



วิทยาการจัดการ วไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

MANAGEMENT SCIENCES VALAYA ALONGKORN REVIEW

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2567

Vol. 5 No. 1 January – April 2024



วารสารวิทยาการจัดการ
วไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (ThaiJO)

ISSN 2985-1076 (ONLINE)



หน่วยงาน

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ วารสารราย 4 เดือน

(มกราคม – เมษายน)

(พฤษภาคม – สิงหาคม)

(กันยายน – ธันวาคม)

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (Management Sciences Valaya Alongkorn Review) เป็นวารสารวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย และบทความวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม ธุรกิจบริการ และนิเทศศาสตร์ ของคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และผู้สนใจทั่วไปทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ

นโยบายการตีพิมพ์บทความ

1. บทความที่นำเสนอเพื่อขอตีพิมพ์ต้องเป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่มีเนื้อหาทางด้านบริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม ธุรกิจบริการ และนิเทศศาสตร์ ของคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และผู้สนใจทั่วไปทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

2. บทความที่ตีพิมพ์ต้องเขียนตามรูปแบบที่วารสารกำหนดเท่านั้น

3. บทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยเผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน หรือไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น หากมีเนื้อหาข้อมูลวิจัยบางส่วนเคยตีพิมพ์ในรายงานการประชุมวิชาการจะต้องมีส่วนที่เพิ่มเติม หรือขยายจากส่วนที่เคยลงตีพิมพ์ และมีคุณค่าทางวิชาการที่เด่นชัด ในกรณีที่ตรวจสอบพบว่ามีการจัดพิมพ์ซ้ำซ้อนถือเป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์แต่เพียงผู้เดียว

4. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบที่ลงพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้พิมพ์ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์เพียงผู้เดียว กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นตามและไม่มีส่วนรับผิดชอบใด ๆ

5. บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ทุกบทความต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์นั้น จำนวน 3 ท่านต่อหนึ่งบทความ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อผู้พิมพ์ และผู้พิมพ์ไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double-blinded Review)

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
Management Sciences Valaya Alongkorn Review
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

คณะที่ปรึกษา

- | | | |
|--------------------------------|----------|------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ | คชสิทธิ์ | อธิการบดี |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา | สีดี | คณบดีคณะวิทยาการจัดการ |

บรรณาธิการ

- | | | |
|---------------------------------------|---------|--|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ | ชินพงษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
|---------------------------------------|---------|--|

กองบรรณาธิการภายนอก

- | | | |
|-----------------------------------|--------------|-------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี | อิสัยกุล | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ | อินตะชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี | วงษ์มณฑา | มหาวิทยาลัยพะเยา |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ | พรหมสุวรรณ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ | แก้วนุช | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกานต์ | พฤกษ์สรนันท์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |

กองบรรณาธิการภายใน

- | | | |
|--------------------------------|---------------|--|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา | ความคั่นเคย | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 2. อาจารย์กิตตินันท์ | มากปรางค์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 3. อาจารย์ถิรนนท์ | ทิวราตรีวิทย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ |

ฝ่ายจัดทำวารสาร

- | | |
|----------------------------|-----------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลียา | ยางงาม |
| 2. นางสาวเพชรกมล | เพชรสุนทร |
| 3. นางสาวณัฐวรรณ | อันอุระ |

ติดต่อกองบรรณาธิการวารสาร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
เลขที่ 1 หมู่ที่ 20 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 13180
โทรศัพท์ 0-2529-3847 , 0-2909-1571-2 โทรสาร 0-2529-3847
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/index>
E-mail : fmsjournal@vru.ac.th

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (Management Sciences Valaya Alongkorn Review) เป็นวารสารวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มุ่งหวังที่จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิชาการ และบทความวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม ธุรกิจบริการ และนิเทศศาสตร์ ของคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการ และผู้สนใจทั่วไปทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยได้จัดทำเป็นวารสารราย 4 เดือน (ปีละ 3 ฉบับ) ซึ่งวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานจากฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI)

สำหรับวารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 1 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน พ.ศ. 2567 มีบทความวิจัย 6 บทความ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญตามศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และไม่สังกัดเดียวกันกับผู้แต่งบทความจำนวน 3 ท่าน เรียบร้อยแล้ว

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านที่ส่งบทความมาเพื่อให้พิจารณาตีพิมพ์และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับวารสาร และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษา เสนอบทความเพื่อเข้ารับการพิจารณากลั่นกรองตีพิมพ์เผยแพร่ อันจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการสำหรับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์
บรรณาธิการ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ
ประจำปี 5 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – เมษายน 2567)

รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ศักดิ์ เสวตเลข	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัสม่า กาซ็อน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.ปจรรย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	ข้าราชการบำนาญ
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชอุณห เตชคณา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวัฒน์ เบญญาศรีสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นนัท กัลยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพักร์ศิณา วิเชียรวรรณ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภชนี ปฏิทัศน์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนภณ นิธิเชาวกุล	มหาวิทยาลัยบูรพา
อาจารย์ ดร.ชิตพงษ์ อัยสานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สารบัญ

หน้า

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

แนวทางการพัฒนาโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ฐานาพรณ์ ทองคำนุช ภัทธรันท์ นาน้ำเขียว ชมาพร แสงศรีจันทร์ และสุภัทรา คัมภีรานนท์....	1
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ วัชริน อินชัย ดลยา ไชยวงศ์ ศฐา วรณกุล และสัทยา ตันจันทร์พงศ์.....	18
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย วรวรรณ ทิพประเสริฐ และพิรญา ชื่นวงศ์.....	35
ปัจจัยการออมและรูปแบบการออมที่มีอิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ชิดชนก ขยันอาจ พิรญา ชื่นวงศ์ และกษิตติ์ ใจผาวัง.....	50
คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก อโนทัย พลภาณุมาศ และเขมิกา ธนธำรงกุล.....	68
การศึกษาการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของภาคธุรกิจในจังหวัดลพบุรี เขมิกา สงวนพวก.....	84

ภาคผนวก

- แบบฟอร์มขอส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลงวารสาร
- การเตรียมต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์ลงวารสาร
- รูปแบบการเขียนบทความวิชาการ
- รูปแบบการเขียนบทความวิจัย

แนวทางการพัฒนาโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

GUIDELINE FOR UPGRADING HOSTEL IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

ธำปกรณ ทองคำนุช¹ ภัทธรันท์ นาน้ำเขียว² ชมาพร แสงศรีจันทร์³ และสุภัทรา คัมภีรานนท์⁴
Thapakorn Thongkarnus¹ Pattanun Nanamchiew² Chamaporn Sangsrijan³
and Supatta Kumpiranon⁴

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
^{2,3,4} นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹Lecturer, Bachelor of Arts Program Department of Tourism and Hotel
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
^{2,3,4} Student, Bachelor of Arts Department of Tourism and Hotel Faculty of Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
E-mail ¹Thapakorn.t@rmutsb.ac.th ²Ny.pattanun@gmail.com ³Chamaporn0221@gmail.com
⁴Supatta3110@gmail.com

Received October 09,2023
Revised April 07,2024
Accepted April 10,2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำนวจศักยภาพของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ออกแบบประสบการณ์การบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) เป็นแนวทางในการยกระดับโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างการเก็บรวบรวมข้อมูลทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง

ผลวิจัยพบว่าศักยภาพของโรงแรมประเภทโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ด้านการจัดการภายในที่พักแรม 3) ด้านการจัดการสถานที่ 4) ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และ 5) ด้านการสร้างที่น่าเชื่อถือ ผลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์การบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 1) ประสบการณ์การสร้างบรรยากาศให้ลิ้มเลียน 2) ประสบการณ์ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น 3) ประสบการณ์การพักผ่อนเสมือนอยู่บ้าน

ซึ่งเป็นองค์ประกอบการยกระดับโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยาเพื่อนำไปสู่แนวทางในการยกระดับโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป

คำสำคัญ

การพัฒนาโรงแรม ประสบการณ์การบริการ โฮสเทล

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) To survey potential of hostel business in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, 2) To design service for hostel experience in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province and 3) To Guideline Hostel in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The study was qualitative research implemented with the samples who were Hostel Entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The research instrument was an in-depth interview for collected data from 15 Hostel Entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The study results show that the Hostel business possessed potentials were in

The results revealed that 1) Facilities Management, 2) Accommodation Management, 3) Places Management, 4) Human Resource Management and 5) Reliability. The design service for hostel experience business in Phra Nakhon Si Ayutthaya was in 1) Memory-creation Experience, 2) Local resource preservation Experience, 3) Relax from hotel Experience. The study findings can be guidelines for upgrading hostels in Phra Nakhon Si Ayutthaya.

Keywords

Hotel Development, Service Experience, Hostel

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีการบริการและจัดบริการด้านต่าง ๆ ที่มีความโดดเด่นเป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการจึงมีความโดดเด่นและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการมีการพัฒนาไปอีกขั้นตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา ในขณะที่การเติบโตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดีขึ้นนั้น ในปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ทำให้การขับเคลื่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวหยุดชะงักลง ธุรกิจโรงแรมต้องหยุดชะงักเพื่อป้องกันโรคระบาด อีกทั้งธุรกิจโรงแรมในหลายแห่งต้องปิดกิจการชั่วคราวหรือปิดตัวอย่างถาวร ยังมีส่วนผู้ประกอบการส่วนใหญ่เกิดการปรับตัวไม่ทันมีลูกค้าน้อยลงรายได้ลดลงแต่มีต้นทุนสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

(สาลินี ทิพย์เพ็ง, 2565) ทำให้ธุรกิจโรงแรมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับกลยุทธ์ในการปรับตัวในช่วงที่สถานการณ์ยังไม่คลี่คลายและเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมนั้น การเกิดโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังกล่าวนั้นทำให้เกิดการ Work from Home เป็นเวลานาน ส่งผลให้ผู้คนหรือนักท่องเที่ยวต่างโยกย้ายการพบปะสังสรรค์และการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทาง ต้องการผ่อนคลาย และหลายคนอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนเพื่อเติมพลังให้กับชีวิตทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีข้อจำกัดเพิ่มขึ้นหาก ธุรกิจโรงแรมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวหรือหาแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลาย (กรมการท่องเที่ยว, 2564)

การบริการธุรกิจการบริการภายในโรงแรมเป็นกิจกรรมที่เน้นการสนับสนุนดูแลนักท่องเที่ยวและผู้เข้าพัก โดยมีเป้าหมายในการสร้างความประทับใจ ทำให้เกิดความสะดวกสบายและความปลอดภัย รวมถึงการที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การบริการที่พึงพอใจในรูปแบบต่าง ๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริม การบริการด้านอาหารเครื่องดื่มตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การบริการที่จอดรถ การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักภายในโรงแรม การบริการ Wi-Fi ความเร็วสูง ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถเลือกตัดสินใจในการเข้ามาพักผ่อนและพักผ่อน (Dolce Valley Forge Hotel, 2017) จากข้อมูลศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว (2566) จะเห็นได้ว่าหนึ่งในเทรนด์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ต้องการความแปลกใหม่ มีกิจกรรมที่หลากหลาย เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น รวมทั้งใส่ใจความยั่งยืนมากขึ้น กลายเป็นกระแสการท่องเที่ยวของคนยุคใหม่พยายามหาเส้นทางท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ทำกิจกรรมหรือพฤติกรรมใด ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมทั้งการท่องเที่ยวที่รักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเป้าหมายของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยมีข้อสังเกตประเด็นที่ถูกกล่าวในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับนี้ได้กล่าวถึง บริบทของสถานการณ์และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยมีประเด็นที่มีนัยยะ เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเป้าหมายในประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ 2 3 และ 4 ที่จำเป็นต้องพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงอีกทั้งการยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในการศึกษาวิจัยนี้ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญแก่การศึกษาธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) เป็นที่นิยมในหมู่ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (วัชรพงศ์ รติสุขพิมล และฐิติรัตน์ มีเพิ่มพูนศรี, 2562) โดยลักษณะของเป็นโรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) ที่มีวัฒนธรรมบริการที่ตกแต่งสถานที่ให้ดูหรูหราและมีความเป็นอัตลักษณ์ส่วนตัว มีการผสมผสานจุดเด่นของวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมกับการให้บริการในรูปแบบสากลที่สร้างความเรียบง่ายสไตล์บูติก อีกทั้งกลยุทธ์ด้านราคาแบบจ่ายได้สบายกระเป๋า หรือมีราคาประหยัดที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) ในประเทศไทยได้เกิดขึ้นบ้างแล้วตามพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่ด้วยกระแสนิยมของโฮสเทลที่กำลังเติบโตและแพร่กระจายในต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการ

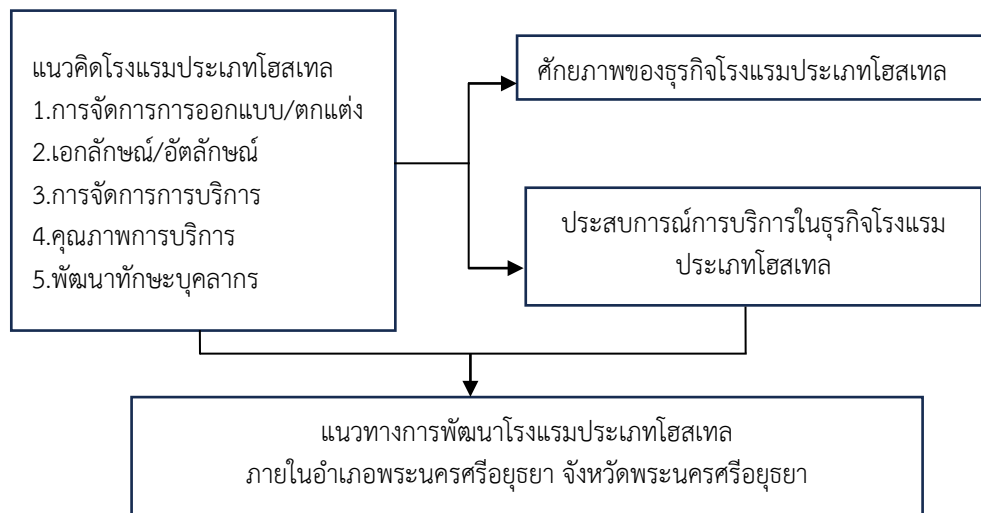
โรงแรมจึงควรตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ที่แตกต่างกัน (พรสวรรค์ บุญสถิตย์, 2563)

ถึงแม้ว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะยังคงความเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย แต่หากธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ยังมีการจัดการการบริการที่หยุดนิ่งไม่พัฒนาและไม่ออกแบบให้มีความเป็นจุดเด่นและไม่มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเองนั้น อาจจะทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาสูญเสียตำแหน่งของความเป็นจังหวัดชั้นนำที่มีการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เพื่อให้การบริหารธุรกิจที่พักแรมโฮสเทล ประสบความสำเร็จจะต้องมีการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการแข่งขันเพื่อหาลูกค้า การดูแลและรักษาสถานลูกค้า การดูแลรักษาสถานที่ และที่สำคัญคือ (จิรธิดา มีสมบัติ, 2566) การนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพโรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดเพื่อตอบโต้ภัยกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการบริหารจัดการและเน้นด้านเอกลักษณ์และความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความเป็นส่วนตัวและต้องการพักในโรงแรมที่มีความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันในราคาที่ประหยัดกว่าโรงแรมรูปแบบอื่น ๆ โดยงานวิจัยเรื่องนี้ยังสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำมาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมและรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อสำรวจศักยภาพของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2) เพื่อออกแบบประสบการณ์การบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

นิยามศัพท์

1. **โรงแรมประเภทโฮสเทล (Hostel) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา** หมายถึง ธุรกิจที่พักแรมโฮสเทล ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอัตลักษณ์การบริการที่หรูหรา ความเป็นกันเอง ความใกล้ชิด ดังนั้นผู้ให้บริการหรือพนักงานจะต้องดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีแต่ไม่ละเลยเรื่องความปลอดภัย

2. **ประสบการณ์การบริการ** หมายถึง การให้บริการด้วยคนหรือพนักงานการให้บริการด้วยคนหรือพนักงานเป็นวิธีการที่ให้บริการที่มีความสำคัญกว่าการให้บริการวิธีอื่น ๆ เนื่องจากการให้บริการแบบนี้สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายได้ รวมทั้งเป็นการออกแบบการบริการอย่างใกล้ชิด

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดโรงแรมประเภทโฮสเทล

โฮสเทล คือ ที่พักสำหรับนักเดินทางที่จะได้มาพักอาศัยอยู่ร่วมกับผู้อื่นในห้องนอนรวม ซึ่งผู้เข้าพักสามารถที่จะจ่ายค่าที่พักได้ในราคาที่ประหยัด เนื่องจากโฮสเทลจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและข้าวของเครื่องใช้ที่จะต้องใช้ร่วมกับผู้อื่นและสิ่งสำคัญที่เป็นหัวใจหลักของโฮสเทล คือ การเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกัน การเคารพสิทธิซึ่งกันและกันให้เกียรติกัน การใช้เวลาอย่างมีความสุขกับเพื่อนที่มาจากต่างภาษาและต่างวัฒนธรรม (Klaamphaiboon, & Srikasikorn, 2016) กล่าวต่อได้ว่า ธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลถือเป็นธุรกิจด้านบริการนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ต้องการการบริการที่หรูหรา แต่กลับต้องการพบปะผู้คน ความเป็นกันเอง ความใกล้ชิด ความอบอุ่นจากผู้ให้บริการหรือพนักงาน

(จิรिता มีสมบัติ, 2566) ซึ่งโรงแรมประเภทโฮสเทลมีองค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย องค์ประกอบทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อความต้องการ การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ และปัจจัยสำคัญที่ประกอบด้วยความหลากหลายและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเทคโนโลยี (Zlai, & Hitchcock, 2016) (อติพร สังข์เจริญ และอมรรัตน์ อมรศิริชัยรัตน์, 2559)

อย่างไรก็ตามนอกจากนั้น แนวคิดของ พาราซูนามาน (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ยังได้กล่าวว่า การบริการโรงแรมยังมียังต้องให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ทั้งการอำนวยความสะดวก การสื่อความหมายที่เป็นเอกลักษณ์และการให้ความบันเทิง ตลอดจนการพักผ่อนหย่อนใจ อีกทั้งการจะพัฒนาการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจโฮสเทลในยุควิถีใหม่ (New Normal) ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลควรส่งเสริมและให้การสนับสนุน องค์ประกอบต่าง ๆ เพิ่มเติม ดังนี้ 1) ให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากขึ้น 2) การสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจต่อลูกค้าโดยมีนโยบายการปรับปรุงการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า 3) การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน การจัดการความเสี่ยงและการทำงานตามสถานการณ์เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด และการจัดการทรัพยากร และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด 4) พนักงานได้รับการพัฒนาความรู้และสามารถกำหนดเป้าหมายเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของธุรกิจ ในองค์ประกอบสุดท้ายคือ 5) การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจโดยมีการสร้างเครือข่ายธุรกิจมีการรวมกลุ่มเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนธุรกิจโฮสเทลไปสู่การบริหารแบบมืออาชีพ (สุรางค์รัตน์ เพิ่มพูนศรีศิลป์, 2566)

2. แนวคิดการบริการ

คณะผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดการบริการและนวัตกรรมบริการซึ่งเพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการจัดการบริการภายในธุรกิจโรงแรม โดยมีผู้กล่าวถึงการบริการดังต่อไปนี้ (Kotler, 2553) ได้กล่าวไว้ว่าการบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ซึ่งมีผลต่อการออกแบบการดำเนินงานทางการตลาด ดังต่อไปนี้

2.1 ไม่สามารถจับต้องได้ การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือรู้สึกได้ก่อนการซื้อ และไม่สามารถคาดเดาผลที่จะเกิดขึ้นได้ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาเพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ซื้อ

2.2 ไม่สามารถแบ่งแยกได้ การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกันนั่นคือไม่มีตัวสินค้าที่สามารถเก็บรักษาทำการจำหน่ายและบริโภคทีหลังได้ผู้ให้บริการหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้เพียงหนึ่งรายทำให้เกิดปัญหาเรื่องข้อจำกัดด้านเวลาขึ้น

2.3 ไม่แน่นอน ลักษณะของการให้บริการมีความไม่แน่นอนสูงขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ตัวผู้ให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ สถานที่ให้บริการ ดังนั้นธุรกิจที่เป็นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องควบคุมคุณภาพของการบริการ ซึ่งสามารถทำได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

- การคัดเลือก และการอบรมการให้บริการแก่พนักงาน
- กำหนดขั้นตอนในการให้บริการเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งระบบของธุรกิจ
- การตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า จากการสอบถามความคิดเห็นการเปิด

2.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ การให้บริการนั้นไม่สามารถเก็บได้เหมือนกับสินค้าอื่น ซึ่งจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อความต้องการไม่แน่นอน ทำให้เกิดเหตุการณ์การให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้าเกิดขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่ให้บริการจะต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะปรับความต้องการซื้อและการให้บริการให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดความต้องการซื้ออย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว

ซึ่งการบริการนั้นยังมีผู้กล่าวต่อไปอีกว่าการบริการถึงแม้จะมีลักษณะที่จับต้องไม่ได้แล้วนั้น ยังต้องมีความจำเป็นในการพัฒนาการบริการให้คุณภาพมากยิ่งขึ้นโดยได้นำแนวคิดของ (Ziethaml, Parasuraman & Berry, 1988) ได้กล่าวไว้ว่าการจะพัฒนาการบริการให้เกิดคุณภาพการบริการนั้น เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการโดยลูกค้าที่ได้เข้ามาใช้ในการบริการในธุรกิจบริการต่าง ๆ นั้นจะทำการวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และ เครื่องใช้ การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบ ทำเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความ สม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้ามีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีทักษะในการทำตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ไม่ละเลยด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (ปรางณี สกุลติ และ เรขสีมา, 2562) ซึ่งจากแนวคิดของ Parasuraman ส่งผลและก่อให้เกิดคุณภาพการบริการเกิดขึ้นมาได้ โดยขยายเพิ่มเติมจากการที่ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเรื่องคุณภาพการบริการได้กล่าวไว้ว่าการบริการ คือ การให้ความสะดวกสบายผู้มาใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ ให้ได้รับความสุขและให้เกิดความพึงพอใจ ไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุดในการจัดการระบบบริการสมัยใหม่จะเน้นความต้องการของลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลจำนวนทั้งสิ้น 15 แห่ง ใช้วิธีการเลือกตัวกลุ่มอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดคุณลักษณะของผู้ประกอบการคือ ต้องดำเนินธุรกิจและมีประสบการณ์การให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 15 คน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้จัดการทั่วไปจำนวน 6 คน กลุ่มที่ 2 ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 3 ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า จำนวน 3 คน และกลุ่มที่ 4 ผู้จัดการแผนกครัว จำนวน 3 คน สำหรับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างนั้น ในทางทฤษฎีแล้วจำนวนกลุ่มตัวอย่างของการทำสัมภาษณ์เชิงลึกที่ยอมรับได้ คืออย่างน้อย 7-21 คน ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกและพิจารณากับงบประมาณ ระยะเวลาและพื้นที่แล้ว ถือว่าเป็นจำนวนที่เหนือกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Delbecq, A. L. et al., 1975)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยตรงกับผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นการสนทนาแบบมีความชัดเจนและมีจุดมุ่งหมาย คำถามในการสัมภาษณ์จะเป็นถาม-ตอบ เพื่อให้คณะผู้วิจัยสามารถเล็งเห็นได้ว่าคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์มีเนื้อหาเพียงพอครอบคลุมและสอดคล้องกับเนื้อหาในการสอบถามคาดว่าใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ 15 นาที ซึ่งเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมไม่น้อยหรือมากเกินไป เหมาะแก่ขอบเขตด้านเวลาของการวิจัย ซึ่งมีหัวข้อในการสัมภาษณ์ ดังนี้ 1. การจัดการการออกแบบและตกแต่ง 2. การจัดการด้านอัตลักษณ์ 3. การจัดการด้านประสบการณ์การบริการ 4. การจัดการด้านคุณภาพการบริการ 5. การพัฒนาทักษะบุคลากร

3) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลได้จากการนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและสัมภาษณ์และนำมาเสนอพร้อมอธิบายข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แยกแยะแจกแจงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ถอดเทปการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในประเด็นที่เกี่ยวข้องมาจัดข้อมูลให้เป็นระบบ เพื่อวิเคราะห์แยกแยะประเด็นหรือส่วนย่อยต่าง ๆ จากนั้นพิจารณาหาประเด็นหรือส่วนย่อยที่คล้ายคลึงกันนำมารวมกันหรือจัดเป็นหมวดหมู่ เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมโยงและสัมพันธ์ของข้อมูลด้านศักยภาพการโรงแรมประเภทโฮสเทลและเสนอแนวทางการพัฒนาโรงแรมประเภทโฮสเทล เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปเพื่อใช้อธิบายศักยภาพ การออกแบบประสบการณ์ ของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยพบว่า

1) การศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล พบว่า ประเด็นของศักยภาพของธุรกิจโรงแรมมี 5 ประเด็น โดยมีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาในแต่ละด้าน ประเด็นแรก คือด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เสื้อผ้าให้มีความหลากหลายเฉพาะตัว และมีความเป็นส่วนตัว มีพื้นที่จอดรถให้เพียงพอกับจำนวนห้องที่รองรับลูกค้า มีบริการคาเฟ่ภายในโรงแรม ประเด็นที่ 2 ด้านการจัดการสถานที่ให้มีการบริการพื้นที่สำหรับรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่สำหรับการประกอบอาหารของกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว รวมไปถึงพื้นที่ที่ใช้ในการทำงาน การประชุมกลุ่มย่อยไม่เกิน 10 คน ประเด็นที่ 3 ด้านการจัดการภายในที่พักแรม เช่น นำวัตถุโบราณที่มีอยู่แล้วมาตกแต่ง ภาพวาดวัดในอยุธยาเช่น วัดมหาธาตุ ประเด็นที่ 4 ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ พนักงานควรมีทักษะในด้านภาษา เช่น ไทย อังกฤษ จีน และอาหรับ เป็นต้น เพื่อพัฒนาในเรื่องของการติดต่อประสานงานให้มีความถูกต้องและแม่นยำ การตอบสนองต่อลูกค้า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีความสุภาพและมีอัธยาศัยในการบริการ การใส่ใจลูกค้า พนักงานมีการกล่าวคำต้อนรับและกล่าวขอบคุณด้วยคำสุภาพ พนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ และประเด็นที่ 5 ด้านการสร้างที่น่าเชื่อถือ มีใบประกอบการ ได้คะแนนรีวิว 5 ดาว ด้านชื่อเสียงและการมีเอกลักษณ์จากเว็บไซต์ Agoda, Booking มีราคาที่ชัดเจน การเดินทางเข้าถึงโรงแรมมีความน่าเชื่อถือและมีความถูกต้องในการเช็คอิน - เช็คเอาท์ การสำรองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต การสำรองห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน Facebook หรือ Line official ที่พักตรงกับที่โฆษณาทางเว็บไซต์

2) การออกแบบประสบการณ์การบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ประสบการณ์สร้างความทรงจำ (Memory-creation Experience) เป็นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีกเกิดการสร้างความประทับใจในการบริการ เช่น ทักทายการต้อนรับ ความเอาใจใส่ดูแลลูกค้า การจดจำข้อมูลลูกค้าเป็นอย่างดี เช่น การจำชื่อ การจำความต้องการของลูกค้าได้เป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่จนเกิดความทรงจำ อีกทั้งโรงแรมประเภทโฮสเทลที่จะต้องแนวคิดในการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ร่วมกันให้กับผู้เข้าพักในโรงแรม โดยมีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมเพื่อประโยชน์ในการใช้งานร่วมกันระหว่างผู้เข้าพัก ทั้งห้องนอนรวมและห้องน้ำรวม เพื่อทำให้ผู้เข้าพักได้รู้จักและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันผ่านการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ในโรงแรมที่ต่างวัฒนธรรม

2.2 ประสบการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น (Local resource preservation Experience) มีการนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การนำวัตถุโบราณสมัยก่อนมาใช้ตกแต่งให้เกิดคุณค่า และมีการนำสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของอยุธยา มีทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน โรตีสายไหม ทองหยิบทองหยอดมาจากชุมชนโฮมสเตย์ไทรน้อย และของฝากกาดละเมอจากวัดมงคลบพิตร นำมาเป็นของว่างให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

2.3 ประสบการณ์การพักผ่อนเสมือนอยู่บ้าน (Relax From hotel) เป็นการผ่อนคลายที่มีอิสระจากที่ทำงาน มีพื้นที่ส่วนกลางไว้สำหรับทำกิจกรรมหรือพักผ่อน เช่น ห้องสมุดเล็กๆ สำหรับ

การอ่านหนังสือ กิจกรรมเล่นโยคะ กิจกรรมวาดรูป การทำอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการสานปลาตะเพียนซึ่งเป็นของที่ระลึก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้งยังมีห้องประชุมขนาดเล็กการร่วมเรียนรู้แลกเปลี่ยนแชร์ประสบการณ์ พูดคุย ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว และข้อมูลจากผู้จัดการทั่วไป (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 ท่านที่ 6, 4 สิงหาคม 2566) ได้กล่าวเน้นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการ นักปรัษาเรื่องการใช้ชีวิตในสังคม (นักจิตวิทยา) ที่คอยให้คำปรึกษาเรื่องต่าง ๆ

3) แนวทางในการพัฒนาโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการยกระดับโฮสเทล จากการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ข้างต้นนั้นได้รับการนำมาเชื่อมโยงเพื่อหาสาระสำคัญต่อการพัฒนาและสร้างแนวทางการยกระดับให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดในการบริการของโรงแรม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ข้อค้นพบองค์ประกอบในการยกระดับโรงแรมประเภทโฮสเทล จำนวน 5 ประการ ได้แก่

3.1 การเพิ่มกิจกรรมสนทนากัน ซึ่งหมายถึง การมีกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความผ่อนคลาย ดึงดูดความสนใจและสานสัมพันธ์กันในกลุ่มนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 5 กล่าวว่า

“แพลนว่าซีซั่นหน้าจะมีกิจกรรมมากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่รวมกันมาจัดทำ Workshop เช่น คลาสทำขนมไทย ผักไท คลาสถักปลาตะเพียน และวาดรูปสร้างสรรค์เนื่องด้วยโควิดทำให้คนเปลี่ยนนิสัยการพัก” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 ท่านที่ 6, 4 สิงหาคม 2566)

3.2 ผู้ประกอบการตระหนักถึงการขยายพื้นที่ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีความสะดวก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 กล่าวว่า

“มีคิดเอาไว้จะพัฒนาให้เป็นห้องส่วนตัว แต่คงเพิ่มห้องไม่ได้ เพิ่มความสะดวกสบายภายในห้อง เช่น ตู้เสื้อผ้า โต๊ะกินข้าว มันมีโอกาสที่จะพัฒนาได้นะแต่ว่า มันจำกัดด้วยหลายๆอย่างเวลาเป็นตึกแถวขึ้นมาเนี่ยก็จะทำมาไม่ได้ เพราะว่าพื้นที่เข้าใจว่าการที่จะเป็นโฮสเทลหรือพอสเทล” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 ท่านที่ 1, 30 สิงหาคม 2566)

3.3 การใช้เอกลักษณ์และวัฒนธรรมความเป็นอยุธยา มาใช้ในการตกแต่งที่พัก สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 กล่าวว่า

“ความเป็นอยุธยาก็คือของเก่า ใช้ของตกแต่งอะไรพวกนี้ตัวก็เป็นของแม่สมัยโบราณอย่างตุ๊กตาข้าวที่บ้านแม่ผมก็เอามาตกแต่งอย่างนี้ ผนังขวามือ อันนั้นคือวัดมหาธาตุ เพื่อนเขาก็เรียนวาดรูปก็เลยให้เขาออกแบบ ร้านมันอยู่ใกล้วัดมหาธาตุ วัดราชบูรณะ อันนี้คือมี 2 วัดเลย ก็ให้ดีไซน์แล้วก็วาดลงผนังเลยละ” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 3 ท่านที่ 12, 7 กันยายน 2566)

3.4 ส่งเสริมด้านบุคลากร เพิ่มทักษะด้านภาษา ความใส่ใจในการบริการ ความกระตือรือร้น สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 3

“ส่วนใหญ่ที่ลูกค้าจะรีวิว จะเป็นในเรื่องของอาหารเข้าที่ลูกค้าจะชอบ เหมือนกับเราช่วยเหลือลูกค้าดี เทคแคร์ลูกค้า ลูกค้าสอบถามจองตัวก็จะคอยช่วยเหลือตลอดจ้ะ มีเป็นพนักงาน

ต่างชาติหมดเลย แต่จะมาเป็นช่วงๆ เมื่อไหร่มีไฮท์ซีซั่นก็จะมีพนักงานต่างชาติหมดเลยที่นี้ไม่มีคนไทย” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 2 ท่านที่ 9, 23 กันยายน 2566)

3.5 การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 5

“เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองผ่านและไม่ค่อยมีการโปรโมท ไม่ได้ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่มีกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น งานเทศกาล งานประจำปี และกิจกรรมมีน้อยถ้าไม่มีกิจกรรม ทำให้นักท่องเที่ยวหายจากการท่องเที่ยวไปค่อนข้างมากเนื่องจากไม่มีกิจกรรมให้ทำ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยววัดเพื่อไหว้พระ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมาเที่ยวแบบ 1 day trip หรือนอนคืนเดียว จึงมีความต้องการอยากให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนในเรื่องของการโปรโมทประชาสัมพันธ์จังหวัดเพื่อสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 3 ท่านที่ 11, 25 กันยายน 2566)

อภิปรายผล

จากผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจศักยภาพของธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลวิจัยพบว่าเนื่องจากโฮสเทลเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตทำให้นักท่องเที่ยวคนเดียวและแบ็คแพ็คเกอร์ส่วนใหญ่จะพักที่โฮสเทลเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในแต่ละด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาในแต่ละด้าน ประเด็นแรก คือ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม สะอาด เช่น ตู้เสื้อผ้าให้มีความหลากหลายเฉพาะตัวและมีความเป็นส่วนตัว มีพื้นที่จอดรถให้เพียงพอกับจำนวนห้องที่รองรับลูกค้า มีบริการคาเฟ่ภายในโรงแรม ประเด็นที่ 2 ด้านการจัดการสถานที่ให้มีการบริการพื้นที่สำหรับรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่สำหรับการประกอบอาหารของกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว ประเด็นที่ 3 ด้านการจัดการภายในที่พักแรม เช่น นำวัตถุโบราณที่มีอยู่แล้วมาตกแต่งภาพวาดวัดในอยุธยาเช่น วัดมหาธาตุ ประเด็นที่ 4 ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ พนักงานควรมีทักษะในด้านภาษา เช่น ไทย อังกฤษ จีน และอาหรับ เป็นต้น เพื่อพัฒนาในเรื่องของการติดต่อประสานงานให้มีความถูกต้องและแม่นยำ การใส่ใจลูกค้า พนักงานมีการกล่าวคำต้อนรับและกล่าวขอบคุณด้วยคำสุภาพ พนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของสุวิมล จันททัย และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการคุณภาพการบริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อยกระดับการให้บริการโฮสเทลสไตล์แคปซูลในเขตกรุงเทพมหานครและประเด็นที่ 5 ด้านการสร้างที่น่าเชื่อถือ มีใบประกอบการ ได้คะแนนรีวิว 5 ดาว ด้านชื่อเสียงและการมีเอกลักษณ์จากเว็บไซต์ Agoda, Booking มีราคาที่ชัดเจน การเดินทางเข้าถึงโรงแรมมีความน่าเชื่อถือ และมีความถูกต้องในการเช็คอิน-เช็คเอาท์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์พร พิมพ์สุวรรณ (2563) งานวิจัยเรื่องการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลที่พึงควรเน้นความสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และในประเด็นเกี่ยวกับการออกแบบและตกแต่งต้องมีเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดความสนใจและควรมีมุมไว้นั่งสำหรับพักผ่อน พฤติกรรมการใช้บริการที่พึงแบบ

โฮสเทล ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าพักจากการอ่านบทวิจารณ์จากสื่อโซเชียลมีเดียโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน และนิยมเดินทางคนเดียว ด้านความพึงพอใจการใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจการใช้บริการด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านที่พักมากที่สุด

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อการออกแบบประสบการณ์การบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทล ภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากผลวิจัยพบว่า การสนับสนุนต่อการนำไปพัฒนาสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ผู้วิจัยพบ 3 ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาต่อยอดในเรื่องของการจัดการประสบการณ์ลูกค้าของโรงแรม ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ประสบการณ์สร้างความทรงจำเป็นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เกิดการสร้างความประทับใจในการบริการ เช่น ทักทายการต้อนรับ ความเอาใจใส่ดูแลลูกค้า ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ (Dias, Correia & Cascais 2017) และ (McCormick, 2012) ที่ได้กล่าวว่าธุรกิจโรงแรมต้องตระหนักถึงความความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ที่ไม่ธรรมดาและสร้างความทรงจำ น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก ประสบการณ์ที่มีการจัดฉากไว้จะนำไปสู่ความทรงจำที่เพิ่มขึ้น เพิ่มความผูกพันให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำอีก 2) ประสบการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น การนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การนำวัตถุโบราณสมัยก่อนมาใช้ตกแต่งให้เกิดคุณค่า และมีการนำสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของอยุธยามาเป็นของว่างให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ 3) ประสบการณ์การพักผ่อนเหมือนอยู่บ้าน เป็นการผ่อนคลายที่มีอิสระจากที่ทำงาน มีพื้นที่ส่วนกลางไว้สำหรับทำกิจกรรมหรือพักผ่อน ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ(ดาวรุ่ง พักทอง, 2565) งานวิจัยเรื่องการสร้างความทรงจำด้วยการจัดการภูมิทัศน์ ประสบการณ์สำหรับธุรกิจโรงแรม พบว่าแนวคิดภูมิทัศน์ประสบการณ์เป็นแนวคิดที่สำคัญในการสร้างความทรงจำให้กับผู้เข้าพักในธุรกิจโรงแรมเนื่องจากเป็นความท้าทายในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของโรงแรม เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและเฉพาะเจาะจง

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับโรงแรมประเภทโฮสเทล ภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการวิจัยพบว่า การยกระดับที่พักโรงแรมประเภทโฮสเทลในอำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเน้นในเรื่องมาตรฐานการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับที่พัก การยกระดับด้านบริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดและความเป็นส่วนตัวด้านการดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย สอดคล้องกับผลวิจัยของ (ธวัชชัย บุญมี และจิรพรรณ บุญมี, 2566) ในงานการจัดการธุรกิจโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ตามการท่องเที่ยววิถีใหม่ในสถานการณ์โควิด-19 อีกทั้งส่วนใหญ่มีความเห็นว่าด้านการจัดการด้านที่พักควรพัฒนาโดยการเพิ่มจำนวนห้องและพื้นที่ส่วนกลางให้มีความสะดวกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ควรส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะในการบริการและเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการ สอดคล้องกับผลวิจัยของ (ธนกร จรูญนิมมาน, 2566) งานวิจัยเรื่องการยกระดับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรแผนก

แม่บ้านในธุรกิจโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงราย พบว่าบทเรียนที่พนักงานแผนกแม่บ้านสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาต่อยอดหรือยกระดับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรแผนกแม่บ้านในธุรกิจโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงรายแบ่งออกเป็น 10 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึง ด้านความสุภาพด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจลูกค้าและด้านความสามารถจับต้องและรู้สึกได้แนวทางการยกระดับโรงแรมประเภทโฮสเทล ภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความจำเป็นต้องเน้นกิจกรรมนันทนาการ เช่น มีการจัดห้องออกกำลังกายประเภทกลุ่มสังสรรค์เล็ก ๆ เช่น โต้ะปิงปองเล็ก ๆ สนามกีฬา เปตอง ตะกร้อ วอลเลย์บอล เป็นต้น เนื่องจากธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลจำเป็นต้องมีกระบวนการบริหารจัดการอย่างสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการศึกษาและเรียนรู้ในการปรับตัวได้ดีในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 ควรนำผลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีความคิดเห็นในเรื่องการยกระดับโรงแรมที่พักประเภทโฮสเทลที่นำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทลให้มีการส่งเสริมในพื้นที่อื่น ๆ ได้

1.2 นำผลการวิจัยเชิงคุณภาพในการออกแบบประสบการณ์การบริการในธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลมาเป็นแนวทางในการยกระดับออกแบบภูมิทัศน์การบริการเชิงสร้างสรรค์ในโรงแรมประเภทโฮสเทล

1.3 ผู้ประกอบการให้บริการห้องพัก ควรรักษามาตรฐานในการให้บริการที่ครอบคลุมตามความต้องการของลูกค้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันมากยิ่งขึ้นในการให้บริการ เพื่อดึงดูดความสนใจในการเข้ามาพัก

1.4 ผู้ประกอบการควรหมั่นบำรุงรักษาที่พักตลอดเวลา มีการดำเนินการติดตั้งกล้องวงจรปิดในทุก ๆ ที่ของบริเวณที่พักสร้างบรรยากาศภายในบริเวณที่พักและห้องพักให้มีความสงบร่มรื่นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยควรมีการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้มีการประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้มากขึ้น มีการสนับสนุนสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรส่งเสริมและพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความโดดเด่นเป็นที่รู้จักแพร่หลายมีการโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้กับที่พักหรือจุดที่น่าสนใจในจังหวัดเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักโดยใช้สื่อออนไลน์และสื่อมัลติมีเดียที่ทันสมัยเข้ามาช่วยเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาโรงแรมประเภทโฮสเทลภายในอำเภอพระนครศรีอยุธยา พระนครศรีอยุธยา โครงการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก ดร.ฐาปกรณ์ ทองคำนุช ในการให้คำปรึกษาในการดำเนินงานวิจัยรวมถึง นางสาวชวลลักษณ์ ทรงรูป นางสาวนภัทรชุตดา พลเยี่ยม และนางสาวน้ำหวาน ที่ช่วยในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาจนกระทั่งวิจัยครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2564). แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564 ของ กรมการท่องเที่ยว. วีไอพี ก๊อปปีปริน.
- ฐิตรัตน์ มีเพิ่มพูนศรี, ดวงเดือน จันทร์เจริญ, และชมสุภัค ครุฑกะ. (2562). รูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 5(2), 344-357.
- ณัฐชานันท์ นุ่นมีสี และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2565). แนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาวเพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนในเขตปกครองพิเศษเมืองพัทยา. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน*, 4(3), 47-62.
- ดาวรุ่ง พักทอง, ชัยณพพงศ์ ศิริโชตินิศากร, และปรเมษฐ์ คำชู. (2563). การสร้างความทรงจำด้วยการจัดการภูมิทัศน์ประสบการณ์สำหรับธุรกิจโรงแรม. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 42(4), 171-189.
- ดนุชา ฐานะ, อินทิรา เจริญชัยชนะวงศ์, และระชานนท์ ทวีผล. (2562). กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวสุขภาพสตรีวัยทำงานชาวไทยในเขตภาคกลาง กรณีศึกษาเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 5(2), 99-113.
- ธนกร จรูญนิมมาน. (2566). กลยุทธ์นวัตกรรมบริการและการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 9(1), 106-118.
- ธวัชชัย บุญมี และจิรวรรณ บุญมี. (2566). การจัดการธุรกิจโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ตามการท่องเที่ยววิถีใหม่ในสถานการณ์ โควิด-19. *Songklanakarin Journal of Management Sciences*, 31-60.
- ปราณี สกฤติขเรศสีมา, สุกานดา กลิ่นขจร, และอัจฉรวรรณ ท้าวดอน. (2562). คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 8(16), 71-85.
- พิมพ์พร พิมพ์สุวรรณ, ชาสินี สำราญอินทร์, และเบญจพร เชื้อผึ้ง. (2563). การพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(3), 147-161.

- วัชรพงศ์ รติสุขพิมล. (2562). การวิเคราะห์ธุรกิจโฮสเทลในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร: โครงสร้างตลาดและการแข่งขัน. *วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช*, 32(1), 43-62.
- สุวิมล จันทิพย์ และคณะ. (2561). แนวทางการจัดการคุณภาพการบริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อยกระดับการให้บริการโฮสเทลสไตล์แคปซูล ในเขตกรุงเทพมหานคร. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 5 (187-199). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.
- อติพร สังข์เจริญ และอมรรัตน์ อมรศิริชัยรัตน์. (2559). *The Yard Hostel Bangkok*. สืบค้น 15 สิงหาคม 2566, จาก <https://porlaewdeethecreator.com/the-yard-hostel-bangkok>.
- Dias, J. A., Correia, A., & Cascais, T. (2017). Traits in tourists' experiences: Senses, emotions and memories. *Co-creation and well-being in tourism*, 179-194
- Kasikorn Research Center. (2021). **Tourism in 2021 Has not yet Recovered, Hotel and Accommodation Businesses Have not yet Passed Through the Crisis**. Retrieved 29 October 2023, from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Hotel-2564-FB-29-01-21.aspx>.
- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel research*, 51(1), 12-25.
- Lai, I. K. W. & Hitchcock, M. (2016). A comparison of service quality attributes for stand-alone and resort-based luxury hotels in Macau: 3-Dimensional importance-performance analysis. *Tourism Management*, Elsevier.55(C),139-159.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- TAT REVIEW. (2566). **สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศปี 2565**. สืบค้น 30 สิงหาคม 2566, จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/situation2022-domestic>.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Thapakorn Thongkamnush Highest Education: Doctor of Philosophy Program in Tourism Management University or Agency: Department of Tourism and Hotel Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi Field of Expertise: Hotel Management Address: 60 Moo 3 Asia Road (Bangkok - Nakhon Sawan), Hantra Subdistrict, Phra Nakhon Si Ayutthaya District Phra Nakhon Si Ayutthaya Province 13000
	Name and Surname: Pattanun Nanamchiew Highest Education: Bachelor of Hotel (student). University or Agency: Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi (RUS) Field of Expertise: Bachelor of Arts (Hotel) Address: 69 Moo 2 Khlong Chik Sub-district Bang Pa- In District, Ayutthaya 13160
	Name and Surname: Chamaporn Sangsrijan Highest Education: Bachelor of Hotel (student). University or Agency: Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi (RUS) Field of Expertise: Bachelor of Arts (Hotel) Address: 51/1 Moo 6 Nong Mai Sung Sub-district Uthai District, Ayutthaya 13210



Name and Surname: Supatta Kumpiranon
Highest Education: Bachelor of Hotel (student)
University or Agency: Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi (RUS)
Field of Expertise: Bachelor of Arts (Hotel)
Address: 84 Moo 7 Khok Tum Subdistrict Nong Khae
District Saraburi Province 18250

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ
กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

FACTORS AFFECTING THE AUDIT QUALITY OF GOVERNMENT COOPERATIVE
AUDITORS OF THE COOPERATIVE AUDITING DEPARTMENT

วัชริน อินชัย¹ ดลยา ไชยวงศ์² ศฐา วรณกุล³ และสัตยา ตันจันทรพงศ์⁴
Watcharin Inchai¹ Donlaya Chaiwong² Satha Waroonkun³ and Sathaya Thanjunpong⁴

¹ นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
^{2,3,4} อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
¹ Student of Accounting, Faculty of Business Administration, Maejo University
^{2,3,4} Lecturer of Accounting, Faculty of Business Administration, Maejo University
E-mail ¹inchai_w@hotmail.com ²jamdonlaya@outlook.com ³satha@mju.ac.th ⁴sathaya_t@mju.ac.th

Received December 17,2023
Revised April 22,2024
Accepted April 25,2024

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำนวน 504 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ มีจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสอบบัญชี การปฏิบัติงานสอบบัญชี และความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ ส่วนปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบ การควบคุมภายในของสหกรณ์ และความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อผู้สอบบัญชีสหกรณ์ได้ตระหนักถึงการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการสอบบัญชี และเพิ่มทักษะความชำนาญในการปฏิบัติงานสอบบัญชี เพื่อให้คุณภาพงานสอบบัญชีเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ

ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ การสอบบัญชีสหกรณ์ คุณภาพการสอบบัญชี

ABSTRACT

The objective of this quantitative research was to study factors affecting the audit quality of government cooperative auditors of the Cooperative Auditing Department. The data were collected using questionnaires obtained from 504 auditors of the government cooperative, Department of Cooperative Auditing . Statistics used to analyze data contained descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, inferential statistics, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The results of the study revealed that there were 3 factors affected the audit quality of the government cooperative auditors: knowledge related to accounting audits, audit performance, and the complexity of cooperative business. However, the knowledge usage for inspection assistance programs , cooperative internal control, and accounting ability and cooperative financial statements were unrelated to the audit quality of government cooperative auditors of the Cooperative Auditing Department. The results of this study are beneficial to the cooperative auditors to realize knowledge development regarding auditing and to increase skills expertise in performing auditing work.

Keywords

Government Cooperative Auditor, Cooperative Auditing, Auditing Quality

ความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์ คือองค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจ ที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สหกรณ์ตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่แก้ปัญหา ในด้านการทำมาหากินหรือความต้องการบริการที่เหมือนกันและเป็นปัญหาที่สมาชิกแต่ละคนไม่สามารถ แก้เองได้ตามลำพัง สหกรณ์จึงอยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบตนเอง และสังคม สมาชิกทุกคนจึงเป็นเจ้าของสหกรณ์ และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 และแก้ไขเพิ่มเติม แต่ทุกคนไม่สามารถร่วมบริหารกิจการของสหกรณ์ได้ จึงต้องมีการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการเป็นผู้บริหารงานแทน มีอำนาจหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการและ เป็นผู้แทนสหกรณ์ในกิจการทั้งปวง อาจจัดจ้างฝ่ายจัดการมาดำเนินธุรกิจแทน และจัดจ้างเจ้าหน้าที่ เพื่อช่วยเหลือกิจการสหกรณ์ด้านต่างๆ ตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงปริมาณธุรกิจและการประหยัดเป็นสำคัญ ทั้งนี้ สหกรณ์ต้องจัดทำงบการเงินให้แล้วเสร็จและให้ผู้สอบบัญชีตรวจสอบ แล้วนำเสนอเพื่ออนุมัติในที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชี (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

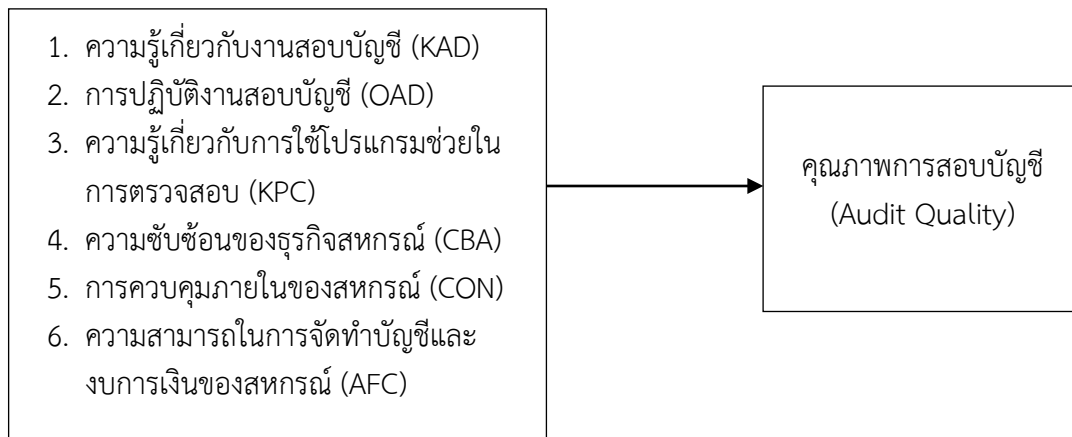
กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ มีภารกิจหลักในการดำเนินการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้สอบบัญชีสามารถแสดงความเห็นต่องบการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรว่างบการเงินนั้นได้จัดทำถูกต้องตามที่ควร ในสาระสำคัญตามระเบียบที่นายทะเบียนสหกรณ์กำหนดหรือไม่ สำหรับผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ ต้องใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชีโดยยึดถือตามมาตรฐานการสอบบัญชี ระเบียบกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และแนวทางการบริหารจัดการงานสอบบัญชีสำหรับผู้สอบบัญชีภาครัฐ ปัจจุบันมีสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรที่ตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีภาครัฐ จำนวน 8,958 แห่ง มีผู้สอบบัญชีสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรจำนวนทั้งสิ้น 504 คน เมื่อเปรียบเทียบ พบว่า จำนวนผู้สอบบัญชีสหกรณ์มีจำนวนน้อยไม่สัมพันธ์กับจำนวนสหกรณ์ที่ต้องตรวจสอบบัญชีจำนวนมาก และเมื่อพิจารณาถึงการมอบหมายงานสอบบัญชีตามระดับของผู้สอบบัญชีแล้วยังไม่สัมพันธ์กับระดับความยากในการสอบบัญชีของสหกรณ์ เนื่องจากระดับความยากในการสอบบัญชีของแต่ละสหกรณ์ สูงกว่าระดับของผู้สอบบัญชีจะรับงานได้ อีกทั้งปีสิ้นสุดทางบัญชีของสหกรณ์กระจุกตัว ผู้สอบบัญชีต้องตรวจสอบบัญชีแล้วนำเสนอเพื่ออนุมัติในที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์ภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชี ทำให้ต้องวางแผนการตรวจสอบบัญชีและปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชีโดยคำนึงถึงระยะเวลาการตรวจสอบที่จำกัด (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2565)

รายงานการสอบบัญชีเป็นผลงานการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี คุณภาพการสอบบัญชีจึงเป็นสิ่งสำคัญ ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ต้องปฏิบัติงานตรวจสอบตามกระบวนการตรวจสอบและรวบรวมหลักฐานที่เหมาะสมอย่างเพียงพอ เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีและระเบียบที่อธิบดีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด เพื่อให้แสดงความเห็นต่องบการเงินของสหกรณ์ได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งสามารถวัดลักษณะเชิงคุณภาพที่ดีได้จาก ความถูกต้อง ความเที่ยงธรรม ความชัดเจน ความกะทัดรัด ความสร้างสรรค์ ความสมบูรณ์ ความทันกาล (กิตติคม จินห์เรียว, 2560) ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาวางแผนพัฒนาและแก้ไขปัญหาการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชี ผู้สอบบัญชีสหกรณ์สามารถปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชีและแสดงความเห็นต่องบการเงินของสหกรณ์ได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สมมติฐานที่ 2: การปฏิบัติงานสอบบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สมมติฐานที่ 3: ความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยตรวจสอบบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สมมติฐานที่ 4: ความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สมมติฐานที่ 5: การควบคุมภายในของสหกรณ์ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

สมมติฐานที่ 6: ความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

นิยามศัพท์

การสอบบัญชีสหกรณ์ หมายความว่า กระบวนการตรวจสอบและรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชีตามมาตรฐานการสอบบัญชีและตามระเบียบที่อธิบดีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด รวมทั้งข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ เพื่อให้ผู้สอบบัญชีสหกรณ์สามารถสรุปผลการตรวจสอบเพื่อแสดงความเห็นต่องบการเงินของสหกรณ์ว่างบการเงินได้จัดทำขึ้นโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามระเบียบนายทะเบียนสหกรณ์

ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ ได้แก่ ข้าราชการกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ให้เป็นผู้สอบบัญชีสหกรณ์

คุณภาพการสอบบัญชีสหกรณ์ หมายถึง คุณภาพของรายงานทางการเงินที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีสหกรณ์ ซึ่งปฏิบัติงานตรวจสอบตามกระบวนการตรวจสอบและรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชีเป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีและตามระเบียบที่อธิบดีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิชาชีพการสอบบัญชี การสอบบัญชีหรือการตรวจสอบงบการเงิน ตามมาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 200 เรื่อง วัตถุประสงค์โดยรวมของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี เป็นกระบวนการรวบรวมและประเมินความเพียงพอและเหมาะสมของหลักฐานการสอบบัญชี เพื่อให้ได้มาซึ่งความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผล งบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ซึ่งช่วยให้ผู้สอบบัญชีสามารถแสดงความเห็นได้ว่างบการเงินได้จัดทำขึ้นในสาระสำคัญตามแม่บทการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องหรือไม่ เพื่อบริการทางการเงินและสื่อสารตามที่มาตรฐานการสอบบัญชีกำหนดตามข้อเท็จจริงที่ผู้สอบบัญชีตรวจพบโดยมีวัตถุประสงค์ของการตรวจสอบ คือการเพิ่มระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งบการเงินที่มีต่อบริการทางการเงิน การบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวเกิดขึ้นได้โดยการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีว่างบการเงินได้จัดทำขึ้นในสาระสำคัญตามแม่บทการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องหรือไม่ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2565) กระบวนการสอบบัญชีประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผนงานสอบบัญชี การปฏิบัติงานตรวจสอบ และการเสร็จสิ้นการตรวจสอบและการออกรายงานการสอบบัญชี

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสอบบัญชีสหกรณ์ พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม ให้กรมตรวจบัญชีสหกรณ์เป็นผู้สอบบัญชีของสหกรณ์ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์จึงได้กำหนดระเบียบกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ว่าด้วยการสอบบัญชีสหกรณ์ พ.ศ. 2562 ซึ่งได้ให้ความหมายการสอบบัญชีสหกรณ์ คือ กระบวนการตรวจสอบและรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชีตามมาตรฐานการสอบบัญชีและตามระเบียบที่อธิบดีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด รวมทั้งข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ เพื่อให้ผู้สอบบัญชีสหกรณ์สามารถสรุปผลการตรวจสอบเพื่อแสดงความเห็นต่อบริการทางการเงินของสหกรณ์ว่างบการเงินได้จัดทำขึ้นโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามระเบียบนายทะเบียนสหกรณ์ และผู้สอบบัญชีสหกรณ์ต้องปฏิบัติตามสอบบัญชีตามแนวทางการบริหารจัดการงานสอบบัญชีสำหรับผู้สอบบัญชีภาครัฐ ปีงบประมาณ 2565 ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ วิธีการ ขั้นตอนในการปฏิบัติงานสอบบัญชี และการควบคุมคุณภาพงานสอบบัญชีให้ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามสอบบัญชีสหกรณ์เป็นไปในแนวทางเดียวกันตามมาตรฐานการสอบบัญชี ระเบียบกรมตรวจบัญชีสหกรณ์และนโยบายกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2565)

3. แนวคิดการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการตรวจสอบบัญชี สหกรณ์มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลทางธุรกิจ ตลอดจนรายงานผลการดำเนินงานด้านต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ผลกระทบจากการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้งานดังกล่าวย่อมส่งผลถึงการปฏิบัติงานตรวจสอบข้อมูลของผู้สอบบัญชีในการสอบทานความถูกต้องของรายการข้อมูลทางธุรกิจและข้อมูลทางการเงินที่ปรากฏในรายงานงบการเงิน ดังนั้น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สามารถช่วยผู้สอบบัญชีในการทดสอบความถูกต้องของข้อมูลทางการเงิน จึงเข้ามามีบทบาทอย่างมีสาระสำคัญในปัจจุบัน การตรวจสอบบัญชีโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีควรพิจารณาโปรแกรมช่วยตรวจสอบให้สอดคล้องกับสหกรณ์ที่ตรวจสอบ พัฒนาความรู้ความชำนาญในการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง เนื่องจากโปรแกรมช่วยในการสอบบัญชีส่วนใหญ่มีเมนู

เป็นภาษาอังกฤษ ยากแก่การเข้าใจ ทำให้การปฏิบัติงานไม่คล่องตัว ซึ่งผู้สอบบัญชีต้องศึกษาโครงสร้างโปรแกรมระบบบัญชีของสหกรณ์ จึงจะสามารถปฏิบัติงานสอบบัญชีและใช้โปรแกรมช่วยตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วราพร เมืองโสม, 2560)

4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการสอบบัญชี คุณภาพการสอบบัญชี หมายถึง คุณภาพของการรายงานการสอบบัญชีที่แสดงความคิดเห็นในงบการเงินของผู้สอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้งบการเงินเพื่อใช้ในการตัดสินใจของบุคคลภายนอกและเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินทั่วไป (ณัฐธิดา จินมอญ, 2559) โดยคุณภาพการสอบบัญชีสามารถวัดได้จากรายงานการสอบบัญชีที่มีลักษณะเชิงคุณภาพที่ดี โดยการประยุกต์จากมาตรฐานการตรวจสอบ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) ความถูกต้อง 2) ความเที่ยงธรรม 3) ความชัดเจน 4) ความกะทัดรัด 5) ความสร้างสรรค์ 6) ความสมบูรณ์ และ 7) ความทันกาล (กิตติคม จินเหรียญ, 2560)

รชรินทร์ จักรฤทธิพงศ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาครัฐในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาครัฐในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 7 คือ 1) การปฏิบัติงานสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาครัฐ 2) คุณลักษณะการควบคุมภายในของสหกรณ์ที่ได้รับบริการงานสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาครัฐ และ 3) ประสบการณ์ของผู้ช่วยผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาครัฐ

กิตติคม จินเหรียญ (2560) ศึกษาอิทธิพลของความรู้ความสามารถ คุณลักษณะหลักฐานการสอบบัญชีที่ดี และความสามารถทางการบริหารงานที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่า 1) ความรู้ความสามารถด้านการบัญชี ด้านการสอบบัญชีและด้านกฎหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี 2) คุณลักษณะหลักฐานการสอบบัญชีที่ดี ด้านความเกี่ยวพันและด้านความมีประโยชน์ มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี และ 3) ความสามารถทางการบริหารงานด้านการดำเนินงาน และด้านการติดตามประเมินผลมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี

ศิริณา อันทรง, พร้อมพร ภูวดิน และสมใจ บุญหมื่นไวย (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีภาษีอากรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยด้านทักษะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านความรู้ความสามารถ และด้านความเที่ยงธรรม ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพงานสอบบัญชีภาษีอากร

วณิชมา ผาอำนาจ (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) ความรู้ทางวิชาชีพ ประกอบด้วย ความรู้ด้านบัญชี ด้านสอบบัญชี และด้านภาษีอากรส่งผลความสัมพันธ์เชิงบวกต่อสมรรถนะของผู้สอบบัญชี 2) ประสบการณ์การทำงาน ประกอบด้วย ความหลากหลายของธุรกิจที่ตรวจสอบ จำนวนธุรกิจที่ทำการตรวจสอบระยะเวลาในการตรวจสอบบัญชีส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากร และ 3) ทักษะทางวิชาชีพ ประกอบด้วย ทักษะทางวิชาชีพเชิงปฏิบัติงานและหน้าที่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล และทักษะทางองค์การ และการจัดการธุรกิจส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากร

นิชกานต์ รัศมีจาตุรงค์ (2564) ศึกษาคุณภาพการสอบบัญชีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า ความสามารถในการบริหารงานด้านการวางแผนสอบบัญชีและการปฏิบัติงานสอบบัญชีมีผลต่อคุณภาพการสอบบัญชีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน กล่าวคือ บุคลากรของสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินให้ความสำคัญต่อการวางแผนสอบบัญชีและการปฏิบัติงานสอบบัญชีมีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเข้าตรวจสอบ กำหนดแนวการตรวจสอบ ขอบเขตการตรวจสอบ และระยะเวลาการตรวจสอบที่เป็นลายลักษณ์อักษรและชัดเจน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ โดยพิจารณาตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชี 2) การปฏิบัติงานสอบบัญชี 3) ความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบ 4) ความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ 5) การควบคุมภายในของสหกรณ์ 6) ความสามารถในการจัดทำบัญชีและการเงินของสหกรณ์ และตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการสอบบัญชี ซึ่งสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ศึกษาจากประชากร คือ ข้าราชการที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้สอบบัญชีสหกรณ์ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำนวน 504 คน (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2565) ในการศึกษาได้เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด 504 คน โดยส่ง QR CODE แบบสอบถามผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์แต่ละจังหวัด

2. เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชี กำหนดเป็นการประเมินความคิดเห็นแบบ 5 ระดับ (Five-point Likert scale) ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชี ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการสอบบัญชี และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ (Validity and Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านโดยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป ทดสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ได้แก่ ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 7 จำนวน 30 ชุด นำแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับมาหาความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตามวิธีของครอนบาช โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 0.70 (Cronbach, 1970) ผลการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตามวิธีของครอนบาชอยู่ระหว่าง 0.74 – 0.92 โดยจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชีมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.74 ด้านการปฏิบัติงานสอบบัญชีมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.79 ด้านความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80 ด้านการควบคุม

ภายในของสหกรณ์มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ด้านความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 และด้านคุณภาพการสอบบัญชีมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมไม่ต้องตัดคำถามข้อใดๆ ออกจากการวัดตัวแปร เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือมากกว่า 0.70

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google Form จัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์พร้อม QR CODE เพื่อขอความร่วมมือจากผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 504 คน ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ 77 จังหวัด และได้รับการตอบกลับจำนวน 252 ชุด คิดเป็นร้อยละ 48.93 ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามสมการดังนี้

$$\text{Audit Quality} = \beta_0 + \beta_1\text{KAD} + \beta_2\text{OAD}_i + \beta_3\text{KPC} + \beta_4\text{CBA} + \beta_5\text{CON} + \beta_6\text{AFC} + \epsilon_i$$

โดยกำหนดให้ :

Audit Quality	แทน	คุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาครัฐ
KAD	แทน	ความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชี
OAD	แทน	การปฏิบัติงานสอบบัญชี
KPC	แทน	ความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบ
CBA	แทน	ความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์
CON	แทน	การควบคุมภายในของสหกรณ์
AFC	แทน	ความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์
ϵ_i	แทน	ค่าคลาดเคลื่อนที่เกิดจากตัวแปรอื่น

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ทั้งหมดจำนวน 252 คน พบว่า ผู้สอบบัญชีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 112 คน ตำแหน่งนักวิชาการตรวจสอบบัญชีชำนาญการ ระดับสูง จำนวน 129 คน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีสาขาบัญชี จำนวน 157 คน มีประสบการณ์ในการทำงานสอบบัญชี 15 ปีขึ้นไป จำนวน 129 คน เข้ารับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการสอบบัญชี 5-10 ครั้ง จำนวน 163 คน มีปริมาณจำนวนงานที่ต้องตรวจสอบมากที่สุด คือ 7- 8 สหกรณ์ และมากกว่า 10 สหกรณ์ เท่ากัน จำนวน 70 คน ผู้สอบบัญชีสหกรณ์จำนวน 151 คนที่มีผู้ช่วยผู้สอบบัญชีมากกว่า 2 คน

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ โดยวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ ความเห็น
1. ความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชี (KAD)	4.17	0.567	มาก
2. การปฏิบัติงานสอบบัญชี (OAD)	4.55	0.460	มากที่สุด
3. ความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบ (KPC)	3.88	0.573	มาก
4. ความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ (CBA)	3.63	0.708	มาก
5. การควบคุมภายในของสหกรณ์ (CON)	3.54	0.552	มาก
6. ความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงิน ของสหกรณ์ (AFC)	3.46	0.627	ปานกลาง
รวม	3.87	0.431	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีในภาพรวมอยู่ระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณาตามปัจจัยรายด้าน พบว่า อยู่ระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านการปฏิบัติงานสอบบัญชี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.55 รองลงมา อยู่ระดับเห็นด้วยมาก คือ ด้านความรู้เกี่ยวกับการสอบบัญชี ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยตรวจสอบบัญชี ด้านความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ และด้านการควบคุมภายในของสหกรณ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 3.88, 3.63, 3.54 ตามลำดับ และระดับเห็นด้วยปานกลาง คือ ด้านความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 โดยผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

	Audit Quality	KAD	OAD	KPC	CBA	CON	AFC
Audit Quality	1						
KAD	.414**	1					
OAD	.458**	.613**	1				
KPC	.173**	.476**	.370**	1			
CBA	.442**	.392**	.399**	.324**	1		
CON	.287**	.501**	.362**	.427**	.528**	1	
AFC	.302**	.485**	.342**	.389**	.512**	.778**	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.173 - 0.778 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่า ด้านความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ (AFC) มีค่าเท่ากับ 0.778 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.70 (Hinkle D.E,1998) ผู้วิจัยจึงพิจารณาค่าสถิติ คือ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.10 และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวไม่เกิน 10 (Hair et al., 1998) ดังที่ได้แสดงไว้ตามตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) สามารถนำตัวแปรไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ Multiple Regression Analysis ได้

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ตัวแปร	คุณภาพการสอบบัญชี			
	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าสถิติ t	Tolerance	VIF
(Constant)	2.517	10.335		
KAD	.143	2.499*	.494	2.023
OAD	.248	3.842**	.590	1.695
KPC	-.081	-1.720	.590	1.397
CBA	.183	4.583**	.651	1.537
CON	-.044	-.628	.353	2.834
AFC	.035	.592	.372	2.691
R ²	0.313			
Adjusted R ²	0.296			
Sig.	0.000			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชีด้านการปฏิบัติงานสอบบัญชี ด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบ ด้านความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ ด้านการควบคุมภายในของสหกรณ์ และด้านความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ สามารถอธิบายคุณภาพการสอบบัญชีได้ร้อยละ 29.60 (Adjusted $R^2=0.296$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig = 0.00)

ผลการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชี พบว่า ด้านความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชี (KAD) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.143 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการปฏิบัติงานสอบบัญชี (OAD) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.248 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ (CBA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.183 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 4

สำหรับปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบ (KPC) การควบคุมภายในของสหกรณ์ (CON) และความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ (AFC) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการสอบบัญชี แสดงให้เห็นว่าความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบ การควบคุมภายในของสหกรณ์ และความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยจำนวน 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี ได้แก่

1. ด้านความรู้เกี่ยวกับงานสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีที่จะสามารถตรวจสอบบัญชีของสหกรณ์ได้นั้น ต้องมีความรู้ ความเข้าใจทั้งในเรื่องกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีสหกรณ์ การตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ รวมทั้งการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ เนื่องจากความรู้ในเรื่องดังกล่าวจะเป็นตัวช่วยที่สำคัญยิ่งในการวางแผนการปฏิบัติงานสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีที่มีความรู้ย่อมมีความเข้าใจ เกิดทักษะและความชำนาญในการพิจารณาหลักฐานการสอบบัญชีให้เพียงพอต่อการแสดงความเห็นต่องบการเงินได้อย่างถูกต้องและมีคุณภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กิตติคม จินเจริญ, 2560) ทำการศึกษาอิทธิพลของความรู้ความสามารถ คุณลักษณะหลักฐานการสอบบัญชีที่ดี และความสามารถทางการบริหารงานที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่า ความรู้ความสามารถ ด้านการบัญชี ด้านการสอบบัญชี ด้านกฎหมายและคุณลักษณะหลักฐานการสอบบัญชีที่ดีมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี หากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตยึดหลักการบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีเกี่ยวกับกระบวนการและวิธีการบัญชี มีความรู้เกี่ยวกับการบัญชีจะสามารถปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชี เข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะของหลักฐานการสอบบัญชี

ด้านต่าง ๆ เพื่อจะทำให้ระบบการตรวจสอบมีประสิทธิภาพที่จะช่วยให้ผู้สอบบัญชีมีรายงานการตรวจสอบที่มีคุณภาพและมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ตามมาตรฐานบัญชีที่รับรองทั่วไป และนำไปปฏิบัติเพื่อปรับปรุงพัฒนาวิธีการสอบบัญชีให้มีประสิทธิภาพต่อไป และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริรภา อันทรง, พร้อมพร ภูวดิน และสมใจ บุญหมื่นไวย, 2562) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีภาษีอากรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยด้านทักษะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านความรู้ความสามารถ และด้านความเที่ยงธรรมส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีภาษีอากร เนื่องจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรจำเป็นต้องมีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการปฏิบัติงานสอบบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชี ประมวลรัษฎากร และความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดทักษะในการปฏิบัติงานสอบบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีและทำให้รายงานของผู้สอบบัญชีมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น จึงควรฝึกฝนทักษะวิชาชีพด้านงานสอบบัญชีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญและเชี่ยวชาญ ในการปฏิบัติงานสอบบัญชี

2. ด้านการปฏิบัติงานสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีที่ปฏิบัติงานสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด ซึ่งได้แก่การประเมินความเสี่ยงในการสอบบัญชีโดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์โครงสร้างเงินลงทุนและการสแกนธุรกรรมเชิงลึก จัดทำแผนการสอบบัญชีโดยรวมและแนวการสอบบัญชีที่ชัดเจนและปฏิบัติงานสอบบัญชีตามวิธีการตรวจสอบที่กำหนดในแนวการสอบบัญชีด้วยความระมัดระวังรอบคอบ ตลอดจนสรุปผลการตรวจสอบที่ได้จากกระดาษทำการ ว่ามีความเหมาะสมอย่างเพียงพอเพื่อแสดงความเห็นต่อการเงินของสหกรณ์ รวมทั้งได้เสนอร่างรายงานการสอบบัญชีงบการเงินและกระดาษทำการเพื่อสอบทานก่อนที่จะแสดงความเห็นต่อการเงินทุกครั้ง จะส่งผลให้คุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กิตติคม จินะเหรียญ, 2560) ทำการศึกษาอิทธิพลของความรู้ความสามารถ คุณลักษณะหลักฐานการสอบบัญชีที่ดี และความสามารถทางการบริหารงานที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่า ความรู้ความสามารถด้านการบัญชี ด้านการปฏิบัติงานสอบบัญชี และด้านกฎหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี หากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตยึดหลักการบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด กระบวนการ และวิธีการบัญชี มีความรู้เกี่ยวกับการสอบบัญชีจะสามารถปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชีและจัดทำรายงานการตรวจสอบที่มีคุณภาพและถูกต้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณิกานต์ รัตติมาจตุรงค์, 2564) ทำการศึกษาคุณภาพการสอบบัญชีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า ความสามารถในการบริหารงานด้านการวางแผนสอบบัญชีและการปฏิบัติงานสอบบัญชีมีผลต่อคุณภาพการสอบบัญชีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน กล่าวคือ บุคลากรของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินให้ความสำคัญต่อการวางแผนการสอบบัญชีและการปฏิบัติงานสอบบัญชี มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเข้าตรวจสอบ กำหนดแนวการตรวจสอบ ขอบเขตการตรวจสอบ และระยะเวลาการตรวจสอบที่เป็นลายลักษณ์อักษรและชัดเจน

3. ความซับซ้อนของธุรกิจสหกรณ์ สหกรณ์ที่มีการดำเนินธุรกิจซับซ้อนมักมีระบบบัญชีระเบียบ และคำแนะนำในการปฏิบัติงานตามกิจกรรมที่ยุ่งยากส่งผลให้ผู้สอบบัญชีต้องวางแผนการปฏิบัติงานสอบบัญชีและระยะเวลาที่ใช้ในการตรวจสอบให้เป็นไปตามมาตรฐานอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้นส่งผลให้คุณภาพการสอบบัญชีดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (วณิชมา ผาอำนาจ, 2562) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า ด้านความหลากหลายของธุรกิจและด้านระยะเวลาในการตรวจสอบส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงว่าผู้สอบบัญชีภาษีอากรสามารถวางแผน กำหนดแนวทางในการตรวจสอบ รวมทั้งกำหนดระยะเวลาในการตรวจสอบได้ดี ส่งผลให้คุณภาพการสอบบัญชีเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ(รัตติยา สวัสดิ์, 2563) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์เคหสถาน/บ้านมั่นคง กล่าวว่า สหกรณ์ที่มีการดำเนินธุรกิจยุ่งยากซับซ้อน ระบบบัญชีจึงมีความยุ่งยากต่างกันไป ผู้สอบบัญชีจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการตรวจสอบบัญชีของสหกรณ์ที่มีความซับซ้อนแตกต่างกัน เพื่อให้งานตรวจสอบบัญชีเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนดไว้และมีคุณภาพยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานสอบบัญชีย่อมมีทักษะและความชำนาญในการตรวจสอบสหกรณ์ที่มีความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป และสามารถปฏิบัติงานสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีและระเบียบที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด นำมาซึ่งการตรวจสอบบัญชีที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า มีจำนวน 3 ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ อาจเนื่องจากสหกรณ์ส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก อีกทั้งข้อจำกัดด้านงบประมาณ จึงจัดทำบัญชีด้วยมือไม่ได้ นำโปรแกรมบัญชีเข้ามาช่วยในการจัดทำบัญชีและงบการเงิน ส่งผลให้ผู้สอบบัญชีไม่สามารถนำโปรแกรมเข้ามาช่วยในการตรวจสอบ จึงไม่สามารถบ่งชี้ได้ว่าการมีความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของ(รชรินทร์ จักรฤทธิพงศ์, 2559) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบที่ต่างกัน คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาครัฐไม่ต่างกัน เนื่องจากสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นสหกรณ์ขนาดเล็ก การดำเนินงานไม่ซับซ้อนยุ่งยาก ไม่ได้นำโปรแกรมบัญชีมาใช้ในการจัดทำบัญชี ผู้สอบบัญชีจึงไม่ได้นำโปรแกรมมาช่วยในการตรวจสอบและไม่สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีได้ อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ การมีความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบทำให้ผู้สอบบัญชีตรวจสอบบัญชีได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ(วรพร เมืองโสม, 2560) กล่าวไว้ว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้สอบบัญชีจากการใช้โปรแกรมช่วยสอบบัญชี คือโปรแกรมช่วยในการสอบบัญชีมีเมนูเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด ยากแก่การเข้าใจ ทำให้การปฏิบัติงานไม่คล่องตัว ผู้สอบบัญชีต้องศึกษาและทราบโครงสร้างของโปรแกรมระบบบัญชีที่สหกรณ์ใช้จึงจะสามารถใช้โปรแกรมช่วยในการตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปัจจัยด้านการควบคุมภายในของสหกรณ์ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ อาจเกิดจากการวางแผนปฏิบัติงานตรวจสอบผู้สอบบัญชีสหกรณ์ต้องมีการศึกษาสภาพแวดล้อม ประเมินความเสี่ยง และประเมินความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของสหกรณ์ ดังนั้นไม่ว่าสหกรณ์จะมีระบบการควบคุมภายในที่ดีหรือไม่ ผู้สอบบัญชียังคงให้ความสำคัญกับการวางแผนการตรวจสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีและระเบียบที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนดเพื่อให้งานสอบบัญชีมีคุณภาพ หรืออาจกล่าวได้ว่าการควบคุมภายในของสหกรณ์เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีเท่านั้น แต่ไม่ส่งผลต่อ

คุณภาพการสอบบัญชี ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ(รชรินทร์ จักรฤทธิพงศ์, 2559) กล่าวว่า การควบคุมภายในของสหกรณ์ที่ได้รับบริการงานสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี สหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาครัฐ กล่าวคือ สหกรณ์ที่มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ย่อมส่งผลให้มีความเสี่ยงในการสอบบัญชีต่ำ ผู้สอบบัญชีจะสามารถลดระยะเวลาในการปฏิบัติงานสอบบัญชีลงได้ ส่งผลให้คุณภาพงานสอบบัญชีสหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาครัฐเพิ่มขึ้น

3. ปัจจัยด้านความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ อาจเนื่องจากสหกรณ์จะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในการส่งเสริม แนะนำการจัดทำบัญชี และอบรมพัฒนาความรู้ทางด้านการจัดทำบัญชีให้แก่สหกรณ์ นอกจากนี้ในระหว่างปีผู้สอบบัญชีจะเข้าทำการตรวจแนะนำการจัดทำบัญชีแก่สหกรณ์ ซึ่งจะทำให้ทราบปัญหาการจัดทำบัญชีของสหกรณ์และดำเนินการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์จังหวัดซึ่งเป็นหน่วยงานสอนแนะนำการจัดทำบัญชีแก่สหกรณ์ เพื่อให้สหกรณ์สามารถจัดทำบัญชีและงบการเงินได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ(รชรินทร์ จักรฤทธิพงศ์, 2559) พบว่า ความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาครัฐ อาจเนื่องจากผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาครัฐ และสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์มีการประเมินและพิจารณาถึงระดับความยุ่งยากในการสอบบัญชี รวมทั้งได้มอบหมายงานให้แก่ผู้สอบบัญชีสหกรณ์อย่างเหมาะสมตามแนวทางการปฏิบัติงานสอบบัญชีที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด สำหรับความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์จึงเป็นเพียงส่วนประกอบในการแบ่งกลุ่มลูกค้าของผู้สอบบัญชี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนงานสอบบัญชีให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าก่อนการปฏิบัติงานสอบบัญชี ความสามารถในการจัดทำบัญชีและงบการเงินของสหกรณ์จึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ในภาพรวมเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1) จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ คือ การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบการบัญชีสหกรณ์ การตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ และการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้แก่ผู้สอบบัญชีอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการหมุนเวียนสหกรณ์และผู้สอบบัญชีอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้สอบบัญชีได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน และเกิดทักษะการตรวจสอบบัญชีของสหกรณ์ ที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีความซับซ้อนแตกต่างกันไป รวมถึงจัดทำและรวบรวมคู่มือและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์เพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้นและนำไปใช้

2) การปฏิบัติงานสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีควรให้ความสำคัญกับกระบวนการปฏิบัติงานสอบบัญชีทุกขั้นตอน ศักยภาพแวดล้อม การควบคุมภายในและความซับซ้อนของสหกรณ์ เพื่อใช้ประกอบวางแผนการสอบบัญชี ประเมินความเสี่ยงในการสอบบัญชีอย่างรอบคอบ กำหนดวิธีการตรวจสอบและกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนและต้องปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบที่ได้กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดเป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีและตามระเบียบที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด โดยใช้

วิจารณ์งานในการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพให้ได้มาซึ่งหลักฐานการสอบบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอต่อการแสดงความเห็นต่อการเงินของผู้สอบบัญชี

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาคีรัฐ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์เท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปในอนาคตสามารถทำการศึกษาจากประชากรอื่นเพิ่มเติม เช่น ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาคเอกชน เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ผลที่หลากหลายมากขึ้น หรือทำการศึกษาเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สอบบัญชีสามารถแสดงความคิดเห็นในเชิงลึกเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่แท้จริงและหลากหลายซึ่งจะสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพการสอบบัญชีได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2565). **แนวทางการบริหารจัดการงานสอบบัญชีสำหรับผู้สอบบัญชีสหกรณ์ภาคีรัฐ ปีงบประมาณ 2565**. สืบค้น 6 มีนาคม 2565, จาก https://www.cad.go.th/ewt_dl_link.php?nid=47213&filename=regulation_12.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2559). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์**. สืบค้น 6 มีนาคม 2565, จาก <https://rlo.office.cpd.go.th/cooperative-knowledge/general-knowledge-about-cooperatives.html>.
- กิตติคม จินห์เหรียญ. (2560). **อิทธิพลของความรู้ความสามารถ คุณลักษณะหลักฐานการสอบบัญชีที่ดีและความสามารถทางการบริหารงานที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐธิดา จินมอญ. (2559). **ความเป็นมืออาชีพกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ณิกานต์ รัตมีจิตุรงค์. (2564). **การศึกษาคุณภาพการสอบบัญชีของบุคลากรสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน** (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รชรินทร์ จักรฤทธิพงศ์. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ของผู้สอบบัญชีภาคีรัฐในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 7** (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัตติยา สวัสดิ์. (2563). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์เคหสถาน/บ้านมั่นคง**. วารสารสภาวิชาชีพบัญชี, 2(5), 34-53.
- วณิชมา ผาอำนาจ. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร** (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรภาพร เมืองโสม. (2560). **ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยสอบบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพการสอบบัญชีในพื้นที่รับผิดชอบสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 4** (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

- ศิริรภา อันทรง, พร้อมพร ภูวดิน และสมใจ บุญหมื่นไวย. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีภาษีอากรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2565). **มาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 200 วัตถุประสงค์ โดยรวมของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและการปฏิบัติงานตรวจสอบตาม มาตรฐานการสอบบัญชี**. สืบค้น 6 มีนาคม 2565, จาก <https://www.tfac.or.th/upload/9414/90dsuAnKAK.pdf>.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2565). **มาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 700 (ปรับปรุง) การแสดงความเห็นและการรายงานต่อกรรมการเงิน**. สืบค้น 6 มีนาคม 2565, จาก <https://www.tfac.or.th/upload/9414/ttjvnkjJdF.pdf>.
- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. New York: Harper & Row.
- Hinkle, D.E. (1998). **Applied Statistics for the Behavioral Sciences**. Boston: Houghton Mifflin.
- Hair, J. F. , Anderson, R. E. , Tatham, R. L. , & Black, W. C. (1998). **Multivariate Data Analysis (5th ed.)**. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Watcharin Inchai Highest Education: B.B.A (Accounting) University or Agency: Chiang Mai Rajabhat University Field of Expertise: Accounting Address: 17/1 Moo 9, Sop Poeng, Mae Taeng, Chiang Mai, 50330.
	Name and Surname: Donlaya Chaiwong Highest Education: Ph.D. (Business Administration) University or Agency: Maejo University Field of Expertise: Accounting Address: Faculty of Business Administration Maejo University, 63 Moo 4, Nongharn, Sansai, Chiang Mai 50290

	Name and Surname: Satha Waroonkun Highest Education: Ph.D. (Accounting) University or Agency: Maejo University Field of Expertise: Accounting, Taxation Address: Faculty of Business Administration Maejo University, 63 Moo 4, Nongharn, Sansai, Chiang Mai 50290
	Name and Surname: Sathaya Thanjunpong Highest Education: D.B.A. (Financial accounting and taxation) University or Agency: Maejo University Field of Expertise: Taxation Address: Faculty of Business Administration Maejo University, 63 Moo 4, Nongharn, Sansai, Chiang Mai 50290

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ
ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

THE CAUSAL FACTORS AFFECTING TO THE DECISION TO USE LOGISTIC COMPANY
SERVICE IN MUANG CHIANGRAI DISTRICT, CHIANGRAI PROVINCE

วรวรรณ ทิพประเสริฐ¹ พีรญา ชื่นวงศ์²
Worawan Tipprasert¹ Peeraya Chuenwong²

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

¹ Master of Business Administration, Department of Business Administration,
Chiang Rai Rajabhat University

² Lecturer, Master of Business Administration, Department of Business Administration,
Chiang Rai Rajabhat University

E-mail ¹ thip.worawan2@gmail.com ² Peeraya.chu@crju.ac.th

Received December 18,2023
Revised April 01,2024
Accepted April 10,2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่าการบริการ ความภักดี และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ที่ผ่านการหา IOC เท่ากับ 0.93 และที่ระดับความเชื่อมั่นที่ $\alpha = 0.5$ เท่ากับ 0.947 และใช้สถิติบรรยายเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เส้นทาง อิทธิพลของตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่า การบริการ ความภักดี และการตัดสินใจใช้บริการ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกรายการ 2) คุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่าการบริการ และความภักดี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือคุณภาพการให้บริการส่งผลทางบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านการรับรู้คุณค่าการบริการและความภักดี มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.722 และ 0.368 ตามลำดับ อิทธิพลทางบวกโดยตรงของคุณภาพการให้บริการกับการรับรู้คุณค่าการบริการ การตัดสินใจใช้บริการ และความภักดี เท่ากับ 0.598 0.772 และ 0.764 ตามลำดับ การรับรู้คุณค่าการบริการมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงกับความภักดี และการตัดสินใจใช้บริการ เท่ากับ 0.556 และ 0.616 ตามลำดับ ความภักดีมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงกับการตัดสินใจใช้บริการ เท่ากับ 0.777 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 นั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยพิจารณาจากคุณภาพการให้บริการและการรับรู้คุณค่าของการบริการและความภักดี

คำสำคัญ

คุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่าการบริการ ความภักดี การตัดสินใจใช้บริการ

ABSTRACT

The purpose of this research is to study 1) The level of Service Quality, Perceived Value, Loyalty, 2) The Decision Making Logistic Company Services. including the influence of causal factors that affecting to the decision making services. The sample were the users who using Logistic Company Services in Muang Chiang Rai District, Chiang Rai Province, The sample size was 400 people. The research instrument was a questionnaire that had been checked for IOC with score of 0.93 and taken to finding the Cronbach's Alpha Coefficient at a confidence level of $\alpha = 0.5$. The reliability is equal to 0.947 and the statistics used in the study include descriptive statistics and Path Analysis of influence of variables. The results of this research found 1) Service Quality, Perceived Value, Loyalty, and the decision making in the overall and each part at a high level. 2) Service Quality, Perceived Value and Loyalty affect the decision making had a Statistically Significant. When considering each factor, it was found that Service Quality had a positive influence both directly and indirectly through Perceived Value and Loyalty had regression coefficients at 0.722 and 0.368 respectively. There was a direct positive influence of Service Quality and Perceived Value, the decision making and Loyalty have regression coefficients at 0.598, 0.772, and 0.764 respectively. Perceived Value had a direct positive influence to Loyalty and the decision making had regression coefficients at 0.556 and 0.616 respectively. Loyalty had a directed positive influence to the decision to use services. There was a regression coefficient at 0.777 with a statistical significance at the level of 0.01 This means that service users will have the decision making based on the quality of the service and the perceived value of the service and loyalty.

Keywords

Service Quality, Perception Value, Loyalty, The Decision Making.

ความสำคัญของปัญหา

ในรอบ 5 ปี (2562 - 2566) คนไทยสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตถึง 61.2 ล้านคน และใช้งาน Social Media 52.3 ล้านคน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับตัวพฤติกรรมหันมาซื้อของออนไลน์ (E-Commerce) มากขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการบริการขนส่งเป็นองค์ประกอบหลักจึงเป็นแรงผลักดันที่ส่งผลให้ธุรกิจขนส่งพัสดุเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง มีจำนวนคนใช้บริการพัสดุเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต ทำให้ธุรกิจขนส่งพัสดุมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ถึงแม้จะมีรายได้ที่เติบโตต่อเนื่อง แต่มีความสามารถในการทำกำไรที่ต่ำลง เนื่องจากธุรกิจต้องพึ่งพาผู้ใช้บริการเป็นหลัก ที่ผ่านมามีผู้ใช้บริการแต่ละรายมีการนำ

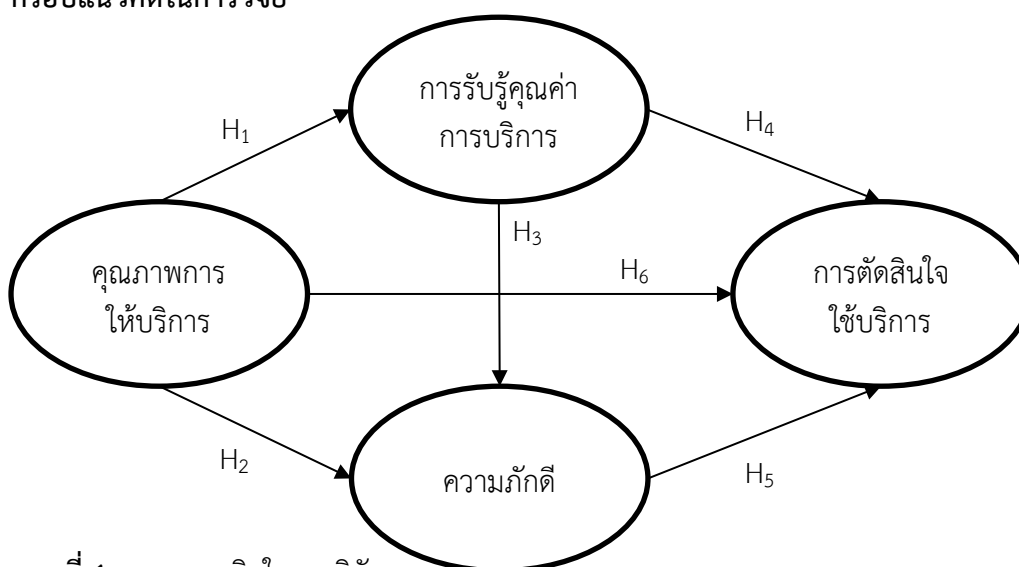
กลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้เพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาให้บริการคลังสินค้าและการจัดส่ง (Fulfillment) การขยายพื้นที่การให้บริการ การขายแฟรนไชส์ และการลดราคาค่าบริการจัดส่งพัสดุ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการอาจไม่สามารถนำกลยุทธ์ด้านราคามาใช้ในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากได้รับแรงกดดันจากต้นทุนการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งมีสัดส่วนราวร้อยละ 40 ของต้นทุนค่าขนส่งทั้งหมด ส่งผลให้ในช่วงปี 2561 - 2565 ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุลายราย ยังคงมีอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ที่ลดลงหรือขาดทุนต่อเนื่อง (SPOTLIGHT, 2566) ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายเองก็เช่นกัน ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุลายรายต้องให้บริการภายใต้แรงกดดันจากการแข่งขันที่สูงขึ้นจึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อรักษาตลาดในเชิงคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรักษามาตรฐานการบริการและการจัดส่ง ระยะเวลาการจัดส่ง และการจัดการการส่งคืนสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกครั้งและเกิดการบอกต่อ (ttb, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งพัสดุให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการนำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการให้บริการที่ดีขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่าการบริการ ความภักดี และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ให้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษา

- H1: คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าการบริการ
- H2: คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความภักดี
- H3: การรับรู้คุณค่าการบริการ มีอิทธิพลต่อความภักดี
- H4: การรับรู้คุณค่าการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
- H5: ความภักดี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
- H6: คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

นิยามศัพท์

คุณภาพการให้บริการ การที่ผู้ให้บริการส่งมอบบริการให้กับผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเสนอคุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการตามที่ใช้บริการคาดหวังไว้ ในด้านต่าง ๆ

การรับรู้คุณค่าการบริการ หมายถึง การเปรียบเทียบความคุ้มค่าที่มีต่อคุณภาพการบริการที่เกิดขึ้นกับจำนวนค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการใช้บริการ

ความภักดี พฤติกรรมที่ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และยังมีการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการเช่นเดียวกับตนด้วย

การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง การเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากสองทางขึ้นไป เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ โดยอาศัยหลักเกณฑ์ที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้กำหนดขึ้น

บริษัทขนส่งพัสดุ หมายถึง บริษัทที่ให้บริการขนส่งพัสดุ ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยที่ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษา จำนวน 6 บริษัท ได้แก่ ไปรษณีย์ไทย เคอรี่ เอ็กซ์เพรส แฟลช เอ็กซ์เพรส เจแอนด์ที เอ็กซ์เพรส เอสซีจี ยามาโตะ เอ็กซ์เพรส และ นิ้มเอ็กซ์เพรส

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ประมวลสาระสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยสรุปดังนี้

Johnston (1995) Lloyd-Walker & Cheung (1998) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการ หรือเกินความต้องการของผู้รับบริการ จะทำให้เกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความรักภักดี (Customer Loyalty)

ขั้นตอนการประเมินคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990) ได้พัฒนาขั้นตอนการประเมินคุณภาพการบริการ ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในปี 1988 โดยจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะด้านกายภาพที่ปรากฏให้เห็นในรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และตราสัญลักษณ์ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้มีการดูแลความห่วงใย ไปจนถึงความตั้งใจจากผู้ให้บริการที่ผู้รับบริการจะได้รับความเป็นรูปธรรมที่จะทำให้

ผู้รับบริการสามารถรับรู้คุณภาพของการบริการ (Perceived Service Quality) ของการบริการนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในด้านการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ โดยมีความถูกต้องเหมาะสมในการบริการทุกครั้ง และทำให้ผลที่ได้ออกมาในรูปแบบเดิมในทุกครั้งที่ให้บริการ หรือมีความเสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการในทุก ๆ ครั้ง ซึ่งความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกในบริการนั้นว่ามีความน่าเชื่อถือและสามารถไว้วางใจในบริการนั้น ๆ ได้

3. การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง การมีความพร้อมและความตั้งใจในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ โดยครอบคลุมคาดหวังในด้านความต้องการและมีการดำเนินการอย่างรวดเร็ว

4. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ (Assurance) หมายถึง การมีความสามารถในการสร้างความมั่นใจหรือความเชื่อมั่นในการบริการให้กับผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยผู้ให้บริการจะต้องมีความสามารถที่ดีในด้านของทักษะ ความรู้ ความสามารถในการบริการที่มี ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่เหมาะสม รวมไปถึงการมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการว่าจะได้รับการบริการที่ดีจากผู้ให้บริการได้อย่างดีที่สุด

5. การเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นอย่างดี โดยที่คำนึงถึงความแตกต่างในด้านของความต้องการในบริการของผู้รับบริการหรือลูกค้าได้เป็นอย่างดี

Zeithaml (1988) กล่าวว่า การรับรู้คุณค่า คือ การประเมินภาพรวมของลูกค้าที่มีต่อคุณประโยชน์ของสินค้าบนพื้นฐานของการรับรู้ในสิ่งที่ได้รับและสิ่งที่เสียไป โดยสิ่งที่ได้รับอาจมีความหลากหลายในมุมมองของลูกค้า อาทิ ปริมาณ คุณภาพที่ดี และความสะดวก เป็นต้น และสิ่งที่เสียไปอาจมีความหลากหลายในมุมมองของลูกค้า อาทิ จำนวนเงินที่จ่ายไป เวลาที่สูญเสียไป และความพยายามในการซื้อ เป็นต้น

Orel & Kara (2014) กล่าวว่า ความภักดีของลูกค้า มีลักษณะเป็นความคิดของลูกค้าที่มีทัศนคติที่ดีต่อบริษัท พฤติกรรมที่มุ่งมั่นในความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการของบริษัทนั้นซ้ำ รวมถึงการมีพฤติกรรมการแนะนำสินค้าหรือบริการของบริษัทนั้นต่อผู้อื่นอีกด้วย

Patterson John (1980) กล่าวถึงการตัดสินใจว่า หมายถึง การที่บุคคลเข้าไปสู่การเสี่ยง โดยมีการรวบรวม และประเมินข้อมูลที่มีทางเลือกหลายทาง และมีสิ่งประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญอันนำไปสู่การตัดสินใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเชียงรายได้ จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรตามสูตรของ Cochran (Cochran, 1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดที่ยอมรับได้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Cochran, 1953)

จากการคำนวณได้ 384 คน เป็นจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ แต่เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและขอความร่วมมือในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามแบบสอบถาม ที่ผ่านการปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว จากนั้นพิจารณาตรวจสอบด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่าแต่ละข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 คะแนน และมีค่าคะแนนโดยรวมเท่ากับ 0.93 ซึ่งมากกว่า 0.5 แสดงว่า ข้อคำถามเหล่านี้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์การวิจัยสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยได้ จึงนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แต่มีคุณสมบัติ ลักษณะใกล้เคียงกัน จำนวน 30 ชุด โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ $\alpha = 0.5$ โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.935

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายผลการศึกษาในรูปแบบตาราง โดยใช้ค่าสถิติบรรยายเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปร (Path Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.72) โดยปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.75) รองลงมาคือด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.87) การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.86) ด้านการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.91) และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.75) โดยความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.77) รองลงมาคือ ความคุ้มค่าของการบริการ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความภักดีในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.77) โดยด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ พฤติกรรมการบอกต่อ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.87) โดยความสามารถในการตอบสนอง

ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.87) รองลงมาคือ การทำให้
 ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแบบเพียร์สัน

รายการ	คุณภาพการ ให้บริการ	การรับรู้คุณค่า การให้บริการ	ความภักดี	การตัดสินใจ
คุณภาพการให้บริการ	1.000			
การรับรู้คุณค่าการบริการ	0.598**	1.000		
ความภักดี	0.764**	0.556**	1.000	
การตัดสินใจ	0.772**	0.616**	0.777**	1.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว พบว่า
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทั้งหมดมีค่าเป็นบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จำนวน 6 คู่
 มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคู่ใด
 ที่มีค่าเกินเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัท
 ขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t-value	p-value
คุณภาพการให้บริการ	0.435	0.055	0.354	7.868	0.000
การรับรู้คุณค่าการบริการ	0.208	0.041	0.178	5.094	0.000
ความภักดี	0.462	0.049	0.408	9.381	0.000
ค่าคงที่	0.460	0.153		3.011	0.000

R = 0.737, R² = 0.500, F = 208.305, p-value <0.001

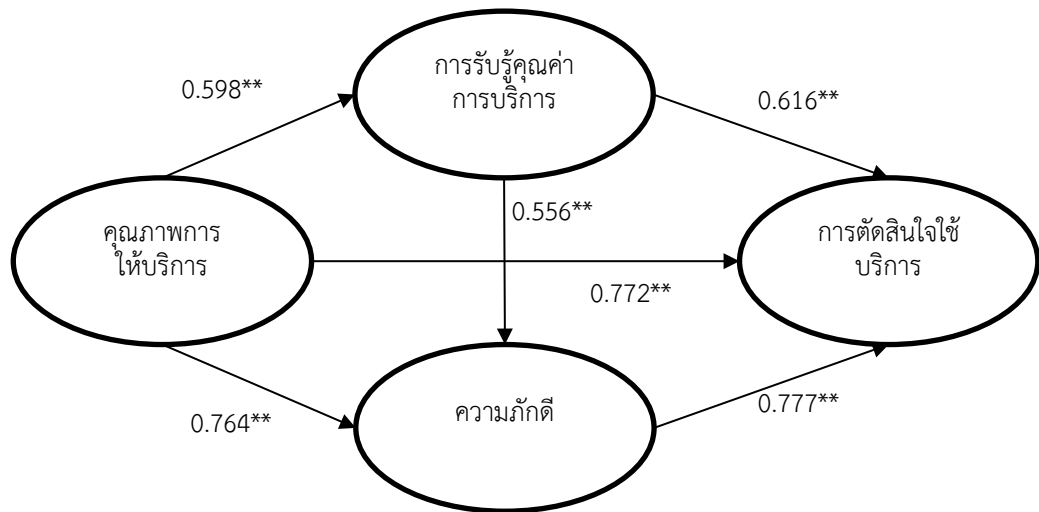
จากตารางที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่ง
 พัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่า
 การบริการและความภักดีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอ
 เมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value <0.001) ซึ่งปัจจัยทั้งสามส่งผลต่อ
 การตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
 ได้ร้อยละ 50.00 (R² = 0.500)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมของตัวแปรคุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่าการบริการ ความภักดี และการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ตัวแปร	คุณภาพการ ให้บริการ - การตัดสินใจ ใช้บริการ	คุณภาพการ ให้บริการ - ความภักดี - การตัดสินใจ ใช้บริการ	คุณภาพการ ให้บริการ - การรับรู้คุณค่า การบริการ - ความภักดี - การตัดสินใจ ใช้บริการ	คุณภาพการ ให้บริการ - การรับรู้คุณค่า การบริการ - การตัดสินใจใช้ บริการ	การรับรู้ คุณค่าการ บริการ - การตัดสินใจ ใช้บริการ
อิทธิพล ทางตรง	0.772**	0	0	0	0.556**
อิทธิพล ทางอ้อม	0	0.594	0.258	0.368	0
อิทธิพลรวม	0.772**	0.594	0.258	0.368	0.556**
R = .737, R ² = 0.500, F = 208.305, p-value < 0.001					

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและการรับรู้คุณค่าการบริการ มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.772 และ 0.556 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ผ่านความภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.594 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ผ่านการรับรู้คุณค่าการบริการและความภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.258 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ผ่านปัจจัยการรับรู้คุณค่าการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.368 ดังข้อมูล ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลอิทธิพลเชิงเส้นของตัวแปรในการวิจัย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1: คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าการบริการ	ยอมรับสมมติฐาน
H2: คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความภักดี	ยอมรับสมมติฐาน
H3: การรับรู้คุณค่าการบริการ มีอิทธิพลต่อความภักดี	ยอมรับสมมติฐาน
H4: การรับรู้คุณค่าการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
H5: ความภักดี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
H6: คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาสรุป และวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาระดับคุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่าการบริการ ความภักดี และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

คุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่งพัสดุ ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากจำนวนพนักงาน รวมถึงพาหนะในการให้บริการมีเพียงพอต่อการให้บริการและความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงานจึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ รวมถึงสถานที่ให้บริการมีความสะดวกและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังมีวัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการให้บริการมีความทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น อุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ ปากกา และเชือก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ที่กล่าวว่า

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ คือ ลักษณะด้านกายภาพที่ปรากฏให้เห็นในรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่จะทำให้ผู้รับบริการสามารถรับรู้คุณภาพของการบริการนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (ศิริรัตน์ ญาณปรีชา, 2563) ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้าบริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าคุณภาพการให้บริการในทุกด้านเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ ต่อมาในด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ บริษัทขนส่งพัสดุมีพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญในการให้บริการจะสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ ทั้งทางด้านมาตรฐานและความถูกต้องของระบบการคิดค่าบริการรวมไปถึงการรับประกันและชดเชยค่าเสียหายในกรณีที่พัสดุเกิดความเสียหายหรือสูญหาย เพื่อสร้างความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ที่กล่าวว่า ผู้ให้บริการจะต้องมีความสามารถที่ดีในด้านของทักษะ ความรู้ ความสามารถในการบริการที่มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ รวมไปถึงการมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการว่าจะได้รับการบริการอย่างดีที่สุด รวมไปถึงด้านการเอาใจใส่ผู้ให้บริการ โดยการที่ผู้ให้บริการใส่ใจผู้ให้บริการ สอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละรายและสามารถตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ โดยมีความตั้งใจที่จะให้บริการอย่างดีที่สุดและตระหนักถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้บริการด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน นั้นจะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจและรับรู้ได้ถึง ความใส่ใจจากผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ที่กล่าวว่า การเอาใจใส่ผู้ให้บริการ คือ ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นอย่างดี โดยที่คำนึงถึงความแตกต่างในด้านความต้องการในการบริการของผู้ใช้บริการ ในส่วนของการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการมีความพร้อมและความตั้งใจในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้โดยครอบคลุมคาดหวังในด้านความต้องการและมีการดำเนินการอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการขนส่งพัสดุที่มีความสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถติดตามสถานะของการขนส่งพัสดุได้และผู้ให้บริการมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ โดยที่พนักงานมีความพร้อมและเอาใจใส่ในการให้บริการเพื่อให้การขนส่งพัสดุของผู้ใช้บริการบรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ที่กล่าวว่า การตอบสนองต่อผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและความตั้งใจในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้โดยครอบคลุมคาดหวังในด้านความต้องการและมีการดำเนินการอย่างรวดเร็ว และในส่วนของการเชื่อใจไว้วางใจได้นั้น บริษัทขนส่งพัสดุสามารถให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ให้บริการ โดยมีการให้คำแนะนำในการใช้บริการ อีกทั้งมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการไว้เป็นความลับและปลอดภัยยิ่งสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ให้บริการ รวมถึงการที่ผู้ให้บริการสามารถจัดส่งพัสดุได้ตามกำหนดระยะเวลาโดยไม่เกิดความผิดพลาด เสียหาย ยิ่งเป็นการตอกย้ำความน่าเชื่อถือของบริษัทซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความไว้วางใจในการที่จะใช้บริการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ที่กล่าวว่า ความสามารถของผู้ให้บริการในด้านการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ โดยมีความถูกต้องเหมาะสมในการบริการทุกครั้งและ

ทำให้ผลที่ได้ออกมาในรูปแบบเดิมในทุกครั้งที่ให้บริการ หรือมีความเสมอกันเสมอไปในการให้บริการในทุก ๆ ครั้ง จะก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและสามารถไว้วางใจในบริการนั้น ๆ ได้ ในด้านการรับรู้คุณค่าการให้บริการของบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยผู้ใช้บริการให้ความเห็นว่าการคิดอัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสามารถประเมินได้ว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการใช้บริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพการบริการที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับ (Zeithaml, 1988) ที่กล่าวว่า ลูกค้าจะสามารถรับรู้คุณค่าได้ผ่านการประเมินในภาพรวมของคุณประโยชน์ของสินค้าบนพื้นฐานของการรับรู้ในสิ่งที่ได้รับและสิ่งที่เสียไป ส่วนด้านความคุ้มค่าของการบริการ ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงความคุ้มค่าของการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราค่าบริการโดยมีความพึงพอใจที่บริษัทขนส่งพัสดุที่เลือกใช้บริการมีกระบวนการในการขนส่งที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการได้ จึงสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับ (Iltner, & Larcker, 1996) ที่กล่าวว่า สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเมื่อเทียบกับราคาที่เสียไปหากมีความเหมาะสมหรือมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป จะส่งผลโดยตรงกับความพึงพอใจของผู้บริโภคและจะทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ปิยาภรณ์ ชินวงศ์พรหม, 2563) ที่ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังในคุณภาพและการรับรู้คุณค่าบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีต่อการใช้บริการรถตู้โดยสาร พบว่า คุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการใช้บริการรถตู้โดยสารนั้นอยู่ในระดับมาก โดยค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการรถตู้ มีความเหมาะสมและเป็นไปตามสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพการบริการในด้านความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เพราะในการใช้บริการครั้งต่อไป ผู้ใช้บริการจะนึกถึงบริษัทที่เลือกใช้บริการเป็นอันดับแรกเสมอ เนื่องจากมีความมั่นใจในการให้บริการและมีแนวโน้มที่จะใช้บริการในด้านอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงจะเกิดพฤติกรรมการบอกต่อโดยการแนะนำบุคคลรอบข้างให้มาใช้บริการและแจ้งข่าวสารหรือบริการใหม่ ๆ ให้ผู้อื่นทราบ อีกทั้งยังเล่าถึงประสบการณ์ที่ดีและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริษัทให้แก่ผู้อื่นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ (Orel, & Kara, 2014) ที่กล่าวว่า ความภักดีของลูกค้า มีลักษณะเป็นความคิดของลูกค้าที่มีทัศนคติที่ดีต่อบริษัท พฤติกรรมที่มุ่งมั่นในความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการของบริษัทนั้นซ้ำ รวมถึงการมีพฤติกรรมการแนะนำสินค้าหรือบริการของบริษัทนั้นต่อผู้อื่นอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิวานนท์ จันทระประวัติ, 2562) ที่ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง พบว่าความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทย ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมโดยแสดงออกมาในรูปแบบของการมีระดับความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในระดับสูง และมีระดับความตั้งใจบอกต่อในเชิงบวกในด้านการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการตัดสินใจจากความสามารถในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งผู้ให้บริการมีรูปแบบการ

ให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากที่สุด และสามารถไว้วางใจได้ว่าจะสามารถขนส่งพัสดุไปยังจุดหมายปลายทางได้รวดเร็วและปลอดภัย อีกทั้งยังสร้างความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการทำให้ผู้ใช้บริการยินดีที่จะใช้บริการต่อไป เนื่องจากผู้ใช้บริการจะมีการรวบรวม และประเมินข้อมูลที่มีทางเลือกหลายทาง และมีสิ่งประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญ อันนำไปสู่การตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Schiffman, & Kanuk, 1994) ที่ว่ากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกจากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคมีการพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ และพฤติกรรมทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (วรารักษ์ หลุมเจริญภักดิ์, 2562) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการลูกค้าและการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่ง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ให้บริการขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการให้บริการและการรับรู้คุณค่าการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นอิทธิพลทางบวก คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ผ่านความภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีอิทธิพลทางบวก คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านการรับรู้คุณค่าการบริการและความภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีอิทธิพลทางบวก และคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านปัจจัยการรับรู้คุณค่าการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นอิทธิพลทางบวก

จะเห็นได้ว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่าการบริการ และความภักดี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ให้บริการขนส่งพัสดุในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย บริการทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะเมื่อผู้ใช้บริการได้รับการให้บริการที่มีคุณภาพ ในรูปของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพของการบริการอย่างชัดเจน ผู้ให้บริการมีความสามารถในการสร้างความมั่นใจหรือความเชื่อมั่นในการบริการและมีความพร้อม ความตั้งใจในการให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว มีการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี โดยคำนึงถึงความแตกต่างในด้านความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและออกมาในรูปแบบเดิมทุกครั้งก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกเชื่อถือและไว้วางใจในการให้บริการ จากนั้นผู้ใช้บริการจะทำการประเมินคุณภาพของการบริการเมื่อเทียบกับอัตราค่าบริการและสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน หากมีความเหมาะสมหรือมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการอีก รวมถึงมีการแนะนำบริการต่อไปยังบุคคลอื่นอีกด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (Lolyd – Walkwe, & Cheung, 1998) ที่กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงความต้องการ หรือเกิดความต้องการของผู้รับบริการ จะทำให้เกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ (ศิริรัตน์ ญาณปรีชา, 2563) ที่พบว่า

คุณภาพการให้บริการในทุกด้านเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุ และผลการศึกษาของ (มินตรา จริยาภรณ์, 2559) ที่การรับรู้คุณค่ากับความภักดีของการให้บริการ ธุรกิจอาหาร Inter Brand กับ Local Brand : กรณีศึกษาเปรียบเทียบร้าน Greyhound café และ ร้าน The Chocolate Factory พบว่าผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงคุณค่าของการบริการจากความคุ้มค่า ของเงินที่จ่ายให้กับบริการ รวมถึงผลการศึกษาของ (สุรคุณ คณัสัตยานนท์, 2556) ที่ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัย ด้านความจงรักภักดีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 บริษัทขนส่งพัสดุควรมีการรักษาและพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีมากขึ้น

1.2 บริษัทขนส่งพัสดุควรมีการสำรวจและปรับปรุงอัตราค่าบริการให้มีความเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน รวมถึงเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่การบริการ การสร้างความแตกต่าง และความน่าเชื่อถือเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความคุ้มค่า

1.4 บริษัทขนส่งพัสดุควรปรับกลยุทธ์เพื่อบูสร้างเสริมความภักดี โดยอาศัยการมอบประสบการณ์หรือสร้างความประทับใจโดยการให้ความสำคัญกับสิ่งต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความรู้สึกหรือประสบการณ์ดี ๆ ให้เกิดความประทับใจมากกว่าการใช้บริการทั่วไป เพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป

1.5 บริษัทขนส่งพัสดุควรเน้นการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจใช้บริการในครั้งต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการมุ่งเน้นเฉพาะผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เท่านั้น ดังนั้น การทำวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมในขอบเขตของพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับพื้นที่นั้น ๆ

2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ข้อมูลของงานวิจัยที่ได้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2.3 ควรศึกษามิติของแต่ละตัวแปรเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ปิยาภรณ์ ชินวงศ์พรหม. (2563). ความคาดหวังในคุณภาพและการรับรู้คุณค่าบริการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีต่อการใช้บริการรถตู้โดยสาร.
วารสาร มจร ทริภุญชัยปริทรรศน์, 4(1), 50-62.

- มินตรา จริยาภรณ์. (2559). การรับรู้คุณค่ากับความภักดีของการให้บริการธุรกิจร้านอาหาร Inter Brand กับ Local Brand : กรณีศึกษาเปรียบเทียบร้าน Greyhound Cafe และร้าน The Chocolate factory (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- วรารมณ์ หลุมเจริญภักดิ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริรัตน์ ญาณปรีชา. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของลูกค้า บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิวานนท์ จันทระประวัติ (2562). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการขนส่งพัสดุของไปรษณีย์ไทย ที่ส่งผลต่อความภักดีด้านพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจสินค้าออนไลน์ในเขตภาคกลาง. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 9(1), 60-79.
- สุรคุณ คณัฐยานนท์ (2556) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1166/3/Surakhun.Khan.pdf>.
- SPOTLIGHT (2566). *สำรวจตลาด E-Commerce ไทยโตแรง อีก 2 ปี มูลค่าตลาดเฉียด 7 แสนล้านบาท*. สืบค้น 23 มีนาคม 2567 จาก <https://www.amarintv.com/spotlight/business-marketing/detail/48706>.
- ttb (2566). *ttb analytics คาดธุรกิจขนส่งพัสดุปี 2566 โตต่อเนื่อง*. สืบค้น 23 มีนาคม 2567 จาก <https://www.ttbank.com/th/newsroom/detail/e-commerce-delivery-2566>
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techiques*. New York : John Wiley & Sons. Inc, 1 – 330.
- Johnston, R. (1995). The Determinants of Service Quality: satisfiers and dissatisfiers. *International Journal of Service Industry Management*, 6(5), 53–71.
- Lloyd-Walker, B. and Cheung. Y.P. (1998). IT to Support Service Quality Excellence in Australia Banking Industry. *Managing Service Quality*. 8 (November), 350-358.
- Orel, F. D., & Kara, A. (2014). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(2), pages 118-129.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L.L. (1990). *Delivery quality service: balancing customer perception and expectations*. New York: A Division of Macmillan, Inc, 1 – 226.
- Patterson, John. (1980). *Teaching Personalized Decision Making*. Santa Clara Country K-12 Career Education Consortium Son Jose.

Schiffman, Leon G; & Kanuk, Leslie Lazar. (1994) **Consumer Behavior. (5th ed.)**.

New Jersey: Prentic-Hall.

Zeithaml, V. A. (1988). **Consumer perceptions of price, quality, and value:**

A means-end model and synthesis of evidence. **Journal of Marketing**, 52(3), 2-22.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Worawan Tipprasert Highest Education: Bachelor's degree University or Agency: Mae Fah Luang University Field of Expertise: Information and Communication Engineering Address: 224/16 Moo 8, Rop Wiang, Muang Chiang Rai District, Chiang Rai 57000
	Name and Surname: Peeraya Chuenwong Highest Education: Doctor of Management University or Agency: Sripatum University Field of Expertise: Business Management Address: 139/33 Moo. 5 Muang Chiang Rai District, Chiang Rai 57100

ปัจจัยการออมและรูปแบบการออมที่มีอิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครู
โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2

THE SAVING FACTORS AND SAVING PATTERNS INFLUENCE FINANCIAL WELL-BEING
OF TEACHER IN THE SCHOOL UNDER CHIANG RAI PRIMARY
EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 2

ชิตชนก ขยันอาจ¹ พิรญา ชื่นวงศ์² กษิดิศ ใจผาวัง³
Chidchanok Khayanart¹ Peeraya Chuenwong² Kasidit Chaiphawang³

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

¹ Master of Business Administration, Department of Business Administration,
Chiang Rai Rajabhat University

^{2,3} Lecturer, Master of Business Administration, Department of Business Administration,
Chiang Rai Rajabhat University

E-mail ¹chid5cha@gmail.com ²Peeraya.chu@crru.ac.th ³Kasidit.cha@crru.ac.th

Received December 19, 2023
Revised April 04, 2024
Accepted April 10, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการออม รูปแบบการออม ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียน และ 2) ศึกษาปัจจัยการออม และรูปแบบการออมที่มีอิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ ได้แก่ ครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปร (Path Analysis) ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ในภาพรวมเกี่ยวกับปัจจัยการออม อยู่ในระดับมากที่สุด รูปแบบการออมและความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยการออมและรูปแบบการออมส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งปัจจัยทั้งสองส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินได้ร้อยละ 69.10 ($R^2 = 0.691$) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ปัจจัยการออมส่งผลอิทธิพลทางบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านรูปแบบการออมสู่ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยรวมเท่ากับ 0.312 โดยอิทธิพลทางบวกโดยตรงกับความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน และรูปแบบการออม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.751 และ 0.468 ตามลำดับ ส่วนรูปแบบการออมมีอิทธิพลทางบวกต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.667 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

คำสำคัญ

ปัจจัยการออม รูปแบบการออม ความอยู่ดีมีสุข

ABSTRACT

The aim of this research were 1) to study the saving factors, saving patterns and financial well-being of teachers in the school and 2) to study the saving factors, saving patterns influence financial well-being of teachers in the school under Chiang Rai Primary Educational Service Area Office 2. The sample in this research were 400 teachers in the school under Chiang Rai Primary Educational Service Area Office 2. The research instrument was a questionnaire. The data were analyzed by Descriptive Statistics and Path Analysis of variables. The results of this research found that the opinions of teachers in the school under Chiang Rai Primary Educational Service Area Office 2, in the overall concerning to the saving factors at the highest level. The saving pattern and financial well-being at a high level. The saving factors and saving patterns affecting to financial well-being of them with a statistically significant. Which both factors affecting to financial well-being at 69.10 percent ($R^2 = 0.691$). When considering each factor, the results showed that saving factors had a positive influence both directly and indirectly through saving patterns to financial well-being had a regression coefficient at 0.312. There was a direct positive influence to financial well-being and saving patterns had a regression coefficient at 0.751 and 0.667 respectively. And a positive influence of saving patterns to financial well-being had a regression coefficient at 0.667 with a statistical significance at the level of 0.01 .

Keywords

Savings factors, Savings patterns, Well-being

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้การออมเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิตประจำวันและอนาคต เพราะวางแผนการเงินที่ดีต้องมีการแบ่งรายได้มาใช้จ่ายและออมเงิน รวมถึงการสร้างหนี้สินต่าง ๆ ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งการออมเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและเป็นปัจจัยที่กำหนดการลงทุนให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต สร้างเสถียรภาพ และลดความผันผวนทางเศรษฐกิจได้ การพัฒนาประเทศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจนั้น ควรส่งเสริมให้ประชาชนมีการออมส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการสะสมเงินไว้ใช้จ่ายในยามที่มีปัญหาเกี่ยวกับรายได้เกิดขึ้น หรือมีรายจ่ายฉุกเฉินเกิดขึ้น การออมทำให้มีความมั่นคงในชีวิตทรัพย์สิน สร้างความมั่นคงทางครอบครัว ทรัพย์สินเพื่อการบริโภคในอนาคต อีกทั้งจะทำให้การออมภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นซึ่งมีความสำคัญในฐานะที่เป็นแหล่งเงินทุนในตลาดเงิน ซึ่งเป็นแหล่งเงินกู้ให้ภาครัฐบาล และเป็น

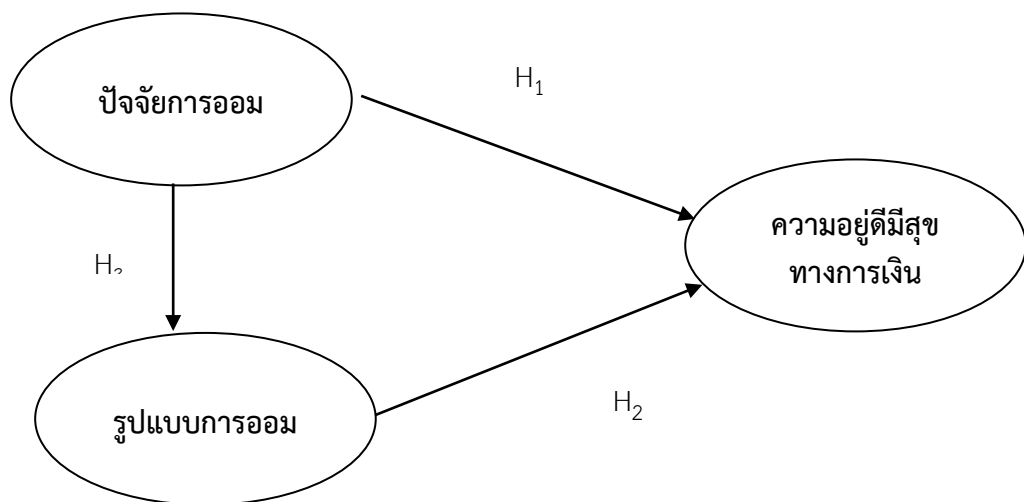
แหล่งเงินกู้ให้ภาคธุรกิจนำไปใช้จ่ายเพื่อการลงทุน อันจะมีผลต่อเนื่องไปถึงการผลิตและการจ้างงาน รวมถึงการทำให้รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระยะยาว ซึ่งยุทธศาสตร์การบริหารเศรษฐกิจส่วนร่วมของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 - 2570 ได้มีแนวทางในการส่งเสริมระบบการออมของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการปฏิรูประบบประกันสังคมและระบบบำเหน็จบำนาญ เพื่อให้ฐานที่มั่นคงระยะยาวเมื่อประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งเสริมการออมเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับวัยเกษียณอายุด้วยการจูงใจให้แรงงานเข้าร่วมระบบการออมภาคสมัครใจ ปรับปรุง เงื่อนไขด้านการออมและสิทธิประโยชน์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสามารถออม และได้ผลประโยชน์ในอัตราที่เพิ่มขึ้น รวมถึงพัฒนาระบบบริการข้อมูลทางการเงินเพื่อการเกษียณ เพื่อช่วยให้ผู้ออมสามารถวางแผนการออมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนปรับปรุงหรือจัดทำกฎหมายเพื่อพัฒนาระบบการคุ้มครองสวัสดิการแรงงานให้ครอบคลุมการจ้างงานรูปแบบใหม่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

ปัจจุบันปัญหาหนี้ครัวเรือนของประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น และอยู่ในระดับสูงสะสมมาจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ที่ทำให้ประชาชนมีรายได้ลดลงแต่มีรายจ่ายเท่าเดิมหรือเพิ่มมากขึ้น และมีระดับหนี้ครัวเรือนสูงถึง 14 ล้านล้านบาท ซึ่งนับเป็นจุดสูงสุดใหม่ในรอบ 18 ปีตามสถิติที่มีการเก็บรวบรวมของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) โดยหนี้ครัวเรืوندังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 89.3 เมื่อเทียบกับจีดีพีในปี พ.ศ. 2563 ปัญหาหนี้สินของบุคลากรทางการศึกษา หรือ ครูทั่วประเทศ นับเป็นเรื่องที่ทุกรัฐบาลที่เข้ามาบริหารประเทศให้ความสนใจมาโดยตลอด การที่ครูมีหนี้จำนวนมากทำให้ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษาเรื่องการออม นอกจากนี้เงินออมยังใช้สำหรับแก้ไขปัญหาค่าความเดือดร้อนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง (ศิริรัตน์ ศรีพนม, 2559) โดยความต้องการถือเงินหรือเก็บเงินไว้เพื่อวัตถุประสงค์ 3 ประเภทคือ 1) ความต้องการถือเงินไว้เพื่อใช้จ่ายใช้สอย 2) ความต้องการถือเงินไว้เพื่อยามฉุกเฉิน ทั้งนี้เพราะความไม่แน่นอนเกี่ยวกับรายได้ รายจ่ายในอนาคตที่ไม่สามารถคาดคะเนได้ และ 3) ความต้องการถือเงินไว้เพื่อเก็งกำไร (นเรศ หนองใหญ่, 2560) จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าตั้งแต่สถานการณ์วิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 จนถึงปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นว่าสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบไม่ทันตั้งตัวนั้นเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังนั้นการบริหารจัดการการออมที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการมีวินัยในการออม ส่งผลให้ลดการเกิดหนี้สินทั้งระยะสั้นและระยะยาวได้ และทำให้การวางแผนการดำเนินชีวิตทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้ดีและมีศักยภาพในการดำรงชีวิตในแง่มุมต่าง ๆ จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยการออม รูปแบบการออมที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุข เพื่อช่วยให้การดำรงชีวิตของครูดำเนินไปอย่างมีความสุข การออมเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นปัจจัยที่กำหนดการลงทุนให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต สร้างเสถียรภาพ และลดความผันผวนทางเศรษฐกิจได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการออม รูปแบบการออม ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการออม และรูปแบบการออม ที่มีอิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

ปัจจัยการออม (Saving Factors) หมายถึง เงื่อนไขหรือสภาวะอย่างใดอย่างหนึ่งที่เอื้อเกื้อหนุน หรือการเปิดโอกาส และเป็นเหตุผลที่ทำให้ครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 เกิดการนำส่วนหนึ่งของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายแบ่งเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในอนาคตอย่างต่อเนื่อง โดยจะประกอบไปด้วยปัจจัยด้านการบริหารจัดการการเงิน ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน ทักษะด้านเทคโนโลยี และผลตอบแทนจากการออม

รูปแบบการออม (Saving Type) หมายถึง ประเภทหรือลักษณะของการออมของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ซึ่งรูปแบบจะแตกต่างกันไปตามปัจจัยต่าง ๆ โดยรูปแบบการออม ได้แก่ เงินฝาก ตราสารทุน อสังหาริมทรัพย์ และสกุลเงินดิจิทัล

ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน (Financial Well-being) หมายถึง การรับรู้หรือสภาวะสภาพทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ที่ทำให้มีคุณภาพชีวิตและการดำเนินชีวิตที่ดีมีความสุขอย่างมีดุลยภาพทั้งจิต กาย ปัญญา ซึ่งประกอบไปด้วย สภาพคล่อง เงินออม และหนี้สิน

ครู (Teachers) หมายถึง บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ได้แก่ ครูผู้ช่วย และข้าราชการครู

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการออม

การออม หมายถึง รายได้ที่เหลือจากการใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคและนำไปเก็บไว้เป็นเงินออมเพื่อใช้จ่ายในวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันในอนาคต (ชานีเยฮ์ ช่างวัฒนกุล, 2559) การออมมีประโยชน์และความสำคัญในแง่ของปัจจัยที่จะทำให้เป้าหมาย ซึ่งบุคคลได้กำหนดไว้ในอนาคตบรรลุจุดประสงค์ อีกทั้งเงินออมยังมีความสำคัญในเรื่องของการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึงของบุคคลอีกด้วย (ศิริรัตน์ ศรีพนม, 2559) ปัจจัยการออม (Saving Factors) ขึ้นอยู่กับเหตุผลของแต่ละบุคคล แต่เหตุผลหลักคือ เก็บไว้ใช้จ่ายในอนาคตและ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน โดยที่เรามีสavings ออมมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับบริหารจัดการเงินของเราเพื่อช่วยเตรียมความพร้อมและนำชีวิตไปสู่ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน โดยมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การบริหารจัดการเงิน (Financial Management) เป็นการจัดระเบียบการเงินให้มีประสิทธิภาพด้วยการรู้จักหาเงินเข้ามาและจ่ายออกไปอย่างถูกต้องก่อให้เกิดผลดีจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจทางการเงิน (Financial Literacy) ให้สามารถใช้วิจารณญาณอย่างมีองค์ความรู้และสามารถตัดสินใจในการใช้เงินและจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทักษะด้านเทคโนโลยี (Technology Literacy) ในการติดตามข่าวสาร ให้เข้าถึงและใช้ในการสื่อสาร การจัดการวิเคราะห์ ประเมินผลสารสนเทศ เพื่อนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ และสื่อสารไปยังผู้อื่นได้ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการออม (Return on Savings) ซึ่งเป็นผลกำไร หรือดอกเบี้ยสูงสุด ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ส่งผลต่อการออม เพื่อไว้ในยามฉุกเฉิน ทั้งนี้ เพราะความไม่แน่นอนเกี่ยวกับรายได้ รายจ่ายในอนาคตที่ไม่สามารถคาดคะเนได้ (Keynes, 1989 อ้างใน (นเรศ หนองใหญ่, 2560) ทั้งนี้ (Paul Langley, 2008) ได้กล่าวไว้ว่า การออมอาจมีเอกลักษณ์และมุ่งเน้น ภาวลักษณะของการออม ประกอบไปด้วย วัฒนธรรมการเงิน หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการเงินในสังคมและวงการธุรกิจ ซึ่งอาจมีผลต่อพฤติกรรมของการออมของบุคคลในชุมชน ความเชื่อและมุมมองในการเงิน หมายถึง การวิเคราะห์ความเชื่อและมุมมองที่มีผลต่อการตัดสินใจในการออม ซึ่งอาจมีผลจากประสบการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของบุคคล บทบาทของการออมในองค์กร หมายถึง การสังเกตและวิเคราะห์ว่าในองค์กรการออมมีบทบาทอย่างไรในการสร้างพฤติกรรมการเงินและวัฒนธรรมการเงิน และความสัมพันธ์ระหว่างการออมและการกู้ยืม หมายถึง การสำรวจว่าการออมและการกู้ยืมมีความสัมพันธ์กันอย่างไรในสังคมและองค์กรต่าง ๆ และวิเคราะห์การแลกเปลี่ยนระหว่างการออมและการกู้ยืมในชุมชน

2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการออม

รูปแบบการออม (Saving Type) คือการออมเงินในรูปแบบต่าง ๆ เมื่อเวลาผ่านไปโดยมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ เงินฝาก (Deposit) ซึ่งสามารถนำเงินไปฝากที่สถาบันทางการเงินต่าง ๆ ซึ่งเป็นวิธีการที่มีความสะดวกและง่าย และมีความมั่นคงสูง ตราสารทุน (Equity Instruments) คือการลงทุนราคาหุ้นที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์โดยมีส่วนได้เสียหรือมีสิทธิในทรัพย์สินและรายได้ของ

กิจการ และมีโอกาสจะได้รับผลตอบแทนเป็นเงินปันผล (Dividend) อสังหาริมทรัพย์ (Property) เป็นการลงทุนในที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยมีจุดเด่นในเรื่องของราคาที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่ถือครอง และสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) หรือคริปโทเคอร์เรนซี เป็นสกุลเงินที่สร้างขึ้นจากกลไกทางคณิตศาสตร์ที่กำหนดจำนวนไว้จำกัด โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ถอดรหัส เพื่อนำเงินออกมาจากกลไกเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าบริการ (ขจรเกียรติ เพียรสร้าง, 2560) นอกจากนี้รูปแบบการออมเป็นรูปแบบที่ทำให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากการนำเอารายได้ในปัจจุบัน และในอนาคตมาเป็นตัวแปรสำคัญในการจำแนกรูปแบบการออม (Franco Modigliani & Albert Ando, 1963 อ้างใน (นิชากร ชัยศิริ, 2562) ทั้งนี้ (Dong-Hyeon Kim, Peiyao Liu, & Shu-Chin Lin, 2024) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการออมและการเฉลี่ยอายุของประชากร หมายถึง การวิเคราะห์ถึงว่าการออมมีความสัมพันธ์อย่างไรกับการเฉลี่ยอายุของประชากร โดยพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อความสัมพันธ์นี้ เช่น ประสิทธิภาพการลงทุน การสร้างเงินทรัพย์สินในวัยทำงานหรือแม้กระทั่งเงินบำนาญ

3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน

ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน (Financial Well-being) หมายถึง การมีสถานะทางการเงินที่เหมาะสมกับตนเองคือการไม่มีหนี้และไม่ใช้จ่ายเกินความจำเป็น มีการจัดการสภาพทางการเงินอย่างชาญฉลาด เพื่อป้องกันผลกระทบจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน และมีอิสระทางการเงินที่จะใช้จ่ายในแต่ละครั้ง (ศิริรัตน์ ศรีพนม, 2559) ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินนั้นเกิดขึ้นจากปัจจัยการออมและรูปแบบการออมที่ดี โดยจะส่งผลต่อการมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ รวมถึงการมีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต และยังมีครอบครัวที่อบอุ่นมั่นคงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี และอาศัยอยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐ (Ian Gough & J. Allister McGregor, 2007) โดยมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ สภาพคล่องเงินออม หนี้สิน (กรณิกา วาระวิชนี, 2560) ทั้งนี้ (Tom Rath, & Jim Harter, 2010) กล่าวว่า ความอยู่ดีมีสุข มีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 องค์ประกอบ อาทิ ความเป็นอยู่ในการทำงาน หมายถึง ประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการทำงาน การพัฒนาอาชีพและความรู้สึกว่าการงานของตนเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายในชีวิต ความเป็นอยู่ในสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์และความรู้สึกว่ามีคนรักและใส่ใจตนเอง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความรู้สึกที่เชื่อมโยงกับชุมชนหรือกลุ่ม ความเป็นอยู่ทางการเงิน หมายถึง การบริหารจัดการการเงินและความมั่งคั่ง การรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับการเงินที่ดี ความเป็นอยู่ทางกายภาพ หมายถึง สุขภาพร่างกายและการดูแลสุขภาพที่ดี การออกกำลังกายและการรักษาสุขภาพที่ดี และความเป็นอยู่ในชุมชน หมายถึง ความเป็นอยู่ในชุมชนและความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน การมีส่วนร่วมและการช่วยเหลือผู้อื่นในชุมชน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามมีรายละเอียดวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้คือ ครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2 จำนวน 1,800 คน (โรงเรียนในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 2, 2564) โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้ สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้เท่ากับ 327 ตัวอย่าง เพื่อให้การวิเคราะห์ไม่เกิดความคลาดเคลื่อนในการวิจัยครั้งนี้ จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ในกลุ่มครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้ช่วยนักวิจัย จำนวน 2 ท่าน (Tabachnick, & Fidell, 1996)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพของครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการออมของครูโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการออมของครูโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2

โดยตอนที่ 2 - 4 เป็นตัวเลือกแบบมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ทั้งนี้ คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลค่าความหมายของค่าเฉลี่ยตามระดับ โดยยึดหลักเกณฑ์การแปลค่าความหมาย ดังนี้

4.51 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านและการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (Try Out) กับครูโรงเรียนนอกสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ที่ไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach มีค่าเท่ากับ 0.954 จึงมีความเหมาะสมในการนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลด้วยตัวเองร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัย จำนวน 2 ท่าน ร่วมกับการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ โดยขอความร่วมมือครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ตอบแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาเดือนกันยายน ถึงตุลาคม 2566 เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ครบสมบูรณ์แล้ว จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลและเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายผลการศึกษาในรูปแบบตาราง โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนหนึ่งในมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปร (Path analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการออมในมุมมองของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปรผลการวิเคราะห์ปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี วิทยฐานะ ค.ศ. 1 สถานภาพของครอบครัว โสด ประสบการณ์การทำงาน 6 - 10 ปี

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการออม รูปแบบการออม และความอยู่ดีมีสุขของครู
โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ในภาพรวม

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
การออม	4.51	0.53	มากที่สุด
การบริหารจัดการเงิน	4.59	0.55	มากที่สุด
ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน	4.57	0.51	มากที่สุด
ทักษะด้านเทคโนโลยี	4.57	0.50	มากที่สุด
ผลตอบแทนจากการออม	4.40	0.51	มาก
รูปแบบการออม	4.32	0.48	มาก
เงินฝาก	4.40	0.51	มาก
ตราสารทุน	4.25	0.43	มาก
อสังหาริมทรัพย์	4.31	0.48	มาก
สกุลเงินดิจิทัล	4.34	0.49	มาก
ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน	4.36	0.49	มาก
สภาพคล่อง	4.40	0.49	มาก
การออม	4.28	0.48	มาก
หนี้สิน	4.39	0.50	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการออมในมุมมองของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยการออมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยความคิดเห็นต่อปัจจัยการออมด้านการบริหารจัดการเงินมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน ทักษะด้านเทคโนโลยี และผลตอบแทนจากการออมตามลำดับ รูปแบบการออมของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเงินฝาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สกุลเงินดิจิทัล อสังหาริมทรัพย์ และตราสารทุน ตามลำดับ ส่วนระดับความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ หนี้สิน และการออม ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแบบเพียร์สัน

รายการ	ปัจจัยการออม	รูปแบบการออม	ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน
ปัจจัยการออม	1.000		
รูปแบบการออม	0.468**	1.000	
ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน	0.751**	0.667**	1.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทั้งหมดมีค่าเป็นบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จำนวน 3 คู่ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีค่าเกินเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2

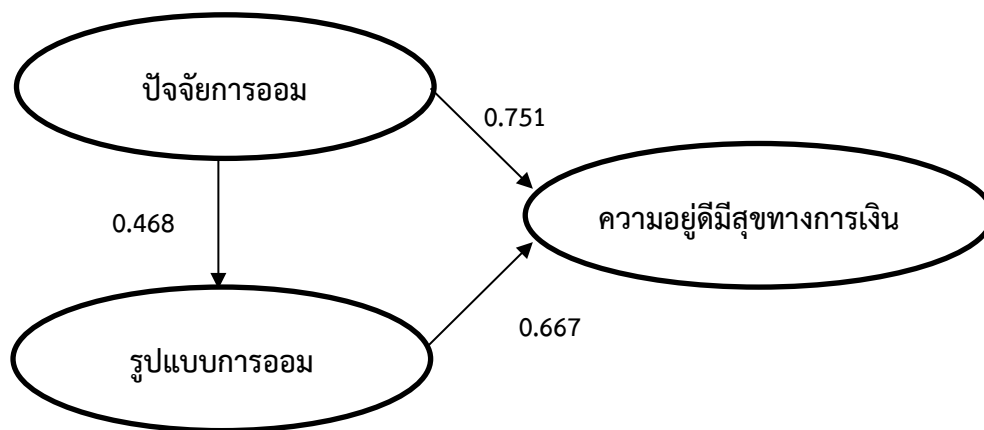
ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t-value	p-value
ปัจจัยการออม	0.593	0.033	0.561	17.787	0.000**
รูปแบบการออม	0.291	0.023	0.404	12.803	0.000**
ค่าคงที่	5.782	0.214		26.979	0.000**
R = .831, R ² = 0.691, F = 444.205, **p-value <0.001					

จากตารางที่ 3 การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 พบว่า ปัจจัยการออมและรูปแบบการออมส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value <0.001) ซึ่งปัจจัยทั้งสองส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ได้ร้อยละ 69.10 (R² = 0.691)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมของตัวแปรปัจจัยการออม รูปแบบการออมที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2

ตัวแปร	ปัจจัยการออม- ความอยู่ดีมีสุข ทางการเงิน	รูปแบบการออม- ความอยู่ดีมีสุข ทางการเงิน	ปัจจัยการออม- รูปแบบการ ออม	ปัจจัยการออม - รูปแบบการออม - ความอยู่ดี มีสุขทางการเงิน
อิทธิพลทางตรง	0.751**	0.667**	0.468**	0
อิทธิพลทางอ้อม	0	0		0.312
อิทธิพลรวม	0.751**	0.667**	0.468**	0.312
R = .831, R ² = 0.691, F = 444.205, **p-value <0.001				

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรปัจจัยการออม รูปแบบการออมที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.751 และ 0.667 โดยปัจจัยการออม ส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านรูปแบบการออมสู่ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเป็นอิทธิพลทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยรวมเท่ากับ 0.312 และมีอิทธิพลทางตรงกับรูปแบบการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเป็นอิทธิพลเป็นบวกและมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.468 ดังข้อมูลภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงอิทธิพลเชิงเส้นของปัจจัยการออม รูปแบบการออมที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นปัจจัยการออมของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านการบริหารจัดการการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการวางแผนการออมเงินและการลงทุนสำหรับชีวิตหลังการเกษียณอายุมีความสำคัญ การจัดสรรรายได้ไว้เพื่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล การศึกษาบุตร การท่องเที่ยว การใช้จ่ายประจำเดือน การจัดทำบัญชีเกี่ยวกับรายรับ - รายจ่ายไว้ล่วงหน้าเป็นประจำ การวางแผนในอนาคตเกี่ยวกับการซื้อสินทรัพย์ การบริหารจัดการเงิน หมายถึง โปรแกรมการพัฒนาและการดำเนินงานในการบริหารจัดการเงินเพื่อตอบสนองตามวัตถุประสงค์ที่บุคคลนั้นต้องการ (Richard J. Stillman, 1988 อ้างใน (สยามนันท สหุพันธ์, 2560) โดย (ปิยพร อามสุทธิ์, 2557) ได้แบ่งการบริหารจัดการ เงินออกเป็น 4 ประการ ได้แก่ การบริหารจัดการเงินเพื่อป้องกันผลกระทบจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน การบริหารจัดการเงินเพื่อความมั่นคงของชีวิต การบริหารจัดการเงินเพื่อสร้างความมั่งคั่ง และป้องกันและบริหารความมั่งคั่ง

ส่วนปัจจัยการออมด้านความรู้ความเข้าใจในทางการเงิน สามารถช่วยให้ตัดสินใจในการออมมากขึ้น การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนสูงจะมีความเสี่ยงสูง ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาไตร่ตรองก่อนที่จะใช้จ่ายเงิน การมีความรู้เกี่ยวกับการจัดการปัญหานี้สิน มีความรู้เกี่ยวกับการคำนวณเรื่องดอกเบี้ยต้นทุน เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่เข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนธนาคารสามารถให้ข้อมูลคำปรึกษาเกี่ยวกับการลงทุน

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ (Maarten van Rooij, Annamaria Lusardi & Rob Alessie, 2011) ได้กล่าวว่า ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจทางการเงินที่ดีและทักษะการจัดการเงินที่ดีจะมีการวางแผนเพิ่มความมั่งคั่ง เพื่อการเกษียณอย่างมีประสิทธิภาพ โดยออกแบบวิธีการตรวจสอบความรู้ความเข้าใจทางการเงิน อีกทั้งการรู้ดิจิทัลเป็นทักษะของบุคคลในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงและการสื่อสารกันใช้ในการจัดการวิเคราะห์ ประเมินผลสารสนเทศ เพื่อนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ และสื่อสารไปยังผู้อื่นได้ (วิไล เอื้อปิยฉัตร, 2556; โสมรัตน์ พิบูลย์มณี, 2560 อ้างใน (นิตยา วงศ์ใหญ่, 2560) โดย (เด่นพงษ์ สุดภักดี, 2557) ได้กล่าวว่า ทักษะของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพนั้นควรประกอบไปด้วยทักษะในการใช้ความหลากหลายของการใช้งานเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นทักษะด้านการทำงานของเทคโนโลยีที่ต้องรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และประเมินสารสนเทศดิจิทัล คือการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีหรือเทคโนโลยีสารสนเทศ แบ่งเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Learning About Technology) การเรียนรู้ในเรื่อง ของเทคโนโลยี การเรียนรู้ไปกับเทคโนโลยี (Learning With Technology) และการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยี (Learning By Technology) และนอกจากนั้นปัจจัยการออมด้านผลตอบแทนจากการออม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีเป้าหมายหลักของการลงทุนคือมุ่งหวังผลกำไรสูงสุด สนใจการลงทุนที่ได้ผลตอบแทนอย่างสม่ำเสมอ จึงเลือกรูปแบบการออมที่ให้ผลตอบแทนสูง ทั้งนี้กำไรจากการลงทุนที่สูงมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความสนใจในการออมเงินมากขึ้น เช่น ครูโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2 ฝากเงินออมกับสหกรณ์ออมทรัพย์ครู เพราะได้ดอกเบี้ยมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ (ปิยพร อามสุทธิ์, 2557) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานเงินเดือนประจำในกรุงเทพมหานคร ได้อธิบายถึงผลตอบแทนจากการลงทุนว่า จุดมุ่งหมายหลักของผู้ลงทุนคือ เพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนสูงสุด ได้แก่ เงินต้นหรือเงินลงทุนจะต้องไม่เกิดการสูญหาย เงินต้นหรือเงินลงทุนควรมีค่าเพิ่มขึ้น ไม่ลดลงเนื่องจากผลกระทบของภาวะเงินเฟ้อ ตราสารที่ลงทุนนั้นควรมีสภาพคล่องซื้อขายได้ง่าย หรือเป็นที่ต้องการของตลาด และสามารถเปลี่ยนตราสารที่ลงทุนเป็นเงินสดได้ในเวลาที่รวดเร็ว อีกทั้งผลตอบแทนจากการลงทุนที่จุดมุ่งหมายหลักของผู้ลงทุนคือ เพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนสูงสุด ซึ่งอาจแยกแยะเป็นรายละเอียดของวัตถุประสงค์การลงทุนได้ อาทิ เงินต้นหรือเงินลงทุนจะต้องไม่เกิดการสูญหาย เงินต้นหรือเงินลงทุนควรมีค่าเพิ่มขึ้น ตราสารที่ลงทุนนั้นควรมีสภาพคล่องซื้อขายได้ง่าย หรือเป็นที่ต้องการของตลาด (มี Marketability) (จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2544 อ้างใน (ปิยพร อามสุทธิ์, 2557) และสามารถเปลี่ยนตราสารที่ลงทุนเป็นเงินสดได้ในเวลาที่รวดเร็ว โดยไม่ขาดทุน (มี Liquidity) ความหมายของผลตอบแทนจากการออมคือ การถือเงินไว้โดยมีวัตถุประสงค์ในการมุ่งหวังผลกำไร ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนของอัตราดอกเบี้ยในตลาด (วเรศ อุปปาดิก, 2535 อ้างใน (ปิยพร อามสุทธิ์, 2557))

รูปแบบการออมของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยรูปแบบการออมด้านเงินฝากมีค่าเฉลี่ยมาก ทั้งนี้ อาจเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเงินฝากเป็นรูปแบบการออมซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่ำ ในขณะเดียวกันก็ให้อัตราผลตอบแทนจากเงินฝากค่อนข้างต่ำ อีกทั้งรูปแบบการออมมีระยะเวลาสั้น ๆ เช่น 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี ทำให้นิยมฝากเงินมากกว่า และยังสามารถนำออกมาเป็นเงินสดได้รวดเร็วการด้าน

อื่น สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ (อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ, 2562) ศึกษาเรื่อง ตลาดเงินและตลาดตราสารทุน ได้กล่าวว่า ตราสารทุน คือ ตราสารที่กิจการออกให้แก่ผู้ลงทุน เพื่อระดมเงินทุนไปใช้ในกิจการ โดยผู้ถือตราสารทุนจะมีฐานะเป็น “เจ้าของกิจการ” รวมทั้งมีส่วนได้เสียหรือมีสิทธิในทรัพย์สินและรายได้ของกิจการ และมีโอกาสจะได้รับผลตอบแทนเป็นเงินปันผล ส่วนรูปแบบการออมด้านสกุลเงินดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล เช่น การแลกเปลี่ยนซื้อขายสกุลเงิน มูลค่าของสกุลเงินดิจิทัลขึ้นอยู่กับอุปสงค์ อุปทานของผู้ลงทุน การแลกเปลี่ยนซื้อขายสกุลเงินดิจิทัล สามารถแลกเปลี่ยนได้โดยไม่ต้องมีคนกลาง การลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลสามารถจัดการด้วยเทคโนโลยีบนเครือข่ายเทคโนโลยีแบบถาวรที่สามารถทำการเลือกได้ตลอดเวลา แม้ว่ามูลค่าของสกุลเงินดิจิทัลจะมีความผันผวนสูง การช่วยเหลือจากรัฐบาลไม่มีการรับประกันขั้นต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ (จิรายุทธ์ ธารารุ่งเรือง และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์, 2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้กล่าวว่า สกุลเงินดิจิทัลนั้นเกิดจากแนวคิดความเป็นเสรีในการทำธุรกรรมซึ่งทุกคนสามารถทำธุรกรรมระหว่างกันได้โดยไม่ต้องมีตัวกลางในการจัดการ การตรวจสอบจะถูกทำโดยสมาชิกด้วยกันเองโดยเมื่อมีการส่งโอนเงินเกิดขึ้นภายในระบบ สมาชิกที่อยู่ในระบบจะเห็นคำสั่งดังกล่าวด้วยทั้งหมด และสามารถช่วยกันตรวจสอบได้ นอกจากนี้รูปแบบการออมด้านอสังหาริมทรัพย์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ เช่น การปล่อยเช่า การเก็งกำไร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เช่น บ้านเช่า ห้องเช่า ที่ดิน และมีความรู้ว่าการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์มีผลตอบแทนค่อนข้างสูง สามารถใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีได้ตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด ความผันผวนค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับการลงทุนประเภทอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ (เอกจิต เพียรพิทักษ์, 2558) ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนรูปแบบต่าง ๆ ในอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอุตสาหกรรม ที่ได้กล่าวว่า อสังหาริมทรัพย์ คือ ธุรกิจที่เน้นการพัฒนาสินทรัพย์ประเภทเคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง นอกจากจะเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตในแง่ที่อยู่อาศัยและใช้เป็นปัจจัยการผลิต ในอีกด้านหนึ่งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังมีความเหมาะสมที่จะนำมาลงทุนได้ดีไม่แพ้สินทรัพย์เพื่อการลงทุนชนิดอื่นและยังมีจุดเด่นเรื่องของราคาอสังหาริมทรัพย์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาที่ถือครองเนื่องจากเป็นสินทรัพย์ที่มีอยู่อย่างจำกัด ขณะที่ความต้องการของผู้บริโภคและนักลงทุนสูง ซึ่งแตกต่างจากการลงทุนในธุรกิจรูปแบบอื่น

ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยความอยู่ดีมีสุขด้านสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีเงินสดฝากไว้ในธนาคารเพียงพอที่จะสามารถดำรงชีวิตพื้นฐานตามปกติได้นานถึง 3 - 6 เดือน มีเงินสดหรือเงินฝากธนาคารเพียงพอต่อการชำระหนี้ระยะสั้นที่ครบกำหนดภายใน 1 ปี ทำให้มีอิสรภาพทางการเงินสูงสามารถใช้จ่าย ตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ มีการวางแผนสำหรับเงินสำรองไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน มีช่องทางการเพิ่มรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเดือน รองลงมาคือ หนี้สิน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีหนี้สินมากกว่าภาระหนี้สินผูกพันที่ต้องชำระในอนาคต มีการวางแผนการจัดการเงินสำหรับการชำระหนี้ในแต่ละเดือน มีหนี้สินที่สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้เร็วเพื่อชำระหนี้ มีความสามารถสร้างหนี้สินเพื่อที่อยู่อาศัย และมีภาระหนี้สินผูกพันน้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ของ

รายได้ต่อเดือน นอกจากนี้ยังพบว่าการออม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีการวางแผนการออมในแต่ละเดือนเป็นประจำต่อเนื่อง มีการออมเงินไม่น้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ของรายได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการวางแผนการออมเพื่อวัยเกษียณ สามารถนำผลตอบแทนจากการออมไปต่อยอดในการลงทุน ถ้าเลือกออมหรือลงทุนในสินทรัพย์ที่มีผลตอบแทนสูง ซึ่งสอดคล้องกับ (Tom Rath, & Jim Harter, 2010) กล่าวว่า ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน หมายถึง การที่มีสถานะทางการเงินที่เหมาะสมกับตนเองหรือตามสภาพความเป็นอยู่ โดยมีการจัดการสภาพทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและมีความอิสระทางการเงินที่จะใช้จ่ายในแต่ละครั้ง และ (กรณิกา วาระวิชนี, 2560) ศึกษาเรื่องความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของพนักงานในสถาบันการเงิน กรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินสามารถวัดได้จากอัตราส่วนทางการเงินส่วนบุคคล คือสภาพหรือเหตุการณ์ที่บุคคลต้องการให้เกิดขึ้นในชีวิตในอนาคต เช่น อยากเกษียณอย่างมีความสุข มีเงินใช้พอเพียง มีสุขภาพกายสุขภาพใจที่ดี ลูกๆ จบการศึกษามีงานทำ มีครอบครัวที่ดี มีทรัพย์สินมรดกทอดให้ลูกหลาน เป็นต้น

ปัจจัยการออม และรูปแบบการออม ที่มีอิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของครูโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 2 โดยปัจจัยการออมส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านรูปแบบการออมสู่ความอยู่ดีมีสุขทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นอิทธิพลทางบวก มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ กรณิกา วาระวิชนี (2560) ศึกษาเรื่อง ความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของพนักงานในสถาบันการเงินกรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้ทางการเงิน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความอยู่ดีมีสุขทางการเงินด้านหนี้สิน และด้านเงินออมเหมาะสม ตามลำดับ ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่มีความอยู่ดีมีสุขทางการเงินด้านสภาพคล่องเหมาะสม นอกจากนี้ยังพบว่าความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์กับความอยู่ดีมีสุขทางการเงินด้านหนี้สินและด้านเงินออมเหมาะสมในด้านปัจจัยการออม และรูปแบบการออม

โดย (Alba Lugilde, Roberto Bande, & Dolores Riveiro, 2019) พบว่า การออมอย่างระมัดระวังจากการวิจัยมีแนวโน้มที่จะให้ภาพรวมของข้อมูลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการออม โดยปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการออม และผลกระทบของมันในการออมเพื่อดูแลบุคคลหรือครัวเรือน อีกทั้ง Dan Goldhaber & Cyrus Grout (2016) พบว่า การตั้งบำนาญมีผลกระทบต่อแนวโน้มในการออมของครู ซึ่งความร่วมมือกับหน่วยงานการศึกษาในเรื่องนี้มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อการเลือกตั้งบำนาญและแบบแผนการออมของครูในระยะยาว ซึ่งการวิจัยนี้เน้นความสำคัญของการเลือกตั้งบำนาญและแบบแผนการออมของครูสาธารณะในการแก้ไขปัญหาทางการเงินในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยการออมเพียงเฉพาะด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการเงิน ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน ทักษะด้านเทคโนโลยี ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูในพื้นที่ต่างจังหวัด และครูผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครูผู้ช่วย ดังนั้นอาจมีความแตกต่างในเรื่อง

ของบริบทเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่อาจมีความแตกต่างกัน การนำผลการวิจัยไปใช้อาจต้องเพิ่มเติมข้อเสนอแนะหรือพิจารณาในปัจจัยต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

1.2 ผลการศึกษาในครั้งนี้ศึกษาปัจจัยการออมซึ่งไม่ได้มองในมิติด้านปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านผลกระทบทางสังคม และวัดความอยู่ดีมีสุขทางการเงินเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันเริ่มมีการศึกษาและเกิดแนวคิดเกี่ยวกับดัชนีชี้วัดความอยู่ดีมีสุขในมิติอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น มิติสังคม ความสัมพันธ์ในครอบครัว สุขภาพ อายุยืนยาว เป็นต้น ดังนั้น การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ก็ควรนำเสนอในส่วนข้อจำกัดของการนำผลงานไปใช้ด้วย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้ศึกษาปัจจัยการออมด้านการบริหารจัดการเงิน ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน ทักษะด้านเทคโนโลยี และผลตอบแทนจากการออม ซึ่งไม่ได้มองในมิติด้านปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ปัจจัยด้าน รายได้ครัวเรือน รายได้จากทรัพย์สิน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคภาคครัวเรือน ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาคครัวเรือนไทย และอาจสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการออมของภาคครัวเรือนของประเทศไทยได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 การศึกษาครั้งต่อไป อาจขยายผลการศึกษากลุ่มประชากรในส่วนของกลุ่มข้าราชการอื่น ๆ เช่น ข้าราชการท้องถิ่น ข้าราชการทหาร ข้าราชการตำรวจ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบในบริบทสังคม เศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมว่ามีปัจจัยการออมที่แตกต่างหรือคล้ายคลึงกันอย่างไร ซึ่งจะทำให้เห็นสถานการณ์ และอธิบายสภาวะการณ์การออมภาคครัวเรือนไทยของสังคมไทยได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 9 (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กรณิกา วาระวิชะนี. (2560). **ความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของพนักงานในสถาบันการเงินกรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ขจรเกียรติ เพียรสร้าง. (2560). **พฤติกรรมการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน**

จำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

จิรายุทธ์ ธราธรุ่งเรือง และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงิน**

ดิจิทัลของธนาคารแห่งประเทศไทย. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTC Academic Day.

ชานีเยษฐ์ ช่างวัฒนกุล. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนจังหวัดสตูล**

(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ณิชากร ชัยศิริ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในจังหวัดสงขลา** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

- เด่นพงษ์ สุดภักดี.(2557). “การรู้ดิจิทัล”.ในรายงานการอบรม เรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลเพื่อการวิจัย (21 พฤศจิกายน 2557). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นเรศ หนองใหญ่. (2560). **พฤติกรรมกรรมการออมของประชาชนในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิตยา วงศ์ใหญ่. (2560). แนวทางการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของดิจิทัลเนทีฟ. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)**, 10(2), 1630-1642.
- ปิยพร อามสุทธิ. (2557). การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานเงินเดือนประจำในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิไล เอื้อปิยฉัตร. (2556). **ความรู้ทางการเงิน: ตัวกำหนดและผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมการออม**. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริรัตน์ ศรีพนม. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จันทบุรี จำกัด** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สยามนท์ สหุพันธ์. (2560). **พฤติกรรมการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา**. ชลบุรี: วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570**. กรุงเทพฯ: เศรษฐลาดพร้าว.
- อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. (2562). บทที่ 5 ตลาดเงินและตลาดตราสารทุน. คณะกรรมการกลุ่มผลิตภัณฑ์ปฏิบัติงานสำหรับตัวแทนประกันชีวิต (บ.ก.), **คู่มือปฏิบัติงานสำหรับนายหน้าประกันชีวิต**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 1-38.
- เอกจิต เพียรพิทักษ์. (2558). **การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนรูปแบบต่าง ๆ ในอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Dan Goldhaber & Cyrus Grout. (2016). **Pension Choices and the Savings Patterns of Public School Teachers**. Education Finance and Policy.
- Ian Gough & J. Allister McGregor. (2007). **Wellbeing in Developing Countries: From Theory to Research**. Cambridge University.
- Dong-Hyeon Kim, Peiyao Liu & Shu-Chin Lin. (2024). The moderating role of financial Development in the nexus between population aging and saving. **Advances in Economics Management and Political Sciences**, 56(1), 155-162.
- Alba Lugilde, Roberto Bande & Dolores Riveiro. (2019). Precautionary saving: a review of the empirical literature. **Journal of Economic Surveys**, 33, 481–515.
- Paul Langley. (2008). **The Everyday Life of Global Finance: Saving and Borrowing in Anglo-America**. OUP Oxford.
- Richard J. Stillman. (1988). **Public administration: concepts & cases**. Boston: Houghton Mifflin.

- Tom Rath & Jim Harter (2010), Wellbeing: The Five Essential Elements. Gallup, Inc
- Tabachnick and Fidell (1996). **Using Multivariate Statistics (3rd Ed.)**. New York: Harper Collins.
- Taro Yamane (1973). **Statistics: An Introductory Analysis (3rd Ed)**. New York: Harper and Row Publications.
- Maarten van Rooij, Annamaria Lusardi & Rob Alessie. Financial Literacy and Retirement Planning in the Netherland. *Journal of Economic Psychology*, **Journal of Economic Psychology**, 593-608.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: CHIDCHANOK KHAYANART Highest Education: Bachelor of Education University or Agency: Dhonburi Rajabhat University Field of Expertise: Social Studies Address: 145 Moo 3, Wiang Chai, Wiang Chai District, Chiang Rai.
	Name and Surname: Peeraya Chuenwong Highest Education: Doctor of Management University or Agency: Chiang Rai Rajabhat University Field of Expertise: Business Management, Logistics Management Address: 80 Moo 9, Bandu, Muang Chiang Rai District, Chiang Rai.
	Name and Surname: Kasidit Chaiphawang Highest Education: Ph.D. Business Administration University or Agency: Chiang Rai Rajabhat University Field of Expertise: Business Management, Community Enterprises Management, Agricultural Business Management Address: Chiang Rai Rajabhat University, Ban Du, Muang District, Chiang Rai.

คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

INFLUENCE OF CHARACTERISTICS ON ENTREPRENEURIAL INTENTION: A CASE
STUDY OF FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION AND LIBERAL ARTS
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY LANNA TAK

อโนทัย พลปานumas¹ และเขมิกา ธนธำรงกุล²
Anothai Polpanumas¹ and Kemika Thanatumrongkul²

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก
² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹ Lecturer, Bachelor of Accountancy Program, Department of Accounting,
Rajamangala University of Technology Lanna Tak

² Lecturer, International Business Administration, Faculty of Business Administration,
Rangsit University

E-mail ¹anothaipol@gmail.com ²kemika.t@rsu.ac.th

Received January 31, 2024
Revised April 22, 2024
Accepted April 28, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป 2) ระดับความคิดเห็นคุณลักษณะและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ และ3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ จำนวน 356 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์พหุคูณถดถอย (Multiple regression) โดยใช้วิธีการแบบ Enter

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสาขาการบัญชี อายุระหว่าง 21-23 ปี เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่างเรียน และครอบครัวไม่ได้เป็นผู้ประกอบการหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว 2) นักศึกษาให้ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.704) และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.875) และ3) ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ด้านความกล้าเผชิญความเสี่ยง ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ และด้านความคิด

สร้างสรรค์ ในขณะเดียวกันปัจจัยที่มีผลเชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงานระหว่างเรียน และครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัว

คำสำคัญ

คุณลักษณะ ความตั้งใจ การเป็นผู้ประกอบการ

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study about broad fundamental features, 2) degrees of opinions, traits, and aspirations to become an entrepreneur, and 3) variables influencing undergraduate students' ambitions to become entrepreneurs. The sample was 356 undergraduate students from the Faculty of Business Administration and Liberal Arts , derived using questionnaires. The descriptive statistics and enter multiple regression analysis were used to analyze data.

The study findings revealed that 1) the majority of informants were the first-year female students, age ranged from 21 to 23 who mostly had worked and studied at the same time and grown up from non-business owner or entrepreneur families; 2) the informants showed their entrepreneurship characteristics at a high level ($\bar{X}$ = 3.704) and their intentions on being an entrepreneur at a high level ($\bar{X}$ = 3.875); and 3) positive factors statistically influenced an entrepreneurial intention at 0.05 contained 4 variables including success determination, risk taking, tolerance for ambiguity, and creativity. Meanwhile, negative factors statistically affected at 0.01 included work experience during study and business ownership of the families.

Keywords

Characteristics, Intention, Entrepreneurship

ความสำคัญของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 ในโลกธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการประกอบธุรกิจหลากหลายรูปแบบ เพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกและทันต่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประเทศไทยนั้นมีแนวคิดการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ 2560 - 2579) ด้วยคำกล่าวที่ว่า ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจ ประเทศไทย 4.0 เป็นความมุ่งมั่นที่ต้องการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value – Based Economy” หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยได้มีการสนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่หรือที่เรานิยมเรียกกันว่าธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) ซึ่งหน่วยงานที่สนับสนุนได้ตระหนักถึงการตอบสนองของผู้บริโภคที่แตกต่างกันและสามารถค้นพบตลาดใหม่เฉพาะกลุ่มที่สามารถทำให้กำไรเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้อง

ลงทุนมากซึ่งเป็นการเริ่มต้นสู่วัตถุกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ขับเคลื่อนโดยการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมรูปลักษณ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที (Moroni, Arruda, & Araujo, 2015)

คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจและต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นซึ่งคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ความสำเร็จมากกว่าวิธีการที่เน้นระเบียบแบบแผน เน้นการทำงานเป็นอิสระยืดหยุ่นได้ ไม่ปิดกั้นหรือยึดติดกับการทำงานในสำนักงาน และต้องการความเท่าเทียมไม่จำกัดสิทธิ์ในการแสดงความคิดเห็น (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน, 2562) ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในด้านการประกอบธุรกิจได้ศึกษาความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการเป็นผู้ประกอบการย่อมจะต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจทั้งพลังกายและพลังใจในการดำเนินธุรกิจของตนเองนำไปสู่เป้าหมายหรือผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง

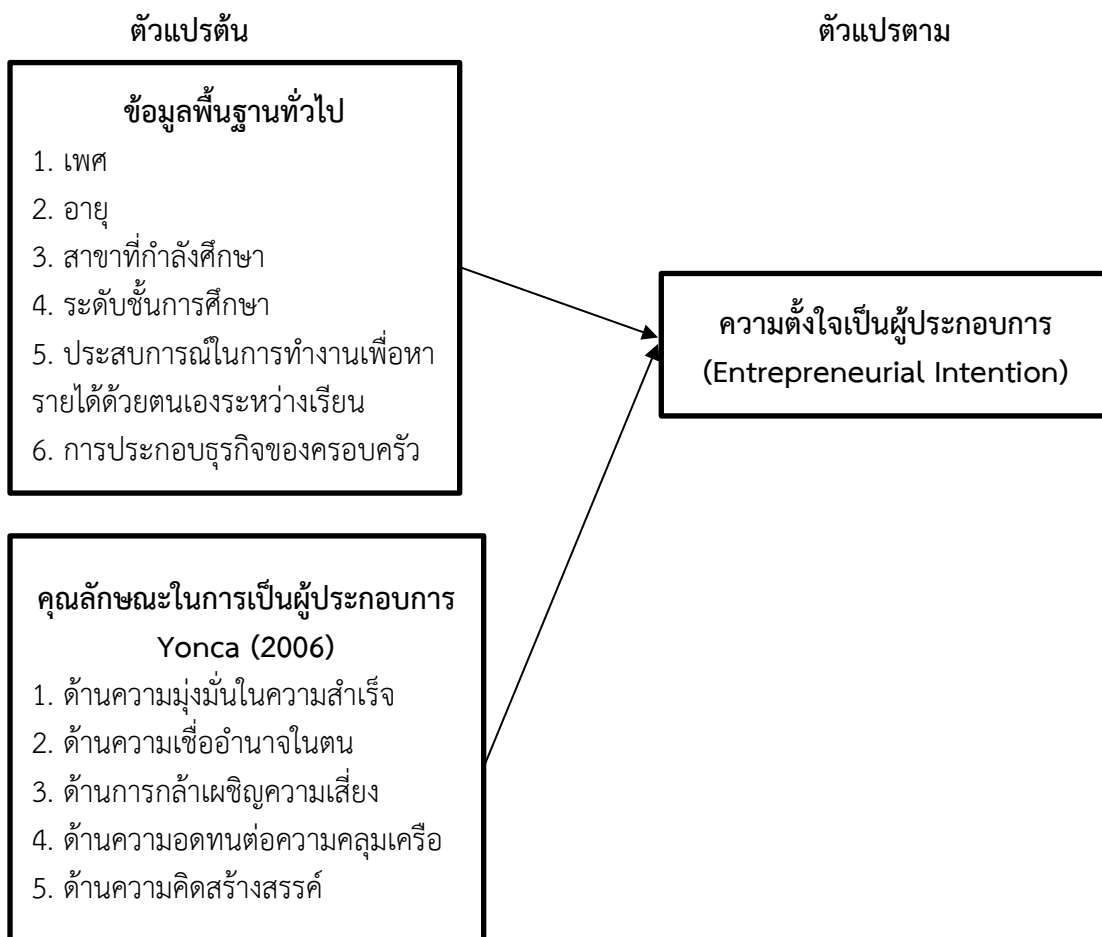
การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในหลากหลายรูปแบบ โดยการศึกษาในยุคปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมาก เพราะทำให้นักศึกษาเกิดการพัฒนาร่างความคิด ซึ่งการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียน มีการปรับปรุงให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพการแข่งขัน อีกทั้งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการศึกษาให้สอดคล้องกับสถานะทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นการเข้าใจในปัจจัยที่ส่งผลให้นักศึกษารุ่นใหม่ที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณสมบัติภายในตัวผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษามีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ
2. คุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

นิยามศัพท์

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสในการทำสิ่งใหม่โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินการหรือเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบ และตัดสินใจตามกระบวนการเพื่อผลักดันธุรกิจให้เกิดการพัฒนา นำไปสู่ความสำเร็จตามที่คาดหวังได้อย่างเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จ 2) ด้านความเชื่ออำนาจในตน 3) ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยง 4) ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ และ 5) ด้านความคิดสร้างสรรค์

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ความตระหนัก ความมีเป้าหมาย และความมุ่งมั่นของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการและมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต ถือเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงนั้นได้ ซึ่งความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้ 1) การเป็นผู้ประกอบการหลังจากสำเร็จการศึกษา 2) ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ 3) ความสามารถในการทำธุรกิจและเป็นผู้ประกอบการ 4) ความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์งบการเงินธุรกิจ 5) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการประกอบธุรกิจ 6) ค่านิยมของคนรุ่นใหม่มีความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ 7) สภาพแวดล้อมทางสังคม ณ ปัจจุบัน และ 8) Connection ที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน เช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง อาจารย์ และเพื่อน

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Mary (2003) ได้สรุปความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้ว่า การดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเพื่อหวังผลกำไร มุ่งมั่นต่อความสำเร็จ การวางแผน การบริหารจัดการบุคคล องค์กรและทรัพยากรต่าง ๆ มีการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อผลักดันธุรกิจให้เกิดการพัฒนา นำไปสู่ความสำเร็จตามที่คาดหวังได้อย่างเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

Hatten (2006) ได้สรุปความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้ว่า บุคคลที่มีโอกาส และเห็นผลประโยชน์เป็นผู้มีความรู้ และความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบ และกล้าเผชิญกับความเสี่ยงในการคิดริเริ่ม

2. คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

Yonca Gurol (2006) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ 1) ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ (Need for achievement) 2) ความเชื่ออำนาจในตน (Internal locus of control) 3) การกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk taking) 4) ความอดทนต่อความคลุมเครือ (Tolerance of ambiguity) และ 5) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

Ferreira and Azevedo (2007) ได้เสนอว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้ 1) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) 2) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) และ 3) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)

Dolinger (2008) ได้เสนอว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ด้านดังต่อไปนี้ 1) ต้องการที่ประสบความสำเร็จ (The need for achievement) คือ ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะแก้ปัญหาเกี่ยวกับงานที่เป็นเจ้าของ มีความสนุกกับการตั้งเป้าหมาย มีความพยายามไปถึงเป้าหมายด้วยตนเอง และชอบรับคำแนะนำที่ดีชมว่าจากคนอื่นว่าเขาเป็นอย่างไร 2) มีความสามารถในการควบคุม (The locus of control) มีความเชื่อว่าอนาคตส่วนใหญ่อนาคตสามารถควบคุมด้วยความพยายามของตนเอง และ 3) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking propensity) มีความกล้าเสี่ยงกล้าตัดสินใจเนื่องจากงานของการสร้างธุรกิจใหม่จะเต็มไปด้วยความเสี่ยง และการจัดหาเงินทุนของกิจการ

Bleeker (2011) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) บุคคลมีความคิดสร้างสรรค์ในการทดลองเพื่อแนะนำสิ่งใหม่ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ การวิจัยและพัฒนาใหม่กระบวนการใหม่ 2) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) บุคคลมีแนวโน้มที่จะการดำเนินการอย่างกล้าหาญ เช่น การเข้าสู่ตลาดใหม่ มีการลงทุนจำนวนมากเพื่อเสี่ยงกับผลลัพธ์ที่ไม่แน่นอน 3) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) บุคคลใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีทางการตลาดซึ่งจะเป็นผู้ที่เริ่มต้นคนแรกก่อนคู่แข่ง 4) ความสามารถที่จะแข่งขัน (Competitive aggressiveness) บุคคลมีความมีทะเยอทะยานในการต่อสู้แข่งขัน มีความมุ่งมั่นและใช้ความพยายามที่จะมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง และ 5) ความเป็นตัวอิสระแห่งตน (Autonomy) มีจิตวิญญาณที่เป็นอิสระซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการทำกิจกรรมใหม่ ๆ ไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดบริบทขององค์กร

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ความหมายของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

Ajzen (1991) ได้สรุปความหมายของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการไว้ว่า ความตั้งใจเป็นตัวบ่งชี้ของบุคคลที่มีความเต็มใจที่จะพยายามอย่างหนักหน่วงในการวางแผนและลงมือทำโดยแสดงออกให้เห็นเป็นพฤติกรรม ยังมีความตั้งใจมาก พฤติกรรมก็就会有ความชัดเจนมาก ซึ่งสามารถใช้ได้จริงกับการศึกษาด้านความตั้งใจ เพราะการวัดพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ยากต่องานวิจัย

Altinay (2012) ได้สรุปความหมายของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการไว้ว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เป็นสภาวะทางจิตใจของบุคคลที่บ่งชี้ให้เห็นว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง และมีแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจนั้นในอนาคต

Karabulut (2016) ได้สรุปความหมายของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการไว้ว่า ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ จะแสดงให้เห็นถึงเจตนาของบุคคลในการเลือกประกอบอาชีพผู้ประกอบการ โดยบุคคลที่มีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมักจะชอบวิเคราะห์ความเสี่ยงทางธุรกิจ และรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจเพื่อเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก ใช้วิธีการเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก โดยกำหนดให้มีการคัดเลือกนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาการจัดการ สาขาการตลาด สาขาการบัญชี สาขาการท่องเที่ยวและการบริการ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล ที่ลงทะเบียนเรียนประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 557 คน (กองการศึกษาตาก, 2566) จากนั้นกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมรับให้เกิดความ

คลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 356 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 63.91 ของจำนวนประชากร Aaker (2013) เกี่ยวกับการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการวิจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการวิจัย 2) ข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้รับค่า Index of Item-Objective Congruence (IOC) (อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล, 2561) ระหว่าง 0.667-1.000 จำนวน 33 ข้อคำถาม และนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (ภัทรพร เกษสังข์, 2559) โดยข้อคำถามคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 25 ข้อ และข้อคำถามความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 8 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.930

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นของคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดการให้คะแนนการตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	หมายถึง	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

3. ข้อมูลระดับความคิดเห็นของความคิดเห็นของผู้ประกอบการ อธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดการให้คะแนนการตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	หมายถึง	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก อธิบายโดยใช้สถิติอนุมาน คือ การวิเคราะห์พหุคูณถอย (Multiple Regression) โดยใช้วิธีการแบบ Enter

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก ได้วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยสรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 84.30 ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาอยู่ในสาขาการบัญชี มีอายุระหว่าง 21-23 ปี เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่างเรียน และครอบครัวไม่ได้เป็นผู้ประกอบการหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นของคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
ด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จ	4.189	0.509	มาก
ด้านความเชื่ออำนาจในตน	3.174	0.938	ปานกลาง
ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยง	3.971	0.547	มาก
ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ	3.497	0.788	ปานกลาง
ด้านความคิดสร้างสรรค์	3.689	0.698	มาก
รวม	3.704	0.696	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.704 คะแนน) โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ 1) ด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.189 คะแนน) 2) ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.971 คะแนน) 3) ด้านความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.689 คะแนน) 4) ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.497 คะแนน) และ 5) ด้านความเชื่ออำนาจในตน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.174 คะแนน)

3. ข้อมูลระดับความคิดเห็นของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

แบบวัดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. ท่านคิดว่าตนเองจะเป็นผู้ประกอบการหลังจากสำเร็จการศึกษา	3.899	0.853	มาก
2. ท่านมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ หากแม้ว่าท่านได้รับเลือกให้เข้าทำงานในหน่วยงาน	3.941	0.891	มาก
3. ท่านคิดว่าตนเองมีความสามารถในการทำธุรกิจและเป็นผู้ประกอบการ	3.865	0.884	มาก
4. ท่านคิดว่าตนเองมีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์งบการเงินธุรกิจ	3.688	0.892	มาก
5. ท่านคิดว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการประกอบธุรกิจ	3.607	0.880	มาก
6. ท่านคิดว่าค่านิยมของคนรุ่นใหม่มีความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.124	0.857	มาก
7. ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมทางสังคม ณ ปัจจุบัน สามารถเป็นโอกาสทำให้ท่านเป็นผู้ประกอบการได้	3.919	0.863	มาก

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก (ต่อ)

แบบวัดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
8. ท่านคิดว่า Connection ที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน เช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง อาจารย์ และเพื่อน มีส่วนส่งเสริมให้ท่านเป็นผู้ประกอบการ	3.961	0.897	มาก
รวม	3.875	0.877	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยภาพรวมทั้ง 8 ด้าน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.875 คะแนน) โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ 1) ค่านิยมของคนรุ่นใหม่มีความสนใจในการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.124 คะแนน) 2) Connection ที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน เช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง อาจารย์ และเพื่อน มีส่วนส่งเสริมให้ท่านเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.961 คะแนน) และ 3) ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ หากแม้ว่าได้รับเลือกให้เข้าทำงานในหน่วยงาน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.941 คะแนน)

4 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ		
	B	t	Sig.
เพศ	0.015	0.175	0.861
หลักสูตรที่กำลังศึกษา	0.008	0.233	0.816
อายุ	0.065	0.789	0.431
ระดับชั้นการศึกษา	0.013	0.376	0.707
ประสบการณ์ในการทำงานระหว่างเรียน	-0.309	-4.406	0.000**
ครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.233	-3.010	0.003**
รวม	-0.073	-0.974	0.469
$R^2 = 0.093 = 9.30\%$, Adjusted $R^2 = 0.077$, $F = 5.960$, Sig. of $F = 0.000^*$			

** statistically significant at the 0.01 level

จากตารางที่ 3 ระบุนักวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 5.960$, Sig. of $F < 0.000$) โดยจากการศึกษาได้เผยให้เห็นว่า

มีตัวแปรอิสระจำนวน 2 ตัวแปรที่มีผลเชิงลบต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงานระหว่างเรียน และครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้ ถ้านักศึกษามีประสิทธิภาพในการทำงานระหว่างเรียนเพิ่มขึ้น 1 ปี จะส่งผลให้มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการลดลง 0.309 คะแนน ทั้งนี้ถ้าครอบครัวของนักศึกษาประกอบธุรกิจส่วนตัว จะส่งผลให้นักศึกษาให้ความคิดเห็นต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการลดลง 0.233 คะแนน ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทั้งหมด 6 ตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามคือการให้ความคิดเห็นต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ร้อยละ 9.30

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ		
	B	t	Sig.
ด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จ	0.261	3.713	0.000*
ด้านความเชื่ออำนาจในตน	-0.047	-1.299	0.195
ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยง	0.184	2.583	0.010*
ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ	0.265	5.350	0.000*
ด้านความคิดสร้างสรรค์	0.120	2.107	0.036*
รวม	0.157	2.491	0.048*

$R^2 = 0.377$, Adjusted $R^2 = 0.368$, $F = 4.230$, Sig. of $F = 0.000^*$

* statistically significant at the 0.05 level

จากตารางที่ 4 ระบุนักวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาพบว่า มีตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวแปรที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($F = 4.230$, Sig. of $F < 0.000$) ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยง ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ และด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้ ถ้านักศึกษาให้ความคิดเห็นในด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.261 คะแนน ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.184 คะแนน ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ ต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.265 คะแนน และด้านความคิดสร้างสรรค์ ต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 0.120 คะแนน ขณะที่ด้านความเชื่ออำนาจในตน ต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการลดลง -0.047 คะแนน ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทั้งหมด 5 ตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามคือการให้ความคิดเห็นต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาได้ร้อยละ 37.70

อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก พบว่า ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปด้านประสบการณ์ในการทำงานเพื่อหารายได้ด้วยตนเองระหว่างเรียนและการประกอบธุรกิจของครอบครัวมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตากอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Prabandari, & Sholihah, 2014) และ (Fawwaaz, 2017) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ เนื่องจากยิ่งนักศึกษามีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ยิ่งมีแนวโน้มในการเป็นผู้ประกอบการสูง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก พบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 4.230$, Sig. of $F < 0.000$) โดยจากการศึกษาได้เผยให้เห็นว่ามีตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวแปร ที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยง ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือ และด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ, 2563) เรื่องคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษานักศึกษาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า คุณลักษณะทั้ง 5 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 36.20 ($R^2 = 0.362$) และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (อำพล นววงศ์เสถียร และคณะ, 2564) เรื่องการศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย พบว่า ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (อมินดารา อริยธาดา, อังศินันท์ อินทรกำแหง และกฤตติพัฒน์ ชื่นพิทยาวุฒิ, 2565) เรื่องรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้านคุณลักษณะทางจิตและสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ โดยส่งผ่านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา สาขาผู้ประกอบการ พบว่าความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Dzisi, & Odoom, 2017) และ (Fawwaaz, 2017) ด้านการกล้าเผชิญความเสี่ยงเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ เนื่องจากยิ่งนักศึกษามีความกล้าที่จะเสี่ยง ยิ่งมีแนวโน้มในการเป็นผู้ประกอบการสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ (Karabulut, 2016) ด้านความอดทนต่อความคลุมเครือเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ เนื่องจากยิ่งนักศึกษามีอดทนต่อความคลุมเครือได้ดี ยิ่งมีแนวโน้มในการเป็นผู้ประกอบการในการรับมือต่อสถานการณ์ที่กดดันได้ ด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ เนื่องจากยิ่งนักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่และการปรับตัวในยุคปัจจุบัน

ได้ดี ยังมีแนวโน้มในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Guojin, 2011) และ (Sanchez, 2011) ที่กล่าวว่าเมื่อนักศึกษามีการเตรียมความพร้อมในทุกด้านจะช่วยนำทางนักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการได้ ขณะที่ ด้านความเชื่ออำนาจในตนมีผลเชิงลบต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ กล่าวคือ หากคะแนนความเชื่ออำนาจในตนต่ำ แปลว่า มีความเชื่ออำนาจในตนสูง ดังนั้น นักศึกษาที่มีความเชื่ออำนาจในตนสูง มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการสูงไปด้วย สอดคล้องกับทฤษฎีของ (Rotter, 1982) ที่กล่าวว่า อำนาจในตนเกิดขึ้นจากพฤติกรรมอันใหม่ที่มีสภาพคล้ายกับสภาพเดิม และถ้าหากเป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ความคาดหวังของเขาจะเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก ผลที่ได้นั้นบ่งชี้ว่า ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปด้านประสบการณ์ในการทำงานระหว่างเรียนและครอบครัวประกอบธุรกิจส่วนตัว มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ดังนั้นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก ควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เช่น เชิญวิทยากรที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่สำเร็จและเป็นที่รู้จักและตรงกับความสนใจของนักศึกษา นอกจากนี้ในส่วนของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้านที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ ภายใต้บริบทของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก ได้แก่ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ การกล้าเผชิญความเสี่ยง ความอดทนต่อความคลุมเครือ และความคิดสร้างสรรค์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาคุณลักษณะด้านอื่นที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เช่น ประเภทของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ทักษะคิดเชิงบวกที่มีต่อความล้มเหลว อาจทำให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนเพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมถึงควรเพิ่มปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยด้านทุนมนุษย์ อีกทั้งควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาคณะอื่น มหาวิทยาลัยอื่น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อยืนยันผลการวิจัยว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- กองการศึกษาตาก. (2566). **จำนวนนักศึกษา**. สืบค้นจาก <https://tak.rmutl.ac.th>.
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน. (2562). **การเป็นผู้ประกอบการ**. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. สุวีริยาสาสน.
- ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ. (2563). คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**. 15(2), 117-142.

- ภัทรพร เกษสังข์. (2559). **การวิจัยปฏิบัติการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมินดารา อริยธาดา อังคินันท์ อินทรกำแหง และกฤตติพัฒน์ ชื่นพิทยาวุฒิ. (2565). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้านคุณลักษณะทางจิตและสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ โดยส่งผ่านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา สาขาผู้ประกอบการ. **วารสารการวัดผลการศึกษา**. 39(105), 273-283.
- อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. **วิสัยทัศน์สาร**. 44(1), 36-42.
- อำพล นววงศ์เสถียร ภูษิต วงษ์เล็ก ภิศาชล พรหมวงษ์ กรรณิการ์ สุธสม บุษยา วงษ์ชลิตกุล และเฉลิมพร เย็นเยือก. (2564). การศึกษา ความเชื่อ แรงจูงใจ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดเครือข่ายภาคกลางตอนบนในประเทศไทย. **วารสารปรัชญาปริทรรศน์**. 26(2), 1-20.
- Aaker, D. A. (2013). **Strategic market management**. 10th Ed. New Jerseys: Wiley.
- Ajzen, I. (1991). **The theory of planned behavior**. Organizational behavior and human decision processes. 50(2), 179-211.
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The Influence of Family Tradition and Psychological Traits on Entrepreneurial Intention. **International Journal of Hospitality Management**. 31(2), 489-499.
- Bleeker, I. (2011). **The Influence of Entrepreneurial Orientation on the Innovation Process: An empirical research on manufacturing SMEs**. University of Twente, Business Administration.
- Dolinger, M. J. (2008). **Entrepreneurship: strategies and resources**. 4th Ed. Marsh Publications Lombard Illinois.
- Dzisi & Odoom. (2017). Entrepreneurship Education and Training in Higher Educational Institutions in Ghana. **Springer Science Business Media**. 15(1), 436–452.
- Fawwaaz, D. (2017). **The theory of planned behavior and the entrepreneurial event Model As predictive models’ entrepreneurial intention**. Faculty of the Humanities University of Cape Town. Dissertation and Thesis.
- Ferreira & Susana Azevedo. (2007). **Entrepreneurial Orientation Asama in Resource and Capability on Small Firm’s Growth**. University of Beira Interior.
- Guojin, C. (2011). Study and Practice on Training Scheme of University Student’s Entrepreneurship Ability. **Proceeding of International Conference on Information and Management Engineering ICCIC: Computing and Intelligent Systems**.
- Hatten, T. S. (2006). **Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond**. 3rd ed. Boston: Houghton Mifflin.

- Karabulut, A. T. (2016). **Personality Traits on Entrepreneurial Intention. Procedia-Social and Behavioral Sciences.** 12-21.
- Mary, A. C. (2003). **Entrepreneurship in action.** 2nd Ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Moroni, I., Arruda, A., & Araujo, K. (2015). **The Design and Technological Innovation: How to Understand the Growth of Startups Companies in Competitive Business Environment.** *Procedia Manufacturing.* 3(Ahfe). 2199-2204.
- Prabandari, S. P., & Sholihah, P. I. (2014). The Influence of Theory of Planned Behavior and Entrepreneurship Education towards entrepreneurial Intention. **Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura.** 17(3), 385–392.
- Rotter, J. B. (1982). The development and application of social learning theory. **New York:Pracger Publishers.**
- Sanchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation. **International Entrepreneurship and Management Journal.** 7(2), 239–254.
- Yamane, T. (1973). **Statistics an introductory analysis.** Harper & Row.
- Yonca, G. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. **Entrepreneurial Characteristics in Turkey.** 48(1), 25–39.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Anothai Polpanumas Highest Education: Master of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Maejo University, Thailand. University or Agency: Rajamangala University of Technology Lanna Tak Field of Expertise: Accounting Address: Rajamangala University of Technology Lanna Tak, Faculty of Business Administration and Liberal Arts. No.41/1 Moo 7, Mueangtak, Tak 63000, Thailand.
	Name and Surname: Kemika Thanatumrongkul Highest Education: Master of Business Administration Program in Business Administration, Maejo University, Thailand University or Agency: Lecturer in International Business Administration at Rangsit University Field of Expertise: Marketing research, Business Model Canvas, Design Thinking, Lean Canvas and Marketing Address: Rangsit University 52/347, Amphoe Muang Pathum Thani, Thailand, Pathum Thani

การศึกษาการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของภาคธุรกิจในจังหวัดลพบุรี

A STUDY OF CUSTOMER DATABASE MANAGEMENT IN CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT OF THE BUSINESS SECTOR IN LOPBURI PROVINCE

เคมีกา สงวนพวก
Khemika Sa-nguanpuak

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University
E-mail khemika.s@lawasri.tru.ac.th

Received March 12,2024
Revised April 27,2024
Accepted April 29,2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ากับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจในจังหวัดลพบุรี และศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในจังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ พนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหารของธุรกิจในจังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ากับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง โดยการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลการใช้จ่าย ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ และข้อมูลปฏิสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยร่วมกันพยากรณ์ผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 78.9

คำสำคัญ

การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ธุรกิจจังหวัดลพบุรี

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the relationship between customer database management and customer relationship management of businesses in Lopburi Province. And study customer relationship management from customer database management that affects business performance in Lopburi Province. The samples used in the research consisted of 400 employees at the supervisory or

executive level of business in Lopburi Province. The research instrument was a 5-point rating scale questionnaire. Statistics used in data analysis included percentages, means, standard deviation, Pearson correlation coefficient analysis and multiple regression analysis.

The research results found that the results of the analysis of the relationship between customer database management and customer relationship management found that there was a positive relationship at a moderate level. The customer database management has the highest 3 relationships with customer relationship management, spending information, purchasing behavior information, and interaction information. The results of the analysis of customer relationship management from customer database management that influence organizational performance found that customer relationship management has a positive impact on organizational performance. Together they predicted operating results at 78.9 percent.

Keywords

Customer Database Management, Customer Relationship Management, Business Sector in Lopburi Province

ความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่เต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลงและความท้าทาย ข้อมูลมีบทบาทสำคัญอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในการดำเนินธุรกิจในทุกภาคส่วน การเข้าใจและการนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจ ข้อมูลจึงมีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจในหลายมิติ อาทิ การตัดสินใจโดยมีพื้นฐานจากข้อมูล เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์และตัดสินใจช่วยธุรกิจในการปรับกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของตลาด หลายองค์กรได้ผลิตผลงานที่ประสบความสำเร็จด้วยการตัดสินใจที่มีรูปแบบที่เชื่อถือได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูล (Davenport, & Harris, 2017) การเข้าใจลูกค้าและพฤติกรรม การซื้อ ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าช่วยในการทำนายและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การใช้ข้อมูลลูกค้าทำให้ธุรกิจสามารถปรับกลยุทธ์การตลาดและบริการให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (Li & et al., 2020) การทำนายแนวโน้มตลาด เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทำนายแนวโน้มตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ธุรกิจสามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงในตลาดและปรับกลยุทธ์ตามทิศทางของตลาด การมีข้อมูลแนวโน้มทำให้ธุรกิจสามารถป้องกันการสูญเสียและรับมือกับความท้าทายในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chen & Zhang, 2019) การปรับตัวต่อสถานการณ์ด้านการตลาดที่ไม่คงที่ การวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองได้อย่างทันทั่วทั้งที่ต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ความคล่องตัวนี้ช่วยธุรกิจในการรักษาความยั่งยืนและปรับตัวต่อปัญหาทางธุรกิจ (West & Bogers, 2017) การป้องกันความเสี่ยงและความปลอดภัย ข้อมูลมีบทบาทสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงและความปลอดภัย การบริหารความเสี่ยงจากชุดข้อมูลช่วยธุรกิจในการรักษา

ความปลอดภัยของข้อมูล ความรับผิดชอบในการรักษาความปลอดภัยทำให้ธุรกิจสามารถมีความยืดหยุ่นต่อการถูกโจมตีและความเสี่ยง (PwC, 2021) การสนับสนุนกระบวนการนวัตกรรม ข้อมูลเป็นตัวช่วยสำคัญในการสนับสนุนกระบวนการนวัตกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลช่วยธุรกิจค้นพบโอกาสใหม่และสร้างนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบริการ ความคล่องตัวที่มาจากข้อมูลทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความเป็นเลิศและเข้าสู่ตลาดใหม่ได้ (West & Bogers, 2017)

จากความสำคัญของข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับสภาพการณ์ดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง องค์กรจึงต้องใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการนำข้อมูลมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า องค์กรต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเป็นอย่างดี โดยเข้าใจความต้องการและความชอบของลูกค้าเพื่อออกแบบบริการอย่างเหมาะสม การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยองค์กรต้องปรับเปลี่ยนมุมมองการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ จากการมุ่งเน้นการสร้างเม็ดเงินจากลูกค้าเป็นการสร้างคุณค่าด้านจิตใจให้แก่ลูกค้า ดังนั้น แนวคิดการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จึงปรับเปลี่ยนไปสู่การมองลูกค้าเป็นพันธมิตรหรือผู้ร่วมธุรกิจโดยใช้ฐานข้อมูลเป็นหลัก (Sheth, 2017) องค์กรอาจไม่สามารถให้บริการที่ดีกว่าแก่ลูกค้าและอาจไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้หากไม่ทราบถึงความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้บริการที่ดีกว่าแก่ลูกค้า องค์กรต้องเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าให้ทันสมัย โดยเก็บรักษาในฐานข้อมูลที่สามารถดึงข้อมูลได้เมื่อต้องการเพื่อดำเนินการด้านการตลาด ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยองค์กรในการพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว การพัฒนาและบำรุงรักษาฐานข้อมูลลูกค้า การตลาดฐานข้อมูล เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Micheaux & Bosio, 2019)

ฐานข้อมูลลูกค้า คือการรวบรวมข้อมูลที่ถูกจัดเรียงอย่างเป็นระบบ ทั้งข้อมูลลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า โดยข้อมูลต้องมีความเป็นปัจจุบัน สามารถเข้าถึงได้ และพร้อมใช้สำหรับการทำการตลาดต่างๆ เช่น การสร้างหรือการคัดเลือกโอกาสทางธุรกิจ การขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ในอดีตองค์กรมักมีความเข้าใจผิดคิดว่าฐานข้อมูลลูกค้ามีไว้เพียงเพื่อใช้ส่งจดหมายถึงลูกค้า แต่แท้จริงแล้วฐานข้อมูลลูกค้ามีความหมายมากกว่านั้น นอกจากรายชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์เพื่อใช้ในการส่งจดหมาย ฐานข้อมูลลูกค้ายังประกอบด้วยข้อมูลที่ลึกซึ้งมากมายที่จะช่วยให้องค์กรเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการ ความชอบ พฤติกรรมการซื้อ และรูปแบบของลูกค้า (Micheaux & Bosio, 2019)

ฐานข้อมูลลูกค้าจะประกอบด้วยข้อมูลทุกชนิดที่ช่วยองค์กรในการระบุลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงและเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อของลูกค้า (Micheaux & Bosio, 2019) ภายในฐานข้อมูลลูกค้าอาจประกอบด้วยข้อมูลมากมายเกี่ยวกับลูกค้า เช่น ประวัติการซื้อ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ สมาชิกในครอบครัว วันเกิด) ข้อมูลด้านจิตวิทยา (กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น) ข้อมูลด้านสื่อ (สื่อที่ชอบ) และข้อมูลที่เป็นประโยชน์อื่นๆ (Akhteret al., 2019) นอกจากนี้ ยังรวมถึงพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ปริมาณการซื้อที่ผ่านมา ราคา กำไร ชื่อสมาชิกที่มียอดซื้อ สถานะของสัญญาปัจจุบัน ปริมาณการขอส่วนลดของธุรกิจของลูกค้า ผู้จัดการจำหน่ายที่เป็นคู่แข่ง การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนในการขายและบริการ บัญชีและ

กรรมวิธี รูปแบบ และนโยบายการซื้อที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทั้งหมดนี้จะช่วยให้องค์กรเข้าใจลูกค้าได้ดีขึ้น และช่วยในการเลือกลูกค้าตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนด (Micheaux & Bosio, 2019)

สำหรับแนวคิดในการบริหารผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีความเชื่อมโยงวัตถุประสงค์การดำเนินงานเข้ากับกลยุทธ์การดำเนินงาน และมีการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม คือ การบริหารองค์กรตามหลัก Balanced Scorecard ที่ถูกพัฒนาโดย Kaplan & Norton (2004) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวัดและบริหารผลการดำเนินงานของธุรกิจ ใน 4 มิติ คือ 1. ด้านการเงิน เน้นการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ เช่น กำไรสุทธิ รายได้ การลงทุน ตัวชี้วัดทางการเงินทำให้ธุรกิจรู้ว่ากิจกรรมใดที่ส่งผลต่อผลกำไรและสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ 2. ด้านลูกค้า มุ่งเน้นการให้บริการแก่ลูกค้า การพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า และการสร้างความภักดีของลูกค้า ตัวชี้วัดในมุมมองนี้มุ่งเน้นเกี่ยวข้องกับความสุขของลูกค้าและพฤติกรรมซื้อของลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน มิตินี้เน้นการวัดและปรับปรุงกระบวนการภายในธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความสูญเสีย ตัวชี้วัดในมุมมองนี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการหลักของธุรกิจ เช่น ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต การบริการ หรือการทำธุรกรรม และ 4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา มิตินี้เน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและกระบวนการเรียนรู้ภายในองค์กร ตัวชี้วัดในมุมมองนี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงาน การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม การใช้แนวคิด Balanced Scorecard สามารถใช้ได้กับทุกธุรกิจและทุกระดับขององค์กร การมองมุมมองทั้งสี่มิติช่วยให้ธุรกิจมีวิธีการตรวจสอบผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ครอบคลุมและครบถ้วน

ดังนั้น การนำแนวคิดการบริหารองค์กรตามหลัก Balanced Scorecard มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ จะช่วยให้องค์กรกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายในด้านต่างๆ ที่ครอบคลุมทุกมิติที่สำคัญ รวมถึงช่วยในการออกแบบกระบวนการภายในที่ตอบโจทย์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรรวมถึงวัฒนธรรมที่ช่วยส่งเสริมการสร้างสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้า ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ อันเกิดจากการใช้บริการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยที่พบว่ามีความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งในเชิงบวกระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและกำไร (Drosos et al., 2019)

สำหรับสถานการณ์ของภาคธุรกิจในจังหวัดลพบุรี พบว่าภาคอุตสาหกรรมมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบผันผวนตลอด 10 ปี ซึ่งมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง และเริ่มมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (อัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.37) และมีผลิตภาพแรงงานลดลงเนื่องจากมูลค่าทางเศรษฐกิจลดลง ด้านการค้า พบว่ารายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP ขยายตัวในอัตราน้อยลงอย่างมาก โดยในปี 2565 อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเพิ่มเพียงร้อยละ 6.51 จากปีที่ผ่านมาซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ, 2565)

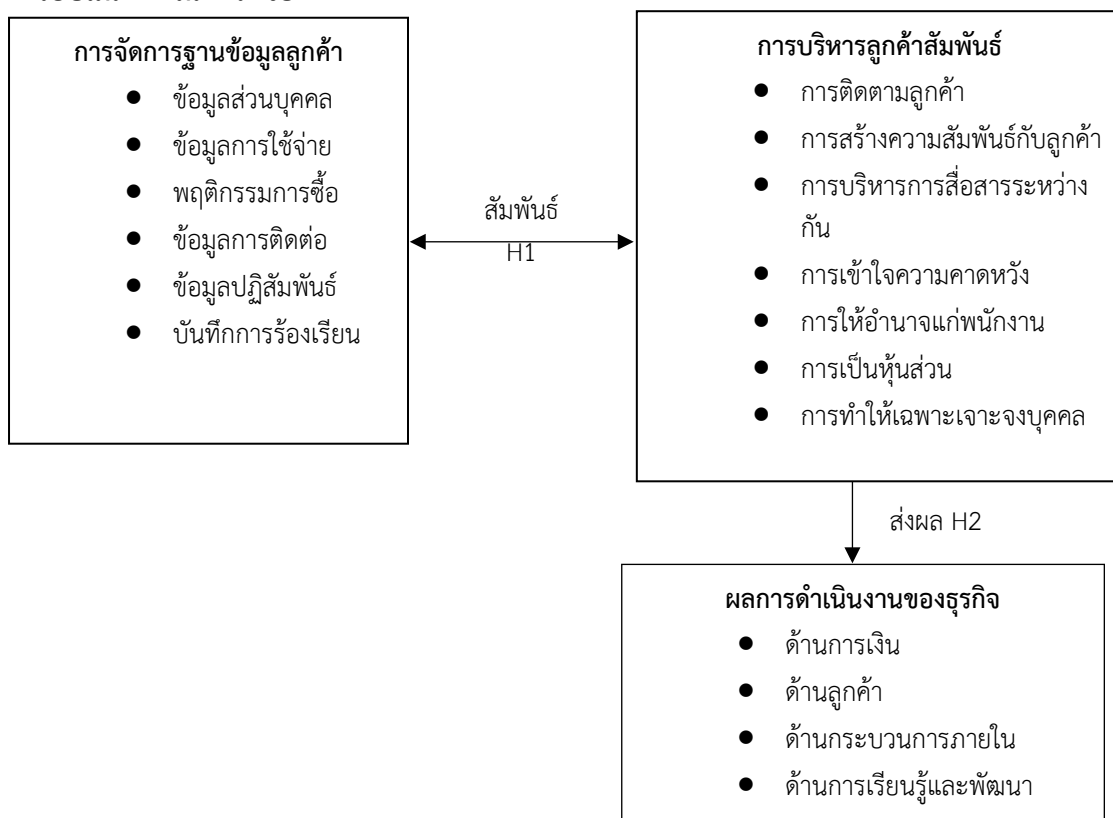
ทั้งนี้ การที่ภาคธุรกิจไม่ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจทำให้ภาคธุรกิจประสบปัญหาในหลาย ๆ ด้าน อาทิ การเห็นถึงความจำเป็นของการใช้เทคโนโลยีในการเก็บรวบรวมและบริหารจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การจัดทำ

แผนกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างระบบการบริหารจัดการลูกค้าที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงการศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจจะช่วยให้ธุรกิจสามารถแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสภาพแวดล้อมธุรกิจในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผลการวิจัยจะช่วยให้องค์กรธุรกิจเห็นประโยชน์ถึงการนำฐานข้อมูลลูกค้าไปใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และทราบถึงผลของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อประสิทธิผลหรือผลการดำเนินงานของธุรกิจในภาพรวม เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในระยะต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ากับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของภาคธุรกิจในจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของภาคธุรกิจในจังหวัดลพบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

1. การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า หมายถึง การบริหารจัดการชุดข้อมูลลูกค้าทั้งอดีตและปัจจุบันที่รวบรวมจากแหล่งต่างๆ โดยมีการจัดระเบียบเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ตัดสินใจ หรือกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยแบ่งเป็น 6 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลการใช้จ่าย พฤติกรรมการซื้อ ข้อมูลการติดต่อ ข้อมูลปฏิสัมพันธ์ และบันทึกการร้องเรียน
2. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง การบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความจงรักภักดี ด้วยการสร้างความสัมพันธ์เชิงลึกในระยะยาว ผ่านกลยุทธ์ต่างๆ โดยแบ่งเป็น 7 ส่วน คือ การติดตามลูกค้า การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน การเข้าใจความคาดหวัง การให้อำนาจแก่พนักงาน การเป็นหุ้นส่วน และการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล
3. ผลการดำเนินงานของภาคธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการปฏิบัติงานขององค์กรธุรกิจ ซึ่งมีการวัดหรือประเมินผลเทียบกับเป้าหมายที่กำหนด โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า

ฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database) เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจในยุคดิจิทัล ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากลูกค้ามีความหลากหลายและทรงพลังทำให้ธุรกิจสามารถทำความเข้าใจลูกค้า ปรับปรุงบริการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้น ฐานข้อมูลลูกค้าที่จัดเก็บประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล อาทิ ชื่อ นามสกุล ส่วนสูง และข้อมูลอื่นๆ ที่แสดงความเป็นตัวตนของลูกค้า ช่วยให้ธุรกิจสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจและเข้าใจลูกค้าในทุกๆ ด้าน
2. ข้อมูลการใช้จ่าย เป็นข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการใช้จ่ายและปริมาณการซื้อสินค้าหรือบริการ ช่วยในการปรับกลยุทธ์การตลาดและสร้างข้อเสนอที่เหมาะสมตามการใช้จ่ายของลูกค้าแต่ละราย
3. พฤติกรรมการซื้อ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ช่วยในการวิเคราะห์และทำนายความต้องการของลูกค้าในอนาคต
4. ข้อมูลการติดต่อ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่ลูกค้าใช้ เช่น ที่อยู่ อีเมล เบอร์โทรศัพท์ ช่วยในการสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
5. ข้อมูลปฏิสัมพันธ์ เป็นข้อมูลที่บันทึกประวัติการติดต่อและปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับธุรกิจ ช่วยในการติดตามและเข้าใจเหตุผลที่ลูกค้ามีการติดต่อ ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการและติดตามผลกระทบของการปฏิสัมพันธ์ได้
6. บันทึกการร้องเรียน เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการร้องเรียนของลูกค้า ช่วยในการพัฒนาและปรับปรุงบริการเพื่อลดการร้องเรียนในอนาคต (Mandal, 2022) การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าช่วยให้องค์กรเข้าใจความต้องการ ความชอบ พฤติกรรมการซื้อ รูปแบบของลูกค้า รวมถึงทัศนคติและพฤติกรรมส่วนบุคคล สามารถเชื่อมโยงสู่การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Akhter et al., 2019, Micheaux and Bosio, 2019, Sheth, 2017)

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เน้นการกำหนดและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและยั่งยืน ด้วยการนำเทคโนโลยีและกระบวนการทางธุรกิจมาผสมผสานเข้าด้วยกัน การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ช่วยให้ธุรกิจสามารถทำความเข้าใจลูกค้า ปรับปรุงบริการ และเพิ่มมูลค่าในระยะยาว องค์ประกอบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบ่งเป็น 7 ส่วน คือ 1. การติดตามลูกค้า เป็นการทำความเข้าใจและติดตามพฤติกรรมและประวัติการทำธุรกรรมของลูกค้า ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจลูกค้ามากขึ้น ทำให้สามารถปรับการตลาดและบริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้ง 2. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว ช่วยสร้างความพึงพอใจและความเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ 3. การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน เป็นการควบคุมและปรับปรุงการสื่อสารระหว่างลูกค้าและธุรกิจ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจเข้าใจความต้องการและปัญหาของลูกค้าได้เป็นอย่างดี 4. การเข้าใจความคาดหวัง เป็นการทำความเข้าใจต่อความคาดหวังของลูกค้าในทุกระดับ ช่วยในการปรับปรุงบริการและสร้างประสบการณ์ที่น่าพอใจให้กับลูกค้า 5. การให้อำนาจแก่พนักงาน เป็นการทำให้พนักงานมีความสามารถในการตัดสินใจและทำสิ่งที่เหมาะสมต่อลูกค้า ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 6. การเป็นหุ้นส่วน เป็นการทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการเป็นหุ้นส่วนในความสำเร็จของพวกเขา ช่วยสร้างความเชื่อถือและความผูกพันของลูกค้ากับธุรกิจ และ 7. การทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล เป็นการปรับบริการและบริการและสื่อสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการแต่ละบุคคล ช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและน่าพอใจสำหรับลูกค้าแต่ละราย (Lawson-Body & Limayem, 2004, อ้างอิงใน ธีระ กุลวรวิทย์, 2565) ดังนั้นจากสภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง องค์กรจึงต้องบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยใช้การจัดการฐานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งปรับเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อลูกค้าจากผู้ซื้อเป็นพันธมิตรหรือผู้ร่วมธุรกิจ (Sheth, 2017)

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ คือความสามารถขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งในลักษณะที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้มาตรการต่างๆ เช่น ความสามารถในการทำกำไร ผลตอบแทนจากสินทรัพย์และตราสารทุน ส่วนแบ่งการตลาด และการเติบโตของยอดขาย รวมถึงการบรรลุเป้าหมายที่ไม่ใช่ทางการเงิน และความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Guttermann, 2023) ทั้งนี้ องค์ประกอบของผลการดำเนินงานขององค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 2 มิติ 5 องค์ประกอบ คือ มิติที่ 1 ผลการดำเนินงานด้านการเงินและการตลาด (Finance and Marketing) มี 3 องค์ประกอบย่อย คือ 1) ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) 2) การเติบโต (Growth) และ 3) ประสิทธิภาพขององค์กร (Efficiency) มิติที่ 2 ผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติการ (Operation) มี 2 องค์ประกอบย่อย คือ 1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และ 2) ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction) (Yildiz & Karaka, 2012)

แนวคิดเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจตามหลัก Balanced Scorecard ที่ถูกพัฒนาโดย Kaplan & Norton (2004) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวัดและบริหารผลการดำเนินงาน

ของธุรกิจ 4 มิติ คือ 1. ด้านการเงิน เน้นการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ เช่น กำไรสุทธิ รายได้ การลงทุน ตัวชี้วัดทางการเงินทำให้ธุรกิจรู้ว่ากิจกรรมใดที่ส่งผลต่อผลกำไรและสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ 2. ด้านลูกค้า มุมมองนี้เน้นการให้บริการแก่ลูกค้า การพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า และการสร้างความภักดีของลูกค้า ตัวชี้วัดในมุมมองนี้มุ่งเน้นเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าและพฤติกรรมซื้อของลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน มิตินี้เน้นการวัดและปรับปรุงกระบวนการภายในธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความสูญเสีย ตัวชี้วัดในมุมมองนี้เกี่ยวข้องกับการกระบวนการหลักของธุรกิจ เช่น ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตหรือการบริการ หรือการทำธุรกรรม และ 4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา มิตินี้เน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและกระบวนการเรียนรู้ภายในองค์กร ตัวชี้วัดในมุมมองนี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงาน การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม การใช้แนวคิด Balanced Scorecard สามารถใช้ได้กับทุกธุรกิจและทุกระดับขององค์กร การมองมุมมองทั้งสี่มิติช่วยให้ธุรกิจมีวิธีการตรวจสอบผลการดำเนินงานของทางธุรกิจที่ครอบคลุมและครบถ้วน ดังนั้น การนำแนวคิดการบริหารองค์กรตามหลัก Balanced Scorecard มาใช้ในการวางกลยุทธ์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ จะช่วยให้องค์กรกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายในด้านต่างๆ ที่ครอบคลุมทุกมิติที่สำคัญ และตอบโจทย์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งมีส่วนสำคัญต่อกำไรและการเติบโต (Drososet al., 2019)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีระ กุลธรรมาภรณ์ (2564) พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ

หทัยชนก ว่องเจริญพร (2565) พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้ฐานข้อมูลและสื่อดิจิทัลก่อให้เกิดลูกค้าใหม่และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงการตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือเกิดการบอกต่อ

Cavaliere et al. (2021) พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

Pham (2021) พบว่า การทำความเข้าใจลูกค้าและการสร้างวัฒนธรรมการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ของลูกค้าจะช่วยให้องค์กรรวบรวมข้อมูลที่มีคุณภาพในการปรับปรุงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

Mandal (2022) พบว่า การพัฒนาฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้องค์กรสามารถสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ทำการตลาดด้วยฐานข้อมูล และบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Rane et al. (2023) พบว่า ระบบ CRM ที่ถูกออกแบบให้มีช่องทางการติดต่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเฉพาะราย และการปรับเนื้อหาเพื่อการโต้ตอบกับลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีจะช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ราบรื่น ซึ่งการปรับเปลี่ยนเฉพาะบุคคลแบบเจาะจง โดยบูรณาการจุดสัมผัสต่างๆ เข้าด้วยกันจะช่วยให้การเดินทางของลูกค้ามีความสอดคล้องกับความต้องการและเป็นส่วนตัว ซึ่งจะก่อให้เกิดการปลูกฝังความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าได้ และท้ายที่สุดจะขับเคลื่อนความภักดีและความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น

Thuong & Singh (2023) พบว่า ธุรกิจควรแบ่งองค์ประกอบของการวัดผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงิน และไม่ใช้การเงิน ตามหลัก Balanced Scorecard

Al-Ayed & Al-Tit (2024) พบว่า การติดตามพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้ามีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหารของธุรกิจในจังหวัดลพบุรี แบ่งตามหมวดอุตสาหกรรม 19 กลุ่ม จำนวน 7,714 คน โดยคิดจากสัดส่วน 1:10 (Gallup cited in Zipdo, 2023) ของจำนวนพนักงานของธุรกิจในจังหวัดลพบุรี 77,136 คน โดยสัดส่วนระหว่างหัวหน้างานหรือผู้บริหารต่อพนักงานดังกล่าวเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจในการเพิ่มการมีส่วนร่วมของพนักงานและผลิตภาพ

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหารของภาคธุรกิจในจังหวัดลพบุรี จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2563) ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ใช้ในงานวิจัย ซึ่งเท่ากับ 0.05

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{7,714}{1+7,714(0.0025)}$$

$$= 380.28$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380.28 ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย และช่วยให้มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์สถิติและการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยจึงปรับกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน จากนั้นใช้วิธีการแบ่งธุรกิจตามหมวดอุตสาหกรรมออกเป็น 19 กลุ่ม ได้แก่ 1. เกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง (7,464 คน) 2. การทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน (598 คน) 3. การผลิต (39,471 คน) 4. ไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบการปรับอากาศ (741 คน) 5. การจัดหาหน้า การจัดการน้ำเสียและของเสีย รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (190 คน) 6. การก่อสร้าง (3,600 คน) 7. การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ (11,483 คน) 8. การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า (1,569 คน) 9. ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (1,814 คน) 10. ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (762 คน) 11. กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย (1,598 คน) 12.

กิจกรรมเกี่ยวกับบ่อสังหาริมทรัพย์ (107 คน) 13. กิจกรรมวิชาชีพวิทยาศาสตร์และกิจกรรมทางวิชาการ (350 คน) 14. กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน (6,344 คน) 15. การศึกษา (254 คน) 16. กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ (296 คน) 17. ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ (32 คน) 18. กิจกรรมการบริการด้านอื่นๆ (442 คน) 19. กิจกรรมการจ้างงานในครัวเรือน กิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการที่ทำขึ้นเองเพื่อใช้ในครัวเรือน (21 คน) โดยอ้างอิงข้อมูลจากระบบบัญชีข้อมูลภาครัฐ (Government Data Catalog, 2023) และพิจารณาว่าแต่ละกลุ่มมีสถานประกอบการจำนวนกี่แห่ง จากนั้นแบ่งชั้นกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากร รวมจำนวนสถานประกอบการที่จัดเก็บข้อมูล 200 แห่ง ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Random Sampling) โดยจับฉลากจากรายชื่อสถานประกอบการในแต่ละหมวดตามจำนวนที่กำหนดไว้ แล้วส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังนิติบุคคลแต่ละแห่งเพื่อขอความร่วมมือจากพนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหาร ในการตอบแบบสอบถาม แห่งละ 2-3 คน และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่สมบูรณ์รวบรวมได้จำนวน 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน

แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ โดยนำประเด็นคำถามมาจากการศึกษาของ Mandal (2022) มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึง 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 21 ข้อ โดยนำประเด็นคำถามมาจากการศึกษาของ Lawson-Body & Limayem (2004) อ้างอิงใน ชีระกุล วรวิทย์ (2565) มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึง 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 12 ข้อ โดยนำประเด็นคำถามมาจากการศึกษาของ Kaplan & Norton (2004) มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึง 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

พัฒนาขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์และตัวแปรตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์และตัวแปรตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2. เสนอแบบสอบถามฉบับร่างต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการวัด

3. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงของเนื้อหา ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของแบบสอบถามแต่ละข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.5 – 1.0 เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพ จึงได้นำไปเก็บข้อมูล

4. ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5-1.00 แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูล (Try Out) กับพนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหารของธุรกิจในจังหวัดลพบุรีที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย แต่ไม่นำนับซ้ำ จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม คำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ได้ค่าเท่ากับ 0.964 โดยห้วข้อคำถามด้านฐานข้อมูลลูกค้าที่มีการรวบรวมและจัดเก็บ มีค่า 0.951 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีค่า 0.959 และผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่า 0.972 ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.951-0.972 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ จึงสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ เนื่องจากมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7 (Cronbach, 1990)

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังธุรกิจแต่ละแห่งในจังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 แห่ง เพื่อขอความร่วมมือจากพนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหาร ในการตอบแบบสอบถาม แห่งละ 2-3 คน โดยในแบบสอบถามแสดงคำอธิบายเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตกลงเป็นอาสาสมัครเข้าร่วมโครงการวิจัย และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ “ตกลง/ไม่ตกลง” เพื่อแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย และดำเนินการตอบแบบสอบถามตามลิงค์แบบสอบถามที่แนบไปกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยข้อมูลการตอบแบบสอบถามจะจัดเก็บใน Google Drive ซึ่งเป็นพื้นที่จัดเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมารวม 400 คน

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการแจกแจงของตัวแปร ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ากับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจในจังหวัดลพบุรี

2. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้การทดสอบผลของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในจังหวัดลพบุรี โดยมีการวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรโดยใช้ Mean Square

ผลการวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	ความถี่	ร้อยละ
เพศ (n=400)		
- ชาย	88	22.0
- หญิง	312	78.0
อายุ (n=400)		
- 21-30 ปี	113	28.3
- 31-40 ปี	234	58.5
- 41-50 ปี	48	12.0
- 51-60 ปี	5	1.3
ระดับการศึกษา (n=400)		
- ปริญญาตรี	354	88.5
- ปริญญาโท	34	8.5
- ปริญญาเอก	12	3.0
ตำแหน่งงาน (n=400)		
- หัวหน้างาน	327	81.8
- ผู้บริหาร	73	18.3
ประสบการณ์ทำงาน (n=400)		
- น้อยกว่า 10 ปี	168	42.0
- 10-20 ปี	206	51.5
- 21-30 ปี	20	5.0
- 31 ปี ขึ้นไป	6	1.5

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน และมีประสบการณ์ทำงาน 10-20 ปี

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับฐานข้อมูลลูกค้า

ตารางที่ 2 ระดับของการให้ความสำคัญในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า

การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่มีการรวบรวมและจัดเก็บ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับการให้ความสำคัญ
1. ข้อมูลส่วนบุคคล อาทิ ชื่อ นามสกุล ส่วนสูง และข้อมูลอื่นๆ ที่แสดงความเป็นตัวตนของลูกค้า	4.22	.736	มากที่สุด
2. ข้อมูลการใช้จ่าย เป็นข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการใช้จ่ายและปริมาณการซื้อสินค้าหรือบริการ	4.19	.740	มาก
3. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า	4.29	.705	มากที่สุด
4. ข้อมูลการติดต่อ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่ลูกค้าใช้ เช่น ที่อยู่ อีเมล เบอร์โทรศัพท์	4.29	.717	มากที่สุด
5. ข้อมูลปฏิสัมพันธ์ เป็นข้อมูลที่บันทึกประวัติการติดต่อและปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับธุรกิจ	4.31	.746	มากที่สุด
6. บันทึกการร้องเรียน เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการร้องเรียนของลูกค้า	4.29	.754	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ธุรกิจให้ความสำคัญกับการรวบรวมและจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าทั้ง 6 ด้านในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยข้อมูลที่มีการรวบรวมและจัดเก็บมากที่สุดคือข้อมูลปฏิสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = .746) รองลงมาคือพฤติกรรมการซื้อ ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .705) การติดต่อ ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .717) บันทึกการร้องเรียน ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .754) ข้อมูลส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = .736) และข้อมูลการใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = .740)

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
การติดตามลูกค้า	4.42	.572	เห็นด้วยมากที่สุด
1. ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดตามลูกค้า	4.44	.626	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ธุรกิจของท่านมีระบบการติดตามลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ	4.38	.671	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ธุรกิจของท่านมีการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าหลังการขายหรือรับบริการ	4.43	.661	เห็นด้วยมากที่สุด
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	4.33	.621	เห็นด้วยมากที่สุด
4. ธุรกิจของท่านมีกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	4.34	.693	เห็นด้วยมากที่สุด

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
5. ธุรกิจของท่านมีการวัดความสำเร็จของกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	4.31	.700	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ธุรกิจของท่านมีวิธีการในการปรับปรุงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.33	.695	เห็นด้วยมากที่สุด
การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน	4.41	.573	เห็นด้วยมากที่สุด
7. ธุรกิจของท่านมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย	4.41	.655	เห็นด้วยมากที่สุด
8. ธุรกิจของท่านมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ชัดเจนในการสื่อสารกับลูกค้า	4.39	.644	เห็นด้วยมากที่สุด
9. ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาใช้ในการจัดการข้อมูลลูกค้า	4.42	.647	เห็นด้วยมากที่สุด
การเข้าใจความคาดหวัง	4.39	.552	เห็นด้วยมากที่สุด
10. ธุรกิจของท่านมีกระบวนการในการทำความเข้าใจและประมวลผลความคาดหวังของลูกค้า	4.35	.662	เห็นด้วยมากที่สุด
11. ธุรกิจของท่านนำข้อมูลความคาดหวังของลูกค้าไปปรับปรุงสินค้าหรือการให้บริการ	4.37	.633	เห็นด้วยมากที่สุด
12. ธุรกิจของท่านมีแผนที่จะตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าในอนาคต	4.44	.614	เห็นด้วยมากที่สุด
การให้อำนาจแก่พนักงาน	4.34	.575	เห็นด้วยมากที่สุด
13. ธุรกิจของท่านมีวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการให้บริการของลูกค้า	4.28	.692	เห็นด้วยมากที่สุด
14. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะของพนักงานในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	4.36	.626	เห็นด้วยมากที่สุด
15. ธุรกิจของท่านมีการส่งเสริมการทำงานร่วมกันของทีมเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	4.38	.653	เห็นด้วยมากที่สุด
การเป็นหุ้นส่วน	4.27	.654	เห็นด้วยมากที่สุด
16. ธุรกิจของท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือของลูกค้าในการพัฒนาธุรกิจ	4.27	.712	เห็นด้วยมากที่สุด
17. ธุรกิจของท่านมีการจัดกิจกรรมสร้างความร่วมมือระหว่างลูกค้าและธุรกิจ	4.28	.742	เห็นด้วยมากที่สุด
18. ธุรกิจของท่านเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่อการดำเนินงานของธุรกิจ	4.27	.724	เห็นด้วยมากที่สุด
การทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล	4.34	.591	เห็นด้วยมากที่สุด
19. ธุรกิจของท่านมีการออกแบบสินค้าหรือบริการที่เฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละราย	4.31	.648	เห็นด้วยมากที่สุด
20. ธุรกิจของท่านมีกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและน่าพอใจสำหรับลูกค้าแต่ละราย	4.37	.662	เห็นด้วยมากที่สุด
21. ธุรกิจของท่านมีการปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	4.35	.663	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ธุรกิจมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อ ทั้งในรายด้านและรายประเด็นย่อย โดยด้านที่มีการดำเนินงานมากที่สุดคือการติดตามลูกค้า ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = .572) รองลงมาคือการบริหารการสื่อสารระหว่างกัน ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = .573) การเข้าใจความคาดหวัง ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = .552) การให้อำนาจแก่พนักงาน ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = .575) การทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = .591) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .621) และการเป็นหุ้นส่วน ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = .654)

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
ด้านการเงิน	4.34	.603	เห็นด้วยมากที่สุด
1. ธุรกิจของท่านมีการเติบโตทางการเงินอย่างต่อเนื่อง	4.30	.702	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ธุรกิจของท่านมีโอกาสเพิ่มกำไรหรือลดค่าใช้จ่ายในอนาคต	4.33	.679	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ธุรกิจของท่านมีแผนงานการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการเงิน	4.39	.678	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านลูกค้า	4.39	.579	เห็นด้วยมากที่สุด
4. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจ	4.38	.649	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ธุรกิจมีมาตรการหรือแผนการตลาดเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า	4.39	.663	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ธุรกิจให้ความสำคัญกับข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้า	4.39	.632	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านกระบวนการภายใน	4.38	.568	เห็นด้วยมากที่สุด
7. ธุรกิจมีการวัดและติดตามกระบวนการหลักของการดำเนินงาน	4.39	.611	เห็นด้วยมากที่สุด
8. ธุรกิจมีการปรับปรุงกระบวนการทำงานที่ช่วยลดความสูญเสียหรือเพิ่มประสิทธิภาพ	4.40	.672	เห็นด้วยมากที่สุด
9. ธุรกิจมีแผนการพัฒนาระบบการภายในเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	4.34	.652	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.37	.592	เห็นด้วยมากที่สุด
10. ธุรกิจมีการลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กร	4.33	.679	เห็นด้วยมากที่สุด
11. ธุรกิจมีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ	4.42	.659	เห็นด้วยมากที่สุด
12. ธุรกิจมีแผนการฝึกอบรมพนักงานเพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถ	4.37	.641	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ธุรกิจมีผลการดำเนินงานในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อ ทั้งในรายด้านและรายประเด็นย่อย โดยด้านที่มีผลการดำเนินงานมากที่สุดคือด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.39$,

S.D. = .579) รองลงมาคือด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = .568) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = .592) และด้านการเงิน ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = .603)

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ตารางที่ 5 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ฐานข้อมูล/ การบริหารลูกค้า สัมพันธ์	บุคคล X1	ใช้จ่าย X2	การซื้อขาย X3	ติดต่อ X4	ปฏิสัมพันธ์ X5	ร้องเรียน X6	ติดตาม Y1	สัมพันธ์ Y2	สื่อสาร Y3	คาดหวัง Y4	อำนาจ Y5	หุ้นส่วน Y6	ผลงาน Y7	CRM Y
ติดตาม (Y1)	.501**	.583**	.659**	.655**	.589**	.575**	1							
สัมพันธ์ (Y2)	.533**	.619**	.599**	.621**	.590**	.571**	.779**	1						
สื่อสาร (Y3)	.528**	.610**	.625**	.632**	.610**	.567**	.782**	.848**	1					
คาดหวัง (Y4)	.492**	.582**	.581**	.577**	.612**	.541**	.720**	.797**	.807**	1				
อำนาจ (Y5)	.567**	.602**	.599**	.509**	.577**	.525**	.670**	.693**	.700**	.748**	1			
หุ้นส่วน (Y6)	.585**	.596**	.566**	.568**	.567**	.538**	.702**	.737**	.696**	.777**	.807**	1		
ผลงาน (Y7)	.537**	.594**	.553**	.535**	.596**	.569**	.720**	.729**	.711**	.716**	.748**	.815**	1	
CRM (Y)	.605**	.676**	.674**	.661**	.668**	.627**	.865**	.902**	.892**	.896**	.866**	.897**	.879**	1

หมายเหตุ ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 5 พบว่า การจัดการฐานข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .492 - .676 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยการจัดการฐานข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลการใช้จ่าย (X2) ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ (X3) และข้อมูลปฏิสัมพันธ์ (X5) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .676, .674 และ .668

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใน 5 มิติ คือ การตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Outliner) ตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality) ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity) ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระจากกัน (Autocorrelation) และตัวแปรอิสระไม่สัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity)

ตารางที่ 6 ความเหมาะสมของแบบจำลอง

ความเหมาะสมของแบบจำลอง	ค่ามาตรฐานที่ใช้เปรียบเทียบ	ผลการวิเคราะห์
การตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Outliner)	Cook's Distance ≤ 1	ค่า Cook's Distance อยู่ระหว่าง 0.0004 – 0.254 สะท้อนว่าแบบจำลองไม่มีปัญหา Outlier
ตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality)	ค่าความคลาดเคลื่อนเปลี่ยนแปลงใกล้เคียงศูนย์ หรือมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงแคบ	Scatter Plot แสดงค่าความคลาดเคลื่อนเปลี่ยนแปลงใกล้เคียงศูนย์หรือมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงแคบ
ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity)	ค่าความคลาดเคลื่อนมีการกระจายตัวในลักษณะค่าคงที่	แผนภาพ Histogram แสดงให้เห็นว่าค่าความคลาดเคลื่อนกระจายตัวในลักษณะค่าคงที่ (Normal Distribution)
ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระจากกัน (Autocorrelation)	Durbin-Watson มีค่าเข้าใกล้ 2 โดยมีค่าอยู่ในช่วง 1.5-2.5 แสดงให้เห็นว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน	Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.043 ซึ่งไม่อยู่ในช่วง 1.5-2.5 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลไม่มีปัญหา Autocorrelation
ตัวแปรอิสระไม่สัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity)	ค่า Tolerance ของตัวแปร - เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน - เข้าใกล้ศูนย์แสดงว่ามีปัญหา Multicollinearity ค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าเข้าใกล้ 10 แสดงว่ามีปัญหา Multicollinearity	ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ (> 0.5) และค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงไม่มีปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ของตัวแปรการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จาก
การจัดการฐานข้อมูล ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตัวแปร	B	SE _b	β	t	Sig.
การติดตามลูกค้า (X1)	.127	.040	.134	3.193	.002
การสร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า (X2)	.066	.044	.076	1.514	.131
การบริหารการสื่อสาร ระหว่างกัน (X3)	.088	.048	.093	1.828	.068
การเข้าใจความคาดหวัง (X4)	.119	.047	.121	2.550	.011
การให้อำนาจแก่พนักงาน (X5)	.111	.040	.117	2.736	.006
การเป็นหุ้นส่วน (X6)	.239	.041	.288	5.764	.000
การทำให้เฉพาะเจาะจง บุคคล (X7)	.155	.041	.169	3.815	.000
R = .888	R ² = .789		F = 209.191*		
SE _{est} = .251	R ² _{adj} = .785		a = .441		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 5 ตัวแปร คือ การติดตามลูกค้า (X1) การเข้าใจความคาดหวัง (X4) การให้อำนาจแก่พนักงาน (X5) การเป็นหุ้นส่วน (X6) และการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล (X7) ซึ่งส่งผลเชิงบวก โดยร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 78.9 โดยสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = .441 + .127(X1) + .119(X4) + .111(X5) + .239(X6) + .155(X7)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = .134(Z1) + .121(Z4) + .117(Z5) + .288(Z6) + .169(Z7)$$

สรุปผล

ธุรกิจให้ความสำคัญกับการรวบรวมและจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าทั้ง 6 ด้านในระดับมากที่สุด และระดับมาก

ธุรกิจมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อ ทั้งในรายด้านและรายประเด็นย่อย

ธุรกิจมีผลการดำเนินงานในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อ ทั้งในรายด้านและรายประเด็นย่อย การจัดการฐานข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจในระดับปานกลาง

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 5 ตัวแปร คือ การติดตามลูกค้า การเข้าใจความคาดหวัง การให้อำนาจแก่พนักงาน การเป็นหุ้นส่วน และการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล

อภิปรายผล

ธุรกิจมีการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าโดยรวมและจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าซึ่งมุ่งเน้น 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลปฏิสัมพันธ์ พฤติกรรมการซื้อ และการติดต่อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับธุรกิจช่วยให้ธุรกิจเข้าใจถึงความพึงพอใจและความไม่พอใจของลูกค้า ซึ่งจะช่วยในการปรับปรุงบริการหรือผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถทำการคาดการณ์และวิเคราะห์พฤติกรรมซื้อของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ เช่น การวางแผนการผลิตและการจัดเก็บสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อของลูกค้า เช่น ข้อมูลการติดต่อทางอีเมล โทรศัพท์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ธุรกิจสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันที เพื่อให้ได้ข้อมูล คำถาม หรือการช่วยเหลือที่ลูกค้าต้องการ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจมีความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับลูกค้าและสามารถปรับปรุงบริการและผลิตภัณฑ์ของตนให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rane et al. (2023) ซึ่งพบว่า ระบบ CRM ที่ถูกออกแบบให้มีช่องทางการติดต่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเฉพาะราย และการปรับเนื้อหาเพื่อการโต้ตอบกับลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีจะช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ราบรื่น ซึ่งการปรับเปลี่ยนเฉพาะบุคคลแบบเจาะจง โดยบูรณาการจุดสัมผัสต่างๆ เข้าด้วยกันจะช่วยให้การเดินทางของลูกค้ามีความสอดคล้องกับความต้องการและเป็นส่วนตัว ซึ่งจะก่อให้เกิดการปลูกฝังความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าได้ และท้ายที่สุดจะขับเคลื่อนความภักดีและความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น และงานวิจัยของ Al-Ayed & Al-Tit (2024) ซึ่งพบว่า การติดตามพฤติกรรมการซื้อของลูกค้ามีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ธุรกิจมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งมุ่งเน้น 3 อันดับแรก คือ การติดตามลูกค้า การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวัง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการติดตามลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงบริการและสินค้าของตนให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม การสื่อสารระหว่างธุรกิจกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจ การให้ข้อมูลที่ชัดเจนและตรงประเด็นช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและช่วยสร้างความพึงพอใจ การเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงบริการและสินค้าของตนให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจและความพึงพอใจในธุรกิจได้ในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rane et al. (2023) ซึ่งพบว่า การสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งทำได้โดยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยเฉพาะการติดตามลูกค้า เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการ การบริหารการสื่อสารระหว่างลูกค้าและธุรกิจโดยการสร้างจุดเชื่อมต่อที่สะดวก เข้าถึงง่าย รวมถึงการทำความเข้าใจความ

คาดหวังของลูกค้า แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลเพื่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบบริการที่ตรงใจให้แก่ลูกค้า

ธุรกิจมีผลการดำเนินงานซึ่งมุ่งเน้น 3 อันดับแรก คือ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสร้างความพึงพอใจและความสุขของลูกค้าทำให้ธุรกิจมีโอกาสเพิ่มยอดขายและรักษาลูกค้าที่มีอยู่ได้ดีกว่า ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีรายได้และกำไรที่สูงขึ้น การปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในองค์กรช่วยลดความสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตหรือการบริการ ทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงานช่วยเสริมสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ เพื่อให้ธุรกิจขยายตัวและเจริญเติบโตไปอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thuong & Singh (2023) ซึ่งพบว่า ธุรกิจควรแบ่งองค์ประกอบของการวัดผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงิน และไม่ใช้การเงิน ตามหลัก Balanced Scorecard โดยมีมิติที่ไม่ใช่ด้านการเงินประกอบด้วยมิติด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งทั้ง 3 มิติจะเป็นตัวผลักดันให้องค์กรมีการเติบโตด้านการเงินอย่างยั่งยืนในมิติที่ 4

การจัดการฐานข้อมูลลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจในระดับปานกลาง โดยการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลการใช้จ่าย ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้อ และข้อมูลภูมิสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและปริมาณการใช้จ่ายของลูกค้าช่วยให้ธุรกิจเข้าใจถึงความสำคัญและความคุ้มค่าของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งสามารถช่วยในการพัฒนาแผนการขายและโปรโมชั่นที่เหมาะสม เช่น การส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการที่เป็นไปตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้จ่ายมาก ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มและพฤติกรรมกรรมการซื้อของลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถคาดการณ์และวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการซื้อของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ ซึ่งสามารถช่วยในการวางแผนการผลิตและการจัดเก็บสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อและปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับธุรกิจช่วยให้ธุรกิจเข้าใจถึงความพึงพอใจและความไม่พอใจของลูกค้า และสามารถปรับปรุงบริการหรือผลิตภัณฑ์ของตนได้อย่างเหมาะสม เช่น การเรียกร้องบริการหลังการขาย หรือการพัฒนาบริการลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น การนำเอาข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์และใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และการเติบโตของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mandal (2022) ซึ่งพบว่า การพัฒนาฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้องค์กรสามารถสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ทำการตลาดด้วยฐานข้อมูล และบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และงานวิจัยของ Pham (2021) ซึ่งพบว่า การทำความเข้าใจลูกค้าและการสร้างวัฒนธรรมการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ของลูกค้าจะช่วยให้องค์กรรวบรวมข้อมูลที่มีคุณภาพในการปรับปรุงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อการดำเนินงานของธุรกิจมี 5 ตัวแปร คือ การติดตามลูกค้า การเข้าใจความคาดหวัง การให้อำนาจแก่พนักงาน การเป็นหุ้นส่วน และการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการติดตามและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงบริการและผลิตภัณฑ์ของตนให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

อย่างแม่นยำ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจออกแบบสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับลูกค้า การทำความเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมกับตลาดได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับธุรกิจ การให้อำนาจแก่พนักงานในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าโดยไม่ต้องรอคำสั่งช่วยสร้างบรรยากาศความเป็นเจ้าของ ส่งผลให้พนักงานมีความรับผิดชอบและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า การเปิดโอกาสให้ลูกค้าเป็นหุ้นส่วนของธุรกิจช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจให้กับผู้บริโภครายอื่นๆ ที่จะขยายไปเป็นลูกค้าของธุรกิจในอนาคต การให้บริการที่เฉพาะเจาะจงและปรับแต่งตามความต้องการและความต้องการของลูกค้าช่วยสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในธุรกิจ ดังนั้น การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มยอดขาย รายได้ ความเชื่อมั่นจากลูกค้า หรือการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีระ กุลวรวิทย์ (2564) ซึ่งพบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ งานวิจัยของหทัยชนก ว่องเจริญพร (2565) ซึ่งพบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้ฐานข้อมูลและสื่อดิจิทัลก่อให้เกิดลูกค้าใหม่และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงการตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือเกิดการบอกต่อ นอกจากนี้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยังส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผ่านตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้า และงานวิจัยของ Cavaliere et al. (2021) ซึ่งพบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยพบความเชื่อมโยงระหว่างการนำเทคโนโลยีด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปใช้และความสุขของลูกค้า โดยอัตราความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์กับการนำเทคโนโลยีลูกค้าสัมพันธ์ไปใช้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 จากผลการวิจัยพบว่าธุรกิจมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งมุ่งเน้น 3 อันดับแรก คือ การติดตามลูกค้า การบริหารการสื่อสารระหว่างกัน และการเข้าใจความคาดหวัง โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์พฤติกรรม การรับข้อมูลความต้องการและสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้า และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการจัดการฐานข้อมูลส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ได้แก่ การติดตามลูกค้า การเข้าใจความคาดหวัง การให้อำนาจแก่พนักงาน การเป็นหุ้นส่วน และการทำให้เฉพาะเจาะจงบุคคล ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การดำเนินงานในเรื่องดังกล่าว โดยสร้างระบบการติดตามลูกค้าที่มีประสิทธิภาพโดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัย สร้างการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าอย่างลึกซึ้งโดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์และการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อปรับปรุงบริการหรือสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม สร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้พนักงานมีความรับผิดชอบและมีแรงจูงใจในการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ โดยให้พนักงานมีอำนาจในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาของลูกค้าตามสมควร สร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยให้พิจารณาว่าลูกค้าเป็นหุ้นส่วนที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจ ใช้ข้อมูล

ลูกค้าในการสร้างโปรโมชั่นหรือบริการที่เฉพาะเจาะจงตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มลูกค้าแต่ละราย เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพันที่แน่นแฟ้นและยั่งยืนกับธุรกิจ

1.2 หน่วยงานภาครัฐกิจ/องค์กรธุรกิจ ควรสนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ให้มีทักษะในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการใช้เทคโนโลยีก้าวหน้า (Advanced Technology) เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) ในการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจ

2.2 ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์เชิงลึกองค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อถอดบทเรียนและนำไปปรับใช้ในองค์กรธุรกิจอื่นในวงกว้าง

2.3 การวิจัยในอนาคตที่สามารถต่อยอดจากการวิจัยในครั้งนี้ เช่น การพัฒนาและทดสอบเครื่องมือหรือแอปพลิเคชันที่ช่วยในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การศึกษาแนวทางการใช้งานเทคโนโลยีในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การวิจัยดังกล่าวจะช่วยให้การพัฒนาวิธีการและเครื่องมือที่ช่วยให้ภาคธุรกิจมีความสามารถในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วินิชย์บัญชา. (2560). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 30). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ธานินทร์ ศิลปภารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. นนทบุรี : เอส. อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- ธีระ กุลารวิทย์. (2564). ปัจจัยคุณภาพ ความคุ้มค่าของการใช้บริการ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของผู้ประกอบการ Social Commerce ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) วิทยาเขตตรัง: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ. (2565) เป้าหมายการพัฒนาจังหวัดลพบุรี 20 ปี (2566-2585). สืบค้นจาก, <https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER059/GENERAL/DATA0000/00000276.PDF>
- หทัยชนก ว่องเจริญพร. (2565). การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). อุดรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- Akhter, S., Rahman, N., & Ullah, M. (2019). Development of a Customer Information Database System. In Handbook of Research on Technology Integration in the Global World.

- Al-Ayed, S., & Al-Tit, A. (2024). The impact of digitized customer behaviors on performance: The mediating and the moderating role of digitized CRM. **International Journal of Data and Network Science**, 8(1), 189-194.
- Cavaliere, L. P. L., Khan, R., Sundram, S., Jainani, K., Bagale, G., Chakravarthi, M. K., & Rajest, S. S. (2021). The Impact of customer relationship management on customer satisfaction and retention: The mediation of service quality. **Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation**, 32(3), 22107-22121.
- Chen, H., & Zhang, H. (2019). Data-Driven Operations in the Era of Industry 4.0. **International Journal of Production Economics**, 208, 106-112.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing (5th ed.)**. New York: Harper Collins Publishers.
- Davenport, T. H., & Harris, J. (2017). The Age of Analytics: Competing in a Data-Driven World. **Harvard Business Review**, 95(1), 1-10.
- Drosos, D., Skordoulis, M., & Chalikias, M. (2019). Measuring the Impact of Customer Satisfaction on Business Profitability: An Empirical Study. **International Journal of Technology Marketing**, 13(2), 143–155.
- Government Data Catalog. (2023). **จำนวนสถานประกอบกิจการในพื้นที่จังหวัดลพบุรี**. สืบค้นจาก, <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-dataset>
- Gutterman, A. S. (2023). **Organizational Performance and Effectiveness**. Retrieved from, https://www.researchgate.net/publication/372935897_Organizational_Performance_and_Effectiveness.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). **Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes**. Harvard Business Press.
- Li, Y., Li, Y., and Shi, Y. (2020). Big Data in Marketing: A Review and a Research Agenda. **European Journal of Marketing**, 54(1), 5-32.
- Mandal, P. C. (2022). Roles of Customer Databases and Database Marketing in Customer Relationship Management. **International Journal of E-Business Research (IJEER)**, 18(1), 1-12.
- Micheaux, A., & Bosio, B. (2019). Customer Journey Mapping as a New Way to Teach Data-Driven Marketing as a Service. **Journal of Marketing Education**, 41(2), 127–140.
- Pham, T. (2021). **Impact of Customer Analytics Use on CRM**. Karistad Business School.
- PricewaterhouseCoopers (PwC). (2021). **The Global State of Information Security Survey 2021**. PwC.
- Rane, N., L., Achari, A., & Choudhary, S., P. (2023). Enhancing Customer Loyalty through Quality of Service: Effective Strategies to Improve Customer Satisfaction,

- Experience, Relationship, and Engagement. **International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science**, 5(5), 427-452.
- Rane, N., Choudhary, S., & Rane, J. (2023). **Hyper-Personalization for Enhancing Customer Loyalty and Satisfaction in Customer Relationship Management (CRM) Systems**. Retrieved from, <https://papers.ssrn.com/sol3/>.
- Sheth, J. (2017). Revitalizing relationship marketing. **Journal of Services Marketing**, 31(1), 6-10.
- Thuong, C., V., & Singh, H. (2023). The Impact of a Balanced Scorecard on Enterprise Performance in Ho Chi Minh City, Vietnam. **International Journal of Organizational Leadership**, 12, 198-215.
- West, J., and Bogers, M. (2017). Leveraging External Sources of Innovation: A Review of Research on Open Innovation. **Journal of Product Innovation Management**, 34(3), 261-280.
- Yildiz, S., & Karaka, A. (2012). Defining Methods and Criteria for Measuring Business Performance: a Comparative Research Between the Literature in Turkey and Foreign. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 58, 1091-1102.
- Zipdo. (2023). **Essential Manager to Employee Ratio Statistics In 2024**. Retrieved from, <https://zipdo.co/statistics/manager-to-employee-ratio/>.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Khemika Sa-nguanpuak Highest Education: Master of Business Administration University or Agency: Thepsatri Rajabhat University Field of Expertise: Management Address: Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University, 321 Naraimaharat Road, Muang District, Lopburi 15000 Thailand
---	---

ภาคผนวก



แบบฟอร์มขอส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ลง

วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง ขอส่งบทความตีพิมพ์ลงในวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์

ข้าพเจ้า(ผู้ส่งบทความ) ชื่อ.....นามสกุล.....

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ).....

ตำแหน่ง ☐ อาจารย์ ☐ นักศึกษา

หลักสูตร.....สาขา.....

มหาวิทยาลัย.....

ชื่อเรื่องบทความภาษาไทย

ชื่อบทความภาษาอังกฤษ

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ เลขที่.....หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....

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

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์..... E-mail.....

มีความประสงค์ขอส่ง

☐

บทความวิชาการ

☐

บทความวิจัย

เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ ปริทัศน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งบทความดังกล่าวนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่ายังไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น ในระหว่างการรอตีพิมพ์ หากข้าพเจ้าขอเพิกถอนบทความ ข้าพเจ้ายินยอมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ อันอาจเกิดขึ้น

ในการนี้ข้าพเจ้าได้ดำเนินการจัดพิมพ์ ตามรูปแบบการเขียนบทความวิจัยที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ กำหนดไว้ทุกประการ และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงได้จัดส่งเนื้อหาบทความ จำนวน 1 ฉบับ ให้แก่กองบรรณาธิการวารสาร เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

ลงนาม.....ผู้ส่งบทความ

(.....)

การเตรียมต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์ลงในวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

ผลงานทางวิชาการที่ได้รับพิจารณา ได้แก่ บทความทางวิชาการ และบทความวิจัย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การตีพิมพ์ต้นฉบับใช้แบบอักษร (Font) ชนิด TH SarabunPSK ขนาด 16 และ 14 ตามที่กำหนดในแบบฟอร์ม พิมพ์หน้าเดียวขนาด A4 ความยาวไม่เกิน 15 หน้า ต้นฉบับประกอบไปด้วยหัวข้อต่อไปนี้

บทความวิจัย

1. ชื่อบทความวิจัย (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้เขียน พร้อมข้อมูลภูมิการศึกษา และสถานที่ทำงาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
ทั้งนี้ วารสารสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนชื่อและจำนวนผู้เขียน ภายหลังส่งบทความเข้าระบบแล้ว
3. บทคัดย่อ (ภาษาไทย จำนวนไม่เกิน 250 คำ และภาษาอังกฤษจำนวนไม่เกิน 250 คำ)
4. คำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
5. ความสำคัญของปัญหา
6. วัตถุประสงค์การวิจัย
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย
8. นิยามศัพท์
9. การทบทวนวรรณกรรม
10. วิธีการดำเนินงานวิจัย
11. ผลการวิจัย
12. อภิปรายผล
13. ข้อเสนอแนะ
14. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)
15. เอกสารอ้างอิง
16. ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

บทความวิชาการ

1. ชื่อเรื่อง/บทความ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อ/ที่อยู่ผู้เขียน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ทั้งนี้ วารสารสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนชื่อและจำนวนผู้เขียน ภายหลังส่งบทความเข้าระบบแล้ว
3. บทคัดย่อ (ภาษาไทย จำนวนไม่เกิน 250 คำ และภาษาอังกฤษจำนวนไม่เกิน 250 คำ)
4. คำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
5. บทนำ
6. เนื้อหา
7. สรุป
8. เอกสารอ้างอิง
9. ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

หมายเหตุ :

การกำหนดรูปแบบบทความวิจัย สำหรับตีพิมพ์ ให้ผู้ส่งปฏิบัติ ดังนี้

1. ตั้งระยะขอบบน 3.81 เซนติเมตร (1.5 นิ้ว) ตั้งระยะขอบล่าง 2.54 เซนติเมตร (1 นิ้ว)
2. ตั้งระยะขอบด้านซ้าย 3.81 เซนติเมตร (1.5 นิ้ว) ตั้งระยะขอบด้านขวา 2.54 เซนติเมตร (1 นิ้ว)
3. แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 และ 14 (ตามที่กำหนดในแบบฟอร์ม)

รูปแบบและขนาดตัวอักษร

ตารางที่ 1 การกำหนดรูปแบบและขนาดตัวอักษร

ส่วนประกอบบทความ	บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ Font = TH SarabunPSK	
	ขนาดตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษร
ชื่อเรื่องภาษาไทย	16 [CT]	ตัวหนา
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ	16 [CT]	ตัวหนา/ ตัวพิมพ์ใหญ่
ชื่อผู้พิมพ์ และผู้พิมพ์ร่วม	14 [CT]	ตัวปกติ
สถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน	14 [CT]	ตัวปกติ
บทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [CT]	ตัวหนา
เนื้อหาในบทคัดย่อ และ ABSTRACT	16 [LRJ]	ตัวปกติ
หัวข้อสำคัญ	16 [LJ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [LRJ]	ตัวปกติ
หัวข้อหลักต่างๆ เช่น ความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย และวิธีการดำเนินการวิจัย	16 [LJ]	ตัวหนา
เนื้อหาภายในหัวข้อ	16 [LRJ]	ตัวปกติ

หมายเหตุ : CT = Centre Text (กึ่งกลาง), LJ = Left Justified (ชิดซ้าย)

LRJ = Left & Right Justified (กระจายแบบไทย)

หมายเหตุ

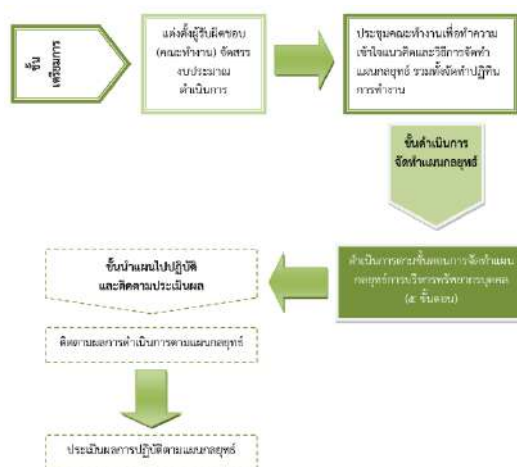
1. คำสำคัญคือ คำที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูลของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ
2. วิธีการดำเนินการวิจัย ได้แก่ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
3. เอกสารอ้างอิง ให้เขียนเฉพาะที่กล่าวถึงในบทความที่ส่งเท่านั้น
4. จำนวนหน้าของเนื้อหาของบทความที่ส่งไม่เกิน 15 หน้า
5. หมายเลข ^{1),2),3)} ถ้าเป็นอาจารย์ในหลักสูตรที่นักศึกษาเรียนอยู่ไม่ต้องใส่หมายเลขและอาจารย์อยู่ในหลักสูตรเดียวกันให้ใช้ตัวเลขเดียวกัน ส่วนถ้าอาจารย์ไม่ได้อยู่ในหลักสูตรเดียวกันให้ใช้ตัวเลขต่างกัน

การจัดรูปภาพ ตาราง และการเขียนสมการ

1. การจัดรูปภาพต้องพิมพ์รูปภาพให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ได้รูปภาพให้บอกชื่อของรูปภาพและบอกแหล่งที่มาของรูปภาพด้วย

รูปภาพควรมีรายละเอียดเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เว้นบรรทัดเหนือรูปภาพ 1 บรรทัดได้คำบรรยายรูปภาพ 1 บรรทัด ชื่อภาพให้จัดวางไว้ชิดริมซ้าย โดยวางไว้ใต้ภาพ ภาษาไทยใช้คำว่า **ภาพที่** ภาษาอังกฤษใช้คำว่า **Figure** ตามด้วยหมายเลขภาพ ห่างจากคำว่าภาพที่ 1 ตัวอักษร ใช้ลักษณะตัวเลขเป็นตัวหนา และเว้น 1 ตัวอักษร ตามด้วยชื่อภาพควรระบุที่มาของภาพ (ถ้ามี) โดยระบุคำว่า ที่มา ให้ตรงกับคำว่าภาพที่ ด้วยรูปแบบอักษรปกติ ตามด้วยเครื่องหมาย (:) แล้วเว้น 1 ตัวอักษรตามด้วยแหล่งอ้างอิง

ตัวอย่างรูปแบบภาพ



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลของ สลค.

ที่มา: สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 1 มีนาคม 2557

2. การจัดรูปแบบตาราง ตารางทุกตารางจะต้องมีหลายเลขและคำบรรยายกำกับเหนือตารางให้เว้นบรรทัดเหนือชื่อตาราง 1 บรรทัด และเว้นใต้ตาราง/หมายเหตุตาราง หรือ ที่มา 1 บรรทัด ชื่อตารางภาษาไทยใช้คำว่า **ตารางที่** ภาษาอังกฤษใช้คำว่า **Table** ตามด้วยหมายเลขตารางห่างจากคำว่าตารางที่ 1 ตัวอักษร ใช้ลักษณะตัวเลขเป็นตัวหนา และเว้น 1 ตัวอักษร ตามด้วยชื่อตารางโดยจัดรูปแบบชิดริมซ้าย

ตัวอย่างรูปแบบตาราง

ตารางที่ 1 ผลการสำรวจคุณลักษณะบัณฑิตด้านคุณธรรม จริยธรรม

หัวข้อในการสำรวจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.1 ความมีระเบียบวินัย	4.09	0.73	มาก
1.2 ความซื่อสัตย์สุจริต	4.06	0.64	มาก
1.3 ความรับผิดชอบ	3.92	0.77	มาก
1.4 ความเสียสละ ความมีน้ำใจ จิตอาสา	4.07	0.73	มาก
1.5 ความตรงต่อเวลา	4.31	0.64	มาก
1.6 มีจรรยาบรรณวิชาชีพ	4.60	.56	มากที่สุด
รวม	4.11	.70	มาก

3. ตัวอย่างการจัดรูปแบบสมการ

- ต้องพิมพ์ให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ

ตัวอย่าง รูปแบบสมการ

$$X^2 + 3x + 11 = 0$$

การอ้างอิงในเนื้อหาและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหาความทุกการอ้างอิงที่ปรากฏในเนื้อหาจะต้องมีในส่วนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ และห้ามใส่เอกสารอ้างอิงโดยปราศจากการอ้างอิง โดยมีรายละเอียดการอ้างอิงดังนี้

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

1.1 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาต่างประเทศ ให้ใช้ชื่อสกุลตามด้วยปีที่ตีพิมพ์ ในเอกสาร เช่น (Dessler, 2003) กรณีมีผู้นิพนธ์ 2 คน (Byars, & Rue, 2004) กรณีมีผู้นิพนธ์ 3 คน (Mathis, Gordon & Jackson, 2003) กรณีมีผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คน (Noe et al., 2008)

1.2 กรณีการอ้างอิงเอกสารภาษาไทยให้ใส่ชื่อและนามสกุลของผู้นิพนธ์ ตามด้วย ปี พ.ศ. เช่น (ชูศักดิ์ เจนประโคน, 2552) กรณีมีผู้นิพนธ์ 2 คน (จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์ และสุวรรณา เทพจิต, 2550) กรณีมีผู้นิพนธ์ 3 คน (ประทุม ชัยสุข, สงวน จารุจิต และสิริ สุขอนันต์, 2559) กรณีมีผู้นิพนธ์มากกว่า 3 คน (มุกดา ศรียงค์ และคณะ, 2556)

1.3 การอ้างอิงเอกสารมากกว่าหนึ่งรายการในวงเล็บเดียวกัน ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร โดยคั่นด้วยเครื่องหมายอัฒภาค “;” ไม่ต้องเว้นหน้าเครื่องหมายนี้ แต่ให้เว้น 1 ตัวอักษรหลังเครื่องหมาย เช่น (ประทุม ชัยสุข, 2557; สงวน จารุจิต, 2559)

1.4 การอ้างอิง กรณีที่มีเอกสารมากกว่าหนึ่งชื่อเรื่อง โดยผู้แต่งคนเดียวกันและพิมพ์ในปีเดียวกันควรกำหนดอักษร ก ข ค... กำกับไว้ที่ปี พ.ศ. ด้วย สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น (ชูศักดิ์ เจนประโคน, 2552ก) หรือ (ชูศักดิ์ เจนประโคน, 2552ข) และอักษร a, b, c, สำหรับภาษาต่างประเทศ เช่น (Dessler, 2003a) หรือ (Dessler, 2003b)

1.5 การอ้างอิงเอกสารที่ผู้แต่งเป็นสถาบัน ในการอ้างอิงทุกครั้งให้ระบุชื่อเต็มของสถาบัน เช่น (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2560)

1.6 การอ้างอิงที่ไม่ปรากฏนามผู้แต่งให้ใช้คำว่า นิรนาม สำหรับเอกสารภาษาไทย และคำว่า Anonymous สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศแทนชื่อผู้แต่ง เช่น (นิรนาม, 2559) หรือ (Anonymous, 2010)

1.7 การอ้างอิงสองทอด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากเอกสารต้นฉบับ ต้องสืบค้นจากเอกสารที่ผู้อื่นได้อ้างอิงไว้ (Secondary Source) เขียนโดย การอ้างอิงโดยระบุชื่อผู้แต่งต้นฉบับ (Original) ที่ผู้อื่นนำมาอ้างอิงต่อในกรณีหนังสือของ (สิริ สุขอนันต์, 2559) ให้ระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ ตามด้วย “อ้างใน” สำหรับเอกสารภาษาไทยหรือคำว่า “cited in” สำหรับภาษาไทยต่างประเทศ แล้วระบุชื่อผู้ที่นำผลงานนั้นมาอ้างอิง เช่น (Dessler, 2010 อ้างใน (สิริ สุขอนันต์, 2559)

1.8 การอ้างอิงเอกสารที่ไม่ปรากฏปีที่ตีพิมพ์ ในตำแหน่งที่ต้องระบุปีที่พิมพ์ ให้ระบุ ม.ป.ป. สำหรับเอกสารภาษาไทย เช่น (กรมป่าไม้, ม.ป.ป.) และ n.d. สำหรับเอกสารต่างประเทศ เช่น (Mathis, n.d.)

2. เอกสารอ้างอิง

2.1 หนังสือ

มุกดา ศรียงค์ และคณะ. (2556). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Maslow, A. H. (1954). **Motivation and Personality**. New York, NY: Harper & Row Publishers.

2.2 บทความจากวารสาร

วโรตม แก้วโกมินทวงษ์. (2557). สมรรถนะของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่จำเป็นต่อยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. **วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**, 6(2), 103-115.

Mowday, R. T., Steers, R. M. and Porter, L. W. (1979). The measurement of Organizational commitment. **Journal of Vocational Behavior**, 14(2), 224-247.

2.3 รายงานการวิจัย

พิมพ์ลักษณ์ อยู่วัฒนา. (2557). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสาย สนับสนุน
เครือข่ายบริการสาธารณสุข จังหวัดสมุทรสงคราม** (รายงานผลการวิจัย). สมุทรสงคราม:
สำนักงานสาธารณสุขสมุทรสงคราม.

Siriluck Usaha. (2000). **Effectiveness; Effectiveness of Suranaree University's
English placement test** (Research Reports). Nakhon Ratchasima:
Suranaree University of Technology.

2.4 วิทยานิพนธ์

2.4.1 วิทยานิพนธ์แบบรูปเล่ม

ผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ Doctoral dissertation
หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ master's thesis)./สถานที่พิมพ์:/ชื่อสถาบัน.
วันชนะ จุบรจ. (2560). ระบบสนับสนุนการประมาณการสัมผัสแคดเมียมผ่านการบริโภค
อาหาร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

2.4.2 วิทยานิพนธ์ฐานข้อมูลออนไลน์

ผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ Doctoral dissertation
หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ master's thesis)./สถานที่พิมพ์:/ชื่อสถาบัน.
สืบค้นจาก หรือ Retrieved from <http://www.xxxxxxxx>.

พรทิพย์ ว่องไวพิทยา. (2551). **การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจใน
การมอบหมายและติดตามความก้าวหน้าของงาน กรณีศึกษาคณะนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก:
มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นจาก <https://tdc.thailis.or.th/tdc/>.

2.5 เอกสารประกอบการสัมมนา

วรัญญา แก้วสุวรรณ. (2560). **ทิศทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่ประชาคมอาเซียน**. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การยกระดับแรงงานไทยสู่ประชาคมอาเซียน โรงแรมบางกอกอินเตอร์: กรุงเทพฯ.

2.6 สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ **ชื่อบทความ**./ สืบค้น หรือ Retrieved/วัน เดือน ปี,/จาก หรือ from/http://www.xxxxxxxxxx.

กองวิจัยตลาดแรงงาน. (2560). **สถิติผู้สำเร็จการศึกษา**. สืบค้น 16 มิถุนายน 2562, จาก <http://lmi.doe.go.th/images/file/book/book12.2.pdf>.

Evan, B. (2018). **The Good Book of Colors: The Essential Guide for Business**. Retrieved 29 April 2020, from <https://www.designmantic.com/blog/infographics/good-book-of-colors/>.

2.7 การประชุมทางวิชาการ

ผู้แต่ง./ (ปี)./ **ชื่อบทความ**./ ใน/ ชื่องานประชุม./ (หน้า)./ สถานที่พิมพ์:/ หน่วยงานที่จัด.

ดร.ณิ รุจกรกานต์. (2555). **ประเด็นปัญหาการจัดการศึกษาพยาบาลเพื่อคุณภาพและการเข้าถึงบริการสุขภาพ**. ในการประชุมพยาบาลแห่งชาติครั้งที่ 14: เรื่อง คุณภาพและการเข้าถึงบริการสุขภาพ: ภารกิจของพยาบาล. (105-112). กรุงเทพฯ: สมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทยฯ.

Muelbauer, J. (2007). **Housing, credit, and consumer expenditure**. In *Housing and consumer behavior*. (1-10). Kansas City, WY: Federal Reserve Bank of Kansas City.

ประวัติแนบท้ายบทความ (กรอกเป็นภาษาอังกฤษ)

รูปภาพผู้เขียน	Name and Surname: Highest Education: University or Agency: Field of Expertise: Address:
----------------	---

[ชื่อ ภาษาไทย]

[ชื่อเรื่อง ภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่)]

ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์¹ ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม² และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม³ [ภาษาไทย]

ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์¹,ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม²,และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม³ [ภาษาอังกฤษ]

1	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	} ภาษาไทย
2	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	
3	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	
1	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	} ภาษาอังกฤษ
2	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	
3	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	

E-mail ¹..... ²..... ³.....

บทคัดย่อ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

คำสำคัญ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ABSTRACT

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

Keywords

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

บทนำ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

เนื้อหา

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

สรุป

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

เอกสารอ้างอิง

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ประวัติแนบท้ายบทความ

รูปภาพผู้เขียน	Name and Surname: Highest Education: University or Agency: Field of Expertise: Address:
----------------	---

[ชื่อ ภาษาไทย]

[ชื่อเรื่อง ภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่)]

ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์¹ ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม² และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม³ [ภาษาไทย]

ชื่อ – สกุลผู้นิพนธ์¹,ชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม²,และชื่อ-สกุลผู้นิพนธ์ร่วม³ [ภาษาอังกฤษ]

1	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	} ภาษาไทย
2	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	
3	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	
1	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	} ภาษาอังกฤษ
2	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	
3	หลักสูตร.....	สาขาวิชา.....	ชื่อสถาบัน.....	

E-mail ¹..... ²..... ³

บทคัดย่อ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

คำสำคัญ

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ABSTRACT

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

Keywords

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ความสำคัญของปัญหา

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

วัตถุประสงค์การวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

กรอบแนวคิดในการวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

นิยามศัพท์

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

การทบทวนวรรณกรรม

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

วิธีดำเนินการวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ผลการวิจัย

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

อภิปรายผล

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

เอกสารอ้างอิง

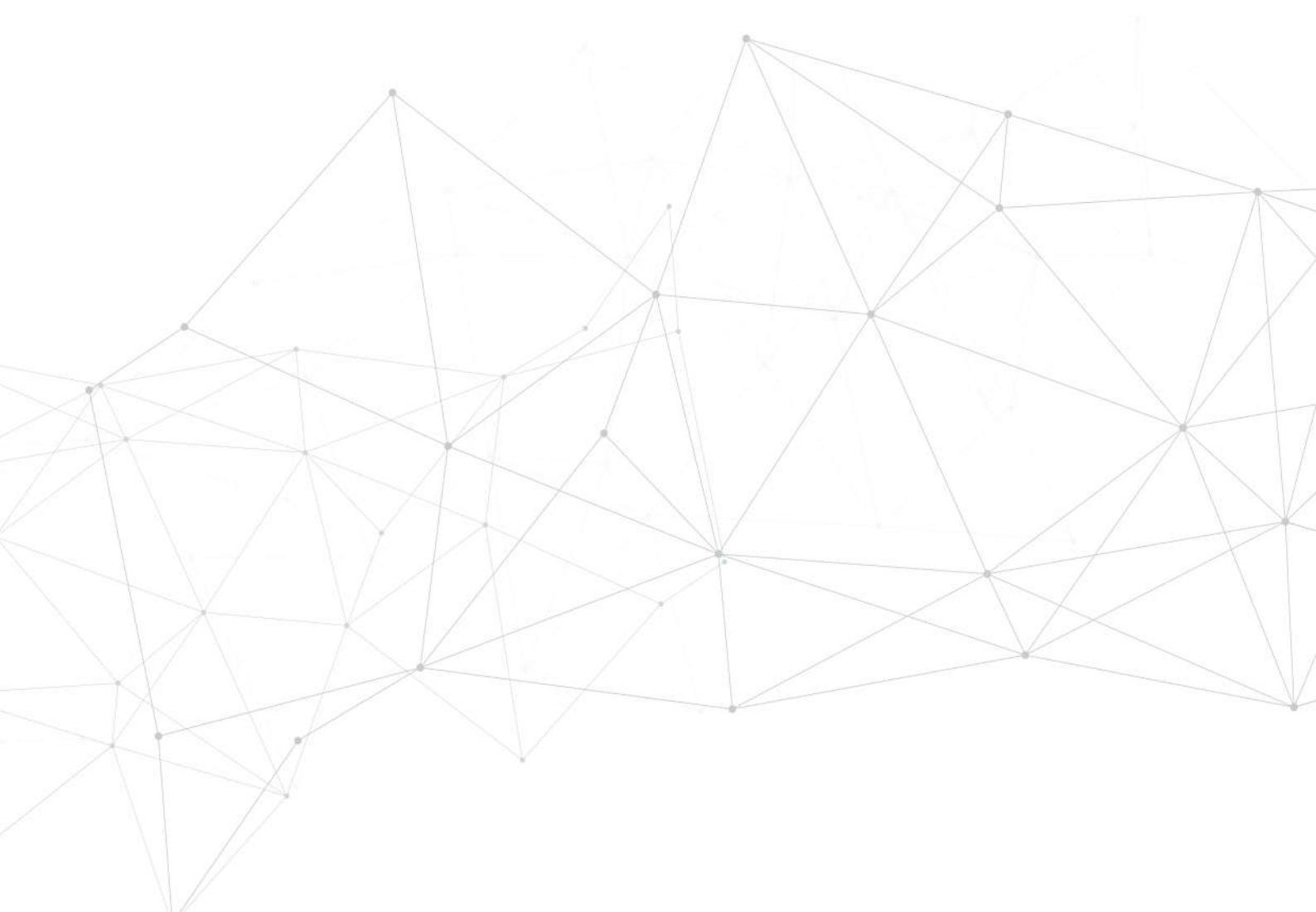
[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

.....
[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

.....
[พิมพ์เนื้อหาตรงนี้]

ประวัติแนบท้ายบทความ

รูปภาพผู้เขียน	Name and Surname: Highest Education: University or Agency: Field of Expertise: Address:
----------------	---



วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์

เลขที่ 1 หมู่ 20 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 13180

โทรศัพท์ 025-293847 โทรสาร 025-293847

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/index>

E-mail: fmsjournal@vru.ac.th

