพิ่มขึ้นเมื่อท่านมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.75	0.05	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านคิดว่าท่านไม่สามารถออมเงินได้หากไม่มีแรงจูงใจในการออม	4.17	0.12	เห็นด้วยระดับมาก
ท่านจะวางแผนการใช้เงินไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดให้รายจ่ายไม่เกินรายรับ	4.50	0.08	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านจะทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกเดือน	4.35	0.11	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมสำหรับเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต	4.50	0.08	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน	4.50	0.08	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมเพื่อเป็นมรดกให้ครอบครัว	4.40	0.09	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมเพื่อเป็นทุนการศึกษา	4.30	0.10	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านจะลงมือทำตามแผนการออมไว้ใช้จ่ายยามชรา	4.65	0.06	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
ท่านรู้สึกภูมิใจที่ท่านได้ออมเงิน	4.56	0.06	เห็นด้วยระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 8 เป็นระดับความคิดเห็นของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการต่อการส่งเสริมการออม พบว่าพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าควรออมเงินเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.05) โดยพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดในการส่งเสริมการออมรูปแบบอื่น ๆ อีก คือ เห็นด้วยว่าควรแบ่งเงินออมออกเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น ออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เงินออมเพื่อการศึกษาของบุตร ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.07) และจะออมเงินทุกเดือนในจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.07) นอกจากนี้ ยังเห็นด้วยที่จะลงมือทำตามแผนการออมไว้ใช้จ่ายยามชรา ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.06) ตลอดจนเห็นด้วยว่าจะวางแผนการใช้เงินไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดให้รายจ่ายไม่เกินรายรับ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.08) จะลงมือทำตามแผนการออมสำหรับเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.08) และจะลงมือทำตามแผนการออมเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.08)

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการออมเงิน และการส่งเสริมการออมอย่างต่อเนื่องของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช สายสนับสนุน สรุปได้ว่าพฤติกรรมการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชสายสนับสนุนส่วนใหญ่จะออมทั้งในสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งการออมในสถาบันการเงินมากที่สุด จะออมในรูปแบบเงินฝากธนาคาร รองลงมาเป็นเงินฝากสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งมีมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชมีสหกรณ์ออมทรัพย์ กทม. จำกัด และสหกรณ์วชิรพยาบาล นอกจากนี้ ยังมีการซื้อกองทุนต่าง ๆ ซื้อสลากออมสิน สลากธกส. รวมถึงการออมในรูปแบบทองคำก็เป็นที่ยอมรับเช่นกัน ทั้งนี้ จำนวนเงินที่คาดว่าจะออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน ส่วนใหญ่แล้วอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาทต่อเดือน และมีเป้าหมายการออมส่วนใหญ่ เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว สำหรับการส่งเสริมการออมอย่างต่อเนื่องของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชสายสนับสนุน เมื่อสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการออมเงิน พบว่าเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งเห็นด้วยที่จะออมเงินทุกเดือน ในจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ การแบ่งเงินออมออกเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น ออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เงินออมเพื่อการศึกษาของบุตร จะออมเงินเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงจะมีการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้า โดยกำหนดให้รายจ่ายไม่เกินรายรับ ตลอดจนจะลงมือทำตามแผนการออมไว้ใช้จ่ายยามชรา ประการสำคัญ คือ รู้สึกภูมิใจที่ได้ออมเงิน

2. พฤติกรรมการออมเงิน และการส่งเสริมการออมอย่างต่อเนื่องของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชสายวิชาการ สรุปได้ว่า พฤติกรรมการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชสายวิชาการส่วนใหญ่จะออมทั้งในสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งการออมในสถาบันการเงินมากที่สุด จะออมในรูปแบบเงินฝากธนาคาร รองลงมาเป็นเงินฝากสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ ส่วนใหญ่แล้วอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท ต่อเดือน และส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ใช้จ่ายยามชรา/เป็นมรดกครอบครัว สำหรับการส่งเสริมการออมอย่างต่อเนื่องของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชสายวิชาการ เมื่อสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการออมเงิน พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทั้งเห็นด้วยที่จะออมเงินทุกเดือน ในจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ การแบ่งเงินออมออกเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น ออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เงินออมเพื่อการศึกษาของบุตร การนำเงินพิเศษต่าง ๆ เนื่องในโอกาสต่าง ๆ มาออม จะออมเงินเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงจะมีการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้า โดยกำหนดให้รายจ่ายไม่เกินรายรับ ตลอดจนจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายทุกเดือน ลงมือทำตามแผนการออมสำหรับเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน เป็นมรดกให้กับครอบครัว เป็นทุนการศึกษาแก่บุตร และจะลงมือทำตามแผนการออมไว้ใช้จ่ายยามชรา ประการสำคัญ คือ รู้สึกภูมิใจที่ได้ออมเงิน

จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการออมของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชทั้งสายสนับสนุนและสายวิชาการโดยส่วนใหญ่จะออมเงินทั้งในสถาบันการเงิน และรูปแบบอื่น ๆ แสดงว่า พนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชให้ความสำคัญกับการออม ซึ่งการออมในสถาบันการเงินมากที่สุด จะออมในรูปแบบเงินฝากธนาคาร รองลงมาเป็นเงินฝากสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยจำนวนเงินที่คาดว่าจะออมของพนักงานมหาวิทยาลัยทั้งสายสนับสนุนและสายวิชาการส่วนใหญ่แล้วอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลำไพร พันทุภักดิ์ (2556 : 58) กล่าวว่า พฤติกรรมการออมส่วนใหญ่ของเจ้าหน้าที่เทศบาลในเขตอำเภอ เมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด ส่วนใหญ่มีการออมเงินกับธนาคารมากที่สุด และมีปริมาณเงินออมต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน สำหรับเป้าหมายการออมนั้น พบว่าพนักงานมหาวิทยาลัยทั้งสายสนับสนุนและสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช โดยส่วนใหญ่แล้วมีเป้าหมายเพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต/ ใช้จ่ายยามชรา/ เป็นมรดกครอบครัว ซึ่งสอดคล้อง

กับการศึกษาของ สกุนา หวังเอียด (2558 : 1-9) ที่พบว่าพฤติกรรมการออมเพื่อเตรียมตัวในการใช้ชีวิตหลังเกษียณของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ประการสำคัญคือ เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต และไว้ใช้จ่ายในยามชรา/ เจ็บป่วย นอกจากนี้การส่งเสริมการออมอย่างต่อเนื่องของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชวิทยาสายวิชาการ พบว่าเป็นไปได้ไม่ยาก เนื่องจากเมื่อสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการออมเงิน พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด กล่าวคือ มหาวิทยาลัยนวมินทราชวิทยามีการส่งเสริมการออมเงินอย่างต่อเนื่อง ทั้งการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจในการออมเงิน ตลอดจนเป็นการปลูกฝังให้บุคลากรรู้จักออมเงินและระมัดระวังค่าใช้จ่าย เนื่องจากบุคลากรของมหาวิทยาลัย มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออมในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะยังสร้างความตระหนักรู้ในการออมของพนักงานหรือบุคลากรของมหาวิทยาลัยมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะส่งผลดีต่อบุคลากรแล้ว ยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจระดับประเทศอีกด้วย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการออมและการส่งเสริมการออมของพนักงานฝ่ายสนับสนุน และฝ่ายวิชาการมหาวิทยาลัยนวมินทราชวิทยาสายวิชาการ ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางที่สำคัญ คือ การส่งเสริมการออมมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ประชาชนเล็งเห็นความสำคัญของการออมมากขึ้น ยิ่งโดยเฉพาะการออมเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณการทำงานยิ่งถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะช่วงเวลาดังกล่าว คนเรานั้นจะไม่มีรายได้จากงานประจำอีกต่อไป และยิ่งโลกของเราเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้นด้วยแล้ว ยิ่งควรส่งเสริมการออมเป็นอย่างยิ่ง โดยภาครัฐควรออกกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับ กติกาต่าง ๆ เพื่อให้การออมสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

รายการอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). **สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันและเศรษฐกิจในประเทศไทย**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.dop.go.th/th/known/15/926>. [17 เมษายน 2565].
- กระทรวงการคลัง. (2560). **แนวทางการส่งเสริมการออมทั้งระบบ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.prachachat.net/finance/news-71786>. [17 เมษายน 2565].
- กฤตภาส เลิศสงคราม. (2555). **พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์**. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คณิน เล้าตระกูล. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเงินของสมาชิกสหกรณ์ กรณีศึกษา: สหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขเชียงใหม่ จำกัด**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปิชัย จีระศักดิ์ประเสริฐ. (2558). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน : กรณีศึกษาข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินสังกัดส่วนกลาง กรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พิบูล ปัญญา. (2554). **พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทหลักทรัพย์**. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ลำไพร พันทุกข์. (2556). พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของเจ้าหน้าที่เทศบาลในเขตอำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2557). “ปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมการออมของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.” วารสารสุทธิปริทัศน์. 28(85) : 300-315.
- วีรวิทย์ ตันวรรณรักษ์. (2556). การดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมการออมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา.
- สกุณา หวังเอียด. (2558). พฤติกรรมการออมเพื่อเตรียมตัวในการใช้ชีวิตหลังเกษียณของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิรินดา กลิ่นจันทร์หอม. (2555). “พฤติกรรมการออมเงินของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.” เอกสารแบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบันรายวิชา 751409. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรรณพ ศิริสุขสันต์. (2556). พฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของพนักงานห้าง : กรณีศึกษาพนักงานห้าง บริษัทเซ็นทรัล สาขาพญา ปิข. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Likert, R. N. (1970). A technique for the measurement of attitude. Attitude Measurement. Chicago : Ronal McNally & Company.

ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงิน
ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID- 19)
ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

People's Expectation on Financial Planning during the COVID - 19
Situation in Nonthaburi Province

สุนันtha สังขทัต^{1,*}

Sunanta Sangkatat^{1,*}

Received 10 June 2022
Revised 27 November 2022
Accepted 19 December 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงิน ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออม ในภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ด้านสภาพคล่อง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และด้านการลงทุน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ตามลำดับ และ 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี สรุปได้ว่าความคิดเห็นต่อความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากร ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านเพศ และอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ ความคาดหวัง , การวางแผนทางการเงิน

¹ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม, 2556. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏ

¹ Doctor of Philosophy Educational Administration Siam University, 2013. Lecturer in Accounting Program, Faculty of Accountancy, Rajapruk University.

*Corresponding author e-mail : ting.sunantha@gmail.com

Abstract

The purposes of this research are 1) to study the expectation of people under the epidemic of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) situation in Nonthaburi Province 2) to compare the expectation of people under the epidemic of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) situation in Nonthaburi Province, classified by the demographic characteristics. The research found that 1) The overall respondents had highly expectations for financial planning under the epidemic of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) situation (3.43). Considering each aspect, it was found that the overall saving aspect was at a high level (3.48). Moreover, the overall liquidity was equal to 3.47 and the overall investment aspect was at a high level (3.35). 3) The results of the hypothesis test comparing with expectations for financial planning under the epidemic of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) situation, concluded that the opinions on the expectation of the financial planning in terms of the age, the education level, the social status and the monthly income were different. Then, the hypothesis was accepted. On the contrary, there was no difference in aspect of the sex and the occupation, which rejects the hypothesis.

Keywords : Expectation , Financial planning

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่า ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา ทั่วโลกประสบกับการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและสุขภาพของผู้คนทั่วโลก ยังทำให้ธุรกิจน้อยใหญ่ต้องทยอยปิดตัวลงไปเป็นจำนวนมาก และในช่วงต้นปี พ.ศ. 2564 ที่เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กลับมาแพร่ระบาดอีก ก็ได้สร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจของไทยจนเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ส่งผลกระทบต่อรายได้ของประชาชน จำเป็นต้องวางแผนอย่างรัดกุม และปรับพฤติกรรมการใช้เงินให้รอบคอบยิ่งขึ้นในระยะยาว เมื่อมาตรการการช่วยเหลือต่าง ๆ ของรัฐได้สิ้นสุดลง (ธนาคารซีไอเอ็มบี. ออนไลน์. 2564)

ความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินของบุคคลในปัจจุบัน บุคคลโดยส่วนใหญ่ยังละเลยและไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินเท่าที่ควร ทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยทางด้านสภาพหรือฐานะทางการเงิน และปัจจัยทางด้านความเชื่อและทัศนคติที่ผิด การละเลยและไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงิน อาจนำมาซึ่งผลเสียต่อบุคคลดังกล่าว ทำให้ไม่สามารถบรรลุถึงเป้าหมายทางการเงินตามที่ต้องการได้ หรือในกรณีที่ย่ำแย่อาจก่อให้เกิดความสูญเสียทางการเงินหรือโอกาสในการหารายได้สำหรับการใช้จ่ายในการดำรงชีพทั้งของตนเองและของผู้ที่อยู่ในอุปการะ นอกจากนี้ในระยะยาวอาจทำให้บุคคลดังกล่าวต้องประสบกับปัญหาความยากลำบากในการดำรงชีวิตในบั้นปลายภายหลังเกษียณอายุ การวางแผนทางการเงินซึ่งเกิดจากการบูรณาการ การวางแผนทางการเงินในหลากหลายด้านเข้าด้วยกัน เช่น การวางแผนการออมเงิน การลงทุน การบริหารความเสี่ยงและการวางแผนการประกัน การวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณ และการวางแผนภาษี เป็นต้น โดยต้องวางแผนทางการเงินอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยแวดล้อมหรือสภาพคล่องทางการเงินที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ความสำคัญด้านการออมเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เป้าหมายที่บุคคลกำหนดไว้ในอนาคตบรรลุจุดประสงค์ เช่น กำหนดเป้าหมายไว้ว่าจะต้องมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองในอนาคต การออมจะเป็นปัจจัยสำคัญ

ที่กำหนดเป้าหมายไว้เป็นจริงขึ้นมาได้ นอกจากนี้การออมยังใช้สำหรับแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึงของบุคคลได้ด้วย ดังนั้น บุคคลจึงควรมีการออมเงินอย่างสม่ำเสมอ การที่คนเราเก็บออมก็เพราะได้เปรียบเทียบแล้วว่าเงินที่เก็บออมไว้เพื่อใช้จ่ายในวันข้างหน้าจะให้ประโยชน์คุณค่า หรือความพอใจสูงสุดมากกว่าจะเอามาใช้ในวันนี้ ทำอย่างไรจึงจะให้เงินออมที่สะสมไว้เพิ่มพูนค่าและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสิ่งสำคัญที่เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง คือ การลงทุน (investments) การลงทุนเป็นการนำเอาทรัพย์สินที่บุคคลมีอยู่ไปดำเนินการในทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งจะให้ผลตอบแทนกลับคืนมาในช่วงเวลาหนึ่ง การที่เศรษฐกิจขยายตัวติดลบต่อเนื่องกัน ถือเป็นภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ ที่มาจากผลกระทบที่รุนแรงของวิกฤติโควิด-19 ที่มีต่อเศรษฐกิจทั่วโลก มาตรการปิดประเทศ ที่เกือบทุกประเทศใช้ ทำให้คาดการณ์ได้ว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจจะติดลบในทุกประเทศ (บัณฑิต นิจราร. ออนไลน์. 2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้น การที่เศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความมั่นคงทางการเงินของบุคคลก็จะทำให้การดำเนินชีวิตสุขสบาย มีหลักประกันทางการเงินที่มั่นคงในอนาคต จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนทางการเงินที่ดี และจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทำให้เศรษฐกิจวิกฤต การวางแผนทางการเงินจึงมีความสำคัญที่ทำให้เกิดความมั่นคงทางการเงิน ความมั่นใจในการดำเนินชีวิต และอิสรภาพทางการเงินในอนาคต ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงินในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ว่าความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินในสถานการณ์ดังกล่าวเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานการวิจัย

ประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรีมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจึงมีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แตกต่างกัน

ประโยชน์ของงานวิจัย

1. ทำให้ทราบความคาดหวังของประชาชนที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID -19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
2. ทำให้ทราบถึงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ที่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่องความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

1.1 ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีการคาดคะเนหรือคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อรับผลตอบแทน ซึ่งระดับความคาดหวังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคลต่อสิ่ง ๆ นั้น ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อนคู่แข่งและการโฆษณา ความคาดหวังยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (สัจจา โสภกา. 2556., วิเลิศวัฒน์ หนูแสง. 2555., จิราภา ธรรมรักษา. 2557. และเมรี วงษาสน. 2559)

1.2 ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง

อรรถัย ไชยโชติ (2563) ได้กล่าวถึงทฤษฎีแห่งความคาดหวังของ Vroom (1964) ว่าบุคคลจะพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ โดยจะเลือกทางเลือกที่เชื่อว่าจะนำไปสู่ผลตอบแทน หรือรางวัลที่เขาต้องการมากที่สุด ทฤษฎีนี้กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่มีผลตอบแทนสูงที่สุด บุคคลใดจะได้รับการจูงใจที่จะใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ หรือให้สำเร็จต่อเป้าหมายก็ต่อเมื่อเชื่อในความสามารถของตนเองว่าความพยายามในการปฏิบัติงานจะมีผลในทางดีและผลการปฏิบัติงานจะช่วยให้ได้ผลตอบแทนตามที่ต้องการหรือพึงปรารถนา

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน

2.1 ความหมายของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นกระบวนการโดยรวมในการออกแบบการปฏิบัติการบริหารการเงินภายใต้เงื่อนไขเฉพาะของแต่ละบุคคลเพื่อนำไปปฏิบัติและทบทวนปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายทางการเงิน และเป้าหมายที่ไม่เกี่ยวกับเงิน เพื่อความมั่นคงของบุคคลและครอบครัว ซึ่งจะนำมาซึ่งความสุขและความมีเสถียรภาพทางการเงินส่วนบุคคล (รัชนิกร วงจันทร์. 2554., สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์. 2562. และศิรินุช อินละคร. 2562)

2.2 ความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน

สมาคมบริษัทจัดการลงทุน (2564) ได้กล่าวถึงความสำคัญทางการเงินไว้ว่า เหตุผลที่บุคคลต้องวางแผนทางการเงิน มีหลายประการ คือ การตื่นตัวเรื่องการเงินให้กับตัวเองและครอบครัวเป็นสองเท่า สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยสภาพเศรษฐกิจ ความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจมีมากขึ้น แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ในอนาคตทางเลือกในการลงทุนจะมากขึ้น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ ๆ ขึ้นมา

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการเงินส่วนบุคคล

สุขใจ น้ำผุด (2557) กล่าวว่าว่าการบริหารการเงินบุคคล มีองค์ประกอบและความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย เช่น อาชีพ รายได้ และวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยการเลือกอาชีพ รายได้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคล การกำหนดเป้าหมายทางการเงิน ควรมีการกำหนดทั้งเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว ในการวางแผนทางการเงินที่ดี ผู้วางแผนควรมีความเข้าใจทางด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งรู้จักนำเครื่องมือต่าง ๆ ในการบริหารการเงินมาใช้ให้เป็นประโยชน์ เพื่อให้การวางแผนดังกล่าวถูกต้องสมเหตุสมผลและมีทางเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

2.4 แนวทางการวางแผนทางการเงินในสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัส โควิด-19 (COVID-19)

จักรพงษ์ เมษพันธุ์ (ออนไลน์. 2563) ได้แนะนำแนวทางการจัดการการเงินสู้ภัย โควิด-19 ไว้ดังนี้คือ ให้จัดทำงบประมาณใช้จ่ายล่วงหน้า 6 เดือน หารายได้จากช่องทางอาชีพเดิมและสร้างช่องทางหารายได้เพิ่ม และลดรายจ่ายส่วนตัว ลดภาระการผ่อนชำระที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ รวมทั้งลดความเสี่ยงค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพโดยการรักษาสุขภาพ การรักษาวินัยการเงินและควบคุมการใช้จ่ายให้เป็นไปตามแผน และไทยรัฐออนไลน์ (2563) ยังแนะนำว่าควรพัฒนาตัวเอง หรือการเรียนรู้เพิ่มเติมด้านภาษา เพื่อช่วยต่อยอดอาชีพของตัวเอง และตรวจสอบสภาพคล่องทางการเงิน ความสามารถในการรับความเสี่ยง และหาความรู้การลงทุนก่อนตัดสินใจลงทุน ในขณะที่ ปิติ ศรีแสงนาม (2563) ได้ให้คำแนะนำการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อรับรู้สถานะทางการเงิน และดูแลสุขภาพร่างกายของตนเองและคนในครอบครัวให้แข็งแรงที่สุด ด้วยการออกกำลังกาย รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ พักผ่อนให้เพียงพอ

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออม

3.1 ความหมายการออม

การออมเป็นเป้าหมายที่บุคคลกำหนดไว้ในอนาคตเพื่อบรรลุจุดประสงค์ ดังนั้นบุคคลจึงควรมีการออมอย่างสม่ำเสมอ หากบุคคลมีเป้าหมายอย่างหนึ่งอย่างใดที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนแนบแน่นก็จะทำให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะเก็บออมมากขึ้น การออมนั้นมีความสัมพันธ์กับรายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้อย่างจริงจังกับการบริโภค เมื่อได้รับรายได้มาแล้ว เมื่อทำการหักภาษีออกรายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายได้อย่างจริงจังและจัดสรรรายได้ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภคส่วนที่เหลือจากการบริโภคจึงค่อยๆ นำ การเก็บออมไว้เป็นเงินสะสมเพื่อบรรลุเป้าหมายในอนาคตที่ตั้งไว้ (ปรารภนา เหล่าคนดี. 2558)

3.2 วัตถุประสงค์ในการออม

บุคคลจะมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินแตกต่างกันตามแนวคิดและเป้าหมายในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ดังนี้ เพื่อไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉินหรือเจ็บป่วย เพื่อบริหารรายรับ-รายจ่าย เป็นการสร้างหลักประกันชีวิตเพื่อให้มีความมั่นคงทางการเงิน เพื่อให้มีเงินไว้ใช้ในยามชรา เพื่อไว้ใช้ทางด้านการศึกษา เพื่อที่อยู่อาศัย ซื้อสินค้าถาวร จัดตั้งธุรกิจ เป็นหลักประกัน เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน และเพื่อการอื่น ๆ เป็นการเก็บเงินไว้ใช้จ่ายนอกเหนือจากรายจ่ายประจำเกิดขึ้น (กิตติพัฒน์ แสนทวีสุข. 2557., นเรศ หนองใหญ่. 2560. และ มงคลชัย จำรูญ. 2560)

3.3 รูปแบบการออม

รูปแบบของการออม มีได้หลากหลายวิธี ได้แก่ เงินฝากธนาคาร เงินฝากสหกรณ์ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กรมธรรม์ประกันชีวิต และการซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การออมในรูปแบบของสินทรัพย์ถาวร การออมในรูปแบบทรัพย์สินทางการเงิน การออมเงินฝากที่สถาบันทางการเงินต่าง ๆ (ดารารภรณ์ โคสิริวิวัฒน์. 2558 และ อนงนาฏ ศุภกิจฉนิชกุล. 2558)

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน

4.1 ความหมายของการลงทุน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2564) ได้อธิบายถึงความหมายการลงทุนว่า หมายถึง การนำกระแสเงินสดส่วนเกินหรือการนำเงินออมไปลงทุนซื้อสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคต การลงทุนที่ตายน้อยก็ควรจะให้ผลตอบแทนมากกว่าเงินเพื่อ การลงทุนส่วนบุคคล สามารถทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น การฝากธนาคาร การซื้อพันธบัตรรัฐบาล การซื้อหุ้นกู้ของบริษัทเอกชนหรือของรัฐวิสาหกิจ เพื่อรับดอกเบี้ย การลงทุนในกองทุนรวมในสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ การลงทุนในหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อรับเงินปันผลหรือการเพิ่มขึ้นของราคาสินทรัพย์ การลงทุนในบริษัทเอกชน ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนซื้อที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง หรือสิ่งหาริมทรัพย์ประเภทต่าง ๆ

4.2 จุดมุ่งหมายของการลงทุนทางการเงิน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2564) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการลงทุนเพื่อจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบของดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรจากการซื้อขายหุ้น และสิทธิพิเศษอื่น ๆ มุ่งผลตอบแทนจากการใช้ทุนในรูปแบบของผลตอบแทนทางการเงิน ผู้ลงทุนต่างมีจุดมุ่งหมายการลงทุนในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ความปลอดภัยของเงินลงทุน เสถียรภาพของรายได้ การกระจายของเงินลงทุน ความคล่องตัวในการซื้อขาย ความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที และการกระจายเงินเพื่อกระจายความเสี่ยงลงทุนในหลักทรัพย์

4.3 การวางแผนจัดการเงินเพื่อการลงทุน

สมาคมนักวางแผนการเงินไทย ได้กล่าวถึงการวางแผนจัดการเรื่องการเงินเพื่อการลงทุน โดยสามารถวางแผนนำเงินมาลงทุนได้ดังต่อไปนี้ คือ 1) การทำงานประมาณเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในขอบเขตของเงินงบประมาณที่กำหนด จะทำให้มีเงินออมเหลืออยู่จริงตามที่คาดคะเนไว้ สามารถนำไปลงทุนหาผลประโยชน์ได้ 2) การออมโดยวิธีบังคับ ซึ่งธุรกิจได้มีการหักเงินสะสมจากเงินเดือนหรือเงินสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานไว้ และจะจ่ายคืนแก่เจ้าของผู้มีสิทธิได้รับเมื่อถึงเวลา 3) การตัดรายจ่ายไม่จำเป็นออก จะมีเงินเหลือนำมาลงทุนได้ และ 4) การประหยัดและหารายได้พิเศษจะสามารถเก็บเงินออมไว้ได้

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพคล่อง

5.1 ความหมายของสภาพคล่อง

คือ ภาวะที่ผู้ประกอบการหรือบุคคลมีเงินพอใช้ในการดำเนินกิจการ และ ความสามารถในการเปลี่ยนสิ่งของ หรือทรัพย์สินเป็นเงินสด ไม่ว่าจะเอาเงินไปใช้เพื่อบริหาร จ้างคน ซื้อสินค้ามาขาย ขยายสถานที่ หรือจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ในการใช้ในสำนักงาน สามารถดำเนินกิจการได้ หรือถ้าบุคคลมีสภาพคล่องที่จะจับจ่ายใช้สอย แต่ถ้ากิจการหรือบุคคลมีสภาพไม่คล่องจะไม่สามารถดำเนินการอะไรได้สะดวก (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2563., ศิริวรรณ ลิ้มสมบัติอนันต์ และพงษ์สรรค์ ลีลาหงส์. 2556)

5.2 การบริหารสภาพคล่องทางการเงิน

ธนาคารไทยพาณิชย์ (ออนไลน์.2555) ได้กล่าวถึง วิธีการบริหารสภาพคล่องทางการเงินมีดังนี้ 1) ควรมีการถือเงินสดในจำนวนที่พอเหมาะ เพื่อเป็นเงินสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉิน 2) ทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เพื่อเป็นการตรวจสอบการใช้จ่ายและรายรับของเงินที่นำมาวางแผนทางการเงินได้ เป็นการป้องกันการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น 3) ปัญหาทางการเงินที่ขาดสภาพคล่องทางการเงินจนไม่สามารถชำระหนี้ได้ หรือปัญหาจาก

การขาดสภาพคล่อง อาจก่อให้เกิดปัญหาหนี้สินที่พอกพูนขึ้นได้อย่างรวดเร็ว จนส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ หรือ ปัญหาเกี่ยวกับเครดิตได้ในอนาคต เพราะฉะนั้นควรรับดำเนินการแก้ไข 4) ศึกษาและวางแผนเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินให้ดี เพราะการลงทุนในสินทรัพย์บางประเภทอาจเปลี่ยนกลับมาเป็นเงินสดได้ยาก หรืออาจมีต้นทุนในการแลกเปลี่ยนที่สูง การที่ไม่มีการวางแผนไว้เพื่อสำหรับกรณีฉุกเฉิน อาจสร้างปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินให้กับผู้ลงทุนได้

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อริวัฒน์ โตสันติกุล (2556) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุและอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนแตกต่างกัน ในด้านจำนวนครั้งที่ลงทุน และด้านมูลค่าการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักลงทุนที่มีสถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนแตกต่างกัน ในด้านมูลค่าการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กนกมล สิริวัฒนชัย (2558) ได้ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ ระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในหุ้นคิดเป็นร้อยละ 66.6 และปัจจัยด้านพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอธิบายการตัดสินใจลงทุนในหุ้นได้ ร้อยละ 44.4 นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการของบุคคล และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนัย ขัตติยวงษ์ และคณะ (2559) ได้ศึกษาความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงินที่มีผลกระทบต่อ การพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs ในเขตเศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงใต้และจังหวัดสระแก้วและจันทบุรี พบว่าปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่มีผลกระทบต่อ การพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs ในเขตเศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงใต้และจังหวัดสระแก้วและจันทบุรีโดยภาพรวม ซึ่งมี 3 ปัจจัยหลักคือ ศักยภาพทางการเงินของธุรกิจ SMEs ศักยภาพทางการเงินด้านสภาพคล่องเกี่ยวกับเงินสด/เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานและความผันผวนทางเศรษฐกิจในเขตการค้าชายแดนที่มีผลต่อรายได้ค่าใช้จ่ายและเงินทุนหมุนเวียน ส่วนค่าการพยากรณ์ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่มีผลกระทบต่อ การพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs จังหวัดสระแก้ว มี 2 ปัจจัยหลัก คือ ศักยภาพทางการเงินของธุรกิจ SMEs และศักยภาพในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน สำหรับค่าการพยากรณ์ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่มีผลกระทบต่อ การพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรีมี 2 ปัจจัยหลัก คือ ศักยภาพทางการเงินด้านสภาพคล่องเกี่ยวกับเงินสด/เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานและความผันผวนทางเศรษฐกิจในเขตการค้าชายแดนที่มีผลต่อรายได้ ค่าใช้จ่าย และเงินทุนหมุนเวียน

ไกรวิชญ์ ประชุมพันธ์, ธนสุวิทย์ ทับทิมรักษ์ และสุคนธ์ เครือ่น้ำคำ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มี ผลต่อพฤติกรรมการออมของผู้บริโภคเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจาก ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพต่างกันมีคะแนนเฉลี่ย พฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออม ได้แก่ รายได้และค่าใช้จ่าย มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05

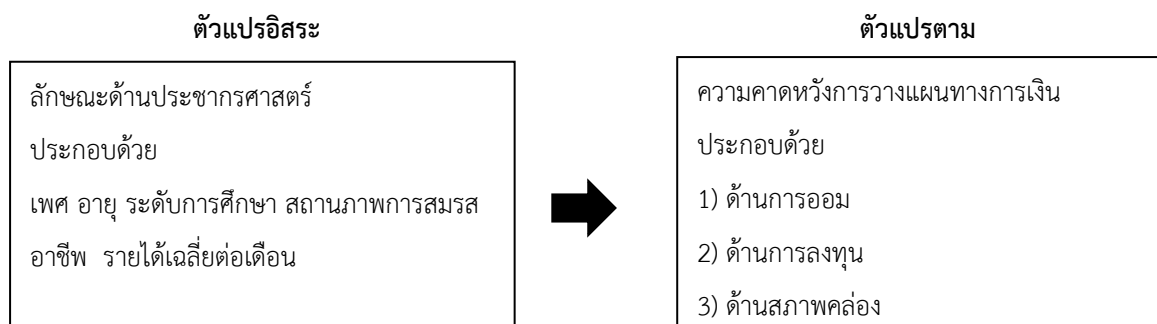
วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อ การออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมการออมของผู้สูงอายุ มีการ

ออมในรูปแบบทรัพย์สินถาวร ได้แก่ บ้านหรือที่ดิน และมีทรัพย์สินทางการเงิน เช่น เงินฝากในธนาคาร ซื้อสลากออมสิน การทำประกันชีวิตและการออมผ่านสหกรณ์ออมทรัพย์ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุ พบว่า ดอกเบี้ยจากการฝากเงินในธนาคารไม่ใช่สิ่งจูงใจ แต่ที่ออมก็เพราะสถาบันการเงินมีความมั่นคงเชื่อถือได้ ส่วนการทำประกันชีวิตจะได้รับความคุ้มครองหรือผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ที่ตนทำไว้เป็นหนึ่งในการวางแผนการเงิน เพื่อป้องกันความเสี่ยงส่วนบุคคลทั้งในเรื่องชีวิต สุขภาพและทรัพย์สิน ในส่วนของผู้สูงอายุที่ซื้อสลากออมสิน เมื่อฝากครบกำหนดสามารถถอนและได้รับดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนดไว้ การที่ผู้สูงอายุมีการวางแผน สำหรับการออมในอนาคต เพราะต้องการให้ลูกหลานสบายแม้ว่าจะเสียชีวิตไป และออมไว้ใช้ยามฉุกเฉินหรือเจ็บป่วย เพื่อให้ตนสามารถใช้ชีวิตบั้นปลายได้อย่างมีความสุข โดยที่ไม่ต้องพึ่งพาลูกหลาน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเลือกออมในสถาบันการเงินที่เชื่อถือได้เพราะมีความปลอดภัยและมั่นคง

ปรารธนา หลีกภัย (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรังส่วนใหญ่มีรูปแบบการออมคือ การออมในรูปแบบเงินสดเก็บไว้กับตนเองและวัตถุประสงค์ของการออมคือเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ปัจจัยรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินออมรวมของนักศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.00 และรายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินออมรวมของนักศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่นำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุไม่น้อยกว่า 15 ปี และไม่เกิน 70 ปี โดยมีประชากรจำนวนทั้งสิ้น 1,276,745 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนนทบุรี, 2564) กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่อาศัยในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุไม่น้อยกว่า 15 ปี และไม่เกิน 70 ปี คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

กำหนดค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จาก สูตร $n = N / 1 + Ne^2$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด
 E คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นในรูปของสัดส่วน
 แทนค่า $n = 1,276,745 / 1 + 1,276,745(0.05)^2$
 $= 1,276,745 / 3,191,863$
 $= 399.999 \approx 400$ คน

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) ตามสัดส่วนประชากรตามประชากรในแต่ละอำเภอกับจำนวนประชากรทั้งหมดในจังหวัดนนทบุรี จะได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มาจากทุกอำเภอในจังหวัดนนทบุรี ดังแสดงในตารางที่ 1 โดยแบ่งตามสัดส่วนดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่าง} = \frac{\text{จำนวนขนาดตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละอำเภอ}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอ	ประชากร	ร้อยละ	กลุ่มตัวอย่าง
เมืองนนทบุรี	352,214	27.59	110
บางกรวย	147,181	11.53	46
บางใหญ่	163,791	12.83	51
บางบัวทอง	288,587	22.60	91
ไทรน้อย	72,821	5.70	23
ปากเกร็ด	252,151	19.75	79
รวม	1,276,745	100.00	400

ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดนนทบุรี. (2564).

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่สร้างด้วย Google form เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลออนไลน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 ความคาดหวังในการวางแผนทางการเงิน และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำรา วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังในการวางแผนทางการเงินของประชาชนเพื่อสร้างนิยามศัพท์เฉพาะและนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาประมวลเพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือและขอบเขตของเนื้อหา และสร้างแบบสอบถามด้วย Google form เพื่อเก็บข้อมูลออนไลน์ โดยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน หาค่า IOC ของข้อคำถามในแต่ละข้อ มีค่า IOC เท่ากับ 0.60 ขึ้นไป นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.980

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ติดต่อประสานกับกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มไว้เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้ Google form ให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งทางอีเมลและทางไลน์ มีกลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูล จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และนำข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างตอบกลับมามีผลการประมวลผลค่าเพื่อวิเคราะห์ทางสถิติที่เกี่ยวข้องด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ตอนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนทางการเงิน 3 ด้าน คือ ด้านการออม ด้านการลงทุน และด้านสภาพคล่อง โดยแต่ละด้าน ใช้ค่ามาตรวัดแบบสเกลชนิด 5 ระดับ ของ Likert (Likert's Scale) ในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) โดยแบ่งค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตรการหาอันตรภาคชั้นในแต่ละด้าน ใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.)

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน กรณีเปรียบเทียบ 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ใช้สถิติ t-test และกรณีเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตามวิธีผลต่างนัยสำคัญที่น้อยที่สุด (Least significant difference : LSD)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 และส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 ส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 258 คน คิดเป็น

ร้อยละ 64.5 อาชีพพนักงานบริษัทองค์กรธุรกิจ จำนวน 261 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.3 และมีรายได้ต่อเดือนปัจจุบัน 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3

2. ความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สรุปผลได้ดังนี้

2.1 ด้านการออม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยกับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การออมเงิน เพราะเห็นว่าการออมเป็นค่านิยมที่ต้องมีการออมเพื่อฐานทางการเงินที่มั่นคง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมาคือ การตั้งเป้าหมายในการออมเงินไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ประจำของผู้ออม และ วัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อใช้จ่ายในยามเกษียณอายุ หรือกรณีไม่ได้ทำงานหรือมีรายได้ลดลงในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การออมเงินในหลากหลายช่องทางที่เหมาะสมกับการออมโดยยอมรับความเสี่ยงและผลตอบแทนที่ได้รับ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

2.2 ด้านการลงทุน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความมั่นใจต่อสถาบันการเงินที่ลงทุนด้วยจากงบการเงินของสถาบันนั้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ ความมั่นใจต่อสถาบันการลงทุนเนื่องจากชื่อเสียงของสถาบันการเงินนั้น ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ถัดมา คือ เป้าหมายของการลงทุนคือเพื่อเพิ่มรายได้ และสร้างความมั่นคงให้ชีวิต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ สามารถนำสินทรัพย์ที่มีมาจัดการเพื่อเพิ่มทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานหรือดำเนินชีวิตประจำวันในกรณีจำเป็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

2.3 ด้านสภาพคล่อง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐเพื่อให้เกิดสภาพคล่องในด้านการใช้แผ่นดิน เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจจากมาตรการการเยียวยาจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมา คือ ผู้ตอบคิดว่าการตกงานและการไม่มีงานทำ เป็นความเสี่ยงในด้านสภาพคล่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ถัดมา คือ การมีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามข้อกำหนดและตรงเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การมีสำรองเงินเพื่อไว้ใช้เสริมสภาพคล่อง เมื่อมีรายได้และภาวะสภาพคล่องต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

3. สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความคาดหวังของประชาชนต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ดังนี้

3.1 เพศ โดยภาพรวม ด้วยวิธีการทดสอบค่า (t-test) ไม่แตกต่างกันซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชากรที่มีเพศแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินด้านการออม และด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านสภาพคล่อง มีความแตกต่างกันที่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 อายุ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงิน ในด้านการออม ด้านการลงทุน และด้านสภาพคล่องแตกต่างกัน

3.3 ระดับการศึกษา โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงิน ในด้านการออม ด้านการลงทุนและด้านสภาพคล่องแตกต่างกัน

3.4 สถานภาพ โดยภาพรวมแตกต่างกันซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงิน ในด้านการออมด้านการลงทุน และด้านสภาพคล่องแตกต่างกัน

3.5 อาชีพ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อ การวางแผนทางการเงิน ในทุกด้านไม่แตกต่างกัน

3.6 รายได้ต่อเดือนปัจจุบัน โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าประชาชนที่มีระดับรายได้ต่อเดือนปัจจุบันแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงิน ในด้านการออม ด้านการลงทุนและด้านสภาพคล่องแตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลสรุปจากการศึกษาความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการวางแผนการเงินภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

ด้านการออม พบว่า การออมเป็นค่านิยมที่ต้องมีการออมเพื่อฐานทางการเงินที่มั่นคง มีการตั้งเป้าหมายในการออมเงินไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ประจำ เก็บเงินไว้ใช้จ่ายและมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อใช้จ่ายในยามเกษียณอายุหรือกรณีไม่ได้ทำงานหรือมีรายได้น้อยลงในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในการวางแผนทางการเงินด้านการออมว่าการออมเป็นการสร้างความมั่นคงทางการเงิน ดังนั้น ควรมีการออมเงินอย่างสม่ำเสมอ สิ่งจูงใจในการออมของแต่ละบุคคลคือเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างชัดเจนแน่นอน แต่ละบุคคลมีเป้าหมายที่อาจแตกต่างกันแล้วแต่ความจำเป็นและความต้องการของบุคคล ทั้งยังขึ้นอยู่กับความหวังและความทะเยอทะยานของแต่ละบุคคลด้วย เช่น บางคนอยากมีบ้านและที่ดินเป็นของตัวเอง อยากมีการศึกษาสูง อยากมีชีวิตที่สุขสบายในยามเกษียณ หรือหวังที่จะให้ลูกหลานได้รับการศึกษาที่ดี มีหลักฐานมั่นคง และเป้าหมายในการออมไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ที่ได้รับ มีวัตถุประสงค์เก็บเงินไว้ใช้จ่ายในยามเกษียณอายุราชการ หรือกรณีไม่ได้ทำงานหรือมีรายได้น้อยลง หากมีสถานการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น โดยในขณะนี้ มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้สภาพเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เช่น ภาวะการถูกเลิกจ้างงาน หรือภาวะเศรษฐกิจถดถอย เป็นต้น ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ ปราบณา หลีกภัย (2563) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่มีรูปแบบการออมคือ การออมในรูปแบบเงินสดไว้กับตนเองและวัตถุประสงค์ของการออมคือเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ปัจจัยรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินออมรวมของนักศึกษา และสอดคล้องกับแนวคิดของไกรวิชญ์ ประชุมพันธ์, ธนสุวิทย์ ทับทิมรักรักษ์ และสุคนธ์ เครือ่น้ำคำ (2561) ที่วิจัยศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของผู้บริโภคเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตแตกต่างกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออม ได้แก่ รายได้และค่าใช้จ่าย มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า 1) พฤติกรรมการออมของผู้สูงอายุ มีการออมในรูปแบบทรัพย์สินถาวร ได้แก่ บ้านหรือที่ดิน และมีทรัพย์สินทางการเงิน เช่น เงินฝากในธนาคาร ซื้อสลากออมสิน การทำประกันชีวิตและการออมผ่านสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยจะออมมาตั้งแต่เริ่มทำงานเนื่องจากผู้สูงอายุแต่ละรายมีจำนวนรายรับและรายจ่ายไม่เท่ากัน ทำให้มี

ความสามารถในการออมแตกต่างกันไป 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุ พบว่าดอกเบี้ยจากการฝากเงินในธนาคารไม่ใช่สิ่งจูงใจ แต่ที่ออมก็เพราะสถาบันการเงินมีความมั่นคง เชื่อถือได้ ส่วนการทำประกันชีวิตจะได้รับความคุ้มครองหรือผลประโยชน์ตามกรมธรรม์ที่ตนทำไว้ เป็นหนึ่งในการวางแผนการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงส่วนบุคคล ทั้งในเรื่องชีวิต สุขภาพและทรัพย์สิน ในส่วนของผู้สูงอายุที่ซื้อสลากออมสิน เมื่อฝากครบกำหนดสามารถถอนและได้รับดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนดไว้ การที่ผู้สูงอายุมีการวางแผนสำหรับการออมในอนาคต เพราะต้องการให้ลูกหลานสบาย แม้ว่าจะเสียชีวิตไป และออมไว้ใช้ยามฉุกเฉินหรือเจ็บป่วย เพื่อให้ตนสามารถใช้ชีวิตบั้นปลายได้อย่างมีความสุข โดยที่ไม่ต้องพึ่งพาลูกหลาน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเลือกออมในสถาบันการเงินที่เชื่อถือได้ เพราะมีความปลอดภัยและมั่นคง

ด้านการลงทุน พบว่า การมีความมั่นใจต่อสถาบันการเงินที่ไปลงทุนด้วยจากงบการเงินของสถาบันนั้น มีความมั่นใจต่อสถาบันการลงทุนเนื่องจากชื่อเสียงของสถาบันการเงินนั้น ๆ และการมีเป้าหมายของการลงทุนคือเพื่อเพิ่มรายได้และสร้างความมั่นคงให้ชีวิต สำหรับการนำสินทรัพย์ที่มีมาจัดการเพื่อเพิ่มทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานหรือดำเนินชีวิตประจำวันในกรณีจำเป็น ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในการวางแผนทางการเงินด้านการลงทุน โดยต้องมีความเชื่อมั่นต่อสถาบันการลงทุนที่ตนจะไปลงทุนจากงบการเงินของสถาบันนั้น เป็นเพราะงบการเงินของสถาบันนั้นสามารถแสดงฐานะการเงิน และแสดงผลการดำเนินงานของสถาบันได้และเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงมีความมั่นคง การลงทุนจะได้รับผลตอบแทนที่ทำให้เพิ่มรายได้และสามารถสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิวัฒน์ ไตสันติกุล (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักลงทุนที่มีอายุและอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนแตกต่างกัน ซึ่งศึกษาในด้านการใช้เหตุผลในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความมั่งคั่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวล สิริวัฒนชัย (2558) ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ ระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความต้องการของบุคคลและทัศนคติในการตัดสินใจลงทุนในหุ้น จะเห็นได้ว่าการลงทุนมีความสัมพันธ์กับด้านผลตอบแทน ผลตอบแทนจากการลงทุน มีหลายรูปแบบ ได้แก่ ดอกเบี้ยหรือเงินปันผล ในกรณีที่คุณซื้อพันธบัตรหรือลงทุนในหุ้นต่าง ๆ ซึ่งกำหนดเวลาที่จะได้รับดอกเบี้ยหรือเงินปันผลตามที่สถาบันนั้นระบุไว้ กำไรจากการซื้อขายหุ้น ในกรณีของหุ้นสามัญที่คุณลงทุนซื้อไว้มีราคาสูงขึ้น ซึ่งเมื่อขายออกไปแล้วจะได้กำไร ผลตอบแทนอื่น ๆ การซื้อหุ้นสามัญก็จะมีสิทธิในการออกเสียงเลือกคณะกรรมการของบริษัท และถ้าถือหุ้นไว้มากก็จะมีโอกาสจะได้รับเลือกเป็นผู้บริหาร ซึ่งสามารถกำหนดนโยบายของบริษัทได้ หรือสิทธิในการซื้อขายหุ้นใหม่ได้ในราคาพิเศษ เป็นต้น

ด้านสภาพคล่อง พบว่า ความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ เพื่อให้เกิดสภาพคล่องในด้านการใช้จ่าย เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจจากมาตรการการเยียวยาจากภาครัฐ การตกงานและการไม่มีงานทำ เป็นความเสี่ยงในด้านสภาพคล่อง และการที่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามข้อกำหนดและตรงเวลา เห็นได้ว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพคล่อง พบว่า การอยู่ในสถานการณ์ที่สภาพคล่องทางการเงินต่ำ มักก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย ภาครัฐจะต้องแก้ปัญหาเพื่อบรรเทาปัญหาสภาพคล่องและช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดท่ามกลางวิกฤตของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 (COVID-19) นอกเหนือไปจากการตกงานของแรงงานจะกระทบต่อส่วนอื่น ๆ เช่น ในภาคการเงิน และสถาบันการเงิน รวมทั้งธุรกิจรถยนต์ และอสังหาริมทรัพย์ เพราะแรงงานเหล่านี้ไม่มีกำลังผ่อน ดังนั้นความเสี่ยงของเรื่องนี้จะมีมากหรือน้อย จึงขึ้นอยู่กับ การวางแผนของผู้ประกอบการและนโยบายรัฐบาล การจัดการและดูแลสภาพคล่องทางการเงิน ถือเป็นสิ่งที่บุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท รวมทั้งผู้ประกอบการ ควรมีความรู้ ความเข้าใจในการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน เพื่อนำไปใช้วางแผน

อื่น ๆ ทางด้านการเงิน โดยวิธีเหล่านี้จะเป็นการลดความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ที่อาจจะนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ ในอนาคตได้ ซึ่งระดับความคาดหวังนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ของ ทศนัย ชัดติยวงษ์ และคณะ (2559) ที่ได้ศึกษาความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงินที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs ในเขตเศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดสระแก้วและจันทบุรี พบว่าปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs ในเขตเศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดสระแก้วและจันทบุรี โดยภาพรวม ซึ่งมี 3 ปัจจัยหลักคือ 1) ศักยภาพทางการเงินของธุรกิจ SMEs 2) ศักยภาพทางการเงินด้านสภาพคล่องเกี่ยวกับเงินสด/เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และ 3) ความผันผวนทางเศรษฐกิจในเขตการค้าชายแดนที่มีผลต่อรายได้ค่าใช้จ่ายและเงินทุนหมุนเวียน ส่วนค่าการพยากรณ์ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs จังหวัดสระแก้ว มี 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ศักยภาพทางการเงินของธุรกิจ SMEs และ 2) ศักยภาพในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน และค่าการพยากรณ์ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs จังหวัดจันทบุรีมี 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ศักยภาพทางการเงินด้านสภาพคล่องเกี่ยวกับเงินสดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และ 2) ความผันผวนทางเศรษฐกิจในเขตการค้าชายแดนที่มีผลต่อรายได้ค่าใช้จ่ายและเงินทุนหมุนเวียน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กรณีกา วาระวิชนี (2560) ที่ได้วิจัยเรื่องความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน พนักงานในสถาบันการเงิน กรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ สรุปได้ว่า บุคคลมีเงินพอใช้ในการดำเนินกิจการ ไม่ว่าจะเอาเงินไปใช้เพื่อบริหารจ้างคน ซื้อสินค้ามาขาย ขยายสถานที่ หรือจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ในการใช้ในสำนักงาน สามารถดำเนินกิจการได้ หรือถ้าบุคคลมีสภาพคล่องที่จะใช้จ่ายใช้สอย แต่ถ้ากิจการหรือบุคคลไม่มีสภาพคล่องจะไม่สามารถดำเนินการอะไรได้สะดวก จึงควรศึกษาและวางแผนเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินให้ดี

และจากผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบความคาดหวังของประชาชนต่อการวางแผนทางการเงินภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในเขตพื้นที่จังหวัดนันทบุรี สรุปได้ว่าความคิดเห็นต่อความคาดหวัง ๆ ที่จำแนกตามลักษณะประชากร ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชากรที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงินด้านการออม และด้านการลงทุนแตกต่างกันด้วย ส่วนด้านเพศ และอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้กล่าวคือ ประชากรที่มีเพศและอาชีพแตกต่างกันแต่มีความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงิน ด้านการออม และด้านการลงทุนไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1. ความคาดหวังต่อการวางแผนทางการเงิน ทั้งทางด้านการออม ด้านการลงทุน และด้านสภาพคล่องสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในวางแผนทางการเงินในอนาคตได้
2. ผู้ประกอบการธุรกิจ ประชาชน ต้องมีการวางแผนทางการเงิน และนำไปปฏิบัติเพื่อป้องกันสภาวะขาดสภาพคล่องทางการเงิน ในกรณีเกิดสถานการณ์อื่น ๆ ที่จะก่อให้เกิดปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การวางแผนที่ดีจะทำให้การบริหารสภาพคล่องทางการเงินมีประสิทธิภาพสูงสุด
3. ประชาชนสามารถเลือกช่องทางการออมเงิน การลงทุน ที่เป็นการเพิ่มแหล่งรายได้และทรัพย์สินที่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินต่อไปในอนาคตได้

4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรออกมาตรการเพื่อช่วยเหลือภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์อื่น ๆ ทั้งมาตรการเสริมสภาพคล่องผ่านการให้สินเชื่อและค้ำประกันสินเชื่อ และมาตรการบรรเทาภาระหนี้สิน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็ก และประชาชนที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความคาดหวังของประชาชนต่อการวางแผนทางการเงินให้ครอบคลุมในทุกเขตที่เป็นพื้นที่ใกล้เคียงจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม ปทุมธานี จะทำให้ได้ผลการวิจัยที่หลากหลายเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการเงินของประชาชนในภาพรวมได้
2. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเนื่องกับความคาดหวังของประชาชนต่อการวางแผนทางการเงินในสถานการณ์อื่น ๆ ว่าตัวแปรแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
3. ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการปรับเปลี่ยนขนาดกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่การศึกษาให้ใหญ่ขึ้น อาจเป็นองค์กร หรือสถานประกอบการขนาดใหญ่ และพื้นที่เป็นระดับจังหวัด ระดับประเทศ

รายการอ้างอิง

- กนกดล สิริวัฒนาชัย. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการลงทุนและแรงจูงใจในการลงทุนที่มีต่อการตัดสินใจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรณิกา วาระวิชนี. (2560). ความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินในสถาบันการเงินกรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กิตติพัฒน์ แสนวิเศษ. (2557). การวางแผนการเงินส่วนบุคคล. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ไกรวิชญ์ ประชุมพันธ์, ธนสุวิทย์ ทับทิมรักษ์ และสุคนธ์ เครือคำ. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2561). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของผู้บริโภคเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต. 14(2) : 313-329.
- จักรพงษ์ เมฆพันธ์. (2563). การวางแผนการเงินรับมือวิกฤติโควิด-19 โดยโค้ชหนุ่ม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [https:// the standard co.th/ COVID –19 financial-planning](https://the.standard.co.th/COVID-19/financial-planning). [12 กุมภาพันธ์ 2564].
- จิราภา ธรรมรักษา. (2557). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หอการค้าไทย.
- ไทยรัฐออนไลน์ (2563). บริหารเงินให้รอดพ้นช่วงวิกฤติโควิด-19. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [https:// www.thairath.co.th/women/life/1808809](https://www.thairath.co.th/women/life/1808809). [15 มีนาคม 2564].
- ดารารณณ์ โคสิริวัฒน์. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการออมของข้าราชการกองทัพอากาศ. การศึกษาค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). ความสำคัญการวางแผนทางการเงิน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.set.or.th/education/th/start/start.htm/> [10 มีนาคม 2564].

- ทัศนัย ชัดติยวงศ์ และคณะ. (2559). ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงินที่มีต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs ในเขต เศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคตะวันออก จังหวัดสระแก้วและจันทบุรี. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ธนากรชีโอเอ็มบี. (2564). ขั้นตอนการวางแผนทางการเงินให้รอดจากวิกฤติ โควิด-19. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.principle.th./financial-planning-to-survive-covid-19>. [18 กุมภาพันธ์ 2564].
- ธนากรไทยพาณิชย์. (2555). สภาพคล่องทางการเงิน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.scb.co.th>. [16 มีนาคม 2564].
- ธนากรแห่งประเทศไทย. (2563). รายงานนโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.bot.or.th>. [16 มีนาคม 2564].
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนดี.
- นเรศ หนองใหญ่. (2560). พฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บัณฑิต นิถาวร. (26 พฤษภาคม 2563). ความเสี่ยง 'เศรษฐกิจโลก' ที่ต้องระวัง. กรุงเทพธุรกิจ. [ออนไลน์]. 13 ย่อหน้า. แหล่งที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/business/882233>. [17 กุมภาพันธ์ 2564].
- ปรารธนา หลีกภัย. (มกราคม-มิถุนายน 2563). “พฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง.” วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 13(1) : 111-126.
- ปรารธนา เหล่าคนดี. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการออมของคนวัยทำงานกรณีศึกษา : พนักงานบริษัท ฟู้ดโปรเจกต์ (สยาม) จำกัด และพนักงานบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิติ ศรีแสงนาม. (19-21 มีนาคม 2563). วางแผนการเงินส่วนบุคคล เตรียมรับมือ COVID-19 ระยะ 3. **ฐานเศรษฐกิจ**. หน้า 10.
- มงคลชัย จำรูญ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในกองทุนการออมแห่งชาติของแรงงานนอกระบบ ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการเงิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เมธี วงษาสน. (2559). ความคาดหวังและปัจจัยการสนับสนุนต่อการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัชนิกร วงศ์จันทร์. (2555). การบริหารการเงินส่วนบุคคล. [e-Book]. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. แหล่งที่มา : <https://media.set.or.th/set/Documents/2022/Jul/55.pdf>. [15 พฤษภาคม 2564].
- วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี. (มกราคม-เมษายน 2561). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี.” วารสารวิชาการฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ. 11(1) : 3061-3074
- วิเลศวัดน์ หนูแสง. (2555). การศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศนักศึกษาผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์ อดสากรรมมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ศิริสุข อินละคร. (2562). การเงินบุคคล. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ศิริวรรณ ลิ้มสมบัติอนันต์ และพงษ์สรรค์ ลีลาหงส์. (2556). “การวิเคราะห์งบการเงินบริษัทเบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน) ระหว่างปี พ.ศ.2551-2555.” **วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ**. 3(4) : 379-397.
- สมาคมบริษัทจัดการลงทุน. (2564). **ความสำคัญของการวางแผนการเงิน**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.sec.or.th>. [10 มีนาคม 2564].
- สัจจา โสภา. (2556). **ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการที่ศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาอังกฤษและคณิตศาสตร์**. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานสถิติ จังหวัดนนทบุรี. (2564). **ประชากรจังหวัดนนทบุรี**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://nontburi.nso.go.th>. [13 กุมภาพันธ์ 2564].
- สุขใจ น้ำผุด. (2557). **รูปแบบการบริหารการเงินสำหรับผู้ประกอบการรถเข็นรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุดารัตน์ พิมลรัตน์กานต์. (2562). **การเงินส่วนบุคคล**. [e-Book]. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อิริวัฒน์ ไตสันติกุล. (เมษายน-กันยายน 2556). “แนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ**. 4(2) : 1-17.
- อนงนาฏ ศุภกิจฉนิชกุล. (2558). **พฤติกรรมการออมและการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุกรณีศึกษาบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร**.
- อรทัย ไชยโชติ. (2563). **ความคาดหวังปัจจัยสนับสนุนด้านประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยีส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการยื่นและภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านออนไลน์ ในเขตปทุมวัน**. สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Vroom, V. H. (1964). **Work and motivation**. New York : John Wiley & Son.

เวอชวลเรียลลิตี้ เทคโนโลยีเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคต

Virtual reality Technology for Tourism Businesses and Hotel of Thailand in the future

จิรกฤต เสมอเพื่อน^{1,*}Jirakit Samerpuean^{1,*}

Received	16 August 2022
Revised	30 November 2022
Accepted	19 December 2022

บทคัดย่อ

ธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจไทย ปัจจุบันได้มีการคิดค้นและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลายเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม หนึ่งในเทคโนโลยีนั้น คือ เทคโนโลยี วีอาร์ เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีไฮเทค ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม บทความวิชาการนี้จึงมุ่งเน้นนำเสนอการใช้ประโยชน์ เทคโนโลยี วีอาร์ เพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคต โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการเขียนบทความในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยี วีอาร์ เพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคตโดยใช้แนวคิดเทคโนโลยี วีอาร์ เป็นเครื่องมือทางการตลาดและส่งเสริมการขายสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมที่สำคัญ ที่จะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทย

คำสำคัญ : เทคโนโลยี วีอาร์ , ธุรกิจการท่องเที่ยว , โรงแรม

Abstract

Tourism and hotel Business plays a great important role in the economy of Thailand. Nowadays, technology has been widely invented and applied to promote the tourism and hotel businesses. One of those technologies is VR technology. It is another high-tech technology that will add value to tourism and hotel businesses. Therefore, this academic article focuses on presenting the utilization of VR technology as the tool of the marketing and sales promotion for Thailand's tourism and hotel businesses in the future. This also could increase the sales of Thailand's tourism and hotel business.

Keywords : Virtual reality technology , Tourism business , Hotel

¹ บธ.ม. การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, 2556. อาจารย์ สังกัด สาขาวิชาการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

¹ MBA. Hotel and Tourism Management, Stamford International University, 2556. Lecturer of Tourism and Hospitality Industry, Faculty of Liberal Arts, Southeast Bangkok College

* Corresponding author, e-mail : jira8238@gmail.com

บทนำ

ในปัจจุบันสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราได้เปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างรวดเร็ว ก้าวล้ำ นำสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเทคโนโลยี ได้มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมในปัจจุบันของประเทศไทย

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมได้รับผลกระทบที่คล้ายคลึงกันในการดำเนินธุรกิจ คือ การลดลงของยอดขาย การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการในธุรกิจโรงแรม

การนำนวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจเป็นการเพิ่มทางรอด สร้างโอกาสให้กับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทย ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อให้มีศักยภาพที่จะสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เทคโนโลยี วีอาร์ จึงน่าจะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้เพื่อประโยชน์ของธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทย จึงนับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม จะได้ปรับตัว ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี วีอาร์ ในการเข้าถึงตัวลูกค้าให้มากขึ้น และยังเป็นการพัฒนาให้ธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยให้มีความพร้อมอีกครั้ง" (กรุงเทพธุรกิจ. ออนไลน์. 2565)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยี วีอาร์ เพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคตโดยใช้แนวคิดเทคโนโลยี วีอาร์

ขอบเขตของเนื้อหา

การเขียนบทความในครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะการใช้เทคโนโลยี วีอาร์ เพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคตเท่านั้น

คำจำกัดความ/นิยามศัพท์

ความเป็นจริงเสมือน (Virtual reality) หรือ วีอาร์ (VR) คือ การจำลองแบบของสภาพแวดล้อมจริงโดยใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งสภาพแวดล้อมในความเป็นจริงเสมือนนี้ ส่วนมากจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งที่เรามองเห็นได้ แสดงทั้งบนจอคอมพิวเตอร์ หรือ อุปกรณ์แสดงผลสามมิติ และยังรวมถึงการจำลองข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวกับประสาทสัมผัสด้วย เช่น เสียงจากลำโพงหรือหูฟัง นอกจากนี้แล้วยังรวมถึงการจำลองการสัมผัส เช่น การตอบสนองต่อแรงและป้อนกลับ โดยผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับสิ่งแวดล้อมเสมือนจริงนี้ได้ ทั้งการใช้อุปกรณ์ เช่น แป้นพิมพ์ หรือ เมาส์ หรือใช้อุปกรณ์อื่น เช่น ถุงมือโครงลวด แขนควบคุม หรือ คั่นบังคับหลายทิศทาง เป็นต้น ถือเป็นเทคโนโลยีเชิงโต้ตอบที่ผลักดัน ให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกของการเข้าร่วมอยู่ภายในสิ่งแวดล้อมที่ไม่ได้มีอยู่จริง เป็นเพียงสภาพแวดล้อมจำลองที่สร้างขึ้นโดยคอมพิวเตอร์ในรูปแบบของความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) (คลังความรู้ SciMath สสวท. ออนไลน์. 2559)

ความเป็นจริงเสมือน (Virtual reality) หรือ วีอาร์ (VR) เป็นเทคโนโลยีที่คอมพิวเตอร์จำลองสภาพแวดล้อมเสมือนขึ้นโดยส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับการมองเห็น แสดงทั้งบนจอคอมพิวเตอร์ หรือ อุปกรณ์

แสดงผลสามมิติโดยผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับสิ่งแวดล้อมเสมือนได้ทั้งการใช้อุปกรณ์นำเข้ามาตราฐานเช่น แป้นพิมพ์ หรือ เมาส์ สภาพแวดล้อมจำลองยังสามารถทำให้คล้ายกับโลกจริงได้ (คลังความรู้ SciMath สสวท. ออนไลน์. 2559)

รูปแบบของเทคโนโลยีเสมือนจริง

รูปแบบของเทคโนโลยีเสมือนจริงในปัจจุบันมีทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ (กรมประชาสัมพันธ์. ออนไลน์. 2565)

1. Virtual reality หรือ VR

Virtual reality (VR) หรือ ความเป็นจริงเสมือน เป็นเทคโนโลยีที่คอมพิวเตอร์จำลองสภาพแวดล้อมเสมือนขึ้นโดยส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับการมองเห็น แสดงทั้งบนจอคอมพิวเตอร์ หรือ อุปกรณ์แสดงผลสามมิติ โดยผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับสิ่งแวดล้อมเสมือนได้ทั้งการใช้อุปกรณ์นำเข้ามาตราฐานเช่น แป้นพิมพ์ หรือ เมาส์ สภาพแวดล้อมจำลองยังสามารถทำให้คล้ายกับโลกจริงได้ เช่น การจำลองสำหรับการฝึกนักบิน หรือในทางตรงกันข้ามมันยังสามารถทำให้แตกต่างจากความเป็นจริงได้อีกด้วย

2. Augmented reality หรือ AR

Augmented Reality หรือ AR เป็นเทคโนโลยีใหม่ ที่ผสมเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) โดยผ่านทางอุปกรณ์ Webcam กล้องมือถือ Computer รวมกับการใช้ Software ต่าง ๆ ทำให้สามารถมองเห็นภาพที่มีลักษณะเป็นวัตถุ เช่น คน สัตว์ สิ่งของ สัตว์ประหลาด ยานอวกาศ เป็นต้น แสดงผลในจอภาพกลายเป็นวัตถุ 3 มิติ ลอยอยู่เหนือพื้นผิวจริง

3. Mixed Reality หรือ MR

Mixed Reality หรือ MR คือการผสมผสานจุดเด่นของเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) เข้าด้วยกัน และต่อยอดให้เหนือขึ้นไปอีกขั้นด้วยการสร้างภาพจำลองที่ผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์ตอบโต้ในสภาพแวดล้อมที่ผสมโลกจริงและโลกเสมือนจริงเป็นหนึ่งเดียว โดยเมื่อลูกค้าเข้าเยี่ยมชมห้องตัวอย่างดิจิทัล ลูกค้าจะต้องสวมอุปกรณ์ Holographic computing devices ที่ถูกออกแบบมาเป็นพิเศษ เพื่อให้สามารถแสดงผลของภาพเสมือนจริงหรือภาพ Hologram ได้โดยไม่จำเป็นต้องเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ใด ๆ ทั้งยังออกแบบให้ควบคุมได้ง่ายด้วยมือเปล่า ซึ่งจะทำให้ผู้สวมใส่เสมือนกำลังเดินอยู่ในสถานที่จริง

เทคโนโลยี วีอาร์ และการประยุกต์ใช้

เทคโนโลยี วีอาร์ ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจดังต่อไปนี้

- อุตสาหกรรมบันเทิง เช่น การชมคอนเสิร์ตผ่าน VR 360
- ธุรกิจ/ร้านค้า เช่น AIS ได้มีการเปิดตัวแพลตฟอร์ม V-Avenue.Com สร้างห้างสรรพสินค้าบนโลกเสมือนจริง (Metaverse) ผ่าน 5G VR
- การท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวหรือชมตัวอย่างสถานที่เที่ยวผ่าน VR 360
- ใช้ในการเล่นเกมส์ เช่น เกมส์แนว FPS (จำพวกยิงปืน) จะปืนจำลองให้ถือไปในระหว่างเล่นและตัวจำลองการเดินและวิ่งที่ผูกติดตัวเราไว้ คล้าย ๆ กับ Treadmill
- ใช้ในการจำลองการฝึกขับเครื่องบินของกัปตัน

- ใช้ในการจำลองการฝึกหัดทางทหาร เช่น การกระโดดร่ม โดยจะต้องใช้อุปกรณ์เสริมเป็นชุดกระโดดร่มจริง และอุปกรณ์ที่รั้งตัวให้สูงจากพื้น
- ใช้ในการจำลองห้องที่มีการตกแต่งแล้ว (บริษัทอสังหาริมทรัพย์บางรายมีการใช้เทคโนโลยีนี้ในการโครงการใหม่เพื่อช่วยให้อ้างอิงจากสถานที่จริงได้ง่ายขึ้น) (น่าวอยู่ คอ์ปอเรชั่น. 2565).

แนวความคิดเทคโนโลยีความจริงเสมือน

ทฤษฎีความจริงเสมือน Virtual Reality หรือ (VR) โลกเสมือนจริง เป็นการจำลองวัตถุหรือองค์ประกอบเสมือนภายใต้บรรยากาศเสมือนโดยที่ต้องผ่านอุปกรณ์สารสนเทศ ที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องอยู่บนสถานที่หรือเกี่ยวเนื่องใด ๆ กับพื้นที่นั้น ขณะที่ใส่แว่น Virtual Reality ผู้ใช้จะได้เห็นสถานที่ต่าง ๆ เสมือนจริงมาอยู่ในแว่น เช่น ได้ท่องเที่ยวเลสิก หรือ อวกาศนอกโลก จะมีการจำลองบรรยากาศรอบข้าง รวมถึงการเล่นเกมส์เสมือนจริง ได้ทั้ง 360 องศา ที่หันได้รอบทิศทาง ความเป็นจริงเสมือน หรือที่รู้จักกันในชื่อ VR (Virtual Reality) เป็นเทคโนโลยีการจำลองภาพเสมือนของสถานที่ กิจกรรม หรือบทบาทจำลองในสถานการณ์ต่าง ๆ ผ่านซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ที่ถูกออกแบบมาเฉพาะ โดยเทคโนโลยี วีอาร์ นั้นเป็นสิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อทำงานร่วมกับประสาทสัมผัสการมองเห็นและการได้ยินของมนุษย์ เป็นตัวช่วยจำลองภาพและเสียงเพื่อส่งมอบประสบการณ์เสมือนจริงในรูปแบบต่าง ๆ ที่ผู้ใช้งานต้องการ (Kamarulzaman. 2014 : 333-338)

(Virtual Reality) หรือ VR กับธุรกิจ การเพิ่มเข้ามาของปัญญาประดิษฐ์จะช่วยพลิกรูปแบบโรงแรมให้กลายเป็นโรงแรมอัจฉริยะ ด้วยการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้มาใช้บริการ แบ่งเบาภาระงานให้กับพนักงานโรงแรม นำเสนอการบริการที่เป็นส่วนตัวให้แก่ผู้เข้าพักซึ่งถูกพัฒนามาเพื่อเติมเต็มการอำนวยความสะดวกแบบดิจิทัล นอกจากนี้ปัญญาประดิษฐ์ยังช่วยสร้างโปรไฟล์ของแขกที่มาเข้าพักได้อย่างสมบูรณ์แบบ สามารถใช้ในการนำเสนอการท่องเที่ยว และประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครให้กับแขกที่มาเข้าพัก ลูกค้าสมัยใหม่คาดหวังโซลูชันที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ เริ่มตั้งแต่การติดต่อ ข้อเสนอ จนถึงในระหว่างการเข้าพัก เช่น การเชื่อมต่อของการควบคุมห้องพัก เซนเซอร์จัดการเคลื่อนไหว ระบบควบคุมทีวี และเสียง เรียกได้ว่าเป็นความมหัศจรรย์รูปแบบใหม่ที่จะช่วยดึงดูดความสนใจได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เข้าพักอีกด้วย (กรีนเวิลด์ พับลิเคชั่น. ออนไลน์. 2561)



ภาพที่ 1 การประยุกต์ใช้ความจริงเสมือน

จากภาพที่ 1 พบว่า เทคโนโลยี วีอาร์ เริ่มเป็นที่สนใจและถูกพูดถึงมาก เทคโนโลยี วีอาร์ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เรามีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นในโลกปัจจุบันและอนาคต เราสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสุดล้ำ วีอาร์ เป็นตัวช่วยได้ สำหรับคนที่รักการท่องเที่ยว ทำให้เรารู้สึกสนุกกับทางเลือกในการเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ สัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้ด้วยการทัวร์เสมือนจริง สนุกกับการท่องเที่ยว ด้วยประสบการณ์เสมือนได้ไปเยือนด้วยตัวเราเอง เพียงใช้อุปกรณ์ วีอาร์

บริบทและสภาพการบริการท่องเที่ยวและโรงแรม

ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ทดลองสัมผัสกับห้องตัวอย่างก่อนการตัดสินใจจองห้องพักด้วยเทคโนโลยี วีอาร์ จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับแบรนด์ยักษ์ใหญ่จากต่างประเทศที่มีงบประมาณในการลงทุนสูง ๆ ได้เป็นอย่างดี เทคโนโลยี วีอาร์ ยังสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาจองห้องพักหรือจองโรงแรม

ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีด้วยการนำเสนอจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวให้กับลูกค้า ช่วยทำให้ลูกค้าเห็นภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง ทำให้เกิดการกระตุ้นอยากที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และตัดสินใจจองโปรแกรมการท่องเที่ยวมากขึ้น

วีอาร์กับการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยวที่เริ่มนำเทคโนโลยี วีอาร์ มาให้บริการในธุรกิจการท่องเที่ยวระดับโลก เช่น รัฐบาลกรุงโซลประเทศเกาหลีใต้ เปิดแผนสร้างเมือง Metaverse Seoul เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยผ่านการใช้แว่น VR โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผน Seoul Vision 2030 เพื่อมุ่งหวังให้กรุงโซลกลายเป็นเมืองแรกของโลกสำหรับด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวบนโลกเสมือนได้ เช่น จตุรัสควางฮวามุน พระราชวังถ็อกซูกง ตลาดนัมแดมุน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สูญหายไปแล้วอย่างประตูโดนูม ซึ่งจะถูกนำมาสร้างขึ้นใหม่บนโลกเสมือนจริง (ถนัดกิจ จันกิเสน. ออนไลน์. 2565., Gaubert. online. 2021)

นักท่องเที่ยวสามารถโต้ตอบและเข้าถึงประสบการณ์การเดินทางที่สมจริงมากขึ้นผ่าน Live Virtual Tours ท่องเที่ยวรอบโลกแบบสมจริง โดยมี Hop A Tour บริษัททัวร์เสมือนจริงที่ใช้รูปแบบการท่องเที่ยว Live Virtual Tours มีมัลติทัชที่รองรับนำทัวร์ผ่านการถ่ายทอดสดตามสถานที่ต่าง ๆ พร้อมบรรยายให้ความรู้ โดย Hop A Tour ได้แบ่งแพ็คเกจทัวร์เสมือนจริงออกเป็น 2 แบบ คือ แบบส่วนตัวและแบบกำหนดเอง ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวสามารถเลือกโปรแกรมได้ตามความเหมาะสม อาทิ การท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ชุมชน บริษัท ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น ทัวร์เมือง Devonport สวรรค์มรดกทางวัฒนธรรมของชาวเมารี ประเทศนิวซีแลนด์ และทัวร์เมืองเกียวโต ชมวัดคังคังที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น (Hop A Tour. ออนไลน์. 2563)

วีอาร์กับโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมที่ริเริ่มนำเทคโนโลยี วีอาร์ มาให้บริการในธุรกิจโรงแรมระดับโลก ตัวอย่างเช่นโรงแรม Marriott ใช้แว่นตา 3 มิติ เป็นการสร้าง “ประสบการณ์ใหม่” ให้กับลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรมด้วยการทำโปสการ์ดสุดไฮเทคด้วยเทคโนโลยี วีอาร์ ให้อยู่ในกล่องเหล็ก เมื่อลูกค้าสวมและเปิดเครื่อง ลูกค้าก็จะเห็นเรื่องราวการเดินทางจากนักท่องเที่ยว 3 คนที่เดินทางไปยังชิลี ไร่วนดา ปักกิ่ง เพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้ลูกค้าสนุกสนานเพลิดเพลินโดยไม่ต้องเดินทางไปยังสถานที่จริงด้วยตัวของลูกค้าแต่ให้ความรู้สึกเสมือนลูกค้าอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น (มาร์เก็ตติ้ง อปส์. ออนไลน์. 2558)

โซเนวา พูชิ ต้นแบบของรีสอร์ทแนวคิด “แบร์ฟุต ลักซ์ซูรี” สัมผัสความหรูหราด้วยเท้าเปล่า ในมัลดีฟส์ ได้เปิดตัวอุปกรณ์แสดงภาพเสมือนจริงหรือแว่น “โซเนวา วีอาร์” เพื่อเข้าชมเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตบนเกาะได้จากที่บ้านของลูกค้าโดยตรง (กูร์เมท์แอนด์ควิซีน. ออนไลน์. 2564)

แซงกรีล่า โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท โรงแรมแบรนด์หรูชั้นนำของโลก ใช้งานชุดหูฟัง Samsung Gear VR แนวคิดคือการส่งภาพวิดีโอแบบ 360 องศา ไปให้กับพันธมิตรทางธุรกิจและกลุ่มลูกค้าของโรงแรมด้วยวิธีการสวมชุดหูฟังแบบครอบศีรษะเข้าไปที่ศีรษะของลูกค้า เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าและนักเดินทางจากทั่วโลกให้เดินทางมาเข้าพัก เยี่ยมชมโรงแรมที่มีสาขาย่อยมากมายทั่วโลก ก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจเดินทางมายังสถานที่จริง (อินโฟเควสท์. ออนไลน์. 2558)



ภาพที่ 2 แสดงเทคโนโลยี วีอาร์ กับธุรกิจโรงแรม

จากภาพที่ 2 พบว่าเทคโนโลยี วีอาร์ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจโรงแรม ความเป็นจริงเสมือนเป็นความก้าวหน้าครั้งสำคัญ เป็นวิธีที่ช่วยดึงดูดลูกค้า ช่วยสร้างความเต็มใจในการตัดสินใจของลูกค้าในการจองห้องพักโรงแรม ลูกค้าได้เห็นสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม ดังนั้นการเยี่ยมชมโรงแรมเสมือนจริงเป็นอีกหนึ่งวิธีที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า ทำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แนวคิดของทัวร์โรงแรมเสมือนจริง จึงกล่าวได้ว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์ ที่จะส่งผลดีต่อธุรกิจในระยะยาว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้วีอาร์เพื่อเพิ่มผลผลิต

ดลพร ศรีฟ้า (2562) ทำการวิจัย เรื่อง การสร้างสื่อเสมือนจริงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะพะงัน โดยเน้นการเก็บรวบรวมภาพบรรยากาศของเกาะพะงันโดยสื่อเสมือนจริง ในงานวิจัยนี้จะเป็น ประเภท Immersive Systems เป็นเทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนสำหรับส่วนบุคคล โดยใช้ จอภาพสวมศีรษะในการแสดงภาพ และเสียงของโลกเสมือน ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้เห็นภาพ 360 องศา ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเกาะพะงัน

Israel, Zerres and Tscheulin (2019) ทำการวิจัย เรื่อง การนำเสนอโรงแรมในความจริงเสมือน : มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการจองหรือไม่ ผลการวิจัย พบว่า ความรู้สึกจากการแสดงทางไกลช่วยเพิ่มความเพลิดเพลินและประโยชน์ที่รับรู้ของผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า นอกจากนี้ความอยากรู้อยากเห็นของผู้ใช้ยังถูกระงับด้วยการนำเสนอทางไกล ซึ่งยังเพิ่มความเพลิดเพลินในการรับรู้และประโยชน์ที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย คุณค่าทางความคิดและประโยชน์ของประสบการณ์โรงแรมเสมือนจริงช่วยเพิ่มความน่าจะเป็นที่ลูกค้าจะจองที่พักสำหรับการเดินทาง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี วีอาร์ กับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม

1. ธุรกิจก้าวล้ำหน้าคู่แข่ง

เทคโนโลยี วีอาร์ ช่วยดึงดูดลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ช่วยเพิ่มยอดขาย โดยให้ผู้ใช้เว็บเข้าถึงวิดีโอ VR และให้ผู้ใช้ไม่ออกจากเว็บไซต์ หรือวิดีโอเสมือนจริง ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีโอกาสพัฒนาประสบการณ์ที่เข้าถึงลูกค้า ผ่านการโต้ตอบที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่าข้อความธรรมดา เป็นต้น

2. สามารถแสดงการบริการที่ลูกค้าจะได้รับได้ล่วงหน้า

เทคโนโลยี วีอาร์ ช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับลูกค้าก่อนทำการจอง ด้วยการสำรวจจุดหมายปลายทางผ่านแอปพลิเคชันการเดินทางเชื่อมต่อเข้ากับวิดีโอเสมือนจริง เพื่อระบุทิศทางเส้นทางและสถานที่ที่น่าสนใจให้กับลูกค้า นับเป็นวิธีในการโปรโมต โรงแรม/รีสอร์ท หรือ ทัวร์ ให้เป็นที่น่าดึงดูดใจมากกว่าการแจกโบปลิว ผ่านพับ ซึ่งเราสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ท่องเที่ยวและเป็นตัวจริงบนโลกออนไลน์

3 ช่วยให้บริการแก่ผู้ใช้ที่เหนือกว่า

เทคโนโลยี วีอาร์ ช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้า ที่เริ่มต้นการเดินทางและยังไม่มีประสบการณ์ในการเดินทาง ลูกค้าสามารถสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถเดินเล่นรอบ ๆ รีสอร์ท และทำการจอง ซึ่งเปรียบเสมือนการเล่าเรื่องให้กับลูกค้า ที่ต้องการเยี่ยมชมสถานที่ที่ต้องการ และเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประวัติเมนูของร้านอาหาร ด้วยวิธีการสำรวจแบบ 360 องศา บนวิดีโอเสมือนจริง นอกจากนี้ยังสามารถนำไปพัฒนาประสบการณ์การใช้งานกับทุกสถานที่ และผลิตภัณฑ์ทุกประเภท ดังนั้นจึงกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดขั้นสูงสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมโรงแรม

4. ช่วยเพิ่มยอดขาย

เทคโนโลยี วีอาร์ ช่วยเพิ่มยอดขายผ่านรูปแบบกลยุทธ์การตลาด ด้วยการสร้างวิดีโอการตลาดของธุรกิจ เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์เสมือนจริงก่อนตัดสินใจซื้อ นับเป็นวิธีการที่จะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี การนำเทคโนโลยี วีอาร์ มาปรับใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม นับเป็นการใช้ทักษะความรู้ การคิดสร้างสรรค์ การให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ การสร้างความแตกต่าง จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่งของธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต

บทสรุป

เวอชวลเรียลลิตี้เทคโนโลยีหรือ เทคโนโลยี วีอาร์ เพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคต จึงเป็นประโยชน์ที่ช่วยเพิ่มความล้ำหน้าเหนือคู่แข่งทางธุรกิจ แสดงการบริการที่ลูกค้าจะได้รับได้ล่วงหน้า ช่วยให้ประสบการณ์ผู้ใช้ที่เหนือกว่า และช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม จากแนวทางดังกล่าวทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ อยากจะทดลองใช้เทคโนโลยี วีอาร์ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่าไม่มีขีดจำกัดของความคิด สร้างสรรค์จากการพัฒนาเทคโนโลยีและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมของไทยในอนาคตเป็นอย่างยิ่ง

องค์ความรู้ใหม่

การสร้างสรรคเทคโนโลยีเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมใหม่ ๆ จะเป็นแนวทางที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ ส่งเสริมให้เกิดการบริการที่เหนือคู่แข่ง ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอด เตรียมความพร้อมทางธุรกิจในการขยายตัวรองรับความต้องการในการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มธุรกิจบริการในอนาคต เนื่องจากทุกวันนี้ลูกค้าจำนวนมากคาดหวังระดับการให้บริการที่แตกต่างไปจากเดิม ในรูปแบบการบริการที่ดูดีมีรสนิยม ทันสมัย ด้วยการนำเทคโนโลยี วีอาร์ มาใช้

รายการอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. (2565). เทคโนโลยีโลกเสมือนก้าวสู่โลกความจริง Virtual Reality (VR) , Augmented Reality (AR) และ Mixed Reality (MR). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://km.prd.go.th/เทคโนโลยีโลกเสมือน>. [5 สิงหาคม 2565].
- กรีนเวิลด์ พับลิเคชั่น. (2561). พลิกโฉมโรงแรมอัจฉริยะด้วยปัญญาประดิษฐ์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.thaihotelbusiness.com/it-technology/>. [10 สิงหาคม 2565].
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). มาแน่ ๆ 10 เทคโนโลยีจากอนาคต ที่ภาคธุรกิจพลาดข้อมูลไม่ได้. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/tech/846550>. [6 สิงหาคม 2565].
- กูร์เมท์แอนด์คัวซีน. (2564). โฆษณา พูชิ เปิดตัวประสบการณ์เสมือนจริงผ่าน “เวอร์ชวล เรียลลิตี้” (VR – Virtual Reality). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.gourmetandcuisine.com/news/detail/4677>. [10 สิงหาคม 2565].
- คลังความรู้ SciMath สสวท. (2559). Virtual Reality เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.scimath.org/article/item/4818-virtual-reality>. [6 สิงหาคม 2565].
- ณัดกิจ จันกิเสน. 2565. ‘รัฐบาลกรุงโซล’ ประกาศเป็นเมืองแรกที่เข้าสู่ Metaverse ต่อไปผู้คนสามารถสวม VR ปกป้องเจ้าหน้าที่ในโลกเสมือนจริงได้เลย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://thestandard.co/seoul-government-announce-being-first-entering-metaverse/>. [7 สิงหาคม 2565].
- ดลพร ศรีฟ้า. (2562). การสร้างสื่อเสมือนจริงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะพะงัน. รายงานการวิจัย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

- นำอยู่ คอร์ปอเรชั่น. (2565). เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง VR คืออะไร AR คืออะไร MR และ XR คืออะไร? | ใช้งาน
ต่างกันอย่างไร?. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://blog.nayoo.co/metaverse-vr360/>. [11 สิงหาคม
2565].
- มาร์เก็ตติ้ง ู๊ปส์. (2558). โรงแรม Marriott ใช้แว่นตา 3 มิติ กระตุ้นให้คนยังรู้สึกอยากเที่ยว!. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา
: <https://www.marketingoops.com/digital-life/gadget/marriott-vr/>. [11 สิงหาคม 2565].
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์กรุงเทพมหานคร. (2561). เทคโนโลยีโลกเสมือนจริง Immersive Technology
(IMT). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [http://www.bangkokgis.com/bangkokgis_2008//system_file/-
t1562229090.pdf](http://www.bangkokgis.com/bangkokgis_2008//system_file/-t1562229090.pdf). [11 สิงหาคม 2565].
- อนัญญา ภัตตาจารย์. (2564). ประสบการณ์ทัวร์โรงแรมเสมือนจริง : ผลกระทบของ COVID-19 ต่อแนวโน้ม
ต่อความเป็นจริงเสมือนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [https://
www.yoair.com/th/blog/virtual-hotel-tour-experience-effects-of-covid-19-on-trends-
towards-virtual-reality-in-the-travel-industry/](https://www.yoair.com/th/blog/virtual-hotel-tour-experience-effects-of-covid-19-on-trends-towards-virtual-reality-in-the-travel-industry/) [7 สิงหาคม 2565].
- อินโฟเควสท์. (2558). โรงแรมแวงกรี-ลา เปิดตัวเครื่องมือการขายที่ก้าวล้ำโลกอนาคต - เทคโนโลยีโลกเสมือน
จริง (วีอาร์). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.ryt9.com/s/prg/2287986>. [7 สิงหาคม 2565].
- Gaubert. J. (11 November 2021). "Seoul to become the first city to enter the metaverse. What will it
look like?" [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [https://www.euronews.com/next/2021/11/10/seoul-to-
become-the-first-city-to-enter-the-metaverse-what-will-it-look-like](https://www.euronews.com/next/2021/11/10/seoul-to-become-the-first-city-to-enter-the-metaverse-what-will-it-look-like). [7 สิงหาคม 2565].
- Hop A Tour. (2563). Travel from Home with Hop A Tour's LIVE Virtual Tours. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา : [https://hopatour.com/blog?p=travel-from-home-with-hop-a-tour-live-virtual-
tour](https://hopatour.com/blog?p=travel-from-home-with-hop-a-tour-live-virtual-tour). [11 สิงหาคม 2565].
- Kamarulzaman, A.B.A. (2014). "Virtual reality and Augmented reality combination as a holistic
application for heritage preservation in the UNESCO world heritage site of Melaka."
International Journal of Social Science and Humanity. 4 (5) : 333-338.
- Israel, K., Zerres, C. and Tscheulin, D.K. (2019). "Presenting hotels in virtual reality: does it influence
the booking intention?." **Journal of Hospitality and Tourism Technology**. 10(3) : 443-
463.

คำแนะนำสำหรับการจัดทำนอบบบทความ

เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

(Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU)

*** ผู้ส่งต้นฉบับบทความจะต้องเป็นเจ้าของบทความหรือผู้รับผิดชอบความเท่านี้ และมีการระบุข้อมูลที่สามารถติดต่อประสานงานเพื่อปรับปรุงแก้ไข แจ้งผล และอื่น ๆ ได้ตลอด กระบวนการพิจารณาการตีพิมพ์ จึงขอสงวนสิทธิ์ในการไม่รับตีพิมพ์บทความ หากไม่ได้รับการติดต่อ เบื้องต้นจากเจ้าของต้นฉบับบทความ และต้องปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ลงนามไว้ในแบบฟอร์ม เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความอย่างเคร่งครัด ***

นโยบายและวัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU) เป็นวารสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ของคณาจารย์ และนักศึกษบัณฑิตศึกษา โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) โดยเน้นสาขา ดังนี้

1. สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี
2. สาขาการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. สาขาการท่องเที่ยว นันทนาการ และการจัดการโรงแรม
4. สาขาเศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติ และการเงิน
5. สาขาการสื่อสาร

ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร

1. **บทความวิจัย (Research Article)** เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัย หรืองานเขียนที่นำข้อมูลมาจากรายงานการวิจัยมาประมวล หรือสรุปออกมาเป็นองค์ความรู้ในรูปแบบที่นำเสนอให้ผู้อ่านเข้าใจประเด็นต่าง ๆ

2. **บทความวิชาการ (Academic Article)** เป็นบทความวิเคราะห์ วิจัย นำเสนอแนวคิดใหม่หรือองค์ความรู้ใหม่

3. **บทความปริทัศน์ (Review Article)** เป็นบทความที่เขียนขึ้นจากการทบทวนเอกสารวิชาการ ทั้ง ทางด้านทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับที่กำหนดไว้ โดยมีการทบทวนวรรณกรรมค้นคว้า รวบรวม ข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ และนำมาประมวลเรียบเรียงในรูปแบบบทความ

4. การวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นบทความวิพากษ์หนังสือถึงข้อดีและข้อบกพร่องอย่างละเอียด เพื่อชี้ให้เห็นคุณค่าของหนังสือเล่มนั้น พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้นเป็นการวิจารณ์เพื่อสร้างสรรค์

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีกำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การจัดทำต้นฉบับบทความ และจัดเตรียมรูปแบบ : วารสารฯ จะรับต้นฉบับบทความที่ดำเนินการตามที่กำหนดพร้อมจัดรูปแบบถูกต้อง สมบูรณ์ เรียบร้อย ตาราง ชัดเจนเรียบร้อยแล้วเท่านั้น

ต้นฉบับ : ต้องพิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด (Microsoft word) บนกระดาษขาว A4 หนึ่งเดียว (1 คอลัมน์) ให้ตั้งค่าน้ำกระดาษ ดังนี้ บน (top) 3.81 เซนติเมตร ล่าง (bottom) 2.54 เซนติเมตร ซ้าย (left) 3.81 เซนติเมตร และขวา (right) 2.54 เซนติเมตร พิมพ์เว้นวรรคหรือช่องว่าง 1 เคาะ และระยะห่างบรรทัด 1 พ้อยท์

ความยาว : บทความรวมรูปภาพ ตาราง และอื่น ๆ ทั้งฉบับ จะต้องอยู่ระหว่าง 10-15 หน้า กระดาษพิมพ์ ขนาด A4 ที่มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง เหมาะสม โดยจะทำการตรวจสอบต้นฉบับบทความไฟล์ Word จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการดำเนินงานวารสารฯ เท่านั้น สำหรับรูปภาพประกอบจะต้องส่งไฟล์รูปภาพจริงที่ชัดเจนเพิ่มเติมมาพร้อมกับต้นฉบับบทความ

ส่วนประกอบหลักที่ต้องมีในต้นฉบับ

1. บทความวิจัย

1.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

1.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

1.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับการทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดในการวิจัย วิธีดำเนินงานวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.5 บทคัดย่อ : ถูกต้องตามหลักภาษา โดยกำหนดจำนวนคำของ ABSTRACT อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

1.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

1.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

1.7.1 บทนำ มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง กล่าวถึงปัญหาของการวิจัย หรือช่องว่างของการวิจัยโดยใช้วิธีการอ้างอิงในการเขียนในประโยคที่สำคัญ และข้อความหรือประโยคที่ไม่ได้เกิดจากความคิด ความรู้ของผู้พิมพ์เองทุกรายการ และถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

1.7.2 วัตถุประสงค์การวิจัย มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง และเป็นสิ่งที่ผู้พิมพ์มีความสนใจในการศึกษา

1.7.3 ประโยชน์ที่ได้รับ ระบุองค์ความรู้/ข้อเท็จจริง/ปรากฏการณ์และพฤติกรรม/การทํานาย ที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการใหม่ ๆ ทั้งในด้านทฤษฎี วิชาการ และการปฏิบัติ รวมทั้งระบุหน่วยงาน และกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์

1.7.4 การทบทวนวรรณกรรม ระบุวิธีการเขียนและสรุปภาพรวมของแนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของเรื่องศึกษาอย่างเป็นระบบ มีความทันสมัย สอดคล้องกับบริบท ตัวแปร และเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย

1.7.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย เขียนภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดในการวิจัย

1.7.6 วิธีการดำเนินการวิจัย จะต้องนำเสนอเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้แต่ง/ผู้พิมพ์ เลือกมาใช้ในการวิจัย โดยระบุองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประชากร

และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติ การรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ถ้ามี) และอื่น ๆ

1.7.7 ผลการวิจัย มีการแสดงผลในรูปแบบตาราง ภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ โดยมีการบรรยายผลการวิจัยได้ตาราง รูปภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

1.7.8 อภิปรายผล มีการอภิปรายผลที่แสดงเหตุผลสนับสนุนหรือขัดแย้งกับผลการวิจัย ทฤษฎี แนวคิด หลักการในอดีตที่ผ่านมา (ไม่เกิน 7 ปี)

1.7.9 ข้อเสนอแนะ ระบุข้อเสนอแนะ 2 หัวข้อ คือข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1.7.10 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) สามารถระบุแหล่งทุน ปิงงบประมาณที่ได้รับทุน และหน่วยงานหรือผู้มีอุปการะงานวิจัย

1.7.11 การอ้างอิง รายการอ้างอิงในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการและมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

2. บทความวิชาการ

2.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

2.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้น จะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

2.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ วัตถุประสงค์ ขอบเขตของเนื้อหา คำจำกัดความ/นิยามศัพท์ เนื้อเรื่อง บทสรุป องค์ความรู้ใหม่ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.5 บทคัดย่อ : ควรระบุว่าบทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์อะไร สรุปให้สั้นกะทัดรัดไม่เกิน 300-350 คำเท่านั้น

2.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

2.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

2.7.1 บทนำ ควรอธิบายว่าเรื่องที่ศึกษามีความสำคัญอย่างไร

2.7.2 วัตถุประสงค์ ควรอธิบายว่าบทความมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

2.7.3 ขอบเขตของเนื้อหา ควรชี้แจงเนื้อหาจะประกอบ/ครอบคลุมด้วยเรื่องอะไรบ้าง

2.7.4 คำจำกัดความ/นิยามศัพท์ ควรให้คำจำกัดความสำคัญของเนื้อหาเชิงปฏิบัติการ

2.7.5 เนื้อเรื่อง ควรแบ่งย่อยออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 อธิบายพื้นฐานความรู้แก่ผู้อ่านในเรื่องที่จะกล่าวถึง ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล ได้แย้งข้อเท็จจริง ใช้เหตุผล หลักฐานเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน ส่วนที่ 3 เสนอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อประเด็นที่นำเสนอ

2.7.6 บทสรุป เป็นการเก็บประเด็นการเขียนบทความสั้น ๆ หรืออาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมาสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายเพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านสืบหาความรู้ หรือพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป เพื่อเป็นการสรุปความคิดของผู้นิพนธ์ต่อเรื่องที่เขียน

2.7.7 องค์ความรู้ใหม่ เป็นการนำเสนอผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากผลการวิจัยหรือผลจากการสืบค้น สามารถนำเสนอในรูปแบบของความเรียง หรือภาพโมเดล (แบบจำลอง) พร้อมคำอธิบายที่กระชับ เข้าใจได้ง่าย

2.7.8 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

2.7.9 เอกสารอ้างอิง รายการอ้างอิงในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการ และมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

3. บทความปริทรรศน์

3.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

3.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

3.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ เนื้อเรื่อง บทสรุปและข้อเสนอแนะ และรายการอ้างอิง ใช้ตัวอักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.4 หัวข้อรอง : ใช้ตัวอักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.5 บทคัดย่อ : เนื้อหาควรประกอบด้วยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ ข้อสรุปของผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ และข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์ อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

3.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้ตัวอักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

3.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้ตัวอักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

3.7.1 บทนำ เนื้อหาเป็นการเกริ่นนำเกี่ยวกับหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับบทความ โดยระบุความเป็นมาความสำคัญของประเด็นที่จะนำเสนอในบทความ และวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่จะนำเสนอในบทความ

3.7.2 เนื้อเรื่อง ควรครอบคลุมสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่กล่าวไว้ในบทนำ มีการทบทวนงานวิจัย จัดลำดับงานวิจัย โดยนำข้อค้นพบของแต่ละเรื่องมากล่าวโดยสังเขป จำนวนงานวิจัยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้พิมพ์ และไม่ควรแยกเป็นหัวข้อย่อยมากเกินไป

3.7.3 บทสรุปและข้อเสนอแนะ สรุปภาพรวมของบทความพอสังเขปที่เสนอให้เห็นภาพรวมของบทความ มีการเสนอที่เน้นข้อค้นพบสำคัญ ที่นำไปสู่การเสนอแนะทางการนำไปประยุกต์ใช้

4. บทความวิจารณ์หนังสือ

4.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้ตัวอักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

4.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้พิมพ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้พิมพ์ท่านอื่น ผู้พิมพ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้พิมพ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

4.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ เนื้อเรื่อง บทวิจารณ์ บทสรุป และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4.5 บทคัดย่อ : เนื้อหาควรประกอบด้วยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ ข้อสรุปของผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ และข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์ อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

4.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

4.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

4.7.1 บทนำ เนื้อหาเป็นการเกริ่นนำเกี่ยวกับหนังสือที่จะทำการวิจารณ์ ได้แก่ รายละเอียดของหนังสือที่จะทำการวิจารณ์ เช่น ชื่อหนังสือ ผู้เขียน จำนวนหน้า ปีที่พิมพ์ ครั้งที่พิมพ์ สถานที่พิมพ์ เนื้อหาโดยย่อของหนังสือ และประเด็นที่จะทำการวิจารณ์

4.7.2 เนื้อเรื่อง หัวข้อย่อยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้เขียน เช่น เนื้อหาโดยย่อของหนังสือ ข้อเสนอหลัก ประเด็นอภิปราย การวิจารณ์ความคิด เป็นต้น

4.7.3 บทวิจารณ์ เนื้อหาเป็นการกล่าวถึงผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์

4.7.4 บทสรุป สรุปภาพรวมของบทความพอสังเขป

4.7.5 รายการอ้างอิง ในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการและมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

รูปแบบการนำบทความลงตีพิมพ์ลงในวารสาร

ต้นฉบับบทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร *.docx ของ Microsoft Word Version 2010 หรือมากกว่า หากต้นฉบับประกอบด้วยภาพ ตาราง หรือสมการ ให้ส่งแยกจากไฟล์เอกสารในรูปแบบไฟล์ภาพ สกุล *.PDF*.JPG*.GIF หรือ *.bmp ความยาวของต้นฉบับต้องไม่เกิน 10-15 หน้า (รวมบทคัดย่อ ภาพ ตารางและเอกสารอ้างอิง)

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

เกณฑ์การประเมินบทความ

วารสารมีกระบวนการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนตีพิมพ์ โดยบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่บทความทุกเรื่องจะผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านตรงตามสาขาวิชาและความเชี่ยวชาญ ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed) ทั้งนี้ บทความจากผู้นิพนธ์ภายในจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มข้นในการประเมินคุณภาพบทความก่อนออกตีพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งจำแนกเป็นสรุปผลการพิจารณา 4 ระดับ ดังนี้

81-100 คะแนน	แก้ไขน้อยก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่
61-80 คะแนน	แก้ไขปานกลางก่อนตีพิมพ์เผยแพร่
41-60 คะแนน	แก้ไขมากโดยให้แก้ไขใหม่และส่งประเมินอีกครั้ง
1-40 คะแนน	ไม่เหมาะสมที่จะตีพิมพ์เผยแพร่

ต้องมีคะแนนรวมตั้งแต่ 61 คะแนนขึ้นไป จึงจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

การติดต่อสอบถามในการจัดส่งบทความ

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาคาร 22 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ : 0-4400-9009 ต่อ 2215

Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>

E-mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th

รูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความของวารสารตามรูปแบบ APA Style

1. การอ้างอิงในบทความ

การอ้างอิง : ต้องระบุชื่อ นามสกุล ปี และเลขหน้ากำกับทุกรายการ และมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

การเขียนเนื้อหา (Text) ที่มีคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ควรแปลเป็นภาษาไทยให้มากที่สุด ในกรณีที่คำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นคำเฉพาะที่แปลไม่ได้หรือแปลแล้วไม่ได้ความหมายชัดเจน ให้ทับศัพท์ได้ และควรใช้ภาษาที่ผู้อื่นเข้าใจง่าย ชัดเจน หากใช้คำย่อต้องเขียนคำเต็มไว้ครั้งแรกก่อน และแสดงตัวเลขในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย ทศนิยมไม่เกิน 3 ตำแหน่ง ในบทความทั้งฉบับ ตัวอย่างเช่น 0.0, 0.00 ,0.000 (กรณี .0, .00, .000, .0000 ให้ใส่ 0.0, 0.00, 0.000)

ตารางและภาพประกอบ (Table and Figure) ควรเป็นภาพชัดเจนและมีคำบรรยายใต้รูป/ภาพ ชัดชัดกระชับ โดยระบุที่มาของตารางหรือรูปภาพประกอบ และให้อธิบายผลได้ตารางหรือภาพทุกครั้ง เช่น

(รูปภาพ)

ภาพที่ 1 ผ้าไทยวน

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564 ณ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

จากภาพ 1

(รูปภาพ)

ภาพที่ 1 แบบจำลองกระบวนการ Balance Scorecard ของ Kaplan และ Norton

ที่มา : Kaplan & David P. Norton, 1996 p. 11.

(รูปภาพ)

Figure 1 Architectural Structure of Borobudur.

Source : Photographed on 15th April 2017 at Magelang, Yogyakarta, Indonesia

การนำเสนอตาราง ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการนำเสนอตารางในบทความ

ที่มา : เอกรัตน์ เอกศาสตร์, 2022, หน้า 201.

จากตาราง 1 พบว่า

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการเข้าร่วมผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์

* $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.001$

จากตาราง 5 พบว่า

รูปแบบและการเขียนเอกสารอ้างอิงในเนื้อหา การอ้างอิงท้ายบทความ และการอธิบาย
เพิ่มเติม และการอ้างอิงเอกสารใต้ตารางและภาพ โดยให้เป็นไปตามการอ้างอิงแบบ
APA 8th Edition (2021) ตัวอย่างเช่น

2. การเขียนการอ้างอิง ในส่วนของเนื้อหาของบทความ

2.1 รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา

(ผู้แต่ง./ปีที่พิมพ์./เลขหน้าที่อ้างอิง)

ตัวอย่าง

ผู้แต่งชาวไทย :

(ปรียวดี ผลอนก. 2556 : 21-22)

(ปรีชา สุวรรณทัต. 2554 : คำนำ)

ผู้แต่งชาวต่างประเทศ :

(Samuelson. 1985 : 101)

(Musgrave. 1989 : 79)

ผู้แต่งมีฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ สมณศักดิ์ :

(ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล. 2550 : 25)

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี. 2550 : 12)

ผู้แต่ง 2 คน :

(นิฐิตา เบญจมสุทิน และนงนุช พันธกิจไพบูลย์. 2547 : 36)

(Colander and Gamber. 2002 : 88)

ผู้แต่ง 3 คน :

(ธารง อุดมไพจิตรกุล, ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และบัณฑิต ผังนิรันดร์. 2543 : 101)

(Jackson, Court and Elliot. 1993 : 27)

ผู้แต่งมากกว่า 3 คน :

(ชูศรี มณีพุกษ์ และคณะ. 2553 : 68)

(Lipsey, et al. 1990 : 22)

ผู้แต่งที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงาน :

(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2549 : 89)

(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550 : 37)

หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง แต่มีผู้รวบรวมหรือบรรณาธิการ :

(เอกรัตน์ เอกศาสตร์, บรรณาธิการ. 2556 : 8)

หนังสือหรือวัสดุอ้างอิงไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้ลงชื่อเรื่องหรือชื่อบทความ :

(พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. 2546 : 999)

(พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. 2545 : 22)

หนังสือแปล :

(จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ผู้แปล. 2553 : 84)

(เบต โรบิน และปาร์กิ้น ไมเคิล. 2553 : 84)

สื่อโสตทัศน และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ :

(มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วีดิทัศน์. 2542)

(กรมการข้าว. ออนไลน์. 2556)

การสื่อสารระหว่างบุคคล :

(สุรัตน์ หงษ์ไทย. สัมภาษณ์. 14 กุมภาพันธ์ 2557)

การอ้างอิงในเนื้อหาที่ต้องการแสดงที่มาของภาพ :

ที่มา : วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2550 : 20.

ที่มา : Mankiw. 1997 : 21.

การอ้างอิงในเนื้อหาที่ต้องการแสดงที่มาของตาราง :

ที่มา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. ออนไลน์. 2557.

ที่มา : สรชัย พิศาลบุตร. 2551 : 110.

3. การเขียนอ้างอิงท้ายบทความ**3.1 หนังสือ :**ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// ครั้งที่พิมพ์.// สถานที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์.**ตัวอย่าง****ผู้แต่งคนเดียว :**กฤษฎา สังขมณี. (2552). การเงินและการธนาคาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เรืองแสงการพิมพ์ (2002) จำกัด.

ผู้แต่ง 2 คน หรือ 3 คน :นิฐิตา เบญจมสุทิน และนางนุช พันธกิจไพบูลย์. (2547). เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้แต่งมากกว่า 3 คน :ชูศรี มณีพุกษ์ และคณะ. (2553). หลักเศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผู้แต่งที่เป็นหน่วยงาน หรือสถาบัน :ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2547). หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. ขอนแก่น : บริษัท เพ็ญพรินตัง จำกัด.

หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง หรือผู้รับผิดชอบ :

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2546). กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.

3.2 หนังสือแปล

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่อง.// แปลโดย/ชื่อผู้แปล.// สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

เบต โรบิน และปาร์กิ้น ไมเคิล. (2553). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค ฉบับมาตรฐาน แปลโดย จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.

3.3 บทความในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// “ชื่อบทความ”.// ในชื่อบรรณาธิการหรือผู้รวบรวม.// ชื่อหนังสือ.// เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2537). “การสร้างองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาประเทศไทยด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม”. ในวิจารณ์ พานิช, **บทบาทของการวิจัย : การท้าทายของทศวรรษใหม่**. 23-116. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

3.4 บทความในวารสาร

ผู้เขียนบทความ.// (วัน เดือน ปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อวารสาร.// ปีที่(ฉบับที่)/: เลขหน้าที่อ้างอิง.

ตัวอย่าง

ศศิธร ธัญลักษณ์นันท์ และรุ่งโรจน์ พงศ์กิจวิthur. (กันยายน 2548). “ผลการเรียนรู้จากโครงการชุดวิชาการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.” **วารสารราชพฤกษ์**. 4(1) : 55-63.

3.5 บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ” .// ชื่อหนังสือพิมพ์.// เลขหน้า.

ตัวอย่าง

นิติภูมิ นวรัตน์. (9 ธันวาคม 2540). “คำทำนายของจอห์น ไนซ์บิตต์”. ไทยรัฐ. หน้า 2.

3.6 วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ระดับวิทยานิพนธ์/สาขาวิชา/คณะ/
มหาวิทยาลัย

ตัวอย่าง

พัชชยา ทรงเสียงไชย. (2550). ความเจริญเติบโตของภาคเกษตรกับผลผลิตภาพการผลิต
ของภาคเกษตรไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์
เกษตร) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

3.7 เอกสารราชการ/เอกสารพิเศษ

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// “ชื่อเรื่อง” .// ชื่อเอกสาร.// หมายเลขฉบับ.// เลขหน้า.

ตัวอย่าง

กระทรวงศึกษาธิการ. (27 กันยายน 2542). “ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการ
แบ่งส่วนราชการในสถาบันราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา
พ.ศ. 2542” ราชกิจจานุเบกษา. ฉบับประกาศทั่วไป. เล่ม 116 ตอนพิเศษ
79 ง (12 ตุลาคม 2542) หน้า 21-22.

3.8 การสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์.// ตำแหน่ง (ถ้ามี).// สัมภาษณ์.// วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์.

ตัวอย่าง

ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง. คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. สัมภาษณ์.
22 เมษายน 2557.

3.9 อ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ

กรณีระบุรายละเอียดของเอกสารปฐมภูมิก่อน แล้วจึงระบุเอกสารทุติยภูมิค้นรายการ
ด้วยข้อความว่า “อ้างถึงใน” หรือ “Cited in”

ตัวอย่าง

ธงชัย สันติวงษ์. (2530). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช. อ้างถึง
ใน รุ่ง แก้วแดง. (2540). **รีเอนจิเนียริงระบบราชการไทย ภาค 2**. พิมพ์ครั้งที่
ที่ 3. กรุงเทพฯ : มติชน.

กรณีระบุรายการของเอกสารทุติยภูมิ ก่อน แล้วจึงระบุเอกสารปฐมภูมิ คำนรายการด้วย
ข้อความว่า “อ้างจาก” หรือ Citing

ตัวอย่าง

รุ่ง แก้วแดง. (2540). **รีเอนจิเนียริงระบบราชการไทย ภาค 2**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :
มติชน. อ้างจาก ธงชัย สันติวงษ์. (2530). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.

3.10 โสตทัศนวัสดุ

ชื่อผู้จัดทำ.// (ปีที่เผยแพร่).// **ชื่อเรื่อง**.// (ระบุประเภทของโสตทัศนวัสดุด้วย).//
สถานที่ผลิต/หน่วยงานที่เผยแพร่.

ตัวอย่าง

สำนักวิจัยและบริการวิชาการ. (2546). **วิดีโอ การบรรยายพิเศษทาง
วิชาการเรื่อง “การฝึกอบรม การจัดทำข้อเสนอการวิจัยทาง
การศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”**. นครราชสีมา : ฝ่าย
ส่งเสริมและเผยแพร่การวิจัย สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.

3.11 สื่ออิเล็กทรอนิกส์**3.1.1 บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์**

ผู้แต่ง.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อวารสาร.// [ประเภทของสื่อ].// ปีที่
(ฉบับที่).// เลขหน้าหรือความยาวของเนื้อเรื่อง.// แหล่งที่มา.// ชื่อ
แหล่งข้อมูล/ [วัน เดือน ปี ที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

ศิริพร เลิศยิ่งยศ. (มกราคม-เมษายน 2556). “โครงการจัดทำแผนชุมชน
ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านโคก
แฝก ตำบลขามทะเลสอ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัด
นครราชสีมา.” **วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร**. [ออนไลน์].
22 (1) : 93-106. แหล่งที่มา : **ผดพลาต! การอ้างอิงไฮเปอร์
ลิงก์ไม่ถูกต้อง**. [30 เมษายน 2557].

3.1.2 บทความในหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้แต่ง.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อหนังสือพิมพ์.// [ประเภทของสื่อ].//
เลขหน้าหรือความยาวของเนื้อเรื่อง.// แหล่งที่มา.// ชื่อแหล่งข้อมูล/
[วัน เดือน ปี ที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

บันลือศักดิ์ ปุสสะรังสี. (24 - 26 เมษายน พ.ศ. 2557). “จิ้นกับเศรษฐกิจ
ฟองสบู่.” ฐานเศรษฐกิจ. [ออนไลน์]. 7 ย่อหน้า. แหล่งที่มา :
http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=225229:2014-04-01-09-47-16&catid=189:2009-09-02-02-47-37&Itemid=542. [27
เมษายน 2557].

3.3.3 ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้ส่ง/(ที่อยู่ทางอีเมล).// (วัน เดือน ปี).// เรื่องที่ส่ง.// ผู้รับหรือE-mail to/
ชื่อผู้รับ (ที่อยู่ทางอีเมล)

ตัวอย่าง

พัชริน ดำรงกิตติกุล (Pacharin@trf.or.th). (24 เมษายน 2557). หลักสูตร
นักวิชาการเพื่อสังคม. ผู้รับ เอกรัตน์ เอกศาสตร์
(ekarat10@yahoo.com).

3.3.4 แผ่นดิสเก็ต และซีดี-รอม

ผู้ผลิต.// (ปีที่ผลิต).// ชื่อเรื่อง.// [ประเภทของสื่อ].// สถานที่ผลิต.// ชื่อแหล่งผลิต.

ตัวอย่าง

ศุภชัย ยาวะประภาษ และปิยากร หวังมหาพร. (2555). นโยบายสาธารณะ
ระดับท้องถิ่นไทย. [ซีดี-รอม]. กรุงเทพฯ : บริษัท จุลทอง จำกัด.

3.3.5 บทความ/สาระสังเขปออนไลน์

ผู้ผลิต.//(ปีที่ผลิต).//ชื่อเรื่อง.//[ประเภทของสื่อ].//แหล่งที่มา:/ชื่อ
แหล่งข้อมูล/[วันเดือนปีที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

สุรชาติ บำรุงสุข. (2556). **ทวิรรปราชาทิน : ขวนเทียว ไม่ขวนทะเลาะ**.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.etatjournal.com/web/menu-download-zone/menu-dl-etatjournal/593-dl-tatjournal-22557>. [1 เมษายน 2557].



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
อาคาร 22 คณะวิทยาการจัดการ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง
อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทรศัพท์ : 044-009-009 ต่อ 2215
Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>
E-Mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th