



Journal of Business Administration
and Social Sciences
Ramkhamhaeng University

วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2566
Vol.6 No.3 September – December 2023



ISSN 2586-9906

วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ชื่อวารสาร

ภาษาไทย: วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ภาษาอังกฤษ: Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University

Website: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/ibas/index>

ISSN: Online ISSN: 2586-9914 Print ISSN: 2586-9906

ความเป็นมาของวารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ด้วยคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงตระหนักถึงความสำคัญของผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่มีคุณภาพควรได้รับการเผยแพร่แก่สังคม จึงได้มีการจัดทำวารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อให้อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีอ้างอิงไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ซึ่งเป็นที่ยอมรับในเชิงคุณภาพทางวิชาการ โดยการเผยแพร่วารสารจัดทำเป็น ระบบการจัดการวารสารออนไลน์ Thai Journals Online (ThaiJO) ภายใต้นาม “วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง” เพื่อเป็นวารสารที่เผยแพร่ผลงานทางวิชาการจากคณาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ นักธุรกิจ นักศึกษา บุคลากร และผู้ที่มีความสนใจทางด้านวิชาการ ในรูปแบบบทความปริทัศน์ บทความวิจารณ์หนังสือ บทความวิชาการ และบทความวิจัย ซึ่งต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน

ในการพิจารณาและคัดเลือกบทความมาลงตีพิมพ์ ทุกบทความจะผ่านการกลั่นกรองและประเมินคุณภาพของบทความจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตามเกณฑ์มาตรฐานที่สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) กำหนด อีกทั้งมีการตรวจสอบภาษาอังกฤษและบทความจากนักวิชาการด้านภาษาต่างประเทศให้ถูกต้องตามหลักภาษาสากล และมีผู้ตรวจสอบกลั่นกรองจริยธรรมทางวิชาการในการตรวจสอบบทความก่อนตีพิมพ์ โดยมีการส่งมอบเล่มวารสารให้แก่ห้องสมุดของสถาบันการศึกษา และหน่วยงานต่าง ๆ อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ความคิดเห็นในงาน การศึกษาค้นคว้าและวิจัย ทางวิชาการ ในรูปแบบบทความวิชาการและวิจัยที่มีคุณภาพแก่บุคคลทั่วไป
2. เพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์ บุคลากรคณะบริหารธุรกิจ ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่าง ๆ นักศึกษา ได้เสนอบทความในรูปแบบ บทความปริทัศน์ บทความวิชาการ บทความวิจารณ์หนังสือ บทความวิจัย ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
3. เพื่อเปิดโอกาสให้สาขาวิชาต่าง ๆ ทางสังคมศาสตร์ได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอบทความทาง วิชาการที่มีความคิดสร้างสรรค์กับศาสตร์ทางบริหารธุรกิจ มีการบูรณาการทางการศึกษา และเป็น สหวิชาการเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นในการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาประเทศ ให้มีความเจริญยิ่งขึ้น

ขอบเขต

วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีขอบเขตตีพิมพ์บทความ ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เจ้าของวารสาร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กำหนดการเผยแพร่

กำหนดวารสารตีพิมพ์ ปีละ 3 ฉบับ (4 เดือน 1 ฉบับ)

ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

พิมพ์ที่

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อัตราค่าตีพิมพ์วารสาร

5,000 บาท

สารจากคณบดีคณะบริหารธุรกิจ

การจัดทำวารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ถือเป็นพันธกิจที่สำคัญของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในการส่งเสริมให้นักวิชาการได้สร้างสรรค์ผลงานวิจัยในสาขาวิชาของตน และด้วยวัตถุประสงค์ดังกล่าว คณะบริหารธุรกิจจึงได้ส่งเสริมให้จัดทำวารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการส่งเสริม การสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ตลอดจนการเผยแพร่งานวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ของคณาจารย์ นักศึกษา และนักวิชาการ ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน ในนามของคณะบริหารธุรกิจ รู้สึกยินดีและภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิชาการผ่านการดำเนินงานของวารสารฯ นี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านทุกท่าน ในฉบับที่ 18 นี้ ประกอบด้วยบทความจากภายในและภายนอกสถาบัน รวม 6 บทความ บทความทั้งหมดที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารฯ ผ่านกระบวนการตรวจสอบและคัดกรองตามมาตรฐานทางวิชาการก่อนการเผยแพร่อย่างมีคุณภาพ เพื่อประโยชน์ในทางวิชาการอย่างเป็นรูปธรรม

หากท่านมีข้อเสนอแนะอันใด ยินดีที่จะนำไปพัฒนาคุณภาพของวารสารฯ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป



(รองศาสตราจารย์สุวรรณี เดชวรชัย)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ที่ปรึกษาวารสาร

- | | |
|--|--|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วุฒิศักดิ์ ลามเจริญทรัพย์ | รักษาการอธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง
และประธานกรรมการส่งเสริมกิจการ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง รักษาราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 2. รองศาสตราจารย์สุวรรณี เดชวรชัย | คณบดีคณะบริหารธุรกิจ |

บรรณาธิการ/บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| 1. อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
|------------------------------------|---------------------|

กองบรรณาธิการ

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ปัญญา | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ปริยดา สุขเจริญสิน | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.สังวรณ์ จัดกระโทก | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศทาวุฒิ สังขมาศ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |
| 9. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ บุญเพ็ญ | ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร |
| 10. อาจารย์ ดร.ธัญวงศ์ กิรติวานิชย์ | นักวิชาการอิสระ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชร์ ลวงกูร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 12. อาจารย์นิสาชล โทแก้ว | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 13. อาจารย์พนกฤษ อุดมกิตติ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |

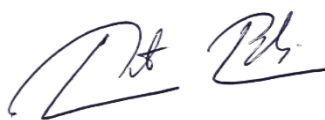
ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer Review)

- | | |
|--|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ ไรจน์นิตติกุล | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัชพงศ์ เศรษฐบุต | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ
เจ้าพระยา |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กันยารัตน์ สุขะวัณกุล | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกร สุนทรานุรักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ ไทยสม | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์หิรัญ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนิษฐา นิยมศิลป์ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 13. อาจารย์ ดร.กันทิมา คงสถิตสุวรรณ | มหาวิทยาลัยสยาม |
| 14. อาจารย์ ดร.ประพันธ์ วงศ์บางโพ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 15. อาจารย์ ดร.ประภัสสร วิเศษประภา | มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 16. อาจารย์ ดร.รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์ | สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น |
| 17. อาจารย์ ดร.สุภาพร เพ่งพิศ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
รัตนโกสินทร์ |
| 18. อาจารย์ ดร.สุรันย์ ปาละพรพิสุทธิ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
รัตนโกสินทร์ |

บทบรรณาธิการ

การดำเนินงานของวารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง นับมาจนถึงฉบับนี้ได้มีการดำเนินงานมาครบรอบปีที่ 6 ซึ่งตลอดระยะเวลาการดำเนินการที่ผ่านมาได้มีการจัดทำปีละ 3 ฉบับ โดยได้เน้นย้ำถึงมาตรฐานการดำเนินการตามหลักวิชาการและการเผยแพร่ ตามเกณฑ์มาตรฐานของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre : TCI) และเกณฑ์การขอการกำหนดตำแหน่งทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานที่คณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และบุคคลทั่วไป ในการเป็นสื่อที่เผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการและวิชาชีพ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินบทความและให้ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่งต่อการดำเนินการที่ผ่านมา พร้อมทั้งการแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิตามศาสตร์ที่ขยายวงกว้างและเหมาะสมกับบทความที่ส่งเข้ามาเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารฯ และคาดหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ต่อไปในอนาคตต่อไป

จากนี้ต่อไปการดำเนินงานของวารสารจะได้ปรับจำนวนการเผยแพร่วารสารเป็นปีละ 2 ฉบับ แต่ยังคงเน้นการดำเนินงานที่มีคุณภาพทางวิชาการ ทั้งนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของวารสารจากเดิมที่มีการเผยแพร่ไปสู่การเป็นวารสารแบบดิจิทัล ซึ่งเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการคำนึงถึงวาระแห่งชาติ ตามแนวคิด BCG Model โดยเฉพาะด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยลดใช้กระดาษและหมึกพิมพ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่กองบรรณาธิการของวารสารฯ เองได้ร่วมประชุม ปรึกษาหารือ ในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมนี้การรับฟังทุกข้อข้อเสนอแนะที่ส่งมายังกองบรรณาธิการฯ ส่งผลต่อการดำเนินการและการเปลี่ยนแปลง เพื่อประโยชน์ต่อวงการวิชาการด้านบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์สืบไป



(ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริ)

บรรณาธิการวารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สารบัญ

บทความวิจัย

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของ ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค

กรุงเทพมหานคร

คริสต์มาส พวงมาลัย และธัญนันท์ บุญอยู่..... 1

**ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน
ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**

จิรนนท์ บุญพัฒน์สมัย..... 15

**บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในโลกยุค VUCA
ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย**

จิรสุดา สำเภาทอง วงศ์ธีรา สุวรรณิน และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย..... 31

**ปัจจัยสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน
: กรณีศึกษาบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร**

ชยพล หนูแดง ณัฐพล พันธุ์ศักดิ์..... 54

**บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจ
เริ่มต้นในประเทศไทย**

รมณีย์ ยิ่งยง วงศ์ธีรา สุวรรณิน และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย..... 68

**ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของ
ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร**

รัตนา นามดิษฐ์ และธัญนันท์ บุญอยู่..... 86

TABLE OF CONTENTS

Research Articles

Technology Acceptance Factors Affecting the Decisions to Use the Electronic Personal Income Tax Service System of Residents in Bang Khae District, Bangkok Metropolis

Christmas Phuangmalai and Thanyanan Boonyoo..... 1

Costs and Returns of the Making of Herbal Compress Balls of Rai Khet Tawan Community Enterprise, Hua Suea Subdistrict, Mae Tha District, Lampang Province

Jiranun Buppunhasamai..... 15

Antecedents Influencing Employee Performance in the VUCA World of Commercial Banks in Thailand

Jirasuda Sumpaotong, Wongtheera Suvannin, and Wisit Rittiboonchai..... 31

The Environmental Factors in The Workplace Affecting Employee Motivation: A Case Study of Nestle (Thai) Co., Ltd., Navanakorn Plant

Chayapol Noodaeng and Nuttapon Punpugdee..... 54

Antecedents Influencing Competitiveness of Startup Entrepreneurs in Thailand

Rommanee Yingyong, Wongtheera Suvannin, and Wisit Rittiboonchai..... 68

The Correlation Between Buying Attitude and Online Purchase Decisions of Residents in Bangkok Metropolis

Rattana Namdis and Thanyanan Boonyoo..... 86

**ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดง
รายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของ
ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร**
**Technology Acceptance Factors Affecting the Decisions to
Use the Electronic Personal Income Tax Service System of
Residents in Bang Khae District, Bangkok Metropolis**

Received: September 20, 2023

Revised: October 19, 2023

Accepted: November 27, 2023

คริสต์มาส พวงมาลัย¹ และธัญนันท์ บุญอยู่²

Christmas Phuangmalai and Thanyanan Boonyoo

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร เรียงตามลำดับดังนี้ ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ($\beta=0.356$) การรับรู้ความปลอดภัย ($\beta=0.281$) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ($\beta=0.174$) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta=0.164$) ร่วมกันอธิบายการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 79.30 ($R\text{ Square}=0.793$)

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี การตัดสินใจใช้ระบบ แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์; Student of Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University; Email: kanokladanana@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์; Lecturer, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University; Email: thanyanan7@gmail.com

ABSTRACT

In this research investigation, the researchers examine the technology acceptance affecting the decisions to use the electronic personal income tax service system of residents in Bang Khae district, Bangkok Metropolis.

The sample population consisted of 400 residents in Bang Khae district, Bangkok Metropolis using the electronic personal income tax service system. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The technique of multiple regression analysis was also employed.

Findings showed that the technology acceptance affecting the decisions to use the electronic personal income tax service system of the residents under study was in the following descending order: attitude towards use ($\beta = 0.356$); security perception ($\beta = 0.281$); perceived benefits of use ($\beta = 0.174$); and perceived ease of use ($\beta = 0.164$). They could be explanatory of the decisions to use the electronic personal income tax service system of the residents under investigation with the prediction at 79.30 percent ($R^2 = 0.793$).

Keywords: Technology Acceptance, Decisions to use the system, Personal Income Tax Return

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรมสรรพากรเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี การเสนอแนะ และการขึ้นนโยบายทางภาษี เพื่อให้ได้ภาษีตามเป้าหมายอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นองค์กรชั้นนำที่จัดเก็บภาษีอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ด้านนวัตกรรมและบุคลากรคุณภาพที่สร้างเสถียรภาพทางการคลังและยกระดับการให้บริการดิจิทัลด้วยการสร้างนวัตกรรมการให้บริการที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เสียภาษี รวมทั้งการออกกฎหมาย E-Service ในการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากแพลตฟอร์มต่างประเทศที่มีรายรับจากการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการเสียภาษีและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยในปีงบประมาณปี 2565 กรมสรรพากรสามารถจัดเก็บภาษีได้ทั้งหมด 2,166,431 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าปี 2564 ถึง 1,875,759 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.5 และสูงกว่าประมาณการตามเอกสารงบประมาณถึง 1,876,100 ล้านบาท สาเหตุสำคัญเนื่องจากการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศจากการที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่เริ่มระบาดในปี 2563 คลี่คลายลง และรัฐบาลผ่อนคลายนโยบายมาตรการและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางทำให้สามารถเปิดรับ

นักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มรูปแบบ จึงส่งผลให้กรมสรรพากรจัดเก็บภาษีได้สูงกว่าปี 2564 เป็นอย่างมาก (กรมสรรพากร, 2566)

สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาบางแค กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการรับชำระภาษีอากร คืบเงินภาษีอากร ด้านกรรมวิธีภาษีอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้การเสียภาษีถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งดำเนินการเร่งรัดภาษีอากรค้างด้านการเงินการบัญชี และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีอากร และด้วยการปรับแผนกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนภารกิจของกรมสรรพากรที่มุ่งเน้นให้มีการยื่นแบบแสดงรายการภาษีอากรและการชำระภาษีผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้เกิดความรวดเร็วและความคล่องตัวในการทำธุรกิจ (วรินทร์ เويبแจ๊ และ ธีรพันธ์ บุญอยู่, 2565) จากการศึกษาของสัญญา เนียมเปรม และคณะ (2563) พบว่า ส่วนใหญ่บุคคลธรรมดาและผู้ประกอบการให้ความสนใจต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนมาก แต่ก็มีถึงร้อยละ 32 ของจำนวนการยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีไม่ใช้บริการระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีอิเล็กทรอนิกส์ อันเนื่องมาจากขั้นตอนในการขออนุมัติและยื่นแบบแสดงรายการที่เสียภาษีมีระบบทางเทคโนโลยีที่ซับซ้อนและก่อให้เกิดความล่าช้า จึงส่งผลให้ไม่มั่นใจในเสถียรภาพของระบบการยื่นแบบผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์และไม่มั่นใจในความครบถ้วนถูกต้องของระบบข้อมูลที่ใช้งานส่งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบกับขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งานการยื่นแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ จึงทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหลังจากการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ต ทำให้บุคคลธรรมดาและผู้ประกอบการบางรายต้องมายื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเพิ่มเติม เนื่องจากกรอกข้อมูลผิดพลาด หรือมิได้ภาษีที่ชำระไว้เกินคืน หรือได้คืนล่าช้า จนเกิดการกระทบกระทั่งกับเจ้าหน้าที่กรมสรรพากร ซึ่งส่งผลเสียต่อระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ทำให้อัตราการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้นักธุรกิจเกิดการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการที่สูงขึ้นได้อย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่าย ทัศนคติ และการรับรู้ความปลอดภัยที่ดีที่จะนำไปสู่การตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการที่สูงขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง (ภัทธิตา ล้อมอญ, 2564)

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่เกิดจากขั้นตอนในการขออนุมัติและยื่นแบบที่ซับซ้อนของระบบเทคโนโลยีที่ล่าช้า จึงส่งผลให้ผู้ใช้บริการไม่มั่นใจในเสถียรภาพของระบบการยื่นแบบผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์สูงสุด รองลงมาคือไม่มั่นใจในระบบเกี่ยวกับความครบถ้วนถูกต้องของข้อมูลที่ใช้งานส่งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งานการยื่นแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่าน

ทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การที่บุคคลเกิดการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน ที่ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานที่มีความทันสมัยและความปลอดภัย ทั้งการชำระหนี้ด้วยเงินสดและบัตรเครดิตเพื่อชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอิเล็กทรอนิกส์

การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน หมายถึง การที่บุคคลยอมรับระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอิเล็กทรอนิกส์ว่า สามารถประหยัดเวลาในการเดินทาง สะดวกรวดเร็ว และลดขั้นตอนในการติดต่อประสานงานการทำธุรกรรมต่าง ๆ

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง การที่บุคคลยอมรับต่อระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอิเล็กทรอนิกส์ว่า สามารถเรียนรู้การใช้งาน จัดการความซับซ้อนในการชำระภาษีได้ และมีขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน มีความเสถียรมากขึ้น ง่ายต่อการใช้งานได้ด้วยตัวเอง

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน หมายถึง การที่บุคคลยอมรับระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอิเล็กทรอนิกส์ว่า เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ สามารถเรียนรู้การใช้งาน และสามารถพัฒนาการให้บริการได้โดยง่าย

การรับรู้ความปลอดภัย หมายถึง การที่บุคคลยอมรับต่อระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอิเล็กทรอนิกส์ว่า มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีความปลอดภัยในการชำระหนี้ สามารถใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระภาษีได้ และมีความปลอดภัยในการทำธุรกรรม

การตัดสินใจใช้ระบบ หมายถึง การที่บุคคลยอมรับระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอิเล็กทรอนิกส์ เพราะมีความจำเป็นที่ต้องใช้งาน เนื่องจากระบบมีความสะดวกและมีความปลอดภัยในการใช้งาน ซึ่งการตัดสินใจใช้ระบบอาจเกิดจากการแนะนำของคนรู้จักที่มีความพึงพอใจ

ต่อระบบ หรือการแนะนำให้บุคคลรู้จักตัดสินใจใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร สามารถจำแนกเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทักษะที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ความปลอดภัย และ 2) ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัย คือ ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ได้ศึกษาในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การยอมรับเทคโนโลยี การศึกษารูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีได้กำหนดถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับองค์การ เพื่อค้นหาสาเหตุที่ผู้ใช้ยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยี Fishbein & Ajzen (1975) ได้กล่าวถึงการพัฒนาให้ผู้ใช้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีว่า การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model--TAM) มีพื้นฐานมาจากการนำแนวคิดของ Theory of Reasoned Action (TRA) มาใช้และได้รวบรวมทฤษฎีที่อธิบายถึงบริบทเฉพาะของการยอมรับเทคโนโลยีไว้ กล่าวคือการยอมรับการนำเทคโนโลยีที่มาใช้ เริ่มต้นจากการทำความเข้าใจในเทคโนโลยี การตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยี แล้วนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ การยอมรับเทคโนโลยีจะทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ ความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ใช้ และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน เมื่อแต่ละบุคคลได้ทดลองใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ แล้วเกิดความพึงพอใจ จึงเกิดการยอมรับเทคโนโลยีใหม่นั้น ๆ (วรินทร เอิบแจ่ม และ ธัญนันท์ บุญอยู่,

2565) นอกจากนี้ Lai (2017) ได้กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นการยอมรับในกระบวนการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และยอมรับกับระบบการให้บริการใหม่ ๆ ที่จะทำให้เกิดความสนใจใช้ระบบเทคโนโลยีนั้น ๆ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีจะเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในระบบสารสนเทศและสามารถนำมาประยุกต์ใช้หลากหลายสาขาวิชา เช่น คอมพิวเตอร์ โปรแกรมประยุกต์ กระบวนการทางธุรกิจ การสื่อสาร และซอฟต์แวร์ระบบ เป็นต้น แนวทางส่งเสริมพัฒนาการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายที่จะนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยี และทำให้เกิดความตั้งใจแสดงพฤติกรรมกรเลือกใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ เป็นผลทำให้เกิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาภาคธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะเกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ทัศนคติและการใช้งานของเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น (พรชนก พลาบุญย์, 2558)

จากการศึกษาวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพบว่า มีนักวิชาการต่าง ๆ ศึกษาไว้หลากหลาย ผู้วิจัยจึงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ การศึกษาวิจัยของภักทิยา ล้อมมอญ (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ประกอบด้วย 1) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่เป็นตัวกำหนดการรับรู้ในปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่ และ 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานที่บุคคลยอมรับเทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้งานจริงตามรูปแบบของระบบ โดยเมื่อบุคคลตั้งใจที่นำเทคโนโลยีมาใช้ย่อมก่อให้เกิดพฤติกรรมกรตัดสินใจใช้ระบบในระดับที่เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาของสุชาร์ตน์ บุญอยู่ และ สุมาลี รามัญญ (2562) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมกรเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินที่เป็นเจตคติของบุคคลอันเกิดจากการนำเทคโนโลยีทางการเงินมาใช้จริง โดยมีองค์ประกอบ 1) ทัศนคติที่ดีต่อการนำเทคโนโลยีทางการเงินมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการธุรกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถสร้างประสิทธิภาพทางการเงินได้ 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน เป็นการรับรู้ของบุคคลที่สามารถนำระบบเทคโนโลยีทางการเงินมาใช้ ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ที่สามารถพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ขึ้นใหม่ และ 3) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นความเชื่อของบุคคลที่คาดหวังว่าระบบเทคโนโลยีสามารถใช้งานในระบบได้ง่าย และมีการพัฒนาเป็นเป้าหมายที่จะใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่นเดียวกับการศึกษาของพรพิมล พิสุตร และ ชินโสณ วิสิฐนิจิกร (2565) เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้งาน ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบของผู้ใช้บริการในระดับที่สูงขึ้น

2. การตัดสินใจใช้ระบบ เป็นแผนการตัดสินใจของบุคคลที่จะใช้ระบบเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านบริการ โดยแผนการและระยะเวลาจะแตกต่างออกไปตามการประเมินที่บุคคลได้ใช้บริการ

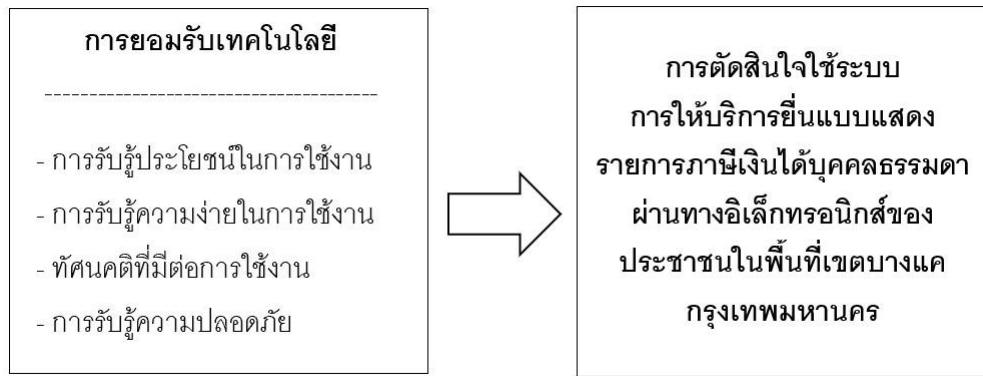
ซึ่งอาจเกิดจากการรับรู้ได้ถึงคุณภาพการบริการและความสามารถในการตอบสนองในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น (Wu, 2011) อีกทั้งเป็นพฤติกรรมในรูปแบบของการยอมรับที่เชื่อมโยงตามบริบทระหว่างการตัดสินใจใช้ระบบและการใช้งานจริงทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่จะใช้งานทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Izkair & Lakulu, 2021) ด้วยความเต็มใจของแต่ละบุคคลที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีต่อไป โดยบุคคลนั้นเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีด้วยตนเอง การตัดสินใจใช้ระบบเทคโนโลยีถือเป็นหัวใจสำคัญของแนวคิดทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน โดยการตัดสินใจจะเป็นพฤติกรรมของการใช้เทคโนโลยี และเป็นตัวชี้วัดความพร้อมของบุคคลที่จะใช้งานเทคโนโลยี จึงทำให้บุคคลตัดสินใจใช้และคำนึงถึงความเป็นไปได้ ที่เกิดเป็นความพยายามที่จะใช้งาน เพื่อทำให้เกิดการวางแผนหรือการคาดการณ์ที่เป็นการตัดสินใจอย่างแน่วแน่ต่อการตอบสนองของบุคคลในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน (Mazaheri, Richard & Laroche, 2012) นอกจากนี้ยังเป็นความรู้สึกของบุคคลที่พัฒนามาจากความต้องการ โดยเลือกแนวทางปฏิบัติจากทางเลือกต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ การตัดสินใจใช้ระบบเป็นการที่บุคคลตกลงหรือยินยอมจ่ายเงินเพื่อแลกเปลี่ยนกับการบริการหรือการใช้ระบบต่าง ๆ โดยเริ่มต้นจากการค้นหาทางเลือก และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด กระบวนการนี้เป็นกระบวนการสำคัญขององค์กรที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (information) โดยใช้กระบวนการหาโอกาสในการตัดสินใจใช้ระบบ และหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ ในการตัดสินใจใช้ระบบ (ภักทิยา ล้อมมอญ, 2564) นับเป็นพฤติกรรมภายใต้รูปแบบการยอมรับที่เชื่อมโยงกับบริบทการตัดสินใจใช้ระบบและการใช้งานจริง รวมถึงเป็นการนำระบบบริหารจัดการทางเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอนาคต หรือเป็นการนำมาใช้เพื่อเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ แทนการใช้งานระบบเดิม ๆ จะมีผลทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจใช้งานระบบได้ในอนาคต (อิธิชัย ชื่นอารมณ และ ธัญนันท์ บุญอยู่, 2563)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ คือ การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยได้นำแนวคิดของภักทิยา ล้อมมอญ (2564) Ooi and Tan (2016) และ Lai (2017) มาพัฒนารอบแนวความคิดในการศึกษาดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) ที่มุ่งค้นหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยและใช้ตัวเลขจากแบบสอบถามเพื่อยืนยันสมมติฐานในการศึกษาและมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของ Cochran (1977) โดยคำนวณขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อความน่าเชื่อถือและเสถียรภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และกำหนดแผนการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นข้อคำถาม 5 ข้อ ให้เลือกเพียงคำตอบเดียวที่เป็นจริง ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในการประเมินการยอมรับเทคโนโลยีจำแนกเป็น 4 องค์ประกอบ คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ความปลอดภัย เป็นคำถาม จำนวน 19 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามในการประเมินการตัดสินใจใช้ระบบ ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 9 ข้อ แบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert (1932) ขึ้นต่อมาผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นรายข้อ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม ซึ่งเกณฑ์การหาค่าดัชนี

ความสอดคล้อง (IOC) จะต้องได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 จึงจะนำแบบสอบถามนั้นมาเป็นข้อคำถาม พบว่า ทุกข้อผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 1.00 จากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลกับประชากรที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ใช้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach & Meehl, 1995) อยู่ระหว่าง 0.953-0.979 แบบทดสอบจึงผ่านเกณฑ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ผู้วิจัยเก็บข้อมูลการวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ได้แบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ แล้วจึงตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ประเด็น คือ 1) การวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ด้วยการหาค่าร้อยละ 2) การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้ระบบ ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 3) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และจะนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ไปใช้พยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 63.75 อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ร้อยละ 28 สถานภาพโสดร้อยละ 54.25 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีร้อยละ 57.25 และส่วนมากมีอาชีพเป็นข้าราชการ/ลูกจ้าง ร้อยละ 49.00 ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขต บางแค กรุงเทพมหานคร ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การยอมรับเทคโนโลยี	4.11	0.702	มาก
- การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	4.26	0.796	มาก
- การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.00	0.804	มาก
- ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.13	0.723	มาก
- การรับรู้ความปลอดภัย	4.05	0.791	มาก
การตัดสินใจใช้ระบบ	4.24	0.763	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.702 และเมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 4.00 4.13 และ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.796 0.804 0.723 และ 0.791 ตามลำดับ นอกจากนี้การตัดสินใจใช้ระบบมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.763

2. ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร แสดงเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้ระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเองแล้ว พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตาม ดังตาราง 3

ตาราง 3 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.240	0.107		2.247	0.025		
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (TA)	0.169	0.037	0.174	4.556	0.001**	0.359	2.784
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (TB)	0.150	0.040	0.164	3.776	0.001**	0.278	3.596
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (TC)	0.376	0.050	0.356	7.523	0.001**	0.234	4.278
การรับรู้ความปลอดภัย (TD)	0.271	0.043	0.281	6.298	0.001**	0.263	3.800

หมายเหตุ - Durbin-Watson = 2.048, R = 0.891, R² = 0.793, Adjusted R² = 0.791, F = 379.027 Sig. = 0.001

(* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05; ** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001)

จากตาราง 3 สามารถอธิบายตัวแปรพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบได้ โดยพบว่า ค่าสถิติ Durbin-Watson เท่ากับ 2.048 แสดงให้เห็นว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน กลุ่มตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน เนื่องจากค่าที่ได้อยู่ในช่วงของเกณฑ์ ส่วนค่า R เท่ากับ 0.891 ซึ่งค่า R ดังกล่าวเข้าใกล้ 1 แสดงกลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของการยอมรับเทคโนโลยีได้ร้อยละ 79.30 ส่วนค่า F เท่ากับ 379.027 แสดงให้เห็นว่า การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของการตัดสินใจใช้ระบบได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 379.027 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig ได้เท่ากับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีอย่างน้อย 1 ด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ระบบได้เช่นกัน และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีตามค่า Tolerance พบว่าค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.234-0.359 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 2.784-4.278 ซึ่งน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยีไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระหรือการยอมรับเทคโนโลยีที่ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้ระบบได้ ร้อยละ 79.30 ($R^2=0.793$) โดยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบได้ คือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (TA) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (TB) ทักษะที่มีต่อการใช้งาน (TC) และการรับรู้ความปลอดภัย (TD) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการตัดสินใจใช้ระบบได้ดีที่สุด คือ ด้านทักษะที่มีต่อการใช้งาน ($\beta=0.356$) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความปลอดภัย ($\beta=0.281$) ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ($\beta=0.174$) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta=0.164$)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ เนื่องจากการยอมรับเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านทักษะที่มีสำหรับใช้งาน รวมถึงด้านการรับรู้ความปลอดภัย จำเป็นที่เจ้าหน้าที่ต้องสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และทำระบบให้ง่ายต่อการใช้งาน เพื่อให้ประชาชนรับรู้ถึงการใช้งานที่ปลอดภัยและตัดสินใจใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิชัย ภูษาแก้ว (2560) ซึ่งพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีในด้าน

การรับรู้ประโยชน์และด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน มีประโยชน์และมีความจำเป็นต่อการใช้งานในการเดินทาง ซึ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจใช้บริการ Grab เนื่องจากสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองได้อย่างรวดเร็วกับโทรศัพท์ทุกรุ่น ใช้งานได้ง่าย สามารถช่วยให้ใช้บริการเรียกรถโดยสารส่วนบุคคลได้สะดวกมากขึ้น ทำนองเดียวกับการศึกษาของสุชาร์ตน์ บุญอยู่ และ สุมาลี รามัญ (2562) ที่พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินของธนาคาร การให้ความสำคัญกับปัจจัยทางอารมณ์ของผู้ใช้และคุณภาพของเทคโนโลยีทางการเงินจะเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มขึ้น และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของธนาคารด้วยเช่นกัน ทำนองเดียวกับการศึกษาของ Moura, Almeida, Silva, Veiga, and Costa (2020) ที่พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ใช้ต้องยอมรับเทคโนโลยี เนื่องจากเทคโนโลยีจะช่วยให้ทำงานได้ดีขึ้น และเห็นว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้ทรัพยากรทางเทคโนโลยี ความคาดหวังในประโยชน์ไปในเชิงบวกมากกว่า และยังเชื่อว่าเทคโนโลยีจะช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

สำนักงานสรรพากรในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ควรสร้างการยอมรับเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นสร้างให้เกิดความปลอดภัยในการใช้งานด้วยการสร้างรหัส OTP ที่สามารถสร้างระบบการยืนยันตัวตน เพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องนำไปใช้งานได้ต่อไป และควรมุ่งเน้นให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ ความง่าย และทัศนคติที่ดี อาทิ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกช่องทาง นำเสนอให้เห็นถึงประโยชน์ ความง่าย และความปลอดภัยในการใช้งาน ที่สามารถนำมาปรับให้เกิดความเหมาะสมในการใช้ระบบที่สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ประกอบกับการนำอุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ เพื่อให้การบริการมีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนผู้ตัดสินใจใช้ระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุหรือปัจจัยอื่น ๆ หรือตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรตามอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และประสบการณ์การใช้งาน เพื่อนำไปสู่การค้นคว้าในเรื่องการพัฒนาระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ผ่านอินเทอร์เน็ตของกรมสรรพากรให้ดียิ่งขึ้น

2.2 การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษารูปแบบการพัฒนาระบบ เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบและกำหนดเป็นโมเดลในการพัฒนาการใช้งานให้กับประชาชนซึ่งเป็นกลุ่มรากฐานในการใช้บริการระบบของประชาชนในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2566). RD มุ่งสู่องค์กรนวัตกรรมด้วยบริการที่เป็นเลิศ. สืบค้นจาก www.rd.go.th.
- พรชนก พลาบุญย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาลไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรพิมล พิสุตร และ ชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา. (2565). การรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบตลาดแลกเปลี่ยนแบบไร้ตัวกลาง (Uniswap) ในประเทศไทย. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 5(1), 25-38.
- ภททิยา ลีอมอญ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรินทร์ เอิบแจ้ และ ธีรณันท์ บุญอยู่. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการนวัตกรรมยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตพื้นที่หนองแขม. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 8(8), 153-166.
- สัญญา เนียนเปรม, วรณพจน์ ชื่นพิบูลย์, เมชยา ท่าพิมาย, และ กนกวรรณ ศิริแก้ว. (2563). ปัญหาและอุปสรรคในการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของบุคลากรภายในโครงการชลประทานขอนแก่น. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 7(1), 1-14.
- ลลิตชัย ภูเขาแก้ว. (2560). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุชาร์ตน์ บุญอยู่ และ สุมาลี รามัญ. (2562). ตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการธนาคารรัฐวิสาหกิจในจังหวัดราชบุรี. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(3), 299-314.
- อติชัย ชื่นอารมณ และ ธีรณันท์ บุญอยู่. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบบริหารจัดการคิวอาร์โค้ดของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในเขตธนบุรี. วารสารรังสิตสารสนเทศ, 26(1), 6-21.

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J., & Meehl, P. E. (1955). Construct validity in psychological tests. *Psychological Bulletin*, 52(4), 281-302.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Izkair, A. S., & Lakulu, M. M. (2021). Experience moderator effect on the variables that influence intention to use mobile learning. *Bulletin of Electrical Engineering and informatics*, 10(5), 2875-2883.
- Lai, P. (2017). The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21-38.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-53.
- Mazaheri, E., Richard, M. O., & Laroche, M. (2012). The role of emotions in online consumer behavior: A comparison of search, experience, and credence services. *Journal of Service Marketing*, 26(7), 535-550.
- Moura, I. V., Almeida, L. B., Silva, W. V., Veiga, C. P., & Costa, F. (2020). Predictor factors of intention to use technological resources: A multigroup study about the approach of technology acceptance model. *Sage open*, 10, 1-17.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59, 33–46.
- Wu, Z. T. Z. (2011). A meta-analysis of the impact of trust on technology acceptance model: Investigation of moderating influence of subject and context type. *International Journal of Information Management*, 31(6), 572-581.

**ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน
ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**

Costs and Returns of the Making of Herbal Compress Balls of Rai Khet

Tawan Community Enterprise, Hua Suea Subdistrict,

Mae Tha District, Lampang Province

Received: October 02, 2023

Revised: November 24, 2023

Accepted: December 14, 2023

จิรนนท์ บุพพณสมัย¹

Jiranun Buppunhasamai

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง และ 2) วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนของการทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจลูกประคบสมุนไพรชุมชนไร่เขตตะวัน จำนวน 8 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนรายได้จากการจำหน่าย กำไรขั้นต้น และจุดคุ้มทุน ผลการศึกษาพบว่าต้นทุนการทำลูกประคบต่อหน่วยเท่ากับ 45.74 บาท ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ 28.93 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 63.25 ค่าแรงงาน 13.28 บาทต่อหน่วยคิดเป็นร้อยละ 29.03 และค่าใช้จ่ายการผลิต 3.53 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 7.72 โดยมีรายได้จากการจำหน่ายลูกประคบต่อปีเท่ากับ 840,000 บาท ต้นทุนในการทำลูกประคบต่อปีเท่ากับ 550,651.20 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายต่อปี เท่ากับ 289,343.80 บาท คิดเป็นอัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 34.45 จุดคุ้มทุนของการจำหน่ายลูกประคบวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน รายวัน อยู่ที่ 27.43 ลูก คิดเป็นเงิน 1,920.10 บาท รายเดือน อยู่ที่ 548.60 ลูก คิดเป็นเงิน 38,402.00 บาท และรายปี อยู่ที่ 6,583.22 ลูก คิดเป็นเงิน 460,825.66 บาท โดยจำนวนที่ผลิตและจำหน่ายได้ และรายได้จากการจำหน่าย ที่กิจการขายได้ทั้งต่อวัน ต่อเดือนและต่อปี สูงกว่าจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ แสดงถึงกิจการมีความสามารถในการขายลูกประคบ และมีความคุ้มทุน

คำสำคัญ: ต้นทุน ผลตอบแทน ลูกประคบสมุนไพร

¹ อาจารย์ประจำ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง; Lecturer, Bachelor of Accountancy Program, Lampang Intertech College; Email: jiranun_lit@outlook.com

ABSTRACT

In this research investigation, the researcher examines 1) the costs and returns of the making of herbal compress balls at the Rai Khet Tawan Community Enterprise, Hua Suea subdistrict, Mae Tha district, Lampang province; and analyzes 2) the structure of the costs and returns of the making of herbal compress balls in the community under study.

In this qualitative research, the sample population consisted of eight enterprise operators of herbal compress balls in the community under investigation. The research instrument was a structured interview form. Data of costs and returns from sales, gross profits, and break-even point were analyzed.

Findings showed that the cost of making herbal compress balls per unit was 45.74 baht consisting of raw materials at 28.93 baht per unit (63.25 percent); labor cost at 13.28 baht per unit (29.03 percent); and manufacturing cost at 3.53 baht per unit (7.72 percent). The income from the sales of herbal compress balls per year was 840,000 baht. The costs for the making of herbal compress balls per year were 550,651.20 baht. Gross profit from sales per year was 289,343.80 baht. The ratio of gross profit per sale was at 34.45. The break-even point of the daily sales of herbal compress balls in the community under study was at 27.43 balls, or 1,920.10 baht. Monthly sales were at 548.60 balls or 38,402.00 baht. Yearly sales were at 6,583.22 balls or 460,825.66 baht. The number produced and sold, the income from sales, and the sales, daily, monthly, and yearly was higher than the break-even point calculated. This means that the business has the ability to sell herbal compress balls and the business is cost-effective.

Keywords: Costs, Returns, Herbal Compress Balls

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ลูกประคบเป็นภูมิปัญญาไทยมีมาตั้งแต่โบราณโดยการนำสมุนไพรห่อผ้า มาประคบหลังจากการนวด หรือใช้กับอาการที่ไม่เหมาะกับการนวดก็จะใช้ลูกประคบประคบตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกายที่มีอาการปวดเมื่อย เพื่อผ่อนคลาย และลดอาการปวดเมื่อย (พิมพ์วิภา แพรกหา, 2558) ลูกประคบสมุนไพรสดหรือสมุนไพรแห้ง หากนำมานึ่งให้ร้อนจะช่วยส่งเสริมให้ผลการรักษาอาการปวดเมื่อยดีขึ้น ทั้งจากตัวยาสมุนไพร และความร้อน การประคบสมุนไพรมีประโยชน์ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของเลือด ช่วยลดอาการ

บวม บรรเทาอาการอักเสบของกล้ามเนื้อ บรรเทาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย ในหญิงหลังคลอดช่วยลดอาการตึงคัดของเต้านมด้วย ด้วยยาที่นิยมใช้ทำลูกประคบ ประกอบด้วย ไพล แก้วปุดเมื่อย ลดการอักเสบ ผิวมะกรูด ถ้าไม่มี ใช้ใบแทนได้ มีน้ำมันหอมระเหย แก้ลมวิงเวียน ตะไคร้บ้าน แต่งกลิ่นลดอาการฟกช้ำ ลดอาการปวด เมื่อย ใบมะขาม แก้อาการคันตามร่างกาย ช่วยบำรุงผิว ชมมันชัน ช่วยลดอาการอักเสบ แก้โรคผิวหนัง พิมเสน แต่งกลิ่น ลดอาการพุพองผดผื่น บำรุง หัวใจ เกล็ด ช่วยดูดความร้อน และช่วยพาตัวยาสีมน้ำมันผิวหนังได้สะดวกขึ้น การบูร แต่งกลิ่น บำรุงหัวใจ และใบส้มป่อย ช่วยบำรุงผิว แก้โรคผิวหนัง ลดความคัน

การประคบสมุนไพรเป็นกระบวนการดูแลสุขภาพทั้งด้านการรักษา การฟื้นฟู การป้องกันโรค และการส่งเสริมสุขภาพตามศาสตร์ทางการแพทย์แผนไทย และเป็นภูมิปัญญาไทยสืบทอดกันมายาวนาน กระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายส่งเสริมการใช้แพทย์แผนไทยในระบบบริการสาธารณสุขทุกระดับ ดังนั้น การส่งเสริมให้ผู้ที่มีปัญหาปวดสามารถดูแลตนเองได้อย่างถูกต้องสมำเสมอ ขณะอยู่ที่บ้าน เพื่อช่วยบรรเทาความทุกข์จากการปวดกล้ามเนื้อให้เหลือน้อยที่สุดและสามารถดำเนินกิจวัตรประจำวันได้เป็นปกติ นับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง (ชูพียา เลาะมะ, ยัสมี โต๊ะรี, ฟาติมะห์ ดาซอตาราแด, และ รัตติภรณ์ บุญทัศน์, 2565) ปัจจุบันกระแสการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรกำลังกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่งและเป็นที่นิยมอย่างมากทั่วโลก จึงทำให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีหลายหลายรูปแบบเป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะสมุนไพรมีผลข้างเคียงน้อยมาก ความนิยมผลิตภัณฑ์อิงธรรมชาติทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยทั้งในประเทศและตลาดส่งออกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง "ลูกประคบสมุนไพร" ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านถูกนำมาสู่วิถีชีวิตชาวกรุง และถูกบริหารจัดการให้กลายเป็นธุรกิจภูมิปัญญาด้านสุขภาพ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนสามารถดูแลรักษาตนเองในเบื้องต้นโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง รวมถึงสามารถสืบสานภูมิปัญญาพื้นบ้านให้คงอยู่ตลอดไป และส่งเสริมให้กำลังใจแก่ผู้รู้ภูมิปัญญาซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย (วิริรัตน์ วงศ์ไชยล, อานนท์ สันทราย, ธาดา สมานี, และ รุ่งฤดี รัตนชัยศิลป์, 2562)

วิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน บ้านหนองมุงพัฒนา ตำบลหัวเสือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีการรวมกลุ่มผลิตลูกประคบสมุนไพร จากการลงพื้นที่พบว่าส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ ไม่มีความรู้ด้านบัญชีทำให้ไม่ทราบต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำลูกประคบสมุนไพรที่แท้จริง ทำให้การคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ใช้การกะประมาณ จากการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยโดยกะประมาณประกอบกับไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ทำให้กลุ่มไม่สามารถวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการส่งผลให้ไม่สามารถทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง กลุ่มจึงอาจประสบปัญหาภาวะขาดทุนได้ (ภาวิณี รัตนอนวัช, 2563) ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนที่แท้จริง และนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตลูกประคบสมุนไพรว่ามีความเหมาะสมเพียงใด ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทน และวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนของการทำ

ลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น เพื่อนำข้อมูลต้นทุน ผลตอบแทนและโครงสร้างต้นทุน รวมถึงความคุ้มค่าของอาหารผลิตลูกประคบของวิสาหกิจชุมชนดังกล่าว มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุนของผู้สนใจลงทุนในอนาคต ตลอดจนนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการบริหารจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ที่ดี สมาชิกกลุ่มมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง ตลอดจนเสริมสร้างชีวิตที่ดีให้กับครอบครัว อันนำไปสู่คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสมาชิกและเป็นแหล่งสร้างอาชีพให้คนในท้องถิ่นสืบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง
2. เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนของการทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

นิยามศัพท์

ต้นทุน หมายถึง ต้นทุนการทำลูกประคบสมุนไพร ประกอบด้วย วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ค่าแรงงานการผลิตและค่าใช้จ่ายการผลิต

ผลตอบแทน หมายถึง ผลตอบแทนในการลงทุนทำลูกประคบสมุนไพร ได้วิเคราะห์แยกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร โดยพิจารณาจากอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย และ 2) จุดคุ้มทุน

ลูกประคบสมุนไพร หมายถึง การนำสมุนไพรแห้งหลายอย่าง ได้แก่ ไพร ขมิ้นชัน ตะไคร้ ผิวมะกรูด ใบมะขาม ส้มป่อย และการบูร มาห่อหรือบรรจุรวมกันในรูปทรงกลมด้วยผ้าดิบ แล้วมัดรวบปลายผ้าให้แน่นด้วยเชือกเกลียวทำเป็นด้ามจับ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กรอบแนวคิดต้นทุน ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต รวมถึงแนวคิดรายได้จากการจำหน่าย การวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนทำลูกประคบสมุนไพร ได้วิเคราะห์แยกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร โดยพิจารณาจากอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย และ 2) จุดคุ้มทุนเป็นเกณฑ์ในการศึกษากับผู้ประกอบการในวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่ม

ที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนและทำลูกประคบสมุนไพรในชุมชน ใช้ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

ลำไย มากเจริญ (2560) ให้ความหมายว่า ต้นทุนการผลิตถือเป็นต้นทุนที่จำแนกตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนประกอบของต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เมื่อมีสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว ต้นทุนดังกล่าวเรียกว่าต้นทุนการผลิตหรือต้นทุนผลิตภัณฑ์ เมื่อจำหน่ายออกไป ต้นทุนของสินค้าส่วนที่จำหน่ายออกไปเรียกว่าต้นทุนขาย แสดงในงบกำไรขาดทุน และยังมีค่าใช้จ่ายอีกจำนวนหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการบริหารงาน เรียกว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หรือเรียกว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ดังนั้น ในงวดบัญชีจึงแบ่งต้นทุน ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้ 1) ต้นทุนผลิตภัณฑ์ คือ ต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบทางตรงใช้ไป ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต 2) ต้นทุนตามงวดเวลา คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการบริหารงาน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน

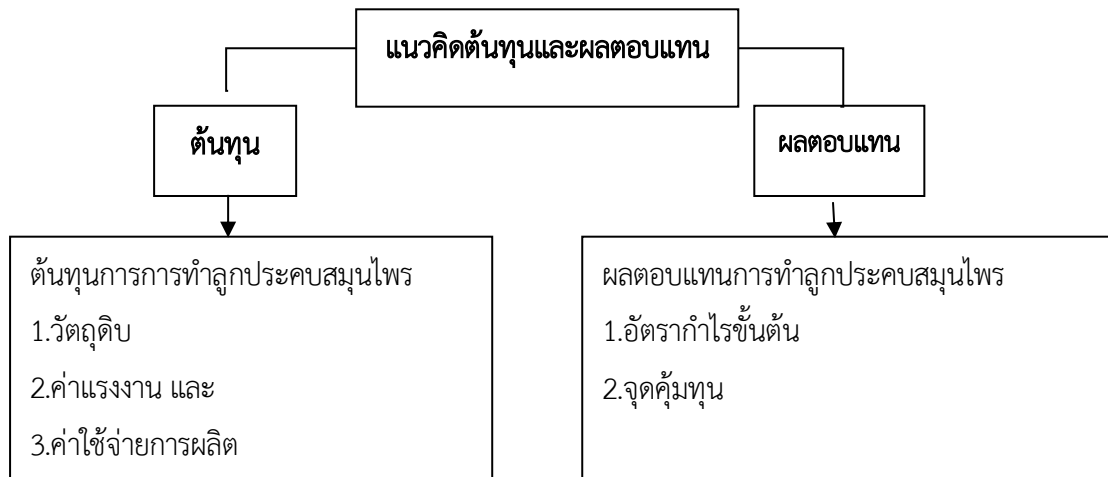
ดวงสมร อรพินท์ (2557) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ผลตอบแทน” หมายถึงอัตราส่วนที่วัดความสามารถในการทำกำไร ซึ่งจะใช้วัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานในกิจการ อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรต่อยอดขาย โดยใช้อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย อัตราส่วนนี้จะแสดงให้เห็นว่ากิจการมีความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นเป็นสัดส่วนเท่าใด เมื่อเทียบกับยอดขายสุทธิ นอกจากนี้ถ้าอยากรู้อีกว่าขายจำนวนเท่าใดถึงจะคุ้มทุนในแต่ละเดือน ความจำเป็นในการคำนวณจุดคุ้มทุนจึงมีความจำเป็นเพื่อให้ผู้ประกอบการทราบว่าในแต่ละเดือนจะต้องขายสินค้าในปริมาณเท่าไรจึงจะไม่ขาดทุน ดังนั้น จุดคุ้มทุนคือ ระดับการขายที่ทำให้กำไรเท่ากับศูนย์ หรือรายได้เท่ากับค่าใช้จ่าย หรือกำไรส่วนเกินเท่ากับต้นทุนคงที่ อาจกล่าวได้ว่า เมื่อกิจการสามารถขายสินค้าจนถึงระดับจุดคุ้มทุนแล้ว กำไรส่วนเกินของจำนวนขายที่เกินจุดคุ้มทุนคือกำไรจากการดำเนินกิจการนั่นเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารีกรมล ต.ไชยสุวรรณ, วรรณ มังกิตะ, สิริยุพา เลิศกาญจนพร, สรียา ทรัพย์ศิริ, และ ธีราพัฒน์ จักรเงิน (2560) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกสมุนไพรของกลุ่มเกษตรกร บ้านหนองสุวรรณ ตำบลบ้านกลาง อำเภอสอง จังหวัดแพร่ พบว่า เกษตรกรมีผลกำไรสุทธิทางการบัญชี เฉลี่ยเท่ากับ 2,708.76 บาทต่อครัวเรือนต่อปี มีอัตรากำไรส่วนเกินต่อยอดขายรวมเท่ากับ ร้อยละ 40.81 และมียอดขายจุดเสมอตัว เฉลี่ยเท่ากับ 1,473.39 บาทต่อครัวเรือนต่อปี การวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์พบว่า เกษตรกรมีกำไรสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด เท่ากับ 6,416.48 บาทต่อครัวเรือนต่อปี หรือมากกว่ากำไรสุทธิทางการ

บัญชี 2.37 เท่า จากผลตอบแทนทางการบัญชีและผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ ทำให้ทราบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรตำบลบ้านกลาง อำเภอสอง จังหวัดแพร่ มีรายได้รวมจากการปลูกสมุนไพรเป็นอาชีพเสริมและรายได้หลักเพียงพอ มีค่าใช้จ่ายที่สามารถประหยัดได้และสามารถดำรงชีพอยู่ได้ นอกจากนี้การทำความร่วมมือระหว่างโรงพยาบาลและกลุ่มเกษตรกรจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการในห่วงโซ่อุปทานสมุนไพรได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของเอกนรี สกุนันท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจเจลสมุนไพรจากลูกประคบ (แผนการตลาด) พบว่า สำหรับด้านการเงิน เงินลงทุนเริ่มแรกที่กิจการต้องการใช้ทั้งสิ้น 2 ล้านบาท โดยมีแหล่งเงินทุนจาก 2 แหล่ง ได้แก่ 1 ล้านบาทจากเจ้าของกิจการ และอีก 1 ล้านบาท จากการกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน จากการวิเคราะห์การลงทุนในสถานการณ์ปกติ พบว่า กิจการสามารถสร้างกำไรได้ตั้งแต่ปีแรกของการดำเนินงาน สามารถคืนทุนได้ภายใน 2.72 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก อยู่ที่ประมาณ 30 ล้านบาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) อยู่ที่ 106.21% ซึ่งสูงกว่าต้นทุนถัวเฉลี่ยของการลงทุน (WACC) อยู่ที่ 11.42% ดังนั้นแผนธุรกิจเจลสมุนไพรจากลูกประคบนี้จึงน่าสนใจ เนื่องจากสามารถสร้างผลกำไรและผลตอบแทนที่คุ้มค่าให้กับผู้ลงทุนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ สุนิษา กลิ่นขจร (2558) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านเขานาโน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร สมาชิกมาประชุมไม่ตรงเวลาและไม่พร้อมเพรียงกัน บางครั้งก็ขาดการประชุม เนื่องจากต้องประกอบอาชีพประจำวัน วัตถุดิบมีไม่เพียงพอในการผลิต ทำให้การผลิตลูกประคบไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และสมุนไพรอยู่ไกลจากแหล่งผลิต ขาดเครื่องมือในการผลิตที่ทันสมัย การแปรรูปไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และไม่ผ่านเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ขาดการดูแลที่ไม่ต่อเนื่อง ขาดความช่วยเหลือจากภาครัฐ ขาดงบประมาณ และยุทธศาสตร์การพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรุก ขยายตลาดในผลิตภัณฑ์เดิม ขยายตลาดในผลิตภัณฑ์ใหม่ บริหารจัดการรวบรวมวัตถุดิบในชุมชน บริหารจัดการหาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานในการประสานงานกับกลุ่มอื่น ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข เชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต ส่งเสริมชุมชนให้มีการปลูกสมุนไพรมากขึ้น ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน พัฒนาศักยภาพการผลิตที่ถูกต้องลักษณะ เป็นไปตามหลักสุขาภิบาลโรงงาน ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงวิกฤต เพิ่มเครื่องจักรที่ทันสมัย การส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับสุภัทรา หนู่มคำ และคณะ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อการผลิตลูกประคบจากภูมิปัญญาท้องถิ่น อำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า สภาพและปัญหาของการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นในการผลิตลูกประคบ ได้แก่ ปัญหาด้านเครื่องจักร ด้านเงินทุน ด้านวัสดุ/อุปกรณ์ และด้านการตลาด โดยมีแนวทางการพัฒนาต้องมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นใหม่เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนกลุ่มในอนาคต และควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานผ่านเกณฑ์ต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนกำหนด

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ได้ศึกษา ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ โดยนำแนวคิดต้นทุน ประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต แนวคิดผลตอบแทน ประกอบด้วย อัตรากำไรขั้นต้น และจุดคุ้มทุน นำมาใช้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ตามกรอบแนวคิด ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนและทำลูกประคบสมุนไพรในชุมชน ใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 8 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำลูกประคบสมุนไพร ช่องทางในการจำหน่าย ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการทำลูกประคบสมุนไพร ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนการทำลูกประคบสมุนไพร และ ส่วนที่ 4 ปัญหาหรือข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิและนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไป

ทดลองใช้กับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ หลังจากตรวจสอบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อสรุปผลและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยนำสถิติที่เหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยหาค่าร้อยละและนำเสนอข้อมูลในลักษณะบรรยายผล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการทำลูกประคบสมุนไพร ใช้แนวคิดของลำไย มากเจริญ (2560) ดังนี้ ต้นทุนการทำลูกประคบสมุนไพร = วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต + ค่าแรงงานการผลิต + ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนการทำลูกประคบสมุนไพร ใช้แนวคิดและสูตรการคำนวณของ ดวงสมร อรพินท์ (2557) ดังนี้ อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios) โดยใช้ อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย ซึ่งสามารถที่จะคำนวณได้จาก

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น (\%)} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{ยอดขายสุทธิ}}$$

สำหรับจุดคุ้มทุน (Break-Even Point) ใช้แนวคิดการคำนวณจาก ไพบุลย์ ผจงวงศ์ (2561) เพื่อใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร ในการวิเคราะห์หาจุดที่ปริมาณขายของกิจการมีรายได้คุ้มค่างบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด เพื่อไม่ให้ขาดทุนและใช้ในการวางแผนระยะสั้น สามารถที่จะคำนวณได้จาก

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน}}$$

โดยที่

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกิน} = \frac{\text{ยอดขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร}}{\text{ยอดขาย}}$$

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการลงทุนทำลูกประคบสมุนไพร โดยการสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลจากการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์และศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำลูกประคบสมุนไพรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขต ตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 62.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 มีสถานภาพสมรส จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และทั้งหมดมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำลูกประคบสมุนไพรระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ และมีช่องทางในการจำหน่าย โดยทั้งหมดจำหน่ายด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100.00

ส่วนที่ 2 ต้นทุนการทำลูกประคบสมุนไพร

ในการคำนวณต้นทุนการการทำลูกประคบสมุนไพร ประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยแสดงรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุดิบ

วัตถุดิบ ประกอบด้วย ผ้าดิบ เชือกเกลียว ไพรแห้ง ขมิ้นชัน ตะไคร้ ผิวมะกรูด ใบมะขาม ใบส้มป่อย ข่า การบูร เกลือแกง และพิมเสน แสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ผ้าดิบสำหรับทำลูกประคบ ขนาด 90 เซนติเมตร x 3,600 เซนติเมตร ราคาพับละ 669 บาท ตัดผ้าขนาด 30 เซนติเมตร x 30 เซนติเมตร ได้ 360 ผืน โดยการผลิตลูกประคบ 1 ลูกใช้ผ้าดิบจำนวน 2 ชิ้น เพื่อผลิตลูกประคบได้ 180 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 3.88 บาท (699 บาท/180 ลูก)

เชือกเกลียวเบอร์ 12 ขนาด 200 กรัม ราคา 60 บาทสำหรับมัดลูกประคบ ผลิตได้ 30 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 2.00 บาท (60 บาท/30 ลูก)

ไพรแห้ง (1,000 กรัม ราคา 120 บาท) ผลิตได้ 10 ลูก ใช้ปริมาณลูกละ 100 กรัม ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 12.00 บาท (120 บาท/10 ลูก)

ขมิ้นชัน (1,000 กรัม ราคา 160 บาท) ผลิตได้ 100 ลูก ใช้ปริมาณลูกละ 10 กรัม ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 1.60 บาท (160 บาท/100 ลูก)

ตะไคร้ (1,000 กรัม ราคา 80 บาท) ผลิตได้ 50 ลูก ใช้ปริมาณลูกละ 20 กรัม ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 1.60 บาท (80 บาท/50 ลูก)

ผิวมะกรูด (1,000 กรัม ราคา 60 บาท) ผลิตได้ 50 ลูก ใช้ปริมาณลูกละ 20 กรัม ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 1.20 บาท (60 บาท/50 ลูก)

โม่มะขาม (1,000 กรัม ราคา 25 บาท) ผลิตได้ 33.33 ลูก ใช้ปริมาณลูกละ 30 กรัม ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.75 บาท (25 บาท/33.33 ลูก)

ส้มป่อย (1,000 กรัม ราคา 50 บาท) ผลิตได้ 100 ลูก ใช้ปริมาณลูกละ 10 กรัม ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.50 บาท (50 บาท/100 ลูก)

การบูร (1,000 กรัม ราคา 360 บาท) ผลิตได้ 66.67 ลูก ใช้ปริมาณลูกละ 15 กรัม ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 5.40 บาท (360 บาท/66.67 ลูก)

ต้นทุนต่อหน่วยของวัตถุดิบในการทำลูกประคบสมุนไพร คิดเป็นเงิน 28.93 บาท

2. ค่าแรง

จากการสัมภาษณ์ผู้ทำลูกประคบสมุนไพร พบว่าในการผลิต 1 ครั้ง ใช้แรงงานผลิตจำนวน 2 คน สามารถผลิตลูกประคบสมุนไพร ได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนค่าแรงต่อการทำลูกประคบต่อครั้งคิดเป็นเงินเท่ากับ 664 บาท (332 บาท x 2 คน) โดยผู้วิจัยใช้อัตราค่าแรงงานขั้นต่ำตามอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของจังหวัดลำปาง เท่ากับ 332 บาท (ประกาศคณะกรรมการค่าจ้าง เรื่อง อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 11), 2565) ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 13.28 บาท (664 บาท/50 ลูก)

3. ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่คิดจากเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำลูกประคบที่นำมาคิดค่าเสื่อมราคา ประกอบด้วย

กรรไกรสแตนเลส ด้ามจับพลาสติก ขนาด 5 นิ้ว ราคาอันละ 60 บาท อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 60 บาท ผลิตปีละ 240 วัน คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 0.25 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.005 บาท

สายวัด ยาว 150 เซนติเมตร ราคาอันละ 24 บาท อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 24 บาท ผลิตปีละ 240 วัน คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 0.10 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.002 บาท

ตาข่ายขนาด 1 กิโล ราคา 120 บาท อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 120 บาท ผลิตปีละ 240 วัน คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 0.50 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.01 บาท

ช้อนตวง ราคาอันละ 30 บาท จำนวน 2 อัน อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 60 บาท ผลิตปีละ 240 วัน คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 0.25 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.005 บาท

กะละมังพลาสติกหูเหล็ก ขนาด 56 เซนติเมตร. จำนวน 2 ใบ ราคาใบละ 192 บาท คิดเป็นเงิน 384 บาท อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 384 บาท ผลิตปีละ 240 วัน คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 1.60 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.03 บาท

ที่ดักของอูมิเนียม ขนาด 13 เซนติเมตร x 8 เซนติเมตร ราคาอันละ 96 บาท อายุการใช้งาน 1 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมราคาปีละ 96 บาท ผลิตปีละ 240 วัน คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 0.40 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.01 บาท

รวมค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ต่อหน่วยเท่ากับ 0.062 บาท

ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปรคิดจากวัสดุในการทำลูกประคบ ตลอดจนค่าสาธารณูปโภค แสดงรายละเอียดดังนี้

ถุงมือยาง จำนวน 50 คู่ ราคากล่องละ 96 บาท ใช้ผลิตได้ 12 วัน คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 8.00 บาทต่อวัน ผลิตลูกประคบได้จำนวน 600 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.01 บาท

ถุงบรรจุภัณฑ์ จำนวน 50 ใบ ราคาห่อละ 45 บาท คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 45 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.90 บาท

สติ๊กเกอร์สติกเกอร์ขนาด 4 x 3 เซนติเมตร มีจำนวน 90 ดวง ราคา 50 บาท คิดเป็นต้นทุนต่อวัน เท่ากับ 27.78 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 0.56 บาท

ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา เหมจ่ายวันละ 100 บาท ผลิตลูกประคบได้จำนวน 50 ลูก ต้นทุนต่อหน่วยคิดเป็นเงิน 2.00 บาท

รวมค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปรต่อหน่วย เท่ากับ 3.47 บาท

เมื่อนำค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่รวมกับค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปรทำให้มีค่าใช้จ่ายในการผลิตทั้งสิ้นต่อหน่วยเท่ากับ 3.53 บาท

สรุปได้ว่าต้นทุนของการทำลูกประคบ ประกอบด้วย วัตถุดิบ 28.93 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 63.25 ค่าแรงงาน 13.28 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 29.03 และค่าใช้จ่ายการผลิต 3.53 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 7.72 รวมเป็นต้นทุนของลูกประคบต่อหน่วยเท่ากับ 45.74 บาท

ต้นทุนของการทำลูกประคบต่อวัน ประกอบด้วย วัตถุดิบ 1,446.50 บาท ค่าแรงงาน 664 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิต 183.88 บาท ต้นทุนการผลิตต่อวันเท่ากับ 2,294.38 บาท

ต้นทุนของการทำลูกประคบต่อเดือน (ผลิตเดือนละ 20 วัน) ประกอบด้วย วัตถุดิบ 28,930 บาท ค่าแรงงาน 13,280 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิต 3,677.60 บาท ต้นทุนการผลิตต่อเดือนเท่ากับ 45,887.60 บาท

ต้นทุนของการทำลูกประคบต่อปี (ผลิตปีละ 12 เดือน) ประกอบด้วย วัตถุดิบ 347,160 บาท ค่าแรงงาน 159,360 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิต 44,131.20 บาท ต้นทุนการผลิตต่อปีเท่ากับ 550,651.20 บาท

ส่วนที่ 3 ผลตอบแทนการทำลูกประคบ

ในการคำนวณผลตอบแทน ผู้วิจัยได้แยกการคำนวณออกเป็น 2 ส่วนคือ

3.1 อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร

จากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ทำให้ทราบว่าจำนวนที่ขายเฉลี่ยต่อวันเท่ากับจำนวนที่ผลิต คือ 50 ลูก ราคาจำหน่ายลูกละ 70 บาท รายได้จากการจำหน่ายลูกประคบต่อวันเท่ากับ 3,500 บาท ($70 \text{ บาท} \times 50 \text{ ลูก}$) ต้นทุนในการทำลูกประคบต่อวัน เท่ากับ 2,294.38 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายต่อวัน เท่ากับ 1,205.62 บาท

รายได้จากการจำหน่ายลูกประคบต่อเดือนเท่ากับ 70,000 บาท ($70 \text{ บาท} \times 50 \text{ ลูก} \times 20 \text{ วัน}$) ต้นทุนในการทำลูกประคบต่อเดือน เท่ากับ 45,887.60 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายต่อเดือน เท่ากับ 24,112.40 บาท

รายได้จากการจำหน่ายลูกประคบต่อปีเท่ากับ 840,000 บาท ($70 \text{ บาท} \times 50 \text{ ลูก} \times 240 \text{ วัน}$) ต้นทุนในการทำลูกประคบต่อปีเท่ากับ 550,651.20 บาท กำไรขั้นต้นจากการจำหน่ายต่อปี เท่ากับ 289,343.80 บาท คิดเป็นอัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 34.45

3.2 จุดคุ้มทุน (Break-Even Point)

จากการคำนวณรายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร กำไรขั้นต้น และจุดคุ้มทุน ของการทำลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน ตำบลหัวเสือ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง พบว่าจุดคุ้มทุนของการจำหน่ายลูกประคบวิสาหกิจชุมชนไร่เขตตะวัน รายวัน อยู่ที่ 27.43 ลูก คิดเป็นเงิน 1,920.10 บาท รายเดือน อยู่ที่ 548.60 ลูก คิดเป็นเงิน 38,402.00 บาท และรายปี อยู่ที่ 6,583.22 ลูก คิดเป็นเงิน 460,825.66 บาท โดยรายได้จากการจำหน่ายลูกประคบต่อวันอยู่ที่ 50 ลูก คิดเป็นเงิน 3,500 บาท รายเดือนอยู่ที่ 1,000 ลูก คิดเป็นเงิน 70,000 บาท และรายปีอยู่ที่ 12,000 ลูก คิดเป็นเงิน 840,000 บาท โดยจำนวนที่ผลิตและจำหน่ายได้ และรายได้จากการจำหน่ายที่กิจการขายได้ทั้งต่อวัน ต่อเดือนและต่อปี สูงกว่าจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ แสดงว่ากิจการมีความสามารถในการขายลูกประคบ และมีความคุ้มทุน ซึ่งสามารถแสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงรายได้ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร กำไรขั้นต้น และจุดคุ้มทุนของการทำลูกประคบ

รายการ	วัน (บาท)	เดือน (บาท)	ปี (บาท)
จำนวนที่ผลิตและจำหน่าย (ลูก)	50.00	1,000.00	12,000.00
รายได้จากการจำหน่าย	3,500.00	70,000.00	840,000.00
ต้นทุนคงที่			
ค่าแรงงาน	664.00	13,280.00	159,360.00
ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่	3.10	62.00	744.00
รวมต้นทุนคงที่	667.10	13,342.00	160,104.00
ต้นทุนผันแปร			
วัตถุดิบ	1,446.50	28,930.00	347,160.00
ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร	180.78	3,615.60	43,387.20
รวมต้นทุนผันแปร	1,627.28	32,545.60	390,547.20
รวมต้นทุนการผลิต	2,294.38	45,887.60	550,651.20
กำไรขั้นต้น	1,205.62	24,112.40	289,348.80
อัตรากำไรขั้นต้น	34.45	34.45	34.45
จุดคุ้มทุน (ลูก)	27.43	548.60	6,583.22
จุดคุ้มทุน (บาท)	1,920.10	38,402.00	460,825.66

ส่วนที่ 4 ปัญหาหรือข้อเสนอแนะ

การทำลูกประคบประสบกับปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

1. การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากขึ้น
2. ปัญหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากจะมีการออกบูท ขายหน้าบ้าน และฝากขายตามโรงพยาบาลหรือคลินิก แต่ยังจำหน่ายได้ช้า
3. วิสาหกิจชุมชนขาดผู้ที่มีความรู้ทางด้านบัญชีในการจัดทำบัญชี ทำให้การเก็บข้อมูลต้นทุนและค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไรเซตตะวัน ทำลูกประคบเป็นอาชีพหลัก มีต้นทุนของการทำ ประกอบด้วย วัตถุดิบ 28.93 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 63.25 ค่าแรงงาน 13.28 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 29.03 และค่าใช้จ่ายในการผลิต 3.53 บาทต่อหน่วย คิดเป็นร้อยละ 7.72 รวมเป็นต้นทุนของการทำลูกประคบต่อหน่วยเท่ากับ 45.74 บาท โดยต้นทุนส่วนใหญ่ในการผลิตเกิดจากวัตถุดิบทางตรง ทาง

กลุ่มจึงปรับราคาจำหน่ายโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ทำให้ราคาจำหน่ายของทางกลุ่มไม่สูงจนเกินไปกว่าคู่แข่ง และถือว่าเป็นการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม และรายได้จากการจำหน่ายลูกประคบต่อวันอยู่ที่ 50 ลูก คิดเป็นเงิน 3,500 บาท รายเดือนอยู่ที่ 1,000 ลูก คิดเป็นเงิน 70,000 บาท และรายปีอยู่ที่ 12,000 ลูก คิดเป็นเงิน 840,000 บาท ซึ่งจำนวนที่ผลิตและจำหน่ายได้ รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายที่กิจการสามารถขายได้ทั้งต่อวัน ต่อเดือนและต่อปี สูงกว่าจุดคุ้มทุน แสดงว่ากิจการมีความสามารถในการขายลูกประคบ และมีความคุ้มทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) ที่พบว่า การวิเคราะห์ราคาขายใช้วิธีการคำนวณจากสูตรทางบัญชีต้นทุนรวมบวก(อัตราส่วนเพิ่ม) ทำให้การกำหนดราคาขายที่เหมาะสมเป็นการกำหนดราคาขายสินค้าลักษณะเดียวกันที่มีจำหน่ายในท้องตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา ถาปินตา (2564) ที่แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปที่มีต้นทุนที่ต่ำ มีโอกาสสร้างกำไรจากการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจได้ นอกจากนี้ กุณทีรา อาษาศรี (2562) ยังพบว่าหากสามารถบริหารจัดการต้นทุนให้ถูกต้อง จะทำให้เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น การควบคุมต้นทุน การกำหนดราคาขาย เป็นต้น

สำหรับผลตอบแทนของการทำลูกประคบ พบว่ามียอดที่ผลิตเท่ากับยอดขาย ทำให้มีผลตอบแทนจากการลงทุนจากอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 34.45 พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) ที่พบว่า การคำนวณผลตอบแทนจากการผลิตจากอัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุนเท่ากับร้อยละ 49.38 คำนวณอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายพบว่า มีอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายเท่ากับร้อยละ 31.43 เนื่องจากการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมซึ่งเป็นการกำหนดราคาขายสินค้าลักษณะเดียวกันที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ของหลักการ การแข่งขันสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรลักษณ์ วรรณโล (2559) ที่พบว่าวิธีการทำบัญชีผู้ทำปลาสดมีผลกำไรค่อนข้างมาก จึงทำให้เกษตรกรผู้ทำปลาสดได้รับผลตอบแทนค่อนข้างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของละเอียด ศรีหาเหง้า (2561) ที่พบว่า การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมันฝรั่ง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเจดีย์แม่ครัว ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีผลตอบแทนที่นำลงทุนเนื่องจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าราคาขาย มีรายได้สูง ทำให้เกิดกำไรสุทธิตลอดระยะเวลาของโครงการ ส่งผลทำให้โครงการนำลงทุน

ข้อเสนอแนะ

1. จากปัญหาวิสาหกิจชุมชนขาดผู้ที่มีความรู้ทางด้านบัญชีในการจัดทำบัญชี มีผลทำให้การเก็บข้อมูลต้นทุนและค่าใช้จ่ายไม่ถูกต้อง จึงควรส่งเสริมให้สมาชิกในกลุ่มจดบันทึกข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่บันทึกไว้มาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจได้ นอกจากนี้ นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมส่งเสริมการให้ความรู้ในการบันทึกบัญชีให้กับทางกลุ่ม รวมถึงต้องมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่ม

ความรู้ให้กับกลุ่มด้านการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบและถูกต้องตามหลักบัญชีรับรองทั่วไป ทำให้สามารถเก็บข้อมูลด้านบัญชีได้อย่างครบถ้วน อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจได้อย่างถูกต้องต่อไป

2. โครงสร้างของต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เกิดการวัตถุดิบและแรงงาน รวมร้อยละ 63.25 ดังนั้นควรหาแนวทางการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรจะใช้วัตถุดิบที่ปลูกเองภายในชุมชนทั้งหมด เพื่อลดต้นทุนทางด้านวัตถุดิบทางตรง อันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรและจุดคุ้มทุนที่ลดลงของวิสาหกิจ

3. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความรู้ ส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากขึ้น อันจะนำมาสู่การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของวิสาหกิจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษทิรา อาษาศรี. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความรู้ด้านต้นทุนผลิตภัณฑ์กับการวางแผนการดำเนินงานและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดมหาสารคาม. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เจนจิรา ถาปินตา. (2564). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของสินค้าแปรรูปเกษตรยาหม่องเสลดพังพอน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 10(2), 70-78.
- ฐุฬิยา เลาะมะ, ยัสมี โต๊ะรี,ฟาติมะห์ ดาซอตาราแด, และรัตติภรณ์ บุญทัศน์. (2565). ประสิทธิภาพของการใช้ลูกประคบสมุนไพรเพื่อบรรเทาอาการปวดของกลุ่มออฟฟิศซินโดรม ศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์วิถีไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ในการประชุมระดับชาติ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาภาคใต้ ครั้งที่ 7 (หน้า 583-596). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ดวงสมร อรพินท์. (2557). การบัญชีการเงิน. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประกาศคณะกรรมการค่าจ้าง เรื่อง อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 11). (2565). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 139 ตอนพิเศษ 221 ง. หน้า 4-5.
- พิมพ์วิภา แพรภท. (2558). ลูกประคบกับการรักษาโรค. สืบค้นจาก <https://www.ttmed.psu.ac.th/th/blog/167>
- ไพบุลย์ ผจงวงศ์. (2561). การบัญชีเพื่อการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แสงดาว.

- ภาวินีย์ ธนาอนวัช. (2563). การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 9(1), 47-56.
- ละเอียด ศรีหาเหง้า. (2561). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมันฝรั่ง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเจริญแม่ครัว ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12(1), 219-234.
- ลำไย มากเจริญ. (2560). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทริปปี้แอนด์คูเคชั่น จำกัด.
- วรลักษณ์ วรรณโล. (2559). วิธีการจัดทำบัญชี ต้นทุน และผลตอบแทนของการผลิตปลาส้ม กรณีศึกษา กลุ่มผู้ผลิตปลาส้ม ตำบลบ้านสา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. *วารสารบัญชีปริทัศน์*, 1(2), 81-104.
- วิรัตน์ วงศ์ไชยกุล, อานนท์ สันทราย, ธาดา สมาน และรุ่งฤดี รัตนชัยศิลป์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อลูกประคบสมุนไพร ของประชาชนชุมชนบ้านร่องแช่ ตำบลเวียง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย. *วารสารสิทธิบริหารธุรกิจ*, 20(2), 132- 142.
- สุนิษา กลิ่นขจร. (2558). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านเขานาใน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสาร E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 8(2), 2643-2655.
- สุภภัทร หนู่มคำและคณะ. (2561). แนวทางการพัฒนาการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อการผลิตลูกประคบจากภูมิปัญญาท้องถิ่น อำเภอไทรทอง จังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารพิกุล*, 16(2), 53-69.
- อารีกรมล ต.ไชยสุวรรณ, วรรณ มังกิตะ, สิริยุพา เลิศกาญจนพร, สรียา ทรัพย์ศิริ และธีรพัฒน์ จักรเงิน. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกสมุนไพรของกลุ่มเกษตรกร บ้านหนองสุวรรณ ตำบลบ้านกลาง อำเภอสอง จังหวัดแพร่. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 5(1), 83-95.
- เอกนรี สกุลนันท์. (2558). *แผนธุรกิจเจลสมุนไพรจากลูกประคบ (แผนการตลาด)*. สืบค้นจาก <https://www.car.chula.ac.th/display7.php?bib=2060324>.

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในโลกยุค VUCA ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

Antecedents Influencing Employee Performance in the VUCA World of Commercial Banks in Thailand

Received: September 19, 2023

Revised: October 28, 2023

Accepted: November 27, 2023

จิรสุดา สำภาทอง¹ วงศ์ธีรา สุวรรณิน² และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย³

Jirasuda Sumpaotong, Wongtheera Suvannin,

and Wisit Rittiboonchai

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และศึกษาแนวทางการบริหารบุพปัจจัยที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโลกยุค VUCA ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเริ่มจากการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 555 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.60-1.00 ถือว่าสอดคล้องตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือ 0.50 และได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคหรือค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบรายด้านอยู่ระหว่าง 0.700-0.896 ถือว่าสอดคล้องตามเกณฑ์ที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าต้องไม่น้อยกว่า 0.700 ใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จากนั้นทำวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้บริหารระดับสูงของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 10 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก สรุปผลด้วยการวิเคราะห์แบบอุปนัย จากนั้นบูรณาการผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าบุพปัจจัยทั้ง 4 ด้านสำคัญและมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับมากที่สุด ซึ่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้รับอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมจากบุพปัจจัยดังกล่าว โดยผลการปฏิบัติงานด้านงานในหน้าที่และด้านบริบทมีความสัมพันธ์ในลักษณะสนับสนุนกัน แต่สำคัญต่างกันตามลักษณะของงาน ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างหลังปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิง

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University; Email: sumpaotong@yahoo.com

² สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Department of International Business, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University; Email: nok1997@hotmail.com

³ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม; Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University; Email: wisitson@npru.ac.th

ประจักษ์ พิจารณาจากค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์ ($\chi^2=101.40$, $df=80$, $\chi^2/df=1.27$, p -value=0.05, RMSEA=0.02, CFI=1.00, GFI=0.98, AGFI=0.96) ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน สนับสนุนทุกข้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สำหรับแนวทางการบริหารเพื่อให้พนักงานได้ผลการปฏิบัติงานที่ดีและมีประสิทธิภาพในยุค VUCA ต้องเริ่มจากการที่พนักงานมีคุณลักษณะของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีความผูกพันในงานของตน เข้าใจรูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์และนำไปใช้อย่างเหมาะสม สิ่งสำคัญคือต้องได้รับการสนับสนุนที่เพียงพอจากองค์กร ทั้งทักษะและเครื่องมือการทำงาน ตลอดจนพัฒนาบุปผาปัจเจกดังกล่าวย่างสม่ำเสมอให้พนักงานทุกระดับ เน้นการบูรณาการภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเข้ากับกิจกรรมหลัก

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โลกยุค VUCA

ABSTRACT

In this research investigation, the researchers examine the consistency of the model with the empirical data and investigate the management approaches of antecedents affecting employee performance in the VUCA world of commercial banks in Thailand. The mixed-methods research of quantitative and qualitative approaches was employed. In the quantitative research, the sample population consisted of 555 employees in commercial banks in Thailand. The technique of multi-stage sampling was employed. The research instrument was a questionnaire. The index of item objective congruence (IOC) of 0.60-1.00 was considered to be consistent with the accepted criteria of 0.50. The Cronbach's alpha coefficient or the reliability of each component of 0.700-0.896 was considered to be consistent with the generally accepted criteria of not less than 0.700. Descriptive statistics and the structural equation model were employed. In the qualitative research, the key informants consisted of ten executives of commercial banks in Thailand using the technique of purposive sampling with in-depth interviews. The conclusion was conducted using the inductive analysis. The quantitative and qualitative research findings were then integrated.

Findings showed that the highest proportion of the members of the sample population strongly agreed that all four aspects of the antecedents were important and exhibited an influence on employee performance at the highest level. Employee performance was directly and indirectly

influenced by such antecedents. The task and contextual performance exhibited a supportive relationship but differed in importance according to the nature of the work. The adjusted structural equation model was consistent with the empirical data based on the qualified fit index ($\chi^2 = 101.40$, $df = 80$, $\chi^2/df = 1.27$, $p\text{-value} = 0.05$, $RMSEA = 0.02$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.96$). The hypothesis analysis supported all items at the statistically significant level of 0.01.

In regard to the management approaches to ensure good employee performance and efficiency in the VUCA world, it should start with employees having the characteristics of transformational leadership and innovative work behaviors. They need to have work engagement, understanding, and apply the human resource management model appropriately. Most importantly, the organization must adequately support both skills and tools. Such antecedents should be consistently developed for employees at all levels. Transformational leadership and innovative work behaviors should be integrated with major activities.

Keywords: Transformational Leadership, Innovative Work Behaviors, Employee Performance, VUCA World

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรธุรกิจทุกภาคส่วนล้วนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานให้มีศักยภาพ ได้ผลตอบแทนประจำปีที่ดี เติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคง กำกับดูแลกิจการตามหลักธรรมาภิบาล และมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดี ในปัจจุบันการบริหารองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ง่ายเหมือนที่ผ่านมา เพราะนอกจากการแข่งขันทางธุรกิจแบบเข้มข้นและไร้พรมแดนแล้ว ยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายในและภายนอกองค์กรที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจโดยมีทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ล้วนส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง โดยเรียกสถานการณ์ดังกล่าวว่า World of VUCA โลกที่มีลักษณะของความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความไม่ชัดเจน (Ambiguity) มีการเปลี่ยนแปลงทุกวันทั้งด้านบวกและลบ (ประยงค์ มีใจชื้อ, 2561; รวิญ์พร สุวรรณรัตน์, 2560) ตัวอย่างของโลกยุค VUCA ที่เด่นชัดในช่วงทศวรรษนี้ก็คือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลกตั้งแต่ปลายปี 2562 จนถึงปัจจุบัน มีความผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และความไม่ชัดเจน ครบทุกองค์ประกอบ และยังไม่สามารถคาดคะเนจุดสิ้นสุดของสถานการณ์ได้ เนื่องจากโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัส

โควิด-19 เป็นโรคอุบัติใหม่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาโรคนี้ยังมีน้อยมาก (ดอน นาครทรรพ, 2563)

จากปัจจัยขับเคลื่อนและความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงข้างต้น องค์กรที่ปรับรูปแบบธุรกิจตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและคล่องตัวเท่านั้นจึงอยู่รอด แนวทางการปรับตัวได้แก่ ปรับโครงสร้างการบริหารงานให้ยืดหยุ่นมากขึ้น ปรับนโยบายหรือวัฒนธรรมองค์กรด้านกระบวนการ หรือนำเทคโนโลยีหรือระบบสารสนเทศใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยอาจใช้หลายแนวทางผสมกันตามบริบทในขณะนั้น ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2560) กล่าวว่า การที่องค์กรจะมีความสามารถในการปรับตัวขึ้นอยู่กับคุณภาพของคน และคนที่มีคุณภาพจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ คุณภาพของคนสะท้อนได้จากผลการปฏิบัติงานหรือความสามารถในการทำงานตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ปัจจุบันองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการจัดการตระหนักมากขึ้นว่าผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็น ซึ่งต้องนำรูปแบบการจัดการผลการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับบริบทมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดีเป็นบันไดสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งได้ ด้วยเหตุที่บุคลากรเป็นพื้นฐานสำคัญขององค์กรธุรกิจแทบทุกภาคส่วน จึงจำเป็นที่องค์กรเหล่านั้นต้องมีบุคลากรที่มีคุณลักษณะและความสามารถในการปฏิบัติงานตรงกับภาระงานที่ได้รับมอบหมาย หนึ่งในคุณลักษณะดังกล่าวก็คือแนวคิดและวิถีปฏิบัติแบบมีภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อบุคลากรขององค์กร โดยอาจมีในระดับมากน้อยต่างกันไปตามลักษณะพฤติกรรมพื้นฐาน การเรียนรู้และประสบการณ์การทำงานของแต่ละบุคคล ซึ่งผู้ที่มีภาวะผู้นำไม่จำเป็นต้องเป็นผู้นำ แต่ผู้ที่เป็นผู้นำจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการทราบว่าในช่วงสถานการณ์ซึ่งมีข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นอย่างมาก พนักงานมีการปรับตัวสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหรือไม่อย่างไร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงมุมมองและการปรับตัวของพนักงานสอดคล้องกับบริบทที่ต้องการศึกษา จึงสนใจศึกษาของค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงานจำนวนมาก มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการปฏิบัติงานอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนสาขาอย่างมีนัยสำคัญพร้อมการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ซึ่งก็คือธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย นอกจากสถานการณ์โควิด-19 ยังมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานและการให้บริการ ด้วยการนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจรวมทั้งการให้บริการทางการเงิน เพื่อปรับการทำธุรกรรมการเงินแบบเก่าเป็นแบบใหม่ หรือดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม เพิ่มช่องทางบริการให้มีความหลากหลาย ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถทำรายการผ่านระบบออนไลน์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (ภคพร เปลี่ยนไพรจน์ และ มณฑล สรไกรกิติกุล, 2562)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบบุปปัจจัยที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโลกยุค VUCA ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย กับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารบุปปัจจัยที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโลกยุค VUCA ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

นิยามศัพท์

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึง แนวคิด พฤติกรรม และกระบวนการของบุคคลที่ประพัตตินเป็นแบบอย่างแก่ผู้ร่วมงาน ด้วยหลักคุณธรรมและจริยธรรม คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม เข้าใจในวิสัยทัศน์ และเป้าหมายขององค์กร จนสามารถโน้มน้าวใจผู้ร่วมงานในการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ค่านิยม โลกทัศน์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของตนให้สูงขึ้นกว่าระดับปกติด้วยความเต็มใจ และสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ร่วมงานเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงาน เกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม เกิดความมุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การกำหนดนโยบายและกระบวนการการจัดการพนักงานให้ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ครอบคลุมถึงการบริหารค่าตอบแทน การประเมินผลการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา การมีส่วนร่วมของพนักงาน ความมีอิสระในงาน เพื่อสนับสนุนให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานให้น้อยที่สุด มีความก้าวหน้าในอาชีพ และมีความสุขในการทำงาน

พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานในการสังเกตผู้อื่น สิ่งรอบตัว หรือโอกาสทางธุรกิจ เพื่อสร้างความคิดใหม่ กระบวนการทำงานใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือแก้ไขปรับปรุงพัฒนาต่อยอดของเดิมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้น สามารถโน้มน้าวใจผู้อื่นให้ปฏิบัติตามได้ สามารถเชื่อมโยงกระบวนการทำงานเข้าด้วยกันจนเป็นภาพชัดเจน ทำให้เข้าใจและปฏิบัติง่าย ปรับเปลี่ยนรูปแบบการปฏิบัติงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ได้ และมีวิธีจัดลำดับความสำคัญได้ดี

ความผูกพันในงานของพนักงาน หมายถึง การแสดงออกของพนักงานถึงความมุ่งมั่น ความพยายาม การให้ความสำคัญ ความเข้าใจ และภูมิใจในงาน เพื่อให้งานนั้นสำเร็จตามเป้าหมาย โดยปฏิบัติงานด้วยความรู้สึกสดชื่น กระตือรือร้น และมีความสุข รู้สึกว่าชีวิตคือการทำงาน ทำให้แยกตัวออกจากงานได้ยาก ทำให้อุดหนุนและไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน

ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร ซึ่งครอบคลุมทั้งงานที่ได้รับมอบหมายตามความสามารถและความรับผิดชอบเฉพาะตำแหน่ง และงานที่นอกเหนือจากงานที่องค์กรกำหนด โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่มีข้อจำกัดในการ

ปฏิบัติงานอย่างมาก ส่งผลให้พนักงานต้องใช้ความสามารถในการจัดการงานด้วยตัวเอง การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การสื่อสารและใช้สื่อสารสนเทศหรือเทคโนโลยีดิจิทัลรูปแบบใหม่ ๆ ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ รวมถึงการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้งานนั้นสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

บุพปัจจัย หมายถึง ตัวแปรเหตุที่เกิดขึ้นแล้ว ส่งผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรในลำดับถัดมา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

จากความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทุกด้านของโลกยุค VUCA ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรนอกเหนือไปจากคณะผู้บริหารก็คือ พนักงานทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะพนักงานที่มีภาวะผู้นำ ซึ่งควรมีทั้งทักษะด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นแบบอย่างให้บุคคลรอบข้าง ทักษะการโน้มน้าวใจ ทักษะการสื่อสารที่ดี เปิดกว้างและผลักดันความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการทำงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน อีกคุณลักษณะที่ Katzenbach and Khan (อ้างถึงใน Dhillon & Nguyen, 2020, p. 53) เสนอว่าควรมีอย่างยิ่งในโลกยุค VUCA ก็คือความสามารถในการจัดการเชิงโครงสร้าง (organizational quotient) ซึ่งเป็นความสามารถในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลง รู้ว่าเมื่อใดควรให้ความสำคัญกับแง่มุมใดด้วยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างให้เข้ากับสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ Lawrence (2013) ได้กล่าวในบทความ UNC Executive Development ถึงคุณลักษณะของผู้นำยุค VUCA ไว้ที่น่าสนใจว่า ความผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และความคลุมเครือที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจปัจจุบันนั้น คือ “ความปกติใหม่” ที่ไม่เพียงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในรูปแบบการทำธุรกิจขององค์กรเท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนวิธีการนำของผู้นำหรือภาวะผู้นำอีกด้วย ทักษะและความสามารถที่มีอยู่เดิมนั้นไม่เพียงพออีกต่อไป ผู้นำจำเป็นต้องมีทักษะด้านการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) มากขึ้น เพื่อให้สามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ในยุค VUCA ได้เป็นอย่างดี การคิดเชิงวิพากษ์เป็นกระบวนการคิดหรือตัดสินใจอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากข้อมูลที่มีหรือที่ได้รับจากผู้อื่น เมื่อมีข้อมูลเพียงพอก็ทำให้เกิดความกล้าคิดแตกต่างไปจากเดิม กล้าสงสัย กล้าท้าทายข้อมูลที่มีอยู่ ทำให้ได้มุมมองใหม่ ๆ ในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี (Palagrit.com, ม.ป.ป.)

การจัดการทรัพยากรมนุษย์

ในศตวรรษที่ผ่านมา การจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้ถูกปรับเปลี่ยนแนวคิดไปตามการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการทางวิชาการ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสมดุลระหว่างเป้าหมายองค์กรกับความต้องการและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน (Bennett, 2021) และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรด้วยการสรรหา พัฒนาบุคลากรผู้มีความสามารถ จัดให้มีการฝึกอบรม กำหนดระบบการให้ค่าตอบแทนและรางวัล และกำหนดนโยบายด้านการปฏิบัติตนของพนักงานที่เหมาะสมกับ

บริบทขององค์กร (Armstrong อ้างถึงใน Dhillon & Nguyen, 2020, p. 44) ดังนั้นหากมีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะช่วยเสริมให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ ปัจจุบันการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นต่อองค์กรทุกภาคส่วน เพราะไม่ว่าองค์กรจะปรับเปลี่ยนไปทิศทางใดก็ต้องเกี่ยวข้องกับตัวบุคคลทั้งสิ้น อาจกล่าวได้ว่า ตัวชี้วัดความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กรนั้นอยู่ที่ "คุณภาพของคน" ในองค์กร (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2563; สถาพร วิชัยรัมย์ และ ธนากร เพชรสินจรรยา, 2562; สากล พรหมสถิตย์) การที่องค์กรดำเนินภารกิจหลักให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพสอดคล้องกับงาน ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์นั้นไม่จำเป็นต้องรอให้องค์กรเป็นผู้ที่จัดการให้พนักงานเพียงฝ่ายเดียว ตัวพนักงานก็ต้องจัดการตัวเองด้วย เพื่อให้มีทุนที่เพิ่มขึ้นและนำทุนเหล่านั้นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร (วิชุดา สร้อยสุด, เมธิณี อินทร์บัว, จีรภา มิ่งเชื้อ, ยุวดี เคน้าอ่าง, และ โชติ บดีรัฐ, 2564)

พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

ยุคที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ส่งผลให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และเทคโนโลยีปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ องค์กรจึงต้องมีการปรับตัวอย่างมากทุกด้านเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การมุ่งเน้นให้บุคลากรเกิดความท้าทายในการทำงาน โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเชิงสร้างสรรค์ เพิ่มพูนองค์ความรู้ และพัฒนาทักษะ เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม จนสามารถพัฒนาสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น เป็นปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนให้บุคลากรเกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญมากในปัจจุบัน โดยรูปแบบจะขึ้นอยู่กับบริบทขององค์กร การอยู่รอดขององค์กรต้องอาศัยนวัตกรรมที่แตกต่างจากเดิม อาจเป็นนวัตกรรมจากการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ หรือการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น แต่ไม่ว่ารูปแบบใด สิ่งสำคัญยิ่งกว่าความสำคัญของนวัตกรรมคือ สิ่งที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (พัชสิริ ชมพุดา, 2551; วิทย์ มงคลวิสุทธิ, บุญทวรรณ วิงวอน, และ สุริยจรัส เตชะตันมื่นสกุล, 2564) พนักงานที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงนวัตกรรมและมีภาวะผู้นำ สามารถวางแผน กำหนดทิศทางและกระบวนการ พัฒนาตนเองและรู้ถึงวิธีแก้ปัญหาเพื่อเอาชนะความท้าทายหรือข้อจำกัด ส่งผลให้บุคคลเหล่านั้นสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีนวัตกรรม หากองค์กรจัดกิจกรรมที่สนับสนุนให้พนักงานเชื่อมั่นในความสามารถของตน สามารถผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานได้ (มนัษยา จันทเขต, มานพ ชูนิล, และ ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร, 2564)

ความผูกพันในงานของพนักงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องความผูกพันของพนักงาน พบว่าใช้คำเรียกหลายแบบ ซึ่งอาจมีความหมายแตกต่างกันไปตามบริบทของงานวิจัยหรือจากการแปลภาษาต่างประเทศ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้ความสนใจความผูกพันของพนักงานที่มีต่องานที่ตนปฏิบัติ จึงใช้คำว่า ความผูกพันในงานของพนักงาน บุญทริกา นิลผาย (2562) กล่าวว่าความผูกพันในงานเป็นสภาวะทางจิตด้านอารมณ์และความคิดเชิงบวก

ที่มีต้องงาน เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างพนักงานกับองค์กร ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน รู้สึกว่างานเป็นสิ่งสำคัญและเป็นเป้าหมายในการดำเนินชีวิต มีความสุขและมีสมาธิจดจ่ออยู่กับการทำงาน มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายและปฏิบัติหน้าที่อย่างดีที่สุด และไม่รู้สึกลังเลถึงความเหนื่อยหน่าย ในขณะที่ Schaufeli and Bakker (อ้างถึงใน ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ, 2560, น. 31) กล่าวว่า ความผูกพันในงานหมายถึงสภาวะทางจิตใจในด้านอารมณ์และความคิดในเชิงบวกที่มีต่องาน ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา และไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับวัตถุ สถานการณ์ ตัวบุคคล หรือพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งเท่านั้น บุคคลที่มีความผูกพันในงานเป็นคนที่มีความขยันขันแข็งในการทำงาน มีความพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค กระตือรือร้นอยู่เสมอ มองว่างานเป็นสิ่งท้าทายความสามารถ ภาคภูมิใจ มีแรงบันดาลใจในการทำงาน และรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน มีสมาธิจดจ่ออยู่กับการทำงาน จนรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ อรอนงค์ ดุ้ยแสน และ พิมพ์ชนก เครือสุคนธ์ (2561) ที่กล่าวว่า ความผูกพันต่องานหมายถึง การทำงานโดยมีพลังในการทำงาน รู้สึกต้องการทำงาน และพยายามพัฒนางานให้มากกว่าที่ได้รับมอบหมาย และสามารถทำงานได้ดีแม้ว่าทำคนเดียวหรือต้องทำร่วมกับผู้อื่นก็ตาม

ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้องค์กรแข็งแกร่งและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ก็คือทรัพยากรมนุษย์หรือพนักงาน องค์กรธุรกิจทุกประเภท ขนาดใหญ่หรือเล็ก ล้วนต้องมีพนักงานเป็นองค์ประกอบ โดยทั่วไปองค์กรย่อมคาดหวังการได้รับผลการปฏิบัติงานที่ดีจากพนักงานซึ่งแตกต่างกันได้ในแต่ละบุคคล การได้มาซึ่งผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อาจมาจากความรู้ความสามารถของตัวพนักงานเอง หรือจากปัจจัยอื่นร่วมด้วย เช่น อิทธิพลจากหัวหน้างาน ความเชื่อถือและศรัทธาในหัวหน้างาน ความรักความผูกพันในองค์กร รวมถึงการที่พนักงานได้รับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในด้านต่าง ๆ เพิ่มเติม (มัทรินทร์ ชาญเลขา, 2563) ยิ่งเมื่อองค์กรต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่ผันผวนรวดเร็วไม่แน่นอนในโลกยุค VUCA หัวใจสำคัญของการปรับตัวรับมือ VUCA ก็คือการพัฒนาคนหรือพนักงานทั้งทัศนคติและทักษะในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้องค์กรอาจพิจารณาปรับนโยบายบริหารงานบุคคลากรให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น การยกระดับทักษะพนักงาน (Reskill) การสร้างแรงจูงใจ (Retain) ตลอดจนการโยกย้ายพนักงานหรือเลิกจ้าง (Replace) (รักษ์ วรวิจิตรโกศาทร, 2561) บางองค์กรอาจต้องปรับเปลี่ยนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน แม้กระทั่งการมีผู้ร่วมงานต่างช่วงวัย หรือต่างเชื้อชาติเพิ่มขึ้น

โลกยุค VUCA

ช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโลกมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมาก สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจภายในและภายนอกองค์กรผันผวนตลอดเวลา มีเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น การแข่งขันทางธุรกิจเข้มข้นขึ้น ส่งผลให้องค์กรหลายภาคส่วนเกิดขึ้นและปิดตัวลง นอกจากนี้ยังมีภัยธรรมชาติ ความขัดแย้งระหว่างประเทศ และสถานการณ์ล่าสุดคือการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลกตั้งแต่

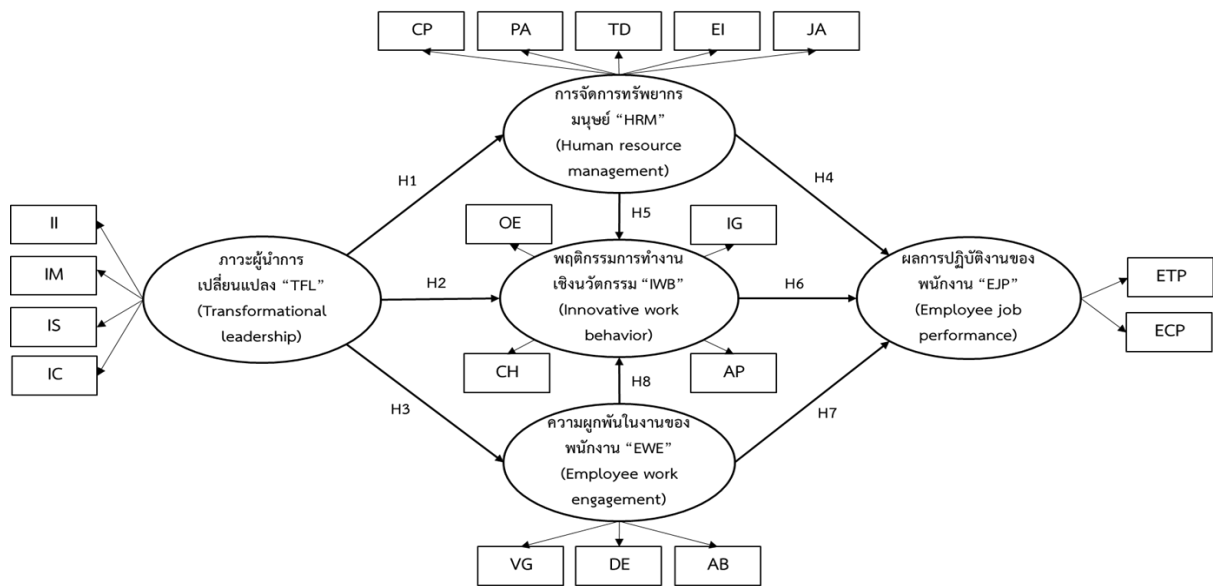
ต้นปี 2563 โดยเรียกสถานการณ์ที่เต็มไปด้วยความวุ่นวาย เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ยากต่อการคาดเดา และวางแผนรับมือ ว่า “VUCA World” ส่งผลกระทบแทบทุกองค์กร แม้ว่าในอดีตองค์กรประสบความสำเร็จเพียงใดก็ไม่ได้หมายความว่าประสบความสำเร็จในปัจจุบัน ด้วยอัตราการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างชันในทุกด้าน ในสถานการณ์เช่นนี้ องค์กรควรเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างจากเดิมเป็นรูปแบบโมดูลาร์ที่มีความยืดหยุ่นและคล่องตัว อีกทั้งมุ่งเน้นให้มีการเปลี่ยนกระบวนการทัศนแบบเก่าซึ่งความเป็นผู้นำจะอยู่เฉพาะในบุคคลหรือบทบาทหน้าที่ ไปสู่กระบวนการใหม่ที่กระจายความสามารถในการเป็นผู้นำไปทั่วทั้งองค์กร กำหนดกรอบในการพัฒนาผู้นำโดยมุ่งเน้นที่การนำนวัตกรรมมาใช้ให้มากยิ่งขึ้น (Raghuramapatruni & Kosuri, 2017) โลกยุค VUCA ประกอบด้วยคำ 4 คำคือ ความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความไม่ชัดเจน (Ambiguity) (HUBBA Thailand, 2564)

สมมติฐานการวิจัย

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์
2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม
3. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในงานของพนักงาน
4. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
5. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม
6. พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
7. ความผูกพันในงานของพนักงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
8. ความผูกพันในงานของพนักงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการทราบความสำคัญและอิทธิพลของบุพปัจจัย รวมถึงค้นหาแนวทางทางการบริหารบุพปัจจัยที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในโลกยุค VUCA ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย กำหนดตัวแปรแฝง 5 ตัวคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ความผูกพันในงานของพนักงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย: การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 12 ธนาคาร จำนวน 133,018 คน (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2564 แสดงในรายงานประจำปี 2564) ใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham (2006) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ในช่วง 490-980 คน เลือกตัวอย่างที่มีคุณสมบัติในการเป็นตัวแทนประชากร โดยเริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจงโดยกำหนดคำถามคัดกรองคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามไว้เป็นคำถามแรก ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานประจำระดับปฏิบัติการถึงผู้บริหารระดับกลาง ที่ร่วมงาน 1 ปีขึ้นไปของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจึงจะทำรายการต่อ ถ้าไม่ใช่ให้จบการตอบแบบสอบถาม จากนั้นใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวกหรือสมัครใจ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 555 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม มี 6 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ถึง 6 เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ สำหรับอภิปรายผลและแปลความหมาย โดยมีที่มาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 5 ประเด็น ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ความผูกพันในงานของพนักงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมทั้งสิ้น 61 ข้อ กำหนดการแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยที่ได้ตามการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้นคือ 0.80 โดยช่วงคะแนน 4.51 ถึง 5.00 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ช่วงคะแนน 3.41 ถึง 4.20 หมายถึงเห็นด้วย ช่วงคะแนน 2.61 ถึง 3.40 หมายถึงเฉย ๆ ช่วงคะแนน 1.81 ถึง 2.60 หมายถึงไม่เห็นด้วย และช่วงคะแนน 1.00 ถึง 1.80 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. การตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่พัฒนาให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์เกี่ยวกับบริบทของงานวิจัย จำนวน 5 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องและ

คุณภาพของเนื้อหา หากค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งได้ค่า IOC ระหว่าง 0.60-1.00 ถือว่ามีความสอดคล้องตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือ 0.50 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2556) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงแล้ว ไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจำนวน 30 คน และวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือคือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค เกณฑ์ที่ยอมรับโดยทั่วไปต้องไม่น้อยกว่า 0.700 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2556) ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบรายด้านอยู่ระหว่าง 0.700-0.896 ถือว่ามีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์

4. การรวบรวมข้อมูล ข้อมูลทุติยภูมิได้จากการค้นคว้าเอกสารประกอบการเรียน หนังสือ งานวิจัย บทความจากวารสารและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในงานวิจัย โลกยุค VUCA และธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ส่วนข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ตรวจสอบจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับ สอบทานความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล ได้แบบสอบถามจำนวน 555 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรในงานวิจัย สรุปและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย จากนั้นวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของผลการวิจัยและยืนยันนัยพหุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ระเบียบวิธีวิจัย: การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดไว้ 6-10 คน ตามรูปแบบของ Morse (อ้างถึงใน จำเริญ จวงตระกูล, 2561, น. 7) ทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงของสายงาน ผู้บริหารด้านกลยุทธ์และนโยบาย และผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเข้าใจบริบทของ VUCA

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือแบบสัมภาษณ์ประเภทมีโครงสร้าง หลังจากพัฒนาข้อคำถาม ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจทานและให้คำแนะนำ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ ความสำคัญ และกรอบแนวคิดของงานวิจัยให้ผู้บริหารระดับสูงทราบ ส่งข้อคำถามและนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์ จากนั้นรวบรวม ตรวจสอบ และเรียบเรียงข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้รับข้อมูลครบถ้วนแล้ว นำข้อมูลดังกล่าวมาสรุปด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย จากนั้นบูรณาการและเชื่อมโยงผลการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปพบว่า พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 555 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงานเจ้าหน้าที่หรือพนักงานปฏิบัติการ ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี สังกัดสายงานกลุ่มลูกค้าธุรกิจ/พาณิชย์
2. พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าตนมีคุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทุกด้าน โดยคุณลักษณะด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์เด่นชัดที่สุด รองลงมาคือ การกระตุ้นทางปัญญา การสร้างแรงบันดาลใจ และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์	4.62	0.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การสร้างแรงบันดาลใจ	4.52	0.52	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. การกระตุ้นทางปัญญา	4.53	0.55	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	4.52	0.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.54	0.46	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทุกด้านมีความสำคัญ โดยด้านการฝึกอบรมและการพัฒนามีความสำคัญที่สุด รองลงมาคือ การประเมินผลการปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทน ความมีอิสระในงาน และการมีส่วนร่วมของพนักงาน ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการจัดการทรัพยากรมนุษย์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. การบริหารค่าตอบแทน	4.46	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การประเมินผลการปฏิบัติงาน	4.48	0.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. การฝึกอบรมและการพัฒนา	4.51	0.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. การมีส่วนร่วมของพนักงาน	4.27	0.66	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ความมีอิสระในงาน	4.41	0.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.43	0.48	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4. พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าตนมีคุณลักษณะพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมทุกด้าน โดยคุณลักษณะด้านการทำให้ความคิดถูกยอมรับเด่นชัดที่สุด รองลงมาคือ การนำไปประยุกต์ใช้ การสำรวจโอกาส และการสร้างความคิด ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม

พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. การสำรวจโอกาส	4.34	0.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การสร้างความคิด	4.27	0.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. การทำให้ความคิดถูกยอมรับ	4.51	0.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. การนำไปประยุกต์ใช้	4.41	0.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.38	0.49	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5. พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าตนมีความผูกพันในงานที่ทำทุกด้าน โดย ด้านการอุทิศตนให้กับงานผูกพันมากที่สุด รองลงมาคือ การมีพลังในการทำงาน และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับงาน ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความผูกพันในงานของพนักงาน

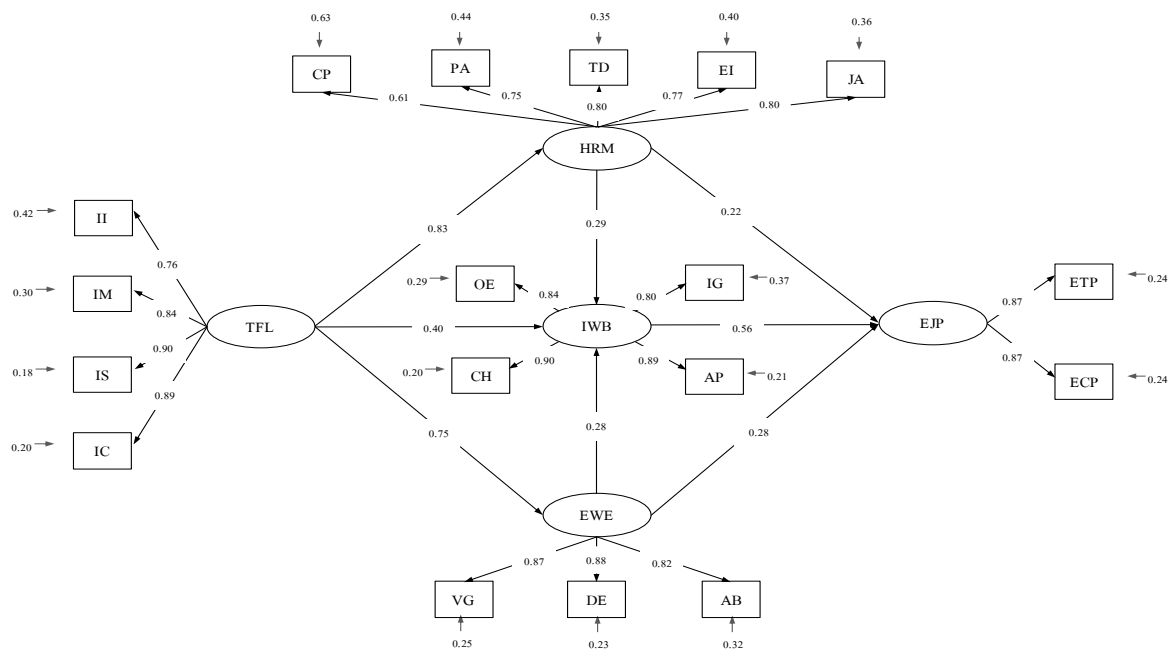
ความผูกพันในงานของพนักงาน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. การมีพลังในการทำงาน	4.17	0.66	เห็นด้วย
2. การอุทิศตนให้กับงาน	4.35	0.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับงาน	4.10	0.72	เห็นด้วย
รวม	4.21	0.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6. พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าตนมีการรับรู้ในผลการปฏิบัติงานทุกด้าน โดยผลการปฏิบัติงานด้านบริบทมากที่สุด รองลงมาคือด้านผลการปฏิบัติงานในหน้าที่

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. ผลการปฏิบัติงานในหน้าที่	4.21	0.56	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ผลการปฏิบัติงานด้านบริบท	4.42	0.55	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.31	0.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

7. ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความกลมกลืนที่ใช้ตรวจสอบ ดังภาพ 2



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (หลังปรับ)

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (ก่อนและหลังปรับแบบจำลอง)

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ก่อนปรับแบบจำลอง		หลังปรับแบบจำลอง	
		ค่าดัชนีที่ได้	ผลการพิจารณา	ค่าดัชนีที่ได้	ผลการพิจารณา
χ^2/df	< 2.00	5.00	ไม่ผ่าน	1.27	ผ่าน
p-value	> 0.05	0.000	ไม่ผ่าน	0.053	ผ่าน
RMSEA	< 0.05	0.085	ไม่ผ่าน	0.022	ผ่าน
CFI	> 0.95	0.98	ผ่าน	1.00	ผ่าน
GFI	> 0.95	0.89	ไม่ผ่าน	0.98	ผ่าน
AGFI	> 0.95	0.85	ไม่ผ่าน	0.96	ผ่าน
SRMR	< 0.05	0.045	ผ่าน	0.018	ผ่าน
CN	> 200	151.98	ไม่ผ่าน	624.19	ผ่าน

8. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในโลกยุค VUCA ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย พบว่าบุพปัจจัยทั้ง 4 มีอิทธิพลโดยรวมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลรวมสูงที่สุด 0.87 รองลงมาคือ พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม ความผูกพันในงานของพนักงาน และการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลน้อยที่สุด

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ตัวแปร	ตัวแปรเหตุ											
	TFL			HRM			IWB			EWE		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
HRM	0.83**	-	0.83**	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IWB	0.40**	0.45**	0.85**	0.29**	-	0.29**	-	-	-	0.28**	-	0.28**
EWE	0.75**	-	0.75**	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EJP	-	0.87**	0.87**	0.22**	0.16**	0.39**	0.56**	-	0.56**	0.28**	0.15**	0.43**

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติ ** ที่ระดับ .01 (t value > 2.576), DE: อิทธิพลทางตรง, IE: อิทธิพลทางอ้อม, TE: อิทธิพลรวม

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้บริหารระดับสูงให้ทรรศนะถึงอิทธิพลและความสำคัญของบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในโลกยุค VUCA ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ในทิศทางสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ กล่าวคือคุณลักษณะพื้นฐานสำคัญที่พนักงานในองค์กรควรมีก็คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม รวมถึงพนักงานควรมีความผูกพันในงานของตน เข้าใจรูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ซึ่งความสำคัญและอิทธิพลของบุพปัจจัยดังกล่าวอาจมากหรือน้อยต่างกันตามบริบทของงานที่ปฏิบัติ สิ่งสำคัญคือต้องได้รับการสนับสนุนที่เพียงพอและสม่ำเสมอจากองค์กร ควรจัดสรรให้พนักงานทุกระดับตามความเหมาะสมกับงานโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบและงบประมาณ

สรุปและอภิปรายผล

1. ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างหลังการปรับแล้วมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าบุพปัจจัยทั้ง 4 ด้านสำคัญและมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในระดับมากที่สุด จากผลการวิเคราะห์สมมติฐานพบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Purit Pongpearchan (2016) และ คมกริช นันทะโรจวงศ์ (2564) 2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2019) และลักษณา ศรีบุญวงศ์, เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย, และ พัชราภรณ์ อารีย์ (2563) 3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liang et al. (2017) และ Al-Amin (2017) 4) การจัดการทรัพยากรมนุษย์มี

อิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hassan (2016) และงานวิจัยของ สุกสาคอน สัจจันทา และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์ (2562) 5) การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ansari et al. (2018) และ Imran and Al-Ansi (2019) 6) พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nasir et al. (2018) และมนัษยา จันทเขต และคณะ (2564) 7) ความผูกพันในงานของพนักงานมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิสา พลายแก้ว (2560) และ Waseem and Mehmood (2019) และ 8) ความผูกพันในงานของพนักงานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim and Koo (2017) และ Li et al. (2019)

อภิปรายผลการวิจัยเชิงปริมาณผนวกกับการวิจัยเชิงคุณภาพได้ว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ได้รับอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมจากบุพปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ซึ่งแต่ละด้านสัมพันธ์ในลักษณะสนับสนุนกันแต่มีความสำคัญต่างกันตามบริบทของงาน งานตามหน้าที่นั้นทำให้กิจกรรมทุกอย่างดำเนินไปอย่างราบรื่นตามกระบวนการ ในขณะที่งานในบริบทช่วยสนับสนุนให้งานตามหน้าที่ราบรื่นยิ่งขึ้น (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5) การที่พนักงานจะได้ผลการปฏิบัติงานที่ดีและมีประสิทธิภาพในยุค VUCA ต้องเริ่มจากการมีคุณลักษณะของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม มีความผูกพันในงานของตน เข้าใจรูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และได้รับการสนับสนุนที่เพียงพอจากองค์กรโดยวางแผนพัฒนาบุพปัจจัยดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอให้พนักงานทุกระดับตามความเหมาะสมกับงานและงบประมาณ

ปัจจุบันภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่ได้จำกัดเฉพาะผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาเท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กร (กนกวรรณ ศรีสุนทร และ ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2565) เน้นบูรณาการภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมเข้ากับกิจกรรมหลัก มอบหมายงานที่ท้าทาย ให้อำนาจการตัดสินใจ สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานและสร้างสรรค์นวัตกรรม เมื่อองค์กรต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่ผันผวน รวดเร็ว ไม่แน่นอนในโลกยุค VUCA หัวใจสำคัญของการปรับตัวรับมือก็คือการพัฒนาคนหรือพนักงาน โดยเฉพาะทัศนคติและทักษะในการปฏิบัติงาน (รักษ วรวิจิธโคตร, 2561) สิ่งสำคัญต่อการปฏิบัติงานได้สำเร็จก็คือ สมรรถนะ หรือความสามารถของบุคคลในการประยุกต์ความรู้ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะในการปฏิบัติงาน ตลอดจนแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจนสำเร็จ ประกอบด้วย การจัดการตนเอง การสื่อสาร การรวมพลังทำงานเป็นทีม ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และการเป็นพลเมืองที่ดี (วัฒนาพร ระงับทุกข์, 2563) กฎระเบียบ ขั้นตอนการปฏิบัติงานและเกณฑ์การประเมินผลต้องมีความชัดเจน เพิ่มการอบรมทักษะการปฏิบัติงานด้านอื่นเพื่อให้สามารถทำงานแทนกันได้ นอกจากนี้เครื่องมืออุปกรณ์ใช้ในงานและการสื่อสารต้องเพียงพอ

2. แนวทางการบริหารบุปปัจจัย อันได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ พฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม และความผูกพันในงานของพนักงาน ในยุคที่โลกเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ที่เต็มไปด้วยความผันผวน ไม่แน่นอน ซับซ้อน และคลุมเครือที่เรียกว่ายุค VUCA นั้นมีดังนี้ 1) องค์กรต้องเตรียมพร้อมทั้งนโยบายการดำเนินธุรกิจและบุคลากร โดยสามารถแปลงความท้าทายที่เกิดขึ้นให้เป็นวิสัยทัศน์และการดำเนินการที่ชัดเจนได้ และที่สำคัญคือเตรียมบุคลากรให้มีภาวะผู้นำที่คล่องแคล่วไวในการปรับตัว เพื่อให้สามารถรับมือกับปัญหาทุกรูปแบบที่คาดเดาการเปลี่ยนแปลงได้ยากหรือคาดเดาไม่ได้ คุณลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นภาวะผู้นำที่เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำและผู้ตามเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Juhro & Aulia, 2018) 2) องค์กรควรสร้างบรรยากาศในสถานที่ปฏิบัติงานรวมถึงการจัดกิจกรรมที่เอื้อให้พนักงานสร้างสรรค์นวัตกรรม 3) องค์กรควรจัดกิจกรรมที่สนับสนุนให้พนักงานรับรู้ได้ถึงคุณค่าและการมีส่วนร่วม อันจะก่อให้เกิดความผูกพันในการทำงาน 4) องค์กรต้องเตรียมรูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น การทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการ เกณฑ์การประเมินผลปฏิบัติงาน การให้พนักงานทำงานที่บ้านแทนสำนักงานหรือรูปแบบผสมผสานกัน การปรับวิธีหรือกระบวนการทำงาน จัดเครื่องมืออุปกรณ์การทำงาน และการสื่อสาร การฝึกอบรมพัฒนาให้บุคลากรมีทักษะในงานหลายด้าน ตลอดจนการให้อำนาจการตัดสินใจในงาน ซึ่งรูปแบบและกระบวนการทำงานที่เปลี่ยนไป นำมาสู่บริบทที่แตกต่างจากเดิม ทั้งด้านการปฏิบัติงาน การประเมินผล การประสานงาน อุปกรณ์การทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐาน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย และยังส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานด้วย (พิมพ์นารา หิรัญกุล, 2565)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์หัตถิทธิพลเชิงสาเหตุ พบว่าค่าหัตถิทธิพลแต่ละเส้นทางสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้ซึ่งจะส่งผลให้ได้ค่าหัตถิทธิพลรวมที่ดีขึ้น อันหมายถึงการส่งผลให้พนักงานได้ผลการปฏิบัติงานที่ดีและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จึงขอเสนอแนะดังนี้ องค์กรควร 1) เสริมสร้างให้พนักงานตระหนักและเข้าใจถึงคุณลักษณะและความสำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม จนสามารถสร้างคุณลักษณะดังกล่าวให้เกิดขึ้นได้ในตนเอง เพื่อเตรียมพื้นฐานในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง 2) สนับสนุนให้พนักงานเกิดความผูกพันในการทำงาน โดยมอบหมายงานที่รับรู้ได้ถึงคุณค่าและการมีส่วนร่วม ให้ออกาสการเรียนรู้ สร้างบรรยากาศในสถานที่ปฏิบัติงานที่ปลอดภัยและสบายใจ และ 3) ให้ความรู้และสนับสนุนให้พนักงานตระหนักในความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงเข้าใจข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในแต่ละสถานการณ์ อาทิ การปฏิบัติงานจากที่บ้าน การนำเทคโนโลยีหรือซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ มาใช้ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบังคับบัญชา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้

จากผลการวิจัย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกด้าน แสดงถึงความตระหนักต่อการปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง มีเพียงบางประเด็นที่ต้องเสริมเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองโลกยุค VUCA ได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นดังนี้ องค์ควร 1) เสริมกิจกรรมประจำวันหรือการฝึกอบรมที่มีการสอดแทรกคุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง อันได้แก่ การประชุมสั้น ๆ ในทีมงานเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า กิจกรรมการเล่าเรื่อง (storytelling) การเรียนรู้ร่วมกับเพื่อน (Peer Learning) เป็นต้น 2) จัดอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ให้เหมาะสมเพียงพอ ทบทวนรูปแบบการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับงาน กำหนดนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนและเกณฑ์การประเมินผลที่ชัดเจน เน้นฝึกอบรมเพื่อสร้างทักษะในงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อความต่อเนื่องในการเรียนรู้และได้ผลิตภาพที่ดียิ่งขึ้น เพิ่มทักษะการสอนงานระบบพี่เลี้ยง (mentoring) การโค้ช (Coaching) และการทำงานที่หลากหลาย (Multi Skill) การอบรมเรื่องนอกเหนือจากงานในหน้าที่เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองและพัฒนาคิดนอกกรอบ การสื่อสารข้อมูลสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรจากผู้บริหารสูงสุด เช่น ผลการดำเนินงาน แผนการลงทุน เป้าหมายระยะยาว สถานการณ์โลก เพื่อให้พนักงานรับรู้และปฏิบัติตนได้ถูกต้อง 3) เน้นฝึกทักษะการปฏิบัติงานหลักอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดสมรรถนะ (Competency) ซึ่งจะสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม นำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 4) หาแนวทางหรือกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นให้พนักงานเกิดความเป็นหนึ่งเดียว มีความสุขและสนุกกับการทำงาน เน้นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมากขึ้น เสริมกิจกรรมการเล่าเรื่องที่สอดแทรกความภาคภูมิใจในงาน ความสำเร็จ ความมุ่งมั่น ความประทับใจหรือประสบการณ์ที่น่าจดจำ และ 5) สำรวจแนวปฏิบัติและความยากง่ายของการปฏิบัติงานแต่ละหน่วยงานภายใต้ข้อจำกัดในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพื่อกำหนดกฎระเบียบการปฏิบัติงานหรือค่าตอบแทนพิเศษ (Incentive) ให้เหมาะสมกับสถานการณ์

จากผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะต่อองค์กรดังนี้ 1) พิจารณาแผนพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้กับพนักงานทุกระดับตามความเหมาะสมกับงานในความรับผิดชอบ 2) พิจารณาแผนพัฒนาพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมให้กับพนักงานทุกระดับควบคู่ไปกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบและงบประมาณขององค์กร ซึ่งต้องพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ 3) เพิ่มดัชนีชี้วัดผลสำเร็จของงาน (Key Performance Indicator: KPI) ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ หรือให้เงินรางวัลพิเศษสำหรับพนักงานที่ทำโครงการด้านส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรสำเร็จ 4) สนับสนุนให้พนักงานสร้างความผูกพันในงาน เนื่องจากมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และ 5) กำหนดรูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้

สอดคล้องกับสถานการณ์ VUCA ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เน้นการฝึกอบรมระบบซอฟต์แวร์และเสริมสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม และกำหนดเกณฑ์การประเมินผลให้สอดคล้องกับลักษณะงานหรือค่างาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

จากผลการวิจัยพบประเด็นที่ควรพิจารณา ดังนี้ 1) เนื่องจากช่วงเวลาของการศึกษาข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้อยู่ในช่วงที่สถานการณ์โควิด-19 ยังไม่สิ้นสุด ทำให้เกิดข้อจำกัดบางประการ ซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยสะท้อนได้เพียงภาพกว้างและขาดความสมบูรณ์ไปบ้าง จึงเห็นควรเสนอให้ทำงานวิจัยต่อเนื่องทั้งในบริบทเดิมหรือบริบทอื่น 2) ศึกษาเพิ่มเติมถึงค่าอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยส่งผ่านพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมจากนั้นผ่านความผูกพันในงานของพนักงาน หรือส่งผ่านพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมจากนั้นผ่านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หรือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำแนกรายด้านว่าด้านใดมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโลกยุค VUCA ในระดับมากกว่ากัน 4) ศึกษาองค์ประกอบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านอื่น ๆ นอกเหนือจาก 5 ด้านในงานวิจัยนี้ เพื่อดูผลว่าด้านใดมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโลกยุค VUCA มากกว่ากัน 5) ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หรือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตามระดับตำแหน่งงาน อายุงาน ช่วงวัย แต่ละระดับให้ค่าอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโลกยุค VUCA อย่างไร และ 6) ศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่นที่อาจมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เช่น ภาวะผู้นำประเภทอื่น ความพึงพอใจในงาน การสื่อสารในองค์กร พฤติกรรมความเป็นสมาชิกองค์กรที่ดี ความผูกพันต่อองค์กร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ศรีสุนทร และทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2565). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(12), 101-117.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คมกริช นันทะโรจวงศ์. (2564). การเสริมสร้างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่มีนวัตกรรม: อิทธิพลของการรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพสูง และการรับรู้ความสามารถของตนเอง. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(1), 44-65.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2561). ปัญหาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 1(2), 1-21.

ดอน นาครทรรพ. (2563). การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจในโลก VUCA. สืบค้นจาก

https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_30Nov2020-2.aspx

บุญทริกา นิลผาย. (2562). ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะงานกับความผูกพันในงานกรณีศึกษา: บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ประยงค์ มีใจเชื้อ. (2561). เอกสารประกอบการสอน *Management Theory and Theoretical Foundations*. เอกสารอัดสำเนา.

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2560). กลยุทธ์การวางแผนและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ส. เอเซียเพลส (1989).

ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลและแนวทางการเสริมสร้างพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม: การวิจัยผลฐานวิธี. ดุษฎีนิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พัชสิริ ชมพุดำ. (2551). นวัตกรรมเพื่อการแข่งขันที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิมพ์นารา หิรัญกลี. (2565). ถอดบทเรียน *Work-from-Home* ช่วงโควิด-19 สู่การทำงานที่ยืดหยุ่นในอนาคต. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/work-from-home-22>

ภคพร เปลี่ยนไฟโรจน์ และมณฑล สรไกรกิติกุล. (2562). มุมมองและการปรับตัวของพนักงานในยุคบริการทางการเงินดิจิทัล. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 8(1), 62-80.

มนัชา จันทเขต, มานพ ชูนิล และปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมในการทำงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสายวิจัยและพัฒนา กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(12), 15-30.

มัทรินทร์ ชาญเลขา. (2563). การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อองค์กรและการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา พนักงานธนาคารกสิกรไทยฝ่ายธุรกิจไพรเวทแบงก์ (Private Banking). วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

รวินท์พร สุวรรณรัตน์. (2560). แรงจูงใจในการทำงาน พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและประสิทธิผลการทำงานของบุคลากรวัยทำงาน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

รักษ์ วรกิจโกศาทร. (2561). การบริหารคนบนโลกแห่งความผันผวน. สืบค้นจาก

https://ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/page/1.vuca_drrak_final.pdf

- ลักษณ์ ศรีบุญวงศ์, เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย และพัชราภรณ์ อารีย์. (2563). โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วย พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงานและผลปฏิบัติงานตามหน้าที่ตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลทั่วไป. *วารสารพยาบาลโรคหัวใจและทรวงอก*, 31(2), 96-111.
- วัฒนาพร กระจับทุกซ์. (2563). สมรรถนะเด็กไทยในยุคโลกพลิกผัน (VUCA World). *คุรุสภาวิทยากร*, 1(1), 8-18.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2563). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. สืบค้นจาก https://th.wikipedia.org/wiki/วิชุดา_สร้อยสุด, เมธินี อินทร์บัว, จิรภา มิ่งเชื้อ, ยุวดี เคน้าอ่าง และโชติ บดีรัฐ. (2564). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กรยุคปัจจุบัน. *Journal of Modern Learning Development*, 6(5), 340-350.
- วิทย์ มงคลวิสุทธิ, บุญทวรรณ วิงวอน และสุริยจรัส เตชะตันมินสกุล. (2564). องค์การแห่งนวัตกรรมในฐานะบทบาทเชื่อมโยงระหว่างภาวะผู้นำและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มงานการพยาบาล โรงพยาบาลชุมชน. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 16(2), 1-22.
- สากล พรหมสถิตย์, สถาพร วิชัยรัมย์ และธนากร เพชรสินจร. (2562). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 3(1), 51-64.
- สุกสาคอน สัจันทา และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. (2562). อิทธิพลของทรัพยากรในงานและความมุ่งมั่นในการทำงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ของรัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว. *วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(21), 148-160.
- สุวิสา พลายแก้ว. (2560). อิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กร การให้อำนาจเบ็ดเสร็จเชิงจิตวิทยา และความยุติธรรมในองค์กร ต่อความยึดมั่นผูกพันในงาน ความพึงพอใจในงาน และผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. *ดุสิตบัณฑิตบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต*, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อรอนงค์ ต้อยแสน และพิมพ์ชนก เครือสุคนธ์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างความมีอิสระในงาน การรับรู้ความสามารถในตนเอง ต่อความผูกพันต่องานของนักสื่อสารมวลชน: บทบาทการเป็นตัวแปรปรับของความกดดันในงาน. *วารสารสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 6(1), 130-172.
- Al-Amin, M. (2017). Transformational leadership and employee performance mediating effect of employee engagement. *North South Business Review*, 7(2), 27-40.

- Ansari, N. Y. Siddiqui, S. H., & Farrukh, M. (2018). The effect of high performance work practices on employee innovative behavior: The mediating role of job embeddedness. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 8(2), 64-88.
- Bennett, A. M. (2021). The impact of the COVID-19 Crisis on the future of human resource management. *Journal of Human Resource Management*, 9(3), 58-53.
- Dhillon, R., & Nguyen, Q. C. (2020). *Strategies to respond to a VUCA world: A review of existing knowledge*. Lund, Scania, Sweden: LUNDS Universiteit, Department of Business Administration.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hassan, S. (2016). Impact of HRM practices on employee's performance. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6(1), 15-22.
- HUBBA Thailand. (2564). *How to: เป็นผู้นำที่รับมือได้ดีกับความท้าทายแบบ VUCA*. สืบค้นจาก <https://www.hubbathailand.com/hubba-blog/how-to-be-a-good-leader-through-vuca>.
- Imran, R., & Al-Ansi, K. S. H. (2019, March). *High performance work system, job engagement and innovative work behavior: An exploration in Omani context*. Paper presented at ICCMB 2019: Proceedings of the 2019 2nd International Conference on Computers in Management and Business, Cambridge, MA.
- Juhro, S. M., & Aulia, A. F. (2018). Transformational leadership through applied neuroscience: Transmission mechanism of the thinking process. *International Journal of Organizational Leadership*, 7(3), 211-229.
- Kim, M.-S., & Koo, D.-W. (2017). Linking LMX, engagement, innovative behavior, and job performance in hotel employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(12), 3044-3062.
- Lawrence, K. (2013). *Developing leaders in a VUCA environment*. Chapel Hill, NC: UNC Kenan-Flagler Business School.
- Li, H., Sajjad, N., Wang, Q., Ali, A. M., Khaqan, Z., & Amina, S. (2019). Influence of transformational leadership on employees' innovative work behavior in sustainable organizations: Test of mediation and moderation processes. *Sustainability*, 11(1594), 1-21.

- Liang, T.-L., Chang, H.-F., Ko, M.-H., & Lin, C.-W. (2017). Transformational leadership and employee voices in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 374-392.
- Nasir, N., Halimatussakdiah, H., Suryani, I., Zuhra, S. E., Armia, S., & Mahdani, I. (2018). How intrinsic motivation and innovative work behavior affect job performance. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 292(1), 606-612.
- Palagrit.com. (ม.ป.ป.). *Critical Thinking คืออะไร? สืบค้นจาก* <https://www.palagrit.com/what-is-critical-thinking/>
- Purit Pongpearchan. (2016). Effect of transformational leadership on strategic human resource management and firm success of Toyota's dealer in Thailand. *Journal of Business and Retail Management Research*, 10(2), 53-63.
- Raghuramapatruni, R., & Kosuri, S. (2017). The straits of success in a VUCA world. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(2), 16-22.
- Waseem, S. N., & Mehmood, K. (2019). A study on the drivers of employee engagement and its relationship with employee performance. *South Asian Journal of Management Sciences*, 13(2), 172-190.

ปัจจัยสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน:

กรณีศึกษาบริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร

The Environmental Factors in the Workplace Affecting Employee Motivation:

A Case Study of Nestle (Thai) Co., Ltd., Nava Nakorn Plant

Received: October 03, 2023

Revised: November 13, 2023

Accepted: November 27, 2023

ชยพล หนูแดง¹ ณัฐพล พันธุ์ศักดิ์²

Chayapol Noodaeng and Nuttapon Punpugdee

บทคัดย่อ

งานศึกษาค้นคว้านี้เป็นการศึกษา ปัจจัยสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษาบริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อนำผลการศึกษามาเสนอโครงการการปรับปรุงสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในสายการผลิตและหาแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มผลผลิตขององค์กรต่อไป การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow) และ ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg' Two –Tactor Theory) เป็นแนวคิดในการวิจัยจัดทำเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามปลายปิด ประเภทแบบสอบถามตรวจสอบรายการ และแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเป็นมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ โดยเก็บรวบรวมข้อมูล จากพนักงาน บริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร จำนวน 276 คน ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ใช้วิธีวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) พบว่า สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน และ สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน ส่งผลต่อแรงจูงใจการปฏิบัติงาน นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน และ สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: สิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน

^{1 2} ภาควิชาการจัดการเทคโนโลยีและการปฏิบัติการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; Department of Technology and Operations Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University; Email: chayapol.no@ku.th¹, nuttapon.p@ku.th²

ABSTRACT

In this research investigation, the researchers examine the environmental factors in the workplace affecting employee motivation: a case study of Nestle (Thai) Co., Ltd., Nava Nakorn plant. The objective is to determine the environmental factors affecting employee motivation in order to propose environmental development projects to increase employee motivation in the production line and to find solutions for an increase in organizational productivity.

The study applied Maslow's theory and Herzberg' Two-Factor theory as the conceptual framework. The research instruments to collect data were a checklist close-ended questionnaire and a five-rating Likert scale questionnaire. Data were collected from 276 employees at Nestle (Thai), Co., Ltd., Nava Nakorn plant during May to July 2023. Data were analyzed using the technique of multiple regression analysis (MRA). Findings showed that the working environment and workplace amenities affected employee motivation. In addition, the consideration of the relationship between variables found that workplace amenities and working environment exhibited a positive influence on employee motivation at the statistically significant level of 0.05.

Keywords: Workplace Environment, Work Motivation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) โรงงานนวนคร เปิดดำเนินการผลิตโรงงานนมผงแห่งแรกและแห่งเดียวของ ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ด้วยความมุ่งมั่นของเนสท์เล่ในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้แก่ประเทศ ไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 ได้เพิ่มส่วนการผลิตเนสกาแฟ กาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋อง” ที่มีกำลังการผลิต มากกว่าวันละ 1 ล้านกระป๋อง และเพิ่มส่วนการผลิต “กาแฟปรุงสำเร็จ ทรีอินวัน”ในปี พ.ศ. 2552 และขยาย ส่วนการผลิตโรงงาน UHT ในปี พ.ศ. 2563 มีการขยายส่วนการผลิต (เนสท์เล่ (ไทย), ม.ป.ป.) เพื่อให้ บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันและได้เปรียบทางด้านต้นทุน บริษัทจึงปรับปรุงโครงสร้างการ ดำเนินงาน จัดสรรบุคลากรภายในเพื่อให้สามารถใช้องค์กรอย่างเต็มความสามารถ และจากการปรับปรุง โครงสร้างรวมถึงวิธีการทำงานใหม่ ทำให้นักงานบางส่วนต้องใช้เวลาปรับตัวในสถานที่ปฏิบัติงานใหม่ สภาพแวดล้อมใหม่ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความเสี่ยงในข้อ นี้จึงมีนโยบายในการอบรมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของพนักงานก่อนเริ่มงานในสถานที่ทำงานใหม่

สิ่งแวดล้อมใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานจะสามารถทำงานด้วยความเข้าใจ ลดข้อผิดพลาด รวมถึงลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอันเกิดมาจากความไม่เข้าใจได้ “สิ่งแวดล้อมการทำงาน” โดยทั่วไปจะหมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวผู้ประกอบอาชีพหรือคนงานในขณะทำงาน อาจรวมถึง เครื่องจักรกล อุปกรณ์ เครื่องมือ อากาศที่หายใจ แสงสว่าง ความสั่นสะเทือน รังสี ความร้อน ความเย็น ก๊าซ ไอสาร ฝุ่น ละออง โฟม และสารเคมีอื่น ๆ และยักรวมถึงเชื้อโรคและสัตว์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึง สภาพการทำงานที่ซ้ำซาก ความเร่งรีบในการทำงาน การทำงานเป็นผลัดหมุนเวียน สัมพันธภาพระหว่างเพื่อนร่วมงาน ค่าตอบแทนและชั่วโมงการทำงาน เป็นต้น ความไม่เหมาะสมของสิ่งแวดล้อมการทำงาน นับว่าเป็นปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้เกิดอันตรายจากการประกอบอาชีพเช่นเดียวกัน (ญานิศา สมักรการ, 2564) สิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงาน หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบตัวเราในขณะทำงาน ซึ่งอาจเป็นนสิ่งมีชีวิต ได้แก่ ผู้ร่วมงาน หัวหน้างาน โค กระบือ ม้า หรือเชื้อโรค เช่น เชื้อรา แบคทีเรีย ไวรัส อาจเป็นวัสดุสิ่งของ เช่น เครื่องจักร สารเคมี สารกำจัดแมลงหรือกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น อาจเป็นพลังงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความร้อน เสียง แสงสว่าง เป็นต้น อาจเป็นบรรยากาศในการทำงาน ได้แก่ กฎระเบียบในการทำงาน ค่าจ้าง หรือค่าตอบแทนที่จะได้รับ สวัสดิการ เวลา หรือชั่วโมงการทำงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงานมีความสัมพันธ์กับสุขภาพของคนทำงาน กล่าวคือ ถ้าผู้ปฏิบัติงานทำงานในสิ่งแวดล้อมการทำงานที่ดีย่อมส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานมีสุขภาพดี มีความสุขในการทำงาน ในทางตรงข้าม ถ้าสิ่งแวดล้อมในการทำงานไม่ดี มีสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความไม่สบายกาย ไม่สบายใจ เกิดความเครียดในการทำงาน ทำให้คนทำงานมีความเสี่ยงในการทำงาน อาจมีผลทำให้เกิดเป็นโรคจากการทำงานหรือได้รับบาดเจ็บจากการทำงาน ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล (สำนักงานอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2556) เมื่อองค์กรสามารถจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้พนักงานได้มีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี ตรงตามความต้องการของพนักงาน จะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน เชื้อมั้น มีแรงจูงใจ เต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร (วัฒนชัย ไชยอำพร, 2565)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยของสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร เพื่อจะทราบถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานจะได้นำไปปรับปรุงและหาแนวแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร

นิยามศัพท์

สิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวผู้ปฏิบัติงานในขณะที่ทำงาน มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) สิ่งแวดล้อมทางเคมี (Chemical Environment) สิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological Environment) และสิ่งแวดล้อมทางกายศาสตร์ (Ergonomics) (Admin, 2021)

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง พฤติกรรม หรือการกระทำของบุคคลที่แสดงออกเมื่อเกิดความต้องการในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้บรรลุสิ่งที่ตั้งใจกระทำได้ การแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์มีสาเหตุมาจากแรงจูงใจ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร

ขอบเขตด้านประชากร พนักงานบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร จำนวน 648 คน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมในด้านสภาพอากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานในไลน์การผลิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของ Moos (1994) ในมิติความก้าวหน้าในหน้าที่การงานด้านความกดดันในการทำงานที่อาจเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มิติการคงไว้ และการเปลี่ยนแปลงระบบงานด้านความสะดวกสบายในการทำงานซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดความรู้สึกสบาย และสนับสนุนให้พนักงานรู้สึกพอใจในการทำงาน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Thamrin and Riyanto (2020) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของแรงจูงใจในการทำงานจาก สภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ โอภาส จุเลศตระกูล (2564) โดยพบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานส่งผลเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจเช่น ทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow, 1958) ในมิติด้านความต้องการมั่นคงปลอดภัยซึ่งเป็นลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานลำดับที่สอง หลังจากที่มีความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยมีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ปราศจากความกลัว การสูญเสียและภัยอันตรายมีการกล่าวถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมรวมอยู่ด้วย รวมถึงทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเบิร์ก (Herzberg, Mausner & Snyderman, 2017) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ระบุถึงสภาพแวดล้อมของงานที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในงาน

(Job Dissatisfaction) และลักษณะของงานที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) โดยปัจจัยที่สอง ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Maintenance or Hygiene Factors) ด้านสภาพการทำงาน (Working Conditions) มีการกล่าวว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำงาน เช่น เสียง แสงสว่าง อุณหภูมิ การระบายอากาศ รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อผู้ทำงานและเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการทำงาน

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการวิจัย ดังต่อไปนี้

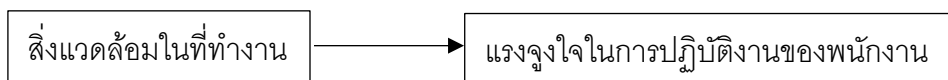
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ; H1

ตัวแปรอิสระ คือ สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน, ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการทำงาน

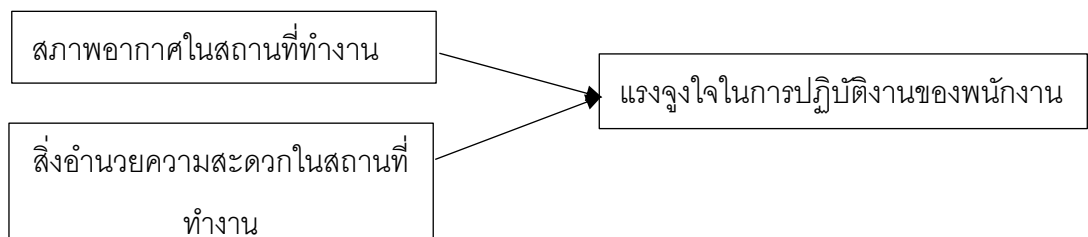
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงานส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ; H2

ตัวแปรอิสระ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน, ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการทำงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดเดิม



ภาพ 2 กรอบแนวคิดใหม่หลังการทำ Factor Analysis

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษครั้งนี้ ประชากร คือ พนักงานผู้ปฏิบัติงานในแผนกต่างๆ ของ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร จำนวน 648 คน ซึ่งได้รายชื่อมาจากแผนกทรัพยากรบุคคล กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกบางส่วน of ประชากรทั้งหมดที่ต้องการจะเก็บข้อมูล การศึกษานี้เลือก

กลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ปฏิบัติงานในแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสายการผลิต รวมถึงหัวหน้างานผู้ได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศและสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนั้นเพื่อให้มั่นใจว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) มีจำนวนเพียงพอที่จะทดสอบความเชื่อมั่นทางสถิติได้ และมากเพียงพอที่จะอ้างอิงไปถึงประชากรที่ต้องการศึกษา การศึกษาครั้งนี้ใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เนื่องจากทราบจำนวนประชากร

จากผลการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถอธิบายได้ว่าจะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 ชุดหรือมากกว่า เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ร้อยละ 5

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Forms จากผู้ปฏิบัติงานในแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสายการผลิต รวมถึงหัวหน้างานผู้ได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศและสิ่งอำนวยความสะดวก ของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงาน นวนคร

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 นำปัจจัยด้านประชากรศาสตร์วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ประกอบด้วยข้อมูลการแจกแจงเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) เพื่อจะนำมาใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ก่อนวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 สิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงาน ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดเรียงข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามทั้ง 12 ข้อให้เป็นหมวดหมู่โดยใช้เครื่องมือ Factor analysis โดยหลังจากการวิเคราะห์ที่ได้ผลการจัดเรียงข้อมูลออกเป็นสองกลุ่มคือ 1) สภาพอากาศในสถานที่ทำงาน และ 2) สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ทำงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 กลุ่มที่ 1 สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน กลุ่มที่ 2 สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน และ ส่วนที่ 3 แรงงูใจในการทำงาน ใช้วิธีหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) จากการรับรู้ในขณะปฏิบัติงาน เพื่อนำมาอธิบายข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานและแรงงูใจในการทำงานของพนักงานในขั้นตอนถัดไป สำหรับการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ย ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเชื่อมั่นโดยการหาสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยผลของการทดสอบพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.932 ถึง 0.937 และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาของ

cronbach's alpha 0.957 แปลผลได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

นำข้อมูลส่วนที่ 2 กลุ่มที่ 1 สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน กลุ่มที่ 2 สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน และ ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการทำงาน มาวิเคราะห์เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis, MRA)

ตาราง 1 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในส่วนปัจจัยด้านสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน

สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	5	4	3	2	1			
1.สถานที่ทำงานมีบรรยากาศในการทำงานที่เหมาะสม	37 (13.4)	164 (59.4)	56 (20.3)	16 (5.8)	3 (1.1)	3.78	0.79	มาก
2. สถานที่ทำงานมีอุณหภูมิในสถานที่ทำงานที่เหมาะสม	42 (15.2)	96 (34.8)	63 (22.8)	55 (19.9)	20 (7.2)	3.31	1.16	ปานกลาง
3. สถานที่ทำงานมีการระบายอากาศในสถานที่ทำงานที่เหมาะสม	40 (14.5)	119 (43.1)	63 (22.8)	38 (13.8)	16 (5.8)	3.47	1.08	ปานกลาง
รวม						3.52	1.01	ปานกลาง

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่า จากการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ปฏิบัติงานในแผนกต่าง ๆ ของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร จำนวน 276 ราย มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.01) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นมากที่สุดต่อด้านสถานที่ทำงานมีบรรยากาศในการทำงานที่เหมาะสมโดยมีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.79) รองลงมาได้แก่ด้านสถานที่ทำงานมีการระบายอากาศในสถานที่ทำงานที่เหมาะสม มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 1.08) และด้านสถานที่ทำงานมีอุณหภูมิในสถานที่ทำงานที่เหมาะสม มีความคิดเห็นระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 1.16) ตามลำดับ

ตาราง 2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในส่วนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน

สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	5	4	3	2	1			
1. สถานที่ทำงานมีเครื่องมืออุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการทำงานเพียงพอ	42 (15.2)	132 (47.8)	62 (22.5)	33 (12.0)	7 (2.5)	3.61	0.97	มาก
2. สถานที่ทำงานมีความปลอดภัย อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการทำงานมีการจัดเก็บ ดูแล และซ่อมบำรุงสม่ำเสมอ	57 (20.7)	164 (59.4)	39 (14.1)	12 (4.3)	4 (1.4)	3.93	0.81	มาก
3. สถานที่ทำงานมีการนำเทคโนโลยีต่างๆที่เหมาะสมมาใช้ในการปฏิบัติงาน	65 (23.6)	163 (59.1)	39 (14.1)	8 (2.9)	1 (0.4)	4.03	0.73	มาก
4. สถานที่ทำงานมีการแบ่งพื้นที่ในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม	57 (20.7)	153 (55.4)	54 (19.6)	9 (3.3)	3 (1.1)	3.91	0.79	มาก
5. สถานที่ทำงานมีความสะดวกสบายในการปฏิบัติงาน	56 (20.3)	139 (50.4)	58 (21.0)	20 (7.2)	3 (1.1)	3.82	0.88	มาก
6. สถานที่ทำงานมีความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน	59 (21.4)	151 (54.7)	48 (17.4)	15 (5.4)	3 (1.1)	3.90	0.83	มาก
รวม						3.87	0.84	มาก

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่าจาก ผู้ปฏิบัติงานในแผนกต่าง ๆ ของ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร จำนวน 276 ราย มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในที่ปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.84) โดยด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดสามลำดับแรก ได้แก่ 1) ด้านพนักงานเห็นด้วยกับการที่สถานที่ทำงานที่มีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เหมาะสมมาใช้ในการปฏิบัติงาน มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.73) 2) ด้านพนักงานเห็นด้วยกับการที่สถานที่ทำงานมีความปลอดภัย อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการทำงานมีการจัดเก็บ ดูแล และซ่อมบำรุงสม่ำเสมอ มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.81) และ 3) ด้านสถานที่ทำงานมีการแบ่งพื้นที่ในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในส่วนแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ที่ทำงานคือบ้านหลังที่สอง	60 (21.7)	135 (48.9)	59 (21.4)	19 (6.9)	3 (1.1)	3.83	0.88	มาก
2. ที่ทำงานส่งผลให้เกิดความต้องการที่จะเรียนรู้	71 (25.7)	144 (52.2)	51 (18.5)	9 (3.3)	1 (0.4)	4.00	0.78	มาก
3. ที่ทำงานส่งผลต่อความต้องการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน	69 (25.0)	141 (51.1)	54 (19.6)	10 (3.6)	2 (0.7)	3.96	0.81	มาก
4. ที่ทำงานส่งผลให้มีความต้องการที่จะไปทำงานในทุก ๆ วัน	62 (22.5)	117 (42.2)	78 (28.3)	15 (5.4)	4 (1.4)	3.79	0.90	มาก
5. ที่ทำงานส่งเสริมให้เกิดความต้องการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน	75 (27.2)	148 (53.6)	44 (15.9)	7 (2.5)	2 (0.7)	4.04	0.77	มาก
6. ที่ทำงานส่งเสริมให้มีความรู้สึกพึงพอใจในผลงานของตนเอง	60 (21.7)	140 (50.7)	64 (23.2)	8 (2.9)	4 (1.4)	3.88	0.83	มาก
7. ที่ทำงานเป็นอุปสรรคในการส่งมอบงาน	6 (2.2)	27 (9.8)	130 (47.1)	87 (31.5)	26 (9.4)	2.64	0.87	ปานกลาง
8. ที่ทำงานทำให้เกิดความรู้สึกมุ่งมั่นเพื่อจะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ	63 (22.8)	161 (58.3)	45 (16.3)	6 (2.2)	1 (0.4)	4.01	0.72	มาก
9. ที่ทำงานทำให้เกิดความรู้สึกมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	59 (21.4)	139 (50.4)	66 (23.9)	10 (3.6)	2 (0.7)	3.88	0.81	มาก
10. ที่ทำงานส่งผลให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน	60 (21.7)	151 (54.7)	54 (19.6)	10 (3.6)	1 (0.4)	3.94	0.77	มาก
11. ที่ทำงานส่งผลให้มีสุขภาพที่ดี	44 (15.9)	101 (36.6)	88 (31.9)	38 (13.8)	5 (1.8)	3.51	0.98	มาก
12. มีความสุขในทุก ๆ วันที่ได้มาทำงาน	56 (20.3)	103 (37.3)	92 (33.3)	20 (7.2)	5 (1.8)	3.67	0.94	มาก
รวม						3.76	0.84	มาก

จากตาราง 3 ผู้ปฏิบัติงานในแผนกต่าง ๆ ของ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร จำนวน 276 ราย มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมต่อแรงจูงใจในการทำงานในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.84) โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดสามลำดับแรก ได้แก่ 1) ด้านพนักงานเห็นด้วยกับการที่สถานที่ทำงานส่งเสริมให้พัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.77) 2) ด้านพนักงานเห็นด้วยกับการที่สถานที่ทำงานทำให้รู้สึกมีความมุ่งมั่นเพื่อทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.72) และ 3) ด้านพนักงานเห็นด้วยกับการที่สถานที่ทำงานส่งผลให้อยากที่จะเรียนรู้ มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ตาราง 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในไลน์การผลิตของบริษัท เนสท์เล่ ไทย โรงงานนวนคร

ตัวแปร	B	Std.error	Beta	t	P
ค่าคงที่ (Constant)	1.389	0.151		9.185	0.000
สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน	0.093	0.039	0.133	2.376	0.018*
สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน	0.529	0.049	0.603	10.747	0.000**

F = 127.2, Sig. = 0.00, R = 0.659, Adjusted R² = 0.482, SE = 0.446

n = 276, ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในไลน์การผลิตของบริษัท เนสท์เล่ ไทยของโรงงานนวนคร ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis, MRA) พบว่าค่า F มีค่าเท่ากับ 127.2 และค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองตัวส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในไลน์การผลิตของบริษัท โดย สามารถร่วมกันอธิบายแรงจูงใจการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 48.2 (Adjusted R² = 0.482) นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่แสดงถึงอิทธิพลการทำนายของปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงานส่งผลในทิศทางบวกต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมาก มีค่าเท่ากับ 0.529 (B = 0.529, t = 10.747, P = 0.000) และปัจจัยสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานส่งผลในทิศทางบวกต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีค่าเท่ากับ 0.093 (B = 0.093, t = 2.376, P = 0.018) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p<0.05 จึงสนับสนุนสมมติฐาน

ตาราง 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน	สนับสนุนสมมติฐาน H1
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงานส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน	สนับสนุนสมมติฐาน H2

สรุป

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยของสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษาบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร สามารถสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยของสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน สามารถแบ่งกลุ่มสิ่งแวดล้อมในสถานที่ปฏิบัติงานสองกลุ่มจากการหาความสัมพันธ์โดยวิเคราะห์ factor analysis คือ กลุ่มข้อมูลที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพอากาศในสถานที่ปฏิบัติงาน และกลุ่มข้อมูลที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน ข้อมูลในแต่ละกลุ่มส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน แตกต่างกัน

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ สภาพอากาศในสถานที่ปฏิบัติงาน จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่ผ่านการคัดกรองแล้ว จำนวน 276 ราย ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากต่อสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานที่เป็นอยู่ โดย พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากต่อสถานที่ทำงานที่มีบรรยากาศในการทำงานที่เหมาะสม กล่าวคือ บริษัทปรับบรรยากาศการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และพนักงานพนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากต่อสถานที่ทำงานที่มีการระบายอากาศในสถานที่ทำงานที่เหมาะสม และพนักงานพนักงานมีความคิดเห็นในระดับปานกลางสถานที่ทำงานมีอุณหภูมิในสถานที่ทำงานที่เหมาะสม

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน จากกลุ่มตัวอย่าง ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน พบว่า ในภาพรวมพนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 โดยด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดสามลำดับแรก ได้แก่ ด้านพนักงานสถานที่ทำงานมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เหมาะสมมาใช้ในการปฏิบัติงานพนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ทำงานมีความปลอดภัย อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการทำงานมีการจัดเก็บ ดูแล และซ่อมบำรุงสม่ำเสมอ พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก และด้านพนักงานเห็นด้วย

กับการที่สถานที่ทำงานมีการแบ่งพื้นที่ในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน กลุ่มตัวอย่าง ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน พบว่าในภาพรวมมีความคิดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 แปลผลได้ว่าพนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมาก โดยปัจจัยแรงจูงใจสามลำดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่ทำงานส่งเสริมการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ทำงานทำให้รู้สึกมุ่งมั่นเพื่อจะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก และด้านสถานที่ทำงานส่งผลให้เกิดความต้องการที่จะเรียนรู้ พนักงานมีความคิดเห็นในระดับ ตามลำดับ

ผลการทดสอบปัจจัยสภาพแวดล้อมในที่ทำงานประกอบด้วยปัจจัยสภาพอากาศในที่ปฏิบัติงานและปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในสายการผลิตของบริษัท เนสท์เล่ ไทย โรงงานนวนคร พบว่า สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน และ สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน ส่งผลในทิศทางบวกต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถพยากรณ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 48.2 โดยปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงานส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากที่สุด

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานด้านสภาพอากาศในสถานที่ปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานพบว่า เกิดการสนับสนุนสมมติฐาน H1 และการทดสอบสมมติฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานพบสนับสนุนสมมติฐาน H2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแสดงว่าส่งผลในเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการทำงานและมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

สิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานทั้งในด้านสภาพอากาศในสถานที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ทำงานส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rahman, Arifin, Firdausi, Safril, and Tanujaya (2020) ซึ่งกล่าวว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษากิจการงานวิจัย Parashakti, Fahlevi, Ekhsan, and Hadinata, (2020) ซึ่งกล่าวว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ ยิ่งสภาพแวดล้อมในการทำงานดีขึ้นเท่าไร แรงจูงใจของพนักงานก็จะยิ่งดีขึ้นเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยของสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในสายการผลิตของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด โรงงานนวนคร และทำการวิเคราะห์ผลมานั้น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์สภาพอากาศในที่ปฏิบัติงาน ระดับความคิดเห็นเรื่องอุณหภูมิในสถานที่ทำงานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง บริษัทสามารถปรับปรุงได้โดยติดตั้งระบบปรับอากาศเนื่องจากหากปรับปรุงในส่วนนี้ จะส่งผลให้ระดับความคิดเห็น เรื่องอุณหภูมิในสถานที่ทำงานมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น และส่งผลให้ระดับความคิดเห็นในส่วนปัจจัยด้านสภาพอากาศในสถานที่ทำงานเฉลี่ยรวมทั้ง 3 ด้านมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ปฏิบัติงาน ระดับความคิดเห็นเรื่องเครื่องมืออุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการทำงานเพียงพออยู่ในระดับมาก ซึ่งน้อยกว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมของสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานค่อนข้างมาก บริษัทสามารถปรับปรุงได้โดยจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานให้เพียงพอต่อความต้องการของพนักงาน เพื่อให้สิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรนำมุมมองของทีมบริหารมาพิจารณาร่วมกันเนื่องจากผู้บริหารเป็นส่วนหนึ่งของผู้ได้รับผลกระทบจากการที่พนักงานขาดแรงจูงใจในการทำงานอันเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อม

4. ในการศึกษาครั้งต่อไปสามารถต่อยอดในการหาผลกระทบต่อประสิทธิผล อันต่อเนื่องจากการขาดแรงจูงใจที่มาจากสภาพอากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกในที่ทำงานเพื่อนำเสนอแผนการปรับปรุงซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิผลในการทำงาน

5. ในการศึกษาครั้งต่อไปสามารถขยายการศึกษาไปในกลุ่มของลักษณะงานและ การผลิตอื่น ๆ เพื่อค้นหาความเชื่อมโยงหรือกิจกรรมที่สามารถเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

ญาณิศา สมัครการ. (2564). ปัจจัยด้านแรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ

การปฏิบัติงานของหน่วยงานตรวจสอบภายในมุมมองของผู้รับตรวจในกองทัพบก. การค้นคว้า

อิสระบัญญัติมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

เนสท์เล่ไทย. (ม.ป.ป.). ประวัติของเนสท์เล่. สืบค้นจาก <https://www.nestle.co.th/th/aboutus/history>

- วัฒนชัย ไชยอำพร. (2564). การศึกษาวัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในระดับปฏิบัติการของอุตสาหกรรมบริการ ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2556). สถานที่ทำงาน น่าอยู่ น่าทำงาน “สะอาด ปลอดภัย สิ่งแวดล้อมดี มีชีวิตชีวา”. นนทบุรี: กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.
- โอภาส จุฬิศตระกูล. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเจนเอเรชั่นวายใน กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Admin. (2021, June 26). ปัจจัยสิ่งแวดล้อมการทำงานที่ล้อมรอบตัวผู้ปฏิบัติงานมีองค์ประกอบ 4 ประการ. [Web blog article]. Retrieved from www.community.or.th/blog/2021/06/26
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (2017). *The motivation to work*. New Brunswick, USA. Transaction Publishers.
- Maslow, A. H. (1958). A Dynamic Theory of Human Motivation. In C. L. Stacey & M. DeMartino (Eds.), *Understanding human motivation* (pp. 26–47). Howard Allen Publishers. <https://doi.org/10.1037/11305-004>
- Moos, R. H. (1994). *Work environment scale manual* (3rd Ed.). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Parashakti, R. D., Fahlevi, M., Ekhsan, M., & Hadinata, A. (2020, April). The influence of work environment and competence on motivation and its impact on employee performance in health sector. In *3rd Asia Pacific International Conference of Management and Business Science (AICMBS 2019)* (pp. 259-267). Atlantis Press.
- Rahman, P. A., Arifin, Z., Firdausi, I., Safril, S., & Tanujaya, K. C. (2022, May). Effect of Work Environment and Leadership on Employee Performance through Work Motivation during the Covid-19 Pandemic. In *Journal of International Conference Proceedings* (Vol. 5, No. 1, pp. 242-256).
- Taro, Y. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.
- Thamrin, M., & Riyanto, S. (2020). The effect of work motivation, work environment, and work life balance on employee performance at pt. Angkasapura i (persero) sultan aji muhammad sulaiman sepinggan airport–balikpapan. *IOSR Journal of Dental and Medical Sciences*, 19(6), 40-47.

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ วิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

Antecedents Influencing Competitiveness of Startup Entrepreneurs in Thailand

Received: September 04, 2023

Revised: October 27, 2023

Accepted: November 27, 2023

รมณีย์ ยิ่งยง¹, วงศ์ธีรา สุวรรณิน², และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย³

Rommanee Yingyong, Wongtheera Suvannin,

and Wisit Rittiboonchai

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย และ 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เกี่ยวกับบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น จำนวน 274 ราย ใช้การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการประมวลผล ประกอบไปด้วย ร้อยละ ความถี่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และเชิงยืนยัน จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน พบปัจจัยสำคัญจำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความสามารถในการปรับตัว การแบ่งปันความรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน โดยนำปัจจัยดังกล่าวมาตรวจสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุกับความสามารถในการแข่งขัน หลังจากการปรับรูปแบบดังกล่าวทำให้โมเดลสมมุติฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น จำนวน 5 ราย ผลการวิจัยพบว่า มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ กล่าวคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการปรับตัว 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพล

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University;

Email: rommaneeyingyong@gmail.com

² สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Department of International Business,

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University; Email: nok1997@hotmail.com

³ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม; Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajaphat

University; Email: wisitson@npru.ac.th

ทางตรงต่อการแบ่งปันความรู้ 3) ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อการแบ่งปันความรู้ 4) ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 5) การแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน 6) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ยกเว้น 7) คุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม อาจเนื่องมาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการของแต่ละคนมีความแตกต่างกันไป

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ วิสาหกิจเริ่มต้น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความสามารถในการแข่งขัน

ABSTRACT

In this research investigation, the researchers examine 1) the factors influencing the competitiveness of startup entrepreneurs in Thailand; and investigate 2) the consistency of the antecedents influencing the competitiveness of the startup entrepreneurs under study with the empirical data concerning antecedents influencing competitiveness of the startup entrepreneurs under investigation.

Data were collected from 274 startup entrepreneurs using the technique of purposive sampling. The statistics for data processing consisted of percentage and frequency. The techniques of exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were also employed. Findings showed that five factors influencing competitiveness were the characteristics of the entrepreneurs; adaptability; knowledge sharing; innovativeness; and competitiveness. All these factors were inspected for causal influence and competitiveness. After being adjusted, the hypothesis model developed by the researchers exhibited consistency with the empirical data. In the qualitative research, the technique of in-depth interview was used on five startup entrepreneurs. Findings showed consistency with findings from the quantitative research in the following manner. 1) The characteristics of the entrepreneurs exhibited direct influence on adaptability. 2) The characteristics of the entrepreneurs exhibited direct influence on knowledge sharing. 3) Adaptability exhibited direct influence on knowledge sharing. 4) Adaptability exhibited direct influence on innovativeness. 5) Knowledge sharing exhibited direct influence on competitiveness. 6) Innovativeness exhibited

direct influence on competitiveness. 7) The characteristics of the entrepreneurs did not exhibit direct influence on innovativeness. This may be due to the differences in the characteristics of each entrepreneur.

Keywords: Entrepreneur, Start Up, Entrepreneurial Orientation, Competitiveness

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 และท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลกระทบที่เกิดขึ้นได้สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับผู้ประกอบการกลายเป็นวิถีใหม่ (New Normal) ที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมใหม่ของผู้ประกอบการ รวมถึงความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป ภาวะวิกฤตนี้ส่งสัญญาณอย่างชัดเจนว่า หลังจากนี้วิสาหกิจเริ่มต้นจะต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่ ต้องพัฒนาตัวเองให้รองรับกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางธุรกิจรูปแบบใหม่ (Katalyst, n.d.)

นอกจากนี้แล้วการเข้ามาของเทคโนโลยียังทำให้หลายภาคธุรกิจมีกระบวนการทำงานที่สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือวิสาหกิจเริ่มต้น สามารถจะนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ได้ และทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารได้มากยิ่งขึ้น จากเหตุการณ์ข้างต้นทำให้เกิดธุรกิจที่เรียกว่า วิสาหกิจเริ่มต้น ซึ่งเป็นแนวคิดการสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่จากผู้ประกอบการที่ต้องการความอยู่รอดจากการเริ่มต้นธุรกิจด้วยเงินทุนที่ไม่มากนักแต่สามารถสร้างผลกำไรได้ ดังนั้นวิสาหกิจเริ่มต้นถือเป็นวิสาหกิจกลุ่มใหม่ที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพในการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ผู้ประกอบการกลุ่มนี้สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว และยังเป็นวิสาหกิจแห่งอนาคตที่เป็นอีกกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย (เกศรา มัญชุศรี, 2560)

จากการศึกษาข้อเท็จจริง ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาบุปผาปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ในด้านความเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาถึงบุปผาปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น ในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุ ข้อดี ข้อด้อยของภาพรวมของวิสาหกิจของไทย และเพื่อเป็นการศึกษาถึงรูปแบบและลักษณะของความสามารถในการแข่งขันที่จะมีความเหมาะสมต่อวิสาหกิจเริ่มต้น เนื่องจากความสามารถในการแข่งขันของแต่ละธุรกิจอุตสาหกรรมย่อมจะแตกต่างกันออกไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) คือ ธุรกิจเกิดใหม่ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ในรูปแบบธุรกิจ สามารถทำซ้ำ (Repeatable) และขยายตลาดได้โดยง่าย (Scalable) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Growth) เป็นการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างโมเดลทางธุรกิจที่สามารถทำซ้ำ เข้าใจง่าย และใช้เทคโนโลยี โดยใช้กระบวนการและนวัตกรรมที่ไม่เหมือนใคร (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, n.d.)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation: EO) ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรถือเป็นลักษณะสำคัญของความสามารถในการแข่งขันในปัจจุบัน (Rhee, Park, & Lee, 2010) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะที่เป็นสิ่งเฉพาะบุคคล ประกอบไปด้วยสิ่งที่เป็นพื้นฐานของบุคลิกลักษณะ สภาพด้านอารมณ์และจิตใจ ความต้องการ และค่านิยม โดยผู้ประกอบการที่ดีควรมีคุณลักษณะคือ มีความต้องการความสำเร็จ มีความรับผิดชอบ ยอมรับความเสี่ยงได้ มีความยืดหยุ่น มีความอดทน มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีมนุษยสัมพันธ์ มีความรู้ และมีประสบการณ์

ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability: AD) ความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการมีความสำคัญอย่างมากในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของความคาดหวังในตลาดหรือความคาดหวังของผู้บริโภค ดังนั้น องค์กรที่มีความสามารถในการปรับตัว จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Eshima & Anderson, 2017) หากองค์กรมุ่งเน้นพฤติกรรมผู้ประกอบการร่วมกับการพัฒนาความสามารถในการปรับตัวได้ดี จะส่งผลให้สามารถสร้างคุณค่าร่วมเพื่อตอบสนองตลาดได้ดียิ่งขึ้น ในการศึกษาของ Adomako (2018) และ Eshima and Anderson (2017) ที่พบว่า ความสามารถในการปรับตัวส่งผลอย่างชัดเจนกับผลประกอบการและการเติบโตขององค์กร ซึ่งในการศึกษานี้ยังพบอิทธิพลย้อนกลับของการเติบโตขององค์กรที่มีผลต่อความสามารถในการปรับตัวด้วย

การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing: KS) หมายถึง ข้อมูล ทักษะ หรือ ความเชี่ยวชาญ ระหว่างบุคคล เพื่อน ครอบครัว ชุมชน หรือ องค์กร โดยความรู้ที่นั้นอาจอยู่ในรูปทั้ง ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge)

เช่น ประสบการณ์ ความหยั่งรู้ส่วนบุคคล ความเชี่ยวชาญ และ ความรู้ภายนอก (Explicit Knowledge) เช่น ขั้นตอนที่มีความชัดเจน หรืออยู่ในรูปเอกสาร (เนตรวิฑูรย์ บุญนาค, 2564)

ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness: IN) ความสามารถทางนวัตกรรมถือเป็นลักษณะที่สำคัญอย่างมากต่อความมีนวัตกรรมขององค์กร (Calantone, Cavusgil, & Zhao, 2002) โดยการศึกษาต่าง ๆ พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมประกอบไปด้วย ความสามารถในการสร้างแนวคิดใหม่ การค้นหาวิธีการใหม่ในการปฏิบัติงาน การจัดการที่พยายามค้นหาแนวคิดใหม่ ๆ แนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้นในองค์กรเพื่อการแก้ไขปัญหาและการเข้าสู่ตลาดใหม่ (Rhee et al., 2010; Tsai & Yang, 2013) ดังนั้น องค์กรนวัตกรรมจะพยายามสร้างแนวคิดใหม่ โครงสร้างใหม่ รวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ดีและองค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน (Robbins & Coulter, 2016)

ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness: CO) เป็นสิ่งที่ธุรกิจหรือกิจการที่มีเหนือกว่าผู้อื่น ซึ่งความสามารถหรือความได้เปรียบนี้อาจอยู่ในรูปของขีดความสามารถ ซึ่งกิจการสามารถทำได้ในขณะที่กิจการอื่นไม่สามารถทำได้ หรือกิจการสามารถทำได้ดีกว่ากิจการอื่น เช่น กิจการสามารถสร้างความแตกต่างในสินค้าหรือบริการได้อย่างต่อเนื่อง หรือมีนวัตกรรมสินค้าเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือสามารถทำให้ต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ เป็นต้น การสร้างความสามารถในการแข่งขันสามารถทำได้โดยการสร้างความแตกต่างในสินค้า มุ่งลดต้นทุน มุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ หรือการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ความสามารถในการแข่งขันจึงหมายถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถสร้างมาได้ด้วยกลไกทางการแข่งขัน หรือกลยุทธ์ระดับธุรกิจไปใช้แข่งขันกับกิจการอื่น (Hill & Jones, 1998; นิติยา สุภาภรณ์, 2564; สมชาย ภคภาสนวิวัฒน์, 2553)

สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานในการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

H1: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลต่อความสามารถในการปรับตัว (AD)

H2: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ (KS)

H3: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IN)

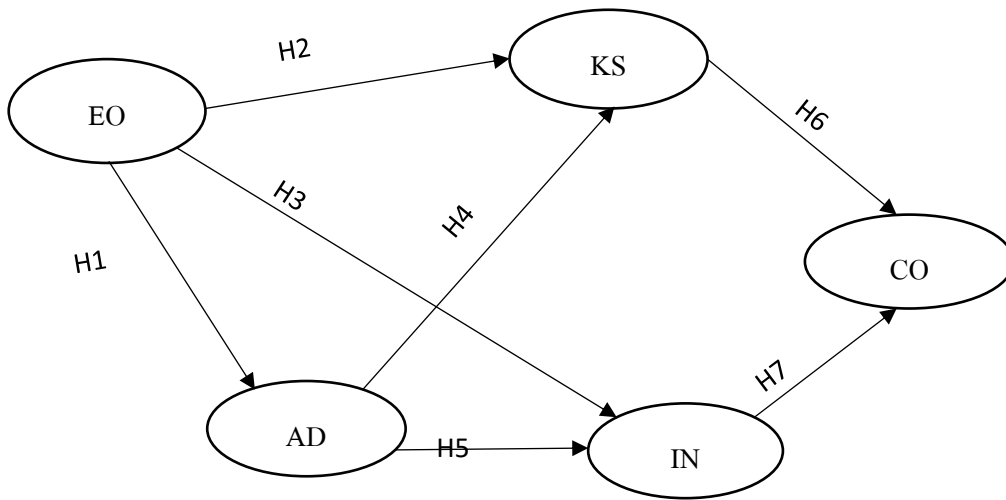
H4: ความสามารถในการปรับตัว (AD) มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ (KS)

H5: ความสามารถในการปรับตัว (AD) มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IN)

H6: การแบ่งปันความรู้ (KS) มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน (CO)

H7: ความสามารถทางนวัตกรรม (IN) มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน (CO)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ มีลำดับขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยคำนวณจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ควรมีขนาด 10-20 เท่าของจำนวนค่าพารามิเตอร์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) ซึ่งค่าพารามิเตอร์ของงานวิจัยนี้มีจำนวน 28 ค่า จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่จำนวน 280 ราย ได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 274 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.86

1.2) การสร้างแบบสอบถามเป็นประเภทคำถามปลายปิด มี 7 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 คือคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklists) และสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ส่วนที่ 2 คือคำถามกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 9 กลุ่มอุตสาหกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, n.d.) ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน ตำแหน่งงาน แหล่งที่มาของเงินทุน และรูปแบบของการทำธุรกิจ ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 3 คือคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำนวน 15 ส่วนที่ 4 คือคำถามเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัว จำนวน 18 ข้อ ส่วนที่ 5 คือ คำถามเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ จำนวน 12 ข้อ ส่วนที่ 6 คือ คำถามเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 7 คือ คำถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 12 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นตัวเลขมาตราส่วนประมาณค่า

(Numerical Rating Scale) เป็นการวัดระดับความคิดเห็น โดยสร้างข้อคำถามจากนิยามศัพท์เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามรูปแบบอันตรภาคชั้น ความกว้างของชั้นเท่ากับ 0.80 (บุญชม ศรีสะอาด, 2542)

1.3) การทดสอบเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยหาค่าความเที่ยงตรงโดยการทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตามเทคนิคค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 - 1.00 การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถาม (Reliability) โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 30 ตัวอย่าง และนำไปประมวลผลได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.73 ถึง 0.92 อยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ (สุวิมล ติรภานันท์, 2556)

1.4) การรวบรวมข้อมูลและการจัดทำข้อมูล ส่งแบบสอบถามตามที่อยู่ของวิสาหกิจเริ่มต้นที่ยินดีตอบแบบสอบถาม และจัดทำข้อมูลกับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ บันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์

1.5) การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อบรรยายลักษณะของข้อมูล รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ของตัวแปรทั้งหมดในกรอบแนวคิดของการวิจัยนี้ และทำการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปร (Path Analysis)

1.6 ขอบเขตด้านเวลาการศึกษาใช้ระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2566

2. การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ มีลำดับขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

2.1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก คือ วิธีแบบเจาะจง มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ตรงกับคุณลักษณะตามที่กำหนด จำนวน 5 คน (สุรพล พรมกุล, 2554)

2.2) เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งได้ออกแบบข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.3) การรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและบันทึกเทปพร้อมถอดข้อความ เรียบเรียง และตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม เดือนมิถุนายน 2566

2.4) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

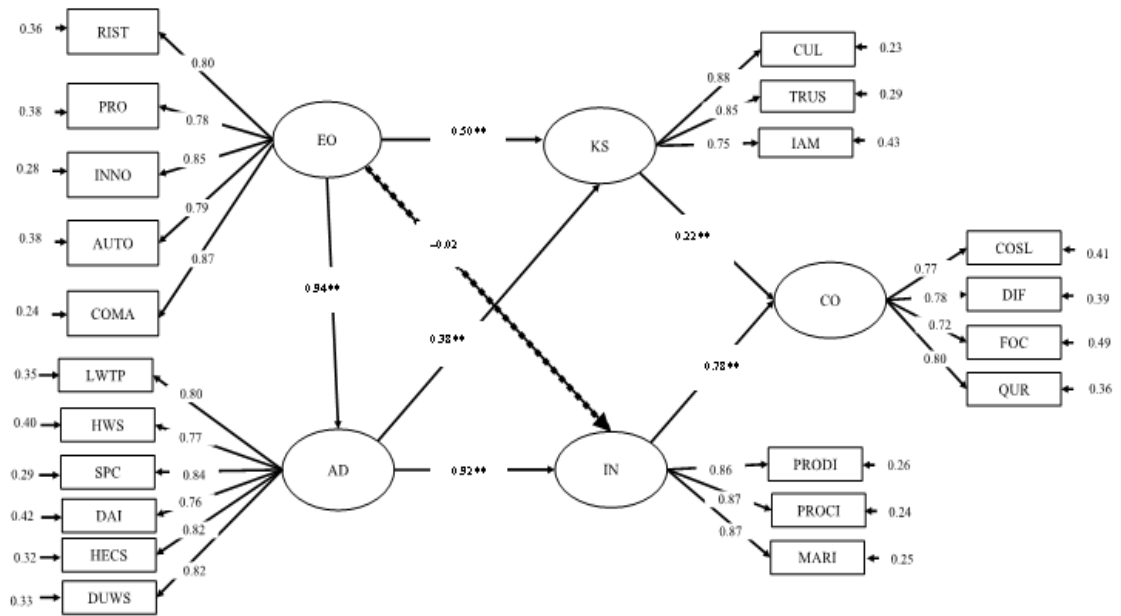
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 274 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.28 มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.32 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.23 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มการเกษตรและอาหาร (AgTech & Food Tech) คิดเป็นร้อยละ 25.55 ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจอยู่ในช่วง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีจำนวนพนักงานในธุรกิจไม่เกิน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.93 มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 49.64 สำหรับแหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่เป็นเงินทุนของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 52.55 ในส่วนของรูปแบบของการทำธุรกิจมาจากการขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 58.39 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยที่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.56) การแบ่งปันความรู้ มีค่าเฉลี่ยที่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.59) รองลงมา คือ ความสามารถในการปรับตัว มีค่าเฉลี่ยที่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.70) ความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยที่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.68) และความสามารถในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยที่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.60)

3. ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) เท่ากับ 164.87 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 139 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ซึ่งเป็นอัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไคสแควร์กับจำนวนองศาอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.18 ซึ่งต่ำกว่า 2.00 ค่า p value เท่ากับ 0.066 ซึ่งสูงกว่า 0.05 จึงมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่าโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.026 ต่ำกว่า 0.05 ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (RMR) เท่ากับ 0.22 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.95 และค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.91 ดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 มากกว่า 0.90 และค่าตัวอย่างวิกฤติ (CN) เท่ากับ 306.28 สูงกว่า 200 จากผลการวิเคราะห์แสดงว่า โมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับแก้แล้วสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพ 1



chi-square = 164.87, $df = 139$, p value = 0.06626, RMSEA = 0.026

ภาพ 1 ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

ตาราง 1 คำนำนัยกอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก

ตัวแปร	ตัวแปรเหตุ											
	EO			AD			KS			IN		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ผล												
AD	0.94**	-	0.94**	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KS	0.50**	0.36**	0.86**	0.38**	-	0.38**	-	-	-	-	-	-
IN	-0.02	0.86**	0.84**	0.92**	-	0.92**	-	-	-	-	-	-
CO	-	0.85**	0.85**	-	0.79**	0.79**	0.22**	-	0.22**	0.78**	-	0.78**

$\chi^2 = 161.60$, $df = 139$, $\chi^2/df = 1.16$, p -value = 0.092, RMSEA = 0.026, CFI = 1.00, RMR = 0.033, GFI = 0.95, AGFI = 0.91, AD $R^2 = 0.89$, KS $R^2 = 0.73$, IN $R^2 = 0.71$, CO $R^2 = 0.71$

หมายเหตุ DE = อิทธิพลทางตรง IE = อิทธิพลทางอ้อม TE = อิทธิพลรวม * $p < 0.05$ ($1.960 \leq t \text{ value} < 2.576$)

** $p < 0.01$ ($t \text{ value} \geq 2.576$)

จากตาราง 1 แสดงผลกระทบทางตรง (Direct Effect: DE) และทางอ้อม (Indirect Effect: IE) ของตัวแปรภายนอกที่ส่งผลไปยังตัวแปรภายใน และผลกระทบของตัวแปรภายในที่ส่งผลไปยังตัวแปรภายในด้วยกัน พร้อมทั้งคำนวณผลกระทบโดยรวม (Total Effect: TE) เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ถึงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมมีรายละเอียด ดังนี้

เมื่อพิจารณาผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่อความสามารถในการปรับตัว ได้รับผลกระทบทางตรงในระดับสูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ 0.94

เมื่อพิจารณาผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่อการแบ่งปันความรู้ ได้รับผลกระทบทางตรงในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.50 แต่เมื่อพิจารณาผลกระทบอิทธิพลเชิงสาเหตุทั้งผลกระทบทางอ้อมและผลกระทบโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง TE (Total Effect) เท่ากับ 0.86 เมื่อพิจารณาผลกระทบของความสามารถในการปรับตัวต่อการแบ่งปันความรู้ได้รับผลกระทบทางตรงในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ 0.38

เมื่อพิจารณาผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่อความสามารถทางนวัตกรรม ได้รับผลกระทบทางตรงในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ -0.02 แต่เมื่อพิจารณาผลกระทบอิทธิพลเชิงสาเหตุทั้งผลกระทบทางอ้อมและผลกระทบโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง TE (Total Effect) เท่ากับ 0.84

เมื่อพิจารณาผลกระทบของความสามารถในการปรับตัวต่อความสามารถทางนวัตกรรมได้รับผลกระทบทางตรงในระดับมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ 0.92 เมื่อพิจารณาผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่อความสามารถในการแข่งขันพบว่าผลกระทบอิทธิพลเชิงสาเหตุทั้งผลกระทบทางอ้อมและผลกระทบโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่สูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง TE (Total Effect) เท่ากับ 0.85

เมื่อพิจารณาผลกระทบของความสามารถในการปรับตัวต่อความสามารถในการแข่งขัน พบว่าผลกระทบอิทธิพลเชิงสาเหตุทั้งผลกระทบทางอ้อมและผลกระทบโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับที่สูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง TE (Total Effect) เท่ากับ 0.79 เมื่อพิจารณาผลกระทบของการแบ่งปันความรู้ต่อความสามารถในการแข่งขันได้รับผลกระทบทางตรงในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ 0.22

เมื่อพิจารณาผลกระทบของความสามารถทางนวัตกรรมต่อความสามารถในการแข่งขันได้รับผลกระทบทางตรงในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) เท่ากับ 0.78

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น 5 คน เพื่อสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่อิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการวิจัย

2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของนุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ยกเว้นปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสามารถทางนวัตกรรม อาจเนื่องมาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละคนมีความแตกต่างกันไป ผู้ประกอบการบางคนอาจมีความสามารถทางนวัตกรรมและสามารถนำไปปรับใช้ในธุรกิจของตนได้ แต่ในขณะที่ผู้ประกอบการบางคนไม่มีความสามารถทางนวัตกรรมหรือไม่สนใจเรื่องของนวัตกรรมเท่าที่ควร หรืออาจมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น การใช้เทคโนโลยี การใช้การตลาดดิจิทัล การสร้างทีม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารคน หรือแม้แต่ทักษะหลัก ๆ ที่มันนั้นไม่แตกต่างกัน หรือแม้แต่ผู้ประกอบการบางคนอาจมีความเชี่ยวชาญพิเศษของแต่ละคนที่แตกต่างกันไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาตามกรอบแนวคิดวิจัยข้างต้น สามารถนำมาอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่อิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการปรับตัว ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝง ความสามารถในการปรับตัว มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.94 สอดคล้องกับการศึกษาของ วิไล พิงผล และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2561) และ McKee, Varadarajan, and Pride (1989) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการต้องสามารถตัดสินใจหรือรับผิดชอบแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งมีการปรับตัวและติดตาม

แนวโน้มความต้องการของลูกค้า และสามารถวิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่ง สามารถนำกลยุทธ์ที่ดีกว่ามาใช้เท่านั้น เพราะความเป็นผู้ประกอบการ ถือเป็นหัวใจของธุรกิจ ลักษณะบุคลิกที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ คือความกล้าที่จะทำอะไรใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสให้เกิดความสำเร็จกับธุรกิจของตนเองให้มากที่สุด และให้อยู่รอดกับสถานการณ์ต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นมีความสามารถในการคิดแบบสร้างสรรค์ ในการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง โดยมองว่าการปรับตัวและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการแบ่งปันความรู้ ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงการแบ่งปันความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.50 สอดคล้องกับการศึกษาของ Hormiga, Saá-Pérez, Díaz-Díaz, Ballesteros-Rodríguez and Aguiar-Díaz (2016) และ Al-Mamary and Alshallaqi (2022) ที่กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีผลทางตรงต่อการแบ่งปันความรู้ เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีผลต่อการแบ่งปันความรู้ของบุคคลในองค์กรหรือในธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อใจ สิ่งจูงใจและแรงจูงใจของแต่ละบุคคล ทั้งยังขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรและทัศนคติของพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ ดังนั้น ถ้าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ และส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้ จะสามารถทำให้องค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้ ยิ่งมีการแบ่งปันความรู้ภายในมากขึ้นเท่าไร คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการยิ่งเข้มแข็งมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงคุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.02 สอดคล้องกับการศึกษาของ Ardito and Petruzzelli (2017) และ Denicolai, Ramirez, and Tidd (2016) ที่กล่าวไว้ว่า เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละคน จึงมีอิทธิพลแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล บางคนอาจมีความสามารถทางนวัตกรรมและสามารถนำไปปรับใช้ในธุรกิจของตนได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการบางคนอาจจะไม่มีความสามารถดังกล่าวหรืออาจไม่สนใจเรื่องนวัตกรรมเท่าไร หรืออาจเป็นไปได้ว่ามีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เพราะผู้ประกอบการบางท่านมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อการแบ่งปันความรู้ ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงความสามารถในการ

ปรับตัวส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงการแบ่งปันความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.38 สอดคล้องกับการศึกษาของ Shahzad, Zia, Syed, and Bajwa, (2013) และ Zaleśna (2015) ที่กล่าวไว้ว่า ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ เพราะโอกาสทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นใหม่ได้เสมอ องค์กรหรือธุรกิจควรต้องมีการเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ ความสามารถในการปรับตัวขององค์กรหรือธุรกิจก็สิ่งสำคัญในการที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาสเหล่านั้นได้ และเมื่อองค์กรหรือธุรกิจใดมีความสามารถในการปรับตัว โดยเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ย่อมส่งผลให้องค์กรหรือธุรกิจนั้นสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้เพราะเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรหรือธุรกิจต่างต้องการ จากการที่ภาวะแวดล้อมในการแข่งขันทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการแบ่งปันความรู้เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดของการจัดการความรู้ เพราะถ้าหากองค์กรหรือธุรกิจมีการจัดการการแบ่งปันความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จตามไปด้วย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงความสามารถในการปรับตัวส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.92 สอดคล้องกับการศึกษาของ Akgün, Keskin, and Byrne (2012) และ Yusof and Abu-Jarad (2011) ที่กล่าวไว้ว่า ความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ยิ่งองค์กรมีการปรับตัวได้เร็วเท่าไร ยิ่งทำให้องค์กรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้นเท่านั้น เพราะฉะนั้นแล้วการปรับตัวถือเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้องค์กรหรือธุรกิจสร้างนวัตกรรมขึ้นมา เพื่อทำให้องค์กรหรือธุรกิจเกิดความสามารถในการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือมีการแข่งขันกันสูง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 การแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงการแบ่งปันความรู้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงความสามารถในการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.22 สอดคล้องกับการศึกษาของ Appel-Meulenbroek, Weggeman, and Torkkeli (2018) และ Ayodele, Oladokun, and Gbadegsin (2016) ที่กล่าวไว้ว่า การแบ่งปันความรู้ เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้ และเป็นพื้นฐานในการกระจายความรู้ให้เกิดภายในองค์กร ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญระหว่างกันและกัน ดังนั้นการแบ่งปันความรู้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาขององค์กรหรือธุรกิจ เพราะการปฏิบัติงานเมื่อมีเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่ ความรู้ที่แต่ละคนสร้างขึ้นผ่านการทำงานภายในองค์กร จะช่วย

เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และจะนำไปสู่ความก้าวหน้าในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรมส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงความสามารถในการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.78 สอดคล้องกับการศึกษาของ Hana (2013) Gyemang and Emeagwali (2020) และ Tutar, Nart, and Bingöl (2015) ที่กล่าวว่า ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ ความสามารถทางนวัตกรรมจึงเปรียบเสมือนกลยุทธ์ขององค์กร ใช้เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนั้นแล้ว องค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรมตลอดเวลา เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรมเป็นหนึ่งในแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับองค์กรที่จะบรรลุความสำเร็จในระยะยาว ความสามารถทางนวัตกรรมจะช่วยให้องค์กรหรือธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น โดยที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนั้นจะมีคุณภาพและความสามารถที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับธุรกิจอื่น

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของนุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย พบว่ามีแนวคิดสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการวิจัย แต่มีความคิดเห็นที่แตกต่างบางประเด็น ในส่วนของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งในการวิจัยเชิงปริมาณ คุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม อาจเนื่องมาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละคนแตกต่างกันไป ความสามารถทางนวัตกรรมไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะผู้ประกอบการเท่านั้น แต่อาจเกิดมาจากการรวมกันของหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคล องค์กร และสภาวะทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้

1. รัฐบาลควรส่งเสริมและสนับสนุนในการค้นหา สรรหา หรือคัดเลือกผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี เพื่อเข้ามาช่วยในการพัฒนาเทคโนโลยี อันจะทำให้การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจเริ่มต้นสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง และยั่งยืน
2. ควรจัดตั้งหน่วยงานทางการศึกษาที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทางด้านการบริหารธุรกิจ และ/หรือ หน่วยงานเอกชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินวิสาหกิจเริ่มต้น เพื่อดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจประกอบกิจการ รวมถึงนักลงทุนที่สนใจดำเนินวิสาหกิจเริ่มต้น
3. หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเริ่มต้น ควรมีศูนย์การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำวิสาหกิจเริ่มต้นที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ หรืออาจจะมีโมเดลต้นแบบจากวิสาหกิจเริ่มต้นต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างให้เป็นพื้นที่การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) และ การสร้างชุมชน (Community Building)
4. ควรจัดอบรมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น ในการเพิ่มความรู้และทักษะที่มีอยู่ และพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้มและนวัตกรรมใหม่ ๆ และเพิ่มการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาและเสริมสร้างธุรกิจ เช่น การตลาดออนไลน์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในงานวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น โดยเป็นการศึกษาในภาพกว้าง และพบว่ามุมมองของผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มต่างกัน ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไป ควรเลือกกลุ่มของวิสาหกิจเริ่มต้นเฉพาะด้าน หรือ แบ่งแยกประเภทเป็นการศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นเพื่อให้เห็นมุมมองของความเป็นผู้ประกอบการที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจเริ่มต้นว่าต้องทำอย่างไรจึงจะสร้างความยั่งยืนได้ เพราะเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายให้ความสำคัญในการดำเนินการ จะทำให้การพัฒนาของประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เกศรา มัญชุศรี. (2560). *SET Your Startup Business Guide*. กรุงเทพมหานคร: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- นิตยา สุภาภรณ์. (2564). ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(2), 43-52.
- เนตรวิดา บุนนาค. (2564). Knowledge Sharing – การแบ่งปันความรู้. สืบค้นจาก <https://www.sdgmovement.com/2021/09/02/sdg-vocab-55-knowledge-sharing/>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2542). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สุวีริยา.
- วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(2), 303-318.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (n.d.). สตาร์ทอัพ/สมาร์ตเอสเอ็มอี/กิจการเพื่อสังคม. สืบค้นจาก <https://www.nia.or.th/segment/startup-social-enterprise>.
- สมชาย ภคภาสนวิวัฒน์. (2553). *การบริหารเชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- สุรพล พรหมกุล. (2554). *ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินติ้ง เฮาส์.
- สุวิมล ทิรภานนท์. (2556). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Adomako, S. (2018). The moderating effects of adaptive and intellectual resource capabilities on the relationship between entrepreneurial orientation and financial performance. *International Journal of Innovation Management*, 22(3), 1-35.
- Al-Mamary, Y. H. S., & Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 1-10.
- Akgün, A. E., Keskin, H., & Byrne, J. (2012). Antecedents and contingent effects of organizational adaptive capability on firm product innovativeness. *Journal of Product Innovation Management*, 29(S1), 171-189.

- Appel-Meulenbroek, R., Weggeman, M., & Torkkeli, M. (2018). Knowledge sharing behaviour within organisations; A diary-based study of unplanned meetings between researchers. *Knowledge Management Research & Practice*, 16(3), 1-13.
- Ardito, L., & Petruzzelli, A. M. (2017). Breadth of external knowledge sourcing and product innovation: The moderating role of strategic human resource practices. *European Management Journal*, 35(2), 261–272.
- Ayodele, T. O., Oladokun, T. T., & Gbadegsin, J. T. (2016). Factors influencing academic performance of real estate students in Nigeria. *Property Management*, 34(5), 396-414.
- Calantone, R., Cavusgil, T. S., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- Denicolai, S., Ramirez, M., & Tidd, J. (2016). Overcoming the false dichotomy between internal R&D and external knowledge acquisition: Absorptive capacity dynamics over time. *Technological Forecasting and Social Change*, 104(1), 57-65.
- Eshima, Y., & Anderson, B. S. (2017). Firm growth, adaptive capability, and entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 38, 770-779.
- Gyemang, M., & Emeagwali, O. (2020). The roles of dynamic capabilities, innovation, organizational agility and knowledge management on competitive performance in telecommunication industry. *Management Science Letters*, 10(7), 1533-1542.
- Hana, U. (2013) Competitive advantage achievement through innovation and knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5, 82-96.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (1998). *Strategic Management: An Integrated Approach*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Hormiga, E., Saá-Pérez, P., Díaz-Díaz, N. L., Ballesteros-Rodríguez, J. L., & Aguiar-Díaz, I. (2016). The influence of entrepreneurial orientation on the performance of academic research groups: the mediating role of knowledge sharing. *The Journal of Technology Transfer*, 42, 10-32.
- Katalyst. (n.d.). ธุรกิจสตาร์ทอัพจะเดินต่ออย่างไรหลัง COVID-19. สืบค้นจาก <https://katalyst.kasikornbank.com/th/blog/Pages/whats-next-for-startup-after-covid.html>.

- McKee, D. O., Varadarajan, P. R., & Pride, W. M. (1989). Strategic adaptability and Firm performance: a market contingent perspective. *Journal of Marketing*, 53, 21-35.
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learn in orientation. *Technovation*, 30(1), 65-75.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management* (13th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Shahzad, K., Zia, S. A., Syed, A. R., & Bajwa, S. U. (2013). Role of organizational vision and adaptability in knowledge Management. *Problems and Perspectives in Management*, 11(2), 24-34.
- Tsai, K.-H., & Yang, S.-Y. (2013). Firm innovativeness and business performance: The joint moderating effects of market turbulence and competition. *Industrial Marketing Management*, 42(8), 1279–1294.
- Tutar, H., Nart, S., & Bingöl, D. (2015). The effects of strategic orientations on innovation capabilities and market performance: The case of ASEM. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 709-719.
- Yusof, N.A., & Abu-Jarad, I. Y. (2011). The Organizational Innovativeness of Public Listed Housing Developers. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 5(2), 200-204.
- Zaleśna, A. (2015). The impact of the process of adaptation and knowledge sharing on the assessment of suitability of a new employee in the company. Case studies. *Torun Business Review*, 14(1), 67-80.

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อ

สินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

The Correlation Between Buying Attitude and Online Purchase

Decisions of Residents in Bangkok Metropolis

Received: September 05, 2023

Revised: October 27, 2023

Accepted: November 27, 2023

รัตนา นามดิษฐ์¹ และธัญนันท์ บุญอยู่²

Rattana Namdis and Thanyanan Boonyoo

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ F-test และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของทัศนคติการเลือกซื้อมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ประโยชน์ที่ได้รับ และช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้งระดับของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยด้านเพศและอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน และ 3) ทัศนคติการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ทัศนคติการเลือกซื้อ การตัดสินใจซื้อ สินค้าออนไลน์

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์; Student, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University; Email: mindekdee@hotmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์; Lecturer, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University; Email: thanyanan7@gmail.com

ABSTRACT

In this research investigation, the researchers examine 1) the level of buying attitude and online purchase decisions; compare 2) online purchase decisions classified by personal factors; and study (3) the relationship between buying attitude and online purchase decisions of residents in Bangkok Metropolis.

The sample population consisted of 400 residents in Bangkok Metropolis purchasing online products. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The techniques of F-test and Pearson's product moment correlation coefficient were also employed.

Findings are as follows. 1) The level of buying attitude exhibited an overall mean at a high level. When considered in each aspect, it was found that the aspects of product, price, benefits, and distribution channels exhibited an overall mean at a high level. The level of online purchase decisions exhibited an overall mean at a high level as well. 2) The comparison of online purchase decisions of the residents under study classified by personal factors found the following. The residents under study with differences in gender and occupation exhibited differences in the level of online purchase decisions at the statistically significant level of 0.05. The residents under investigation with differences in age, educational level, average monthly income, and online purchase channels exhibited no differences in online purchase decisions at the statistically significant level of 0.01.

Keywords: Buying Attitude, Purchase Decisions, Online Products

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปรับเปลี่ยนของกระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่หลากหลายตามสถานการณ์ของการแข่งขันที่รุนแรงและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจได้แสวงหากลยุทธ์และวิธีการที่จะเอาชนะคู่แข่ง โดยตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น (ธนารักษ์ พัวพรพงษ์, สุชาวัฒน์ บุญอยู่, จันทนา วัฒนกาญจน์, ยูนันท์ บุษเกตุ และ ธนภัทร ไลประเสริฐ, 2564) จากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า กิจกรรมออนไลน์ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ การซื้อขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Marketplace (อาทิ Shopee, Lazada)

ถึงร้อยละ 75.99 เหตุผลหลักที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ เพราะสินค้ามีราคาถูก มีความหลากหลาย มีแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และมีค่าจัดส่งที่ถูก (ชัยชนะ มิตรพันธ์, 2565) นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ได้สำรวจพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชน 7,499 คน ทั่วประเทศ พบว่า ในปี 2564 ประชาชนซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 68.97 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใกล้เคียงกับผลการสำรวจในปี 2563 ทั้งกลุ่มผู้ซื้อและสินค้าที่นิยมซื้อ โดยผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่อยู่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่มีสินค้าที่ได้รับการซื้อผ่านระบบออนไลน์สูงเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) สินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีสัดส่วนการใช้จ่ายร้อยละ 14.37 ของค่าใช้จ่ายออนไลน์ทั้งหมด 2) สินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 47.82 มีสัดส่วนการใช้จ่ายร้อยละ 13.22 และ 3) สินค้ากลุ่มสุขภาพ เครื่องสำอาง และของใช้ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 41.54 มีสัดส่วนการใช้จ่ายร้อยละ 10.12 (กระทรวงพาณิชย์, 2564)

นอกจากนี้จากศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565) ได้คาดการณ์ว่า ภาวะเศรษฐกิจและการฟื้นตัวด้านรายได้ที่ยังเปราะบาง ค่าครองชีพและราคาสินค้าบางรายการยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กดดันกำลังซื้อของผู้บริโภคให้วางแผนการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง พฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านมาเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ชะลอตัวลง ส่งผลให้มูลค่าการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในปี 2565 ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง หลังจากที่เติบโตแรงขึ้นมากในช่วงการระบาดของโควิด-19 การเติบโตที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2566 ขยายตัวประมาณร้อยละ 4-6 หรือคิดเป็นมูลค่าตลาดประมาณ 606,000-618,000 ล้านบาท และจากภาวะการณดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชาชนส่วนใหญ่ได้ปรับตัวเพื่อเข้าสู่ยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ด้วยการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจออนไลน์ที่เป็นการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Marketplace (อาทิ Shopee, Lazada) และจากการขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ จึงทำให้ภาคธุรกิจซื้อขายสินค้าออนไลน์ต้องสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าบนโลกออนไลน์ได้อย่างยั่งยืน เกิดความประทับใจจะเริ่มจากสิ่งเร้าแล้วนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าตามความต้องการของตน โดยผ่านการประเมินทางเลือกที่ผู้บริโภคเปรียบเทียบสินค้าวางจำหน่ายในตลาด (ธัญนันท์ บุญอยู่, 2564) และเพื่อหาโอกาสเติบโตของธุรกิจออนไลน์ที่สามารถสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยที่เกิดจากทัศนคติเชิงบวกที่เป็นความเชื่อ ความคิด ความรู้สึก การรับรู้ และค่านิยมของบุคคลนั้น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ประโยชน์ที่ได้รับ และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีที่สะท้อนให้ตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมที่สุด (ศุภกร สมจิตต์, 2562) ทัศนคติของการเลือกซื้อจะเป็นอารมณ์ที่เป็นความชอบหรือไม่ชอบสินค้า หรือการรับรู้ที่เป็นความเชื่อ หรือความต้องการของการกระทำในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง

เพื่อให้บุคคลเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าและก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่เพิ่มขึ้น (Huang, Lee, & Chen, 2022)

จากประเด็นการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่มีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเอื้อประโยชน์ให้เกิดทัศนคติที่เป็นความเชื่อ ความคิด และความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงสาเหตุของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้นั้น จึงทำให้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางให้นักการตลาดและผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ได้ทราบถึงทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าของประชาชน และเป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือวางแผนการพัฒนาเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

ทัศนคติการเลือกซื้อ หมายถึง มุมมอง ความคิดและความเชื่อเกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์ ว่าสินค้านั้นมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ มีราคาเหมาะสมต่อประโยชน์ที่ได้รับและมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทำให้ตัดสินใจได้ง่าย

ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง มุมมอง ความคิดและความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณภาพที่น่าเชื่อถือ ตรงกับโฆษณา มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ และมีความทันสมัยเหมาะสมกับความต้องการและใช้งานได้เป็นอย่างดี

ทัศนคติด้านราคา หมายถึง มุมมอง ความคิดและความเชื่อเกี่ยวกับราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ สามารถเปรียบเทียบราคาได้ มีราคาที่ถูกลงกว่าเดิม มีโปรโมชั่นลดราคาอย่างต่อเนื่อง และมีราคาที่หลากหลายให้เลือกซื้อ

ทัศนคติด้านประโยชน์ที่ได้รับ หมายถึง มุมมอง ความคิดและความเชื่อต่อความสะดวกและความรวดเร็วในการซื้อ ไม่เสียเวลาในการเดินทาง ประกอบกับมีข้อมูลรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจน มีร้านให้เลือกซื้อที่หลากหลายและมีความง่ายในการเลือกซื้อ

ทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง มุมมอง ความคิดและความเชื่อต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ว่ามีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ง่ายต่อการใช้งาน ร้านค้ามีชื่อเสียง มีฐานลูกค้า มีความน่าเชื่อถือที่ให้บริการลูกค้าดี ตอบคำถามรวดเร็ว และมีการรับประกันที่รวมถึงการบริการหลังการขาย ตลอดจนมีช่องทางการชำระเงินสะดวกและปลอดภัย

การตัดสินใจซื้อสินค้า หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ เนื่องจากมีความจำเป็นในการใช้งาน มีความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า ประกอบกับสินค้ามีความสวยงาม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ น่าเชื่อถือ มีให้เลือกหลากหลาย มีรายละเอียดข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน ง่ายต่อการตัดสินใจรวมถึงมีการลดราคาและส่งเสริม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์ และปัจจัยทัศนคติการเลือกซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา ประโยชน์ที่ได้รับ และช่องทางการจัดจำหน่าย และ 2) การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์ จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ได้ศึกษาในกรุงเทพมหานคร ได้เริ่มดำเนินการวิจัยและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน-กันยายน พ.ศ. 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทัศนคติการเลือกซื้อ (Attitude toward Buying) เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผลที่ตามมาของพฤติกรรมนั้น ๆ โดยความเชื่อที่เป็นการรับรู้จะเกี่ยวกับเป้าหมายของทัศนคติที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต และเป็นอารมณ์ที่ก่อให้เกิดผลที่นำไปสู่พฤติกรรมต่อกิจกรรม การบริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้บริโภค (Hamari, 2015) โดยพิจารณาจากความรู้สึกและพฤติกรรมทางกายภาพ หรืออาจรวมถึงความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ด้านการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นซึ่งเป็นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ

หรือเป็นความคิดและความรู้สึกที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลซึ่งอาจมีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นก็ได้ (อำพล กลิ่นบัวแย้ม, 2565) เช่นเดียวกับสมใจ สืบเสาะ, วิชชนิ โยเหลา, และ วรณนา นราเลิศสุขุมพงศ์ (2558) ได้กล่าวถึงทัศนคติการเลือกซื้อไว้ว่า เป็นทัศนคติของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรที่ทำให้เกิดกระบวนการเลือกสรรซึ่งความรู้สึกด้านอารมณ์จะมีผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการประเมินค่า โดยทัศนคติการเลือกซื้อสินค้าจะเป็นแรงกระตุ้นแนวโน้มการเลือกซื้อ ทั้งนี้สามารถเป็นไปได้ทั้งด้านการยอมรับหรือปฏิเสธ เกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ประโยชน์ที่ได้รับ และช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะท้อนให้ตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (ศุภกร สมจิตต์, 2562) และแสดงออกให้เห็นถึงทัศนคติที่สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการตัดสินใจซื้อจะต้องมีความตั้งใจซื้อเข้ามาเกี่ยวข้องและมีทัศนคติของผู้ที่ใกล้ชิด รวมถึงตัวผู้ซื้อเกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้ผู้ซื้ออาจจะมี ความเชื่อและทัศนคติที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยที่เข้ามากำหนด (พัชชรินทร์ อดออม, 2558)

2. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decisions) เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของขั้นตอนการสั่งซื้อ การแสดงรายการที่ชัดเจน และความน่าเชื่อถือของสินค้าที่สะท้อนให้เกิดแรงกระตุ้นจากกลยุทธ์ทางการตลาดไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง (จิฎาภา จิวเจริญ และ ธีรณันท์ บุญอยู่, 2565) และเป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลในการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมและถูกต้องก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะพิจารณา ประเมิน และจัดลำดับความชอบในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เมื่อผ่านการประเมินทางเลือกแล้วว่าสินค้าหรือบริการใดตรงกับความต้องการมากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุด (คณิศา สุดสงค์, 2563) หากผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจะมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคบอกต่อหรือซื้อซ้ำในครั้งต่อไป สรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นการพิจารณาทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาและประเมินอย่างดีแล้ว โดยนำมาเปรียบเทียบกับกันได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดที่เป็นแนวทางในการบรรลุวัตถุประสงค์ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามความชื่นชอบมากที่สุด และจากการศึกษาของกัญญภาภัก นรานุภาพ และ จารุพร ตั้งพัฒน์กิจ (2564) พบว่า ทัศนคติที่เป็นความคิดหรือความรู้สึกที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจะมีผลทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค และจะขึ้นอยู่กับ การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี มีการสื่อสารที่ชัดเจน เอาใจใส่ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค มองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ได้รับความนิยม เพื่อเสนอให้ทันตามความต้องการของผู้บริโภคซึ่งจะนำมาซึ่งความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้บริโภคในที่สุด (Huang et al., 2022)

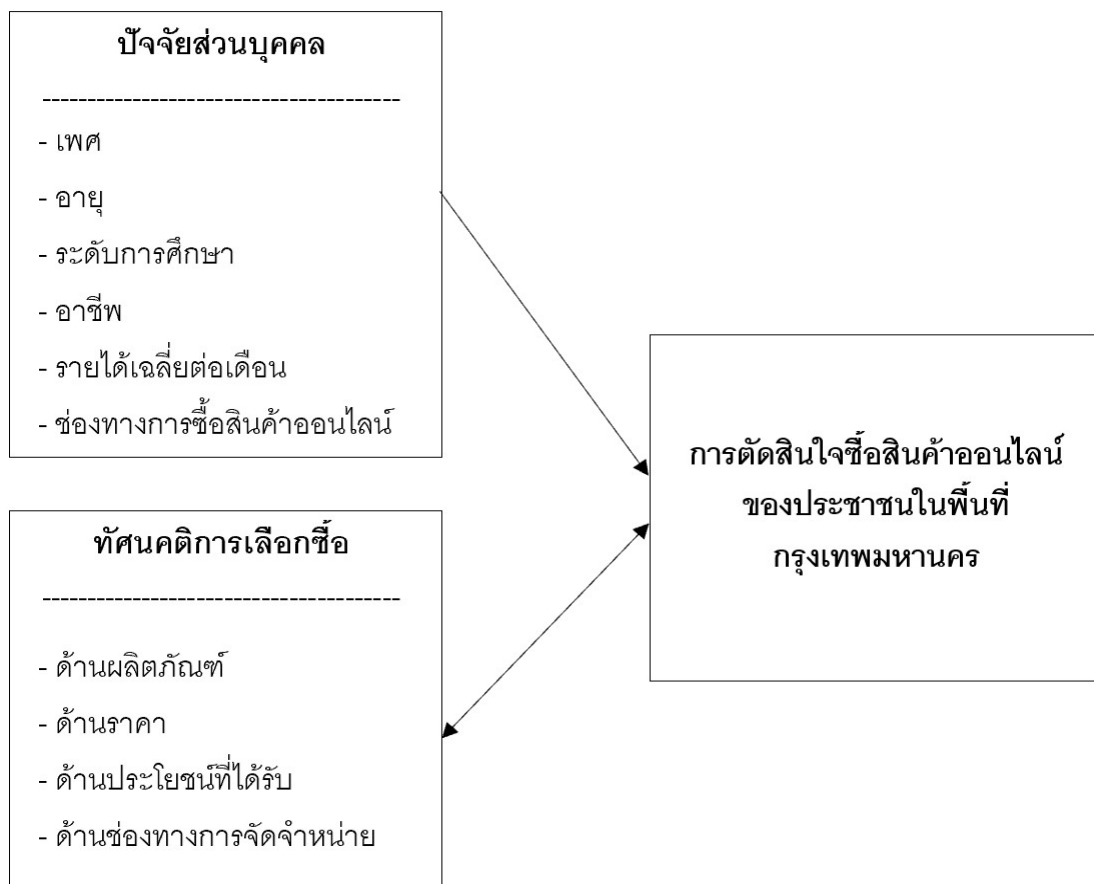
สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันจะตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 (H2) ทศนคติการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของปัญจพล อุษพานิชย์ (2558) มิ่งขวัญ ศรีทอง (2558) และแนวคิดของสุกานดา ถิ่นฐาน (2562) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) เป็นแนวทางในการศึกษาตามกระบวนการวิจัย และเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยเครื่องมือการวิจัยในรูปของแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน เนื้อหาของระเบียบวิธีวิจัยนี้สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างให้มีความเหมาะสมต่อการเป็นตัวแทนของประชากรตามแนวคิดของ Cochran (1977) ที่เป็นแนวทางหนึ่งในการกำหนดตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณโดยประมาณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ ± 5 ส่วนแผนการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ที่ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่มีหลักเกณฑ์ แต่สามารถให้ข้อมูลได้ เพื่อให้ได้จำนวนตามที่ต้องการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้รวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีคำถาม 6 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามประเมินทัศนคติการเลือกซื้อ จำแนกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านประโยชน์ที่ได้รับ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พัฒนาจากแบบวัดทัศนคติการเลือกซื้อของอำพล กลิ่นบัวแย้ม (2565) มีจำนวน 20 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามประเมินการตัดสินใจซื้อสินค้า พัฒนาจากแบบวัดการตัดสินใจซื้อสินค้าของนฤมล ชูกันภัย, หุสนา มุกดา, และ หรรษมน เพ็งหามาน (2565) มีจำนวน 6 ข้อ แบบสอบถามในส่วนที่ 2 และที่ 3 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (1932) ที่ได้กำหนดระดับค่า คือ “ระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด” “ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย” “ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง” “ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก” “ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด” ส่วนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย และได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รายข้อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไป

ทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.854-0.948 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.70 ทุกค่า

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ซึ่งก่อนเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้อธิบายกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ ประโยชน์และสิทธิในการตอบรับหรือปฏิเสธการตอบแบบสอบถามการวิจัย โดยจะนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น ไม่มีการเปิดเผยชื่อของกลุ่มตัวอย่าง อีกทั้งจะเสนอผลโดยภาพรวม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนาที่เป็นการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับของทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้า ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 3) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้วยการทดสอบค่า F-test และเมื่อทดสอบด้วยสถิติแล้วปรากฏว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Comparison) ด้วยวิธีของ Scheffe และ 4) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ใช้เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 75 อายุ 40-49 ปี ร้อยละ 29 ศีรษะระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-25,000 บาท และซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทาง Shopee ร้อยละ 46.25

การวิเคราะห์ระดับทัศนคติการเลือกซื้อ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านประโยชน์ที่ได้รับ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ทัศนคติการเลือกซื้อ	3.84	0.713	มาก
- ด้านผลิตภัณฑ์	3.77	0.708	มาก
- ด้านราคา	3.90	0.775	มาก
- ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.05	0.778	มาก
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	0.835	มาก
การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	3.92	0.815	มาก

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์มีทัศนคติการเลือกซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D.= 0.713) และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D.= 0.815) และเมื่อพิจารณารายด้านของทัศนคติการเลือกซื้อ พบว่า ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์มีทัศนคติการเลือกซื้อมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.778) รองลงมาได้แก่ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.90$, S.D.= 0.775) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.77$, S.D.= 0.708) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.65$, S.D.= 0.835) ตามลำดับ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถนำเสนอผลได้ดังตาราง 2

ตาราง 2 การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	5.950	0.003**	แตกต่างกัน
อายุ	1.244	0.292	ไม่แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	0.888	0.412	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	4.442	0.002**	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.029	0.379	ไม่แตกต่างกัน
ช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์	0.950	0.459	ไม่แตกต่างกัน

หมายเหตุ * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 พบว่า ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน จะตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์โดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์ต่างกัน จะตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่าง ผู้วิจัยจึงทดสอบรายคู่ต่อไปดังตาราง 3 และตาราง 4

ตาราง 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจซื้อสินค้า	$\bar{X}$	เพศ		
		ชาย	หญิง	เพศทางเลือก
ชาย	3.90	-	0.020	-0.510*
หญิง	3.87		-	-0.530*
เพศทางเลือก	4.41			-

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ประชาชนที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์น้อยกว่าเพศทางเลือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจซื้อสินค้า	$\bar{X}$	อาชีพ				
		นักเรียน/นักศึกษา	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา	3.90	-	-0.430	0.004	0.045	0.203
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	4.33		-	0.434*	0.476*	0.634*
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.90			-	0.041	0.199
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.86				-	0.157
อื่น ๆ	3.70					

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มากกว่าอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยดังตาราง 5

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมพันธระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัย	PD	PR	BE	CH	AT	DE
PD		0.795**	0.784**	0.827**	0.920**	0.792**
PR			0.852**	0.753**	0.922**	0.799**
BE				0.785**	0.929**	0.840**
CH					0.916**	0.831**
AT						0.886**
DE						

หมายเหตุ- (** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01) (PD หมายถึง ทัศนคติการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์, PR หมายถึง ทัศนคติการเลือกซื้อด้านราคา, BE หมายถึง ทัศนคติการเลือกซื้อด้านประโยชน์ที่ได้รับ, CH หมายถึง ทัศนคติการเลือกซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, AT หมายถึง ทัศนคติการเลือกซื้อ และ DE หมายถึง การตัดสินใจซื้อสินค้า)

จากตาราง 5 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าเท่ากับ 0.886 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติการเลือกซื้อด้านประโยชน์ที่ได้รับ (BE) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (CH) ด้านราคา (PR) และด้านผลิตภัณฑ์ (PD) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.840$ 0.831 0.799 และ 0.792 ตามลำดับ)

สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยระดับของทัศนคติการเลือกซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยของทัศนคติการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านประโยชน์ที่ได้รับ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยโดยรวมของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์อยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งจากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า เมื่อประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครรับรู้ถึงทัศนคติการเลือก

ซื้อสินค้าด้านผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลายตรงกับความต้องการ มีราคาที่หลากหลายให้เลือกซื้อ มีช่องทางการจัดจำหน่ายง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงรับรู้ถึงประโยชน์ของการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ทำได้อย่างรวดเร็ว ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของพัชรินทร์ อดอม (2558) ซึ่งพบว่า ระดับทัศนคติต่อการซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์โดยภาพรวมก็มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ทำนองเดียวกันกับการศึกษาของคณิศา สุดสงค์ (2563) ซึ่งพบว่าผู้บริโภคมีระดับของทัศนคติอยู่ในระดับดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทัศนคติที่เป็นในด้านผลิตภัณฑ์และราคามากขึ้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจและมีทัศนคติที่ดี

2. จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยด้านเพศ และด้านอาชีพที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า ประชาชนเพศชายและหญิงในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจที่แตกต่างจากเพศทางเลือก เนื่องจากชายและหญิงจะเลือกสินค้าตามความเหมาะสมกับลักษณะส่วนบุคคล จึงทำให้เกิดความแตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระแตกต่างจากอาชีพอื่น เนื่องจากอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระมีสภาพคล่องในการใช้จ่ายมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของคณิศา สุดสงค์ (2563) ที่พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทำนองเดียวกับการศึกษาของณกุล ชูกันภัย และคณะ (2565) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคที่อาชีพต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ทัศนคติการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติการเลือกซื้อที่เอื้อต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อ ประโยชน์ที่ได้รับ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในระดับที่สูง เนื่องจากประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยมากจะตัดสินใจซื้อเนื่องจากสินค้าออนไลน์มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกที่หลากหลาย มีราคาถูกกว่าทั่วไป สะดวกต่อการซื้อ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ง่ายต่อการใช้งาน จึงตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น นับว่าสอดคล้องกับการศึกษาของณกุล ชูกันภัย และคณะ (2565) ที่พบว่า ทัศนคติการเลือกซื้อด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฮนด์แบรด์จากเทสโก้โลตัส โดยผู้บริโภคคิดว่าสินค้าแฮนด์แบรด์ใช้งานง่ายและมีราคา

ถูกกว่าสินค้าตราผู้ผลิตที่มีชื่อเสียง จึงส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ และซื้ออย่างสม่ำเสมอ และการศึกษาของคณิศร สุตพงศ์ (2563) ที่พบว่า เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติในทิศทางใด ก็จะมีการตัดสินใจซื้อออกมาในทางนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องสร้างปัจจัยต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ทั้งนี้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และด้านอาชีพที่ต่างกัน จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างกัน

1.2 ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องพัฒนาด้านความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อ สินค้ามีความสวยงามหลากหลาย มีรายละเอียดข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน มีโปรโมชั่นลดราคาและส่งเสริมราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้เช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในภาพรวมของประชาชนที่ซื้อสินค้าออนไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นการวิจัยไปยังพื้นที่ต่างจังหวัด หรือครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในภาพรวม

2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณที่มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยประเมินทัศนคติและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นและสามารถนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. (2564). พาณิชย์เผย โควิดดันยอดซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 0.45 เท่า. สืบค้นจาก

https://www.price.moc.go.th/price/fileuploader/file_admin_sum/news_survey-042564.pdf.

- กัญญากัด นรานูภาพ และ จารุพร ตั้งพัฒน์กิจ. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคกลุ่ม Millennials. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 27(2), 1-15.
- คณิศา สุตสงค์. (2563). *ทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภค Gen Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิฎาภา จิวเจริญ และ ธัญนันท์ บุญอยู่. (2565). อิทธิพลกลุ่มอ้างอิง สภาวะทางอารมณ์ และพฤติกรรมการซื้อโดยฉับพลันที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในแอปพลิเคชัน Shopee ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 5(3), 15-29.
- ชัยชนะ มิตรพันธ์. (2565). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>.
- ธนาธิป พัวพรพงษ์, สุชารัตน์ บุญอยู่, จันทนา วัฒนกาญจนะ, ยูนันท์ บุษเกตุ, และ ธนภัทร ไลประเสริฐ. (2564). ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินของผู้ใช้บริการธนาคารรัฐวิสาหกิจในจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(2), 51-62.
- ธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). อิทธิพลของปทัสถานทางจิตใจและอารมณ์ผู้ใช้งานมีผลต่อความตั้งใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 27(3), 11-23.
- นฤมล ชูกันภัย, หุสนา มุกดา, และ หรรษมน เพ็งหมาน. (2565). ทัศนคติและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ เทสโก้โลตัสของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 14(1), 83-100.
- ปัญญาพล อูยพานิชย์. (2558). *ทัศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันถั่วเหลืองผสมข้าวโพดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชชรินทร์ อดออม. (2558). *ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อ การซื้อจากแรงกระตุ้น และรูปแบบของแพ็คเกจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- มิ่งขวัญ ศรีทอง. (2558). *ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สวมใส่ในรูปแบบสายรัดข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภกร สมจิตต์. (2562). *อิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจค้าปลีกญี่ปุ่นที่เข้ามาเปิดตลาดในประเทศไทย กรณีศึกษาดองกิ มอลล์*. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). *B2C E-Commerce ปี 2565-2566*. สืบค้นจาก <https://portal.settrade.com/brokerpage/IPO/Research/upload/2000000450449/3361.pdf>
- สมใจ สืบเสาะ, วิชณี โยเหลา, และ วรณนา นราเลิศสุขุมพงศ์. (2558). *พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- สุกานดา ถิ่นฐาน. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้างานหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว กรณีศึกษาเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 จังหวัดกาญจนบุรี*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อำพล กลิ่นบัวแย้ม. (2565). *ทัศนคติและการรับรู้ถึงคุณภาพที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องกำเนิดไฟฟ้าของผู้ใช้งานในไทย โดยมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรกำกับ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Hamari, J. (2015). Why do people buy virtual goods? Attitude toward virtual good purchases versus game enjoyment. *International Journal of Information Management*, 35, 299-308.
- Huang, W. S., Lee, C. J., & Chen, H. S. (2022). The influence of corporate social responsibility on consumer purchase intention toward environmentally friendly sneakers. *Sustainability*, 14, 1-17.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-53.

ต้นแบบ (Template) การพิมพ์บทความ

ชื่อบทความเป็นภาษาไทย (Cordia New # 18 Bold)

ชื่อบทความเป็นภาษาอังกฤษ (Capital Letter # Cordia New # 18 Bold)

Received:

<เว้น 1 บรรทัด>

Revised:

ชื่อ - สกุล ผู้เขียนคนที่ 1¹ และชื่อ - สกุล ผู้เขียนคนที่ 2²

Accepted:

Author 1 Author 2

(ไม่ต้องระบุคำนำหน้าและตำแหน่งทางวิชาการ ให้เรียง 1 2 และ 3 # Cordia New # 14)

<เว้น 1 บรรทัด>

บทคัดย่อ(Cordia New # 16 Bold)

<เว้น 1 บรรทัด>

บทคัดย่อมีความยาวระหว่าง 200 ถึง 300 คำ สรุปประเด็นที่สำคัญของบทความไว้อย่างกระชับ
ครอบคลุมหัวข้อต่าง ๆ อย่างครบถ้วน (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

คำสำคัญ: [เริ่มพิมพ์ที่นี่] คำที่ 1 คำที่ 2 ... (ไม่เกิน 5 คำ) (Cordia New # 16 Bold)

<เว้น 1 บรรทัด>

ABSTRACT (Cordia New # 16 Bold)

<เว้น 1 บรรทัด>

Abstract should be between 200 and 300 words. It should be provided a concise
summary of the key points of your paper. Paper written in Thai must have abstract both in Thai
and English languages. (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

**Keywords: [Type Here] keyword 1, keyword 2,... (ไม่เกิน 5 คำ ใช้ตัวพิมพ์ใหญ่อักษรตัวแรกทุก
คำ) (Cordia New # 16 Bold)**

<เว้น 1 บรรทัด>

¹ สังกัดของผู้เขียนบทความ; สังกัดของผู้เขียนบทความ (ภาษาอังกฤษ); Email: คนที่ 1

² สังกัดของผู้เขียนบทความ; สังกัดของผู้เขียนบทความ (ภาษาอังกฤษ); Email: คนที่ 2

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Cordia New # 16 Bold)

บรรยายอย่างชัดเจนถึงความเป็นมาของปัญหา ช่องว่าง (gap) ของงานวิจัยในอดีตที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจทำวิจัยเรื่องนี้ (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

วัตถุประสงค์การวิจัย (Cordia New # 16 Bold)

ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องนี้ ให้สอดคล้องกับชื่อเรื่อง ที่มาของปัญหา และถูกต้องตามหลักการวิจัย (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

นิยามศัพท์ (Cordia New # 16 Bold)

ระบุนิยามศัพท์ของการวิจัยเรื่องนี้ (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

ขอบเขตการวิจัย (ถ้ามี) (Cordia New # 16 Bold)

ระบุขอบเขตของการวิจัยเรื่องนี้ (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Cordia New # 16 Bold)

การสังเคราะห์สาระจากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับเรื่องที่วิจัย โดยต้องมีความน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

สมมติฐานการวิจัย (Cordia New # 16 Bold)

ระบุสมมติฐานการวิจัยของการวิจัยเรื่องนี้ สอดคล้องกับที่มาของปัญหา ถูกต้องตามหลักการวิจัย (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Cordia New # 16 Bold)

ระบุงกรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่องนี้ ต้องมีความถูกต้องเหมาะสมชัดเจน ตามหลักการวิจัย (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

ระเบียบวิธีวิจัย (Cordia New # 16 Bold)

ระบุรายละเอียดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปร การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ การแปลผล ต้องมีความเหมาะสม ชัดเจน และมีคุณภาพเหมาะสมกับลักษณะข้อมูล (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

ผลการวิจัย (Cordia New # 16 Bold)

รายงานข้อค้นพบ ตามลำดับขั้นตอนของการวิจัย อย่างชัดเจนและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสมมติฐาน (ถ้ามี) หากข้อค้นพบ (มีตัวเลขหรือตัวแปรมาก ควรใช้ตารางหรือแผนภูมิแทน (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>



<เว้น 1 บรรทัด>

ภาพ 1 ชื่อรูปภาพ

ที่มา: (ถ้ามี)

<เว้น 1 บรรทัด>

ตาราง 1 ชื่อตาราง

กระบวนการการตัดสินใจซื้ออาหาร	ความคิดเห็น		
	χ	SD.	แปลความ
1. การรับรู้ปัญหา	4.44	0.48	มากที่สุด
2. การแสวงหาข้อมูล	4.85	0.49	มากที่สุด
3. การประเมินทางเลือก	4.36	0.56	มากที่สุด
4. การตัดสินใจซื้อ	4.29	0.37	มาก
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.82	0.50	มาก
รวม	4.55	0.41	มากที่สุด

ที่มา: (ถ้ามี)

<เว้น 1 บรรทัด>

สรุปและอภิปรายผล (Cordia New # 16 Bold)

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ครอบคลุมประเด็นปัญหาการวิจัย พร้อมทั้งอภิปรายผลการวิจัย
ที่มีเอกสารอ้างอิงที่ชัดเจน เชื่อถือได้ และทันสมัย (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

ข้อเสนอแนะ (Cordia New # 16 Bold)

เชื่อมโยงผลการวิจัยสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หรือข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์จาก
ผลการวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม (Cordia New # 16)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

<เว้น 1 บรรทัด>

เอกสารอ้างอิง (Cordia New # 16 Bold)

ระบุนายการเอกสารที่นำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัยให้ครบถ้วน โดยใช้แบบ APA Style 6)

[เริ่มพิมพ์ที่นี่].....

รูปแบบการเขียนอ้างอิง

ให้มีการอ้างอิงโดยการรวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ใช้อ้างอิงในการเขียนผลงาน มีการจัดย่อหน้าแบบกระจายไทย (Thai Distributed) จัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ภายใต้หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” สำหรับผลงานภาษาไทย หรือ “Reference” สำหรับผลงานภาษาอังกฤษ และให้ใช้การอ้างอิงตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA 6th Edition)

1. การอ้างอิงในเนื้อหา (In-Text Citation)

1.1 การอ้างอิงผลงานของผู้แต่งสองคน ให้ใช้ชื่อสกุลของผู้แต่ง คั่นระหว่างด้วยเครื่องหมาย & แล้วตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (Peterson & Smith, 2015, pp. 175-179)

1.2 การอ้างอิงผลงานของผู้แต่ง 3 – 5 คนครั้งแรก ให้ใช้ชื่อนามสกุลของผู้แต่งทั้งหมด คั่นระหว่างด้วยเครื่องหมาย & ก่อนผู้แต่งคนสุดท้าย แล้วตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (Peterson, Clare, & Smith, 2015, p. 40) หากเป็นอ้างอิงผลงานเดิมในครั้งที่ 2 ให้ใช้ชื่อนามสกุลของผู้แต่งคนแรก และคำว่า et al. แล้วตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (Peterson et al., 2015, p. 40)

1.3 การอ้างอิงผลงานหลายชิ้น ให้เรียงตามตัวอักษรของผู้แต่ง คั่นระหว่างผลงานด้วยเครื่องหมาย ; เช่น (Johnson, 2015; Peterson, 2010; Ortega, 2014)

2. อ้างอิงท้ายเรื่อง

หนังสือทั่วไป	
รูปแบบ	ผู้แต่งคนที่ 1./ผู้แต่งคนที่ 2./และ/ผู้แต่งคนที่ 3./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(ครั้งที่พิมพ์) (พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)./สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 1 คน	กฤติน กุลเพ็ง. (2555). <i>กลยุทธ์การสรรหา</i> . กรุงเทพฯ: เชน อาร์ เซ็นเตอร์.
ผู้แต่ง 2 คน	สรายุทธ พรเจริญ, และ อัยรดา พรเจริญ. (2553). <i>การทดสอบประสิทธิภาพการทำงานของบราวเซอร์ด้วยเทคนิค MECCA</i> (พิมพ์ครั้งที่ 3). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
ผู้แต่ง 3-7 คน	ปิยะนันท์ นามกุล, สุทินี เสาร์แก้ว, และ อินทนิล เชื้อบุญชัย. (2556). <i>รายงานการวิจัย พฤติกรรมเสี่ยงและพฤติกรรมปกป้องสุขภาพของวัยรุ่น : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี</i> . อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ผู้แต่ง 8 คนขึ้นไป	นพรัตน์ เศรษฐกุล, เอกชัย เอกทัพพ์, พงศธร บรรณโสภิชฐ์, ชยุตม์ สุขทิพย์, ปรีชา วิทยพันธุ์, จีรศักดิ์ แสงศิริ, ... ดาริน รุ่งกลิ่น. (2552). <i>ระบบสารสนเทศทั้งภูมิศาสตร์ลุ่มน้ำปากพนัง: การจัดการพื้นที่ป่าต้นน้ำในลุ่มน้ำปากพนังเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ</i> . นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
ผู้แต่งเป็นสถาบัน	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, สถาบันวิจัยและพัฒนา. (2552). <i>บทคัดย่อชุดโครงการวิจัยและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง</i> . นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
หนังสือแปล	อาร์มสตรอง, เอ็ม. (2549). <i>การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์: คู่มือสำหรับการนำไปปฏิบัติ</i> (อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท จำกัด. (ต้นฉบับพิมพ์ปี 2000).
ผู้รวบรวมหรือบรรณาธิการ	คมสัน หุตะแพทย์ (บรรณาธิการ). (2552). <i>คู่มือการกำจัดแมลงศัตรูพืชโดยวิธีธรรมชาติสมุนไพรไล่แมลง</i> (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เกษตรกรรมธรรมชาติ.
ไม่ปรากฏนามผู้แต่ง	<i>เกมและกิจกรรมพัฒนาทีมงาน = Intant teamwork</i> . (2556). กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
ไม่ปรากฏเมืองที่พิมพ์/สำนักพิมพ์หรือไม่ปรากฏปีที่พิมพ์	ให้ใส่ (ม.ป.ท.) สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.p.) สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.d.) สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ
บทความในหนังสือ	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ)/ชื่อหนังสือ ////////(ครั้งที่พิมพ์), เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใดถึงหน้าใด./สถานที่พิมพ์:/ ////////สำนักพิมพ์.
ตัวอย่าง	เสาวณีย์ จำเดิมเผด็จศึก. (2534). <i>การรักษาภาวะจับหืดเฉียบพลันในเด็ก</i> . ใน สมศักดิ์ โล่ห์เลขา, ชลวิรัตน์ ดิเรกวัณชัย และมนตรี ตู้อินดา (บรรณาธิการ), <i>อิมมูโนวิทยาทางคลินิกและโรคภูมิแพ้</i> (น. 99-103). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย และสมาคมกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย.

วารสาร	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่ (ฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏ.
ตัวอย่าง	ดุชนิ วรธรรมดุชนิ. (2556). พัฒนธรรมกับการดื่ม. <i>ราชพฤกษ์</i> , 10(3), 13-20.
นิตยสาร	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี, เดือนที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อนิตยสาร./ปีที่ (ฉบับที่), / ////////เลขหน้าที่ปรากฏ.
ตัวอย่าง	ส้มโอมือ. (มีนาคม 2545). อาหารบำรุงสมอง. <i>Update</i> , 20(210), 37-40.
หนังสือพิมพ์	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี, เดือนที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อหนังสือพิมพ์./ปีที่ (ฉบับที่), / ////////เลขหน้าที่ปรากฏ.
ตัวอย่าง	วิจักขณ์ ชิตรัตน์. (2552, 12 ธันวาคม). เพื่อโลกสีเขียว. <i>ข่าวสด</i> . น. 7.
วิทยานิพนธ์	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)./ชื่อวิทยานิพนธ์./ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต)./ชื่อมหาวิทยาลัย/ชื่อคณะ/ชื่อ สาขาวิชาหรือภาควิชา.
ตัวอย่าง	สุภคกาญจน์ ประกอบแสง. (2558). <i>โปรแกรมส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการออกกำลังกาย ของนักศึกษาพยาบาลมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี</i> . (วิทยานิพนธ์ สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, คณะ สาธารณสุขศาสตร์.
สื่อโสตทัศน์ และสื่ออื่น ๆ	ชื่อผู้จัดทำ (หน้าที่)./ (ปีที่ผลิต)./ชื่อเรื่อง. / [ลักษณะของสื่อ]. /สถานที่ผลิต: ////////หน่วยงานที่เผยแพร่.
รูปแบบ	อยุธยา: สมเด็จพระนารายณ์มหาราช. (2540). [วีดิทัศน์]. กรุงเทพฯ: ทิชชิงทอยส์.
สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์	
บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารที่เผยแพร่ทั้งฉบับพิมพ์และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่ (ฉบับที่), /เลขหน้าที่ ปรากฏ. สืบค้นจาก http://xxxxx
ตัวอย่าง	ศักดิ์สิน ช้องคารากุล. (2552). ความรู้เชิงคุณค่าด้านวัฒนธรรมการปลูกฝังคุณธรรม วารสารวิชาการสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2(1), 18- 22.

บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งไม่มีการจัดพิมพ์เป็นรูปเล่ม	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร, ปีที่/(ฉบับที่),/เลขหน้า-เลขหน้า. DOI:xxxx
ตัวอย่าง	Roger L. C. & Richard, L. H. (2010). Calcium-Permeable AMPA receptor dynamics mediate fear, memory erasure. <i>Science</i> , 330(6007), 1108-1112. DOI:10.1126/science.1195298
บทความที่สืบค้นได้จากวารสารอิเล็กทรอนิกส์	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร, ปีที่/(ฉบับที่),/เลขหน้า-เลขหน้า./URL /////////ของวารสาร
ตัวอย่าง	Cadigan, J., Schmitt, P., Shupp, R., & Swope, K. (2011). The holdout problem and urban sprawl: Experimental evidence. <i>Journal of Urban Economics</i> . 69(1), 72-81. Retrieved from http://journals.elsevier.com/00941190/journal-of-urban-economics/
สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่น ๆ	
สารสนเทศประเภทสารานุกรม พจนานุกรม หนังสือคู่มือ	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ),/ชื่อหนังสือ ///////// (ครั้งที่พิมพ์), เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใดถึงหน้าใด./สถานที่พิมพ์:/ /////////สำนักพิมพ์.
ตัวอย่าง	Hanegraaff, W. (2005). New Age movement. In Jones, L. (Ed.), <i>Encyclopedia of religion</i> . Retrieved from http://find.galegroup.com/gvrl/
วิกิพีเดีย (WIKIPEDIA)	
ตัวอย่าง	วิกิพีเดีย. (ม.ป.ป.). มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. สืบค้นจาก http://th.wikipedia.org/wiki/มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
สารสนเทศประเภท Press Release รายงานประจำปี ไฟล์ประเภท PowerPoint, Blog post, Online Video, Audio Podcast, facebook post, Twitter post เป็นต้น	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียน/(ปี, เดือน วันที่)./ชื่อเนื้อหา./[รูปแบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์]./Retrieved ///////// from URL หรือเว็บไซต์ของข้อมูล
ตัวอย่าง	ชาญณรงค์ ราชบัวน้อย. (2560). ศัพท์บัญญัติการศึกษา. [เว็บบล็อก]. สืบค้นจาก http://www.sornor.org/

หมายเหตุ :

2. กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อทั้งสองคนตามลำดับที่ปรากฏ เชื่อมด้วยคำว่า “และ” สำหรับเอกสารภาษาไทย โดยไม่เว้นวรรค และใช้เครื่องหมาย “&” สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ ระหว่างคนที่ 1 และคนที่ 2 โดยเว้น 1 ระยะก่อนและหลัง

4. ผู้แต่งที่เป็นสถาบัน ให้ลงรายการโดยเรียงลำดับจากหน่วยงานใหญ่ไปหาหน่วยงานย่อย และเว้นวรรคจากชื่อหน่วยใหญ่ไปหาชื่อหน่วยงานย่อย

กขคคสมงจฉชฌณญฐฑฒณตดทธนบปผฝพฟภมยรฤฎฏลฬภาวศษสหฬอฮ

ดะ ด้ว ด้วะ ดา ดา อี อี อี อู อู เออะ เอ เออะ เอา เอา เอ็น เอีย เอียะ เอือ เอือะ แด แดะ โด โดะ โอ โอ

1. การตั้งค่าน้ำกระดาษ และแบบอักษร

1.2 ตั้งค่าน้ำกระดาน ขอบบน 43 มิลลิเมตร ขอบล่าง 43 มิลลิเมตร ขอบซ้าย 32 มิลลิเมตร ขอบขวา 32 มิลลิเมตร (ปรับมาตรวัดเป็นมิลลิเมตรโดยไปที่ File---Options---Advanced---Display---Show measurement in unit of เลือก millimeter

- ข้อบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้ขนาด 18 points หนา
- ชื่อผู้เขียนไทยและอังกฤษ ใช้ขนาด 14 points
- รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียน ใช้ขนาด 14 points

- ส่วนเนื้อเรื่อง ใช้ขนาด 16 points

1.4 ใส่เลขหน้าด้านล่าง ตรงกลาง

1.5 รูปแบบการย่อหน้าใช้รูปแบบ กระจายไทย (Thai Distributed) ทั้งบทความ

1.6 การเว้นบรรทัด/ ระยะห่างระหว่างบรรทัด (Line Spacing) ตั้งเป็น 1 เท่า ตั้งค่า spacing (before, after) เป็น 0 pt.

2. ในบทความหนึ่งมีความยาวของเนื้อเรื่องรวมเอกสารอ้างอิง ให้มีจำนวนหน้าประมาณ 12 - 15 หน้า

3. บทความวิชาการและบทความปริทัศน์ ให้ประยุกต์ใช้รูปแบบการเขียนเดียวกับบทความวิจัย โดยปรับตามความเหมาะสม ซึ่งควรประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ต่อไปนี้

- ชื่อบทความ

- ชื่อผู้เขียน

- บทคัดย่อ

- คำสำคัญ

- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

- วัตถุประสงค์

- เนื้อหา: นำเสนอข้อมูลวิชาการในการวิเคราะห์หรือวิพากษ์ ทศนะหรือแนวคิดการนำเสนอ เผยแพร่แนวคิดใหม่โดยอาศัยข้อมูลทางวิชาการ เอกสารอ้างอิงและเหตุผลพิสูจน์ได้

- สรุปผล

- เอกสารอ้างอิง

แบบฟอร์มนำส่งบทความ/บทวิจารณ์หนังสือเพื่อพิมพ์เผยแพร่ใน
วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

เรียน บรรณาธิการวารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)

(Mr./Mrs./Ms.)

คุณวุฒิสูงสุดและสถานศึกษา.....

ตำแหน่ง/ตำแหน่งทางวิชาการ

Job Positions/Academic Ranks

ชื่อสถาบัน/ที่ทำงาน

Institute/Company

ขอส่ง ☐ บทความจากงานวิจัย (Research Article) ☐ บทความวิชาการ (Academic Article)

☐ บทความปริทัศน์ (Review Article) ☐ บทความวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

ชื่อเรื่อง

Title

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก..... หมู่ที่ ซอย ถนน

ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์ (Phone) โทรศัพท์มือถือ (Mobile)

Email:

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า บทความนี้

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่จะระบุชื่อในบทความ

บทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และข้าพเจ้าจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์
ในวารสารอื่น ๆ อีก นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งบทความนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารฯ

ลงนาม.....

(.....)

หมายเหตุ กรุณากรอก ชื่อ นามสกุล ชื่อสถาบัน/สถานที่ทำงาน และชื่อบทความทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้สมบูรณ์

