



วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Journal of Industrial Business Administration

Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

ISSN 2697-3715 (Print)

ISSN 2697-3723 (Online)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2566

Vol. 5 No. 1 January – June 2023

บทความวิจัย

- ✧ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรใน
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ 1
วรพรรณ รัตนทรงธรรม, สุพรรณษา จิตต์มัน, ตุลาพร จันทร์กวี และ วริศรา ดวงตาน้อย
- ✧ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน 15
นันท์สินี คงแจ้ง
- ✧ การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในชุมชนบ้าน
หัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาด
ไวรัสโควิด-19 30
ดรุชา รัตนดำรงอักษร, ณัฐพงษ์ เรือนทอง และ กุมินธา ออมสิน
- ✧ การวิเคราะห์ห้องปฏิบัติการสมรรถนะแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ 43
สุภาณุภัทร วงศ์ภูดี
- ✧ การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วย Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี
สารสนเทศ สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
วิทยาเขตระยอง 59
ชัชนาจ ปั่นสันเทียะ

วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

เจ้าของ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร.ธีรวุฒิ	บุญยโสภณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ	เชียงฉิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ศาสตราจารย์ ดร.ธานินทร์	ศิลป์จารุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

หัวหน้ากองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์	วรรณโกมล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
--------------------------	----------	--

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.เสาวณิต	สุขภารังษี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ศาสตราจารย์ ดร.มานพ	ชุนิล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ศาสตราจารย์ ดร.สุทธิศักดิ์	พงศ์ธนาพานิช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์	นิลสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย	ภคภาสน์วิวัฒน์	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี	วงษ์มณฑา	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา	ผดุงสิทธิ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย	ปานจันทร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ	ณ น่าน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ฝ่ายประสานงานและจัดการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณราย	ละตา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุชา	ถาพยอม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
นางสาวชัชชญา	ยิ้มแฉล้ม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
นางสาวโกลรัตน์	จุลละจาริตต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสนับสนุนให้มีการเขียนผลงานทางวิชาการ
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการของคณาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษา ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
3. เพื่อเป็นสื่อกลางทางการศึกษา การค้นคว้า และเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ

การส่งบทความ

1. ส่งทางเว็บไซต์ของวารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม <https://tci-thaijo.org/index.php/iba>
2. ส่งไฟล์บทความทาง E-mail: iba.sunee@fba.kmutnb.ac.th ด้วยไฟล์ Microsoft Word และ PDF

กำหนดออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โทร. 02 555 2000 ต่อ 1437
E-mail: textbook_kmutnb@hotmail.com

การเผยแพร่ จัดส่งให้หน่วยงานห้องสมุด งานบริการวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ
พร้อมทั้งสามารถค้นหาได้ในเว็บไซต์ <https://tci-thaijo.org/index.php/iba>

บทความที่ลงพิมพ์เป็นข้อคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น
ผู้เขียนจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากบทความนั้น



บทบรรณาธิการ

วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม เป็นวารสารวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 5 ปีที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2566 โดยในฉบับนี้ได้นำเสนอบทความวิจัยที่น่าสนใจรวมทั้งสิ้น 5 เรื่อง บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารได้ผ่านการตรวจสอบและประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องเฉพาะศาสตร์สาขา ซึ่งถือเป็นมาตรฐานทางวิชาการที่ทางกองบรรณาธิการให้ความสำคัญอย่างมาก อันจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจใช้ในการศึกษาค้นคว้า อ้างอิง รวมถึงนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการสร้างสรรค์และพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ ต่อไป

วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรและนักศึกษาของคณะบริหารธุรกิจมีวารสารเพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยสู่สาธารณชนผู้สนใจทั่วไป ซึ่งสะท้อนถึงความก้าวหน้าทางวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ นอกจากนี้ยังเป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นเชิงวิชาการของคณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต/นักศึกษาภายนอกสถาบัน รวมถึงการสร้างเครือข่ายการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัยในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างคณะบริหารธุรกิจกับสถาบันการศึกษาอื่นทั้งภาครัฐและเอกชน เนื้อหาและขอบเขตในวารสารประกอบด้วย การบริหารธุรกิจ อุตสาหกรรม การบริหารวิศวกรรมเชิงอุตสาหกรรม ภาวะผู้นำ การจัดการโลจิสติกส์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ การบัญชี การเงินการธนาคาร การตลาด การบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการปฏิบัติการ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารธุรกิจ อุตสาหกรรมบริการ เศรษฐศาสตร์ และเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมอยู่ในระบบฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย Thai Journals Online (ThaiJO) และผ่านการประเมินคุณภาพวารสารเข้าสู่ฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2 ซึ่งผลประเมินคุณภาพวารสารข้างต้นนี้ มีระยะเวลาการรับรองคุณภาพวารสารตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2566 ไปจนถึง วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

ทางคณะผู้จัดทำวารสารฯ ขอกราบขอบพระคุณที่ปรึกษาวารสารฯ กองบรรณาธิการ ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความที่สละเวลาและใช้ความรู้ความสามารถในการทำให้คุณภาพของวารสารฯ เป็นที่น่าเชื่อถือและมีคุณค่าเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการ และขอขอบคุณนักวิชาการทุกท่านที่ส่งบทความที่มีคุณค่าทางวิชาการเข้าร่วมส่งผลให้วารสารฯ สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทางคณะผู้จัดทำวารสารฯ พร้อมทั้งจะรับฟังข้อเสนอแนะจาก ทุกภาคส่วนเพื่อทำให้วารสารนี้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับในระดับสากลต่อไป

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ วรรณโณมล)
หัวหน้ากองบรรณาธิการ



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคล ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

วรพรรณ รัตนทรงธรรม^{1*} สุพรรณ จิตต์มัน¹ ตูลาพร จันทร์ทวี¹ และ วริศรา ดวงตาน้อย¹
(วันที่รับบทความ: 14/12/2565 ; วันที่แก้ไขบทความ: 5/1/2566; วันที่ตอบรับบทความ: 12/1/2566)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จำนวน 896 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ได้กลุ่มตัวอย่าง 187 ราย โดยใช้วิธีการเลือกหน่วยตัวอย่างอย่างง่ายด้วยวิธีจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงินส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทางการเงิน และความพึงพอใจทางการเงิน นอกจากนี้ พฤติกรรมทางการเงินยังส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินอีกด้วย ดังนั้น บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาความรู้พื้นฐานทางการเงิน มีความเข้าใจหลักการวิเคราะห์ทางการเงินที่ถูกต้อง และต้องมีทัศนคติทางการเงินที่ดี ซึ่งวิธีการนี้เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาพฤติกรรมทางการเงิน การออมและลงทุน การจัดการหนี้ส่วนบุคคลได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นำไปสู่ความพึงพอใจในสถานะทางการเงินของตนเองทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

คำสำคัญ: ความรู้ทางการเงิน, ทัศนคติทางการเงิน, พฤติกรรมทางการเงิน, ความพึงพอใจทางการเงิน

¹ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 08-6202-5462 E-mail: worapan.rat@live.ur.uth.ac.th

DOI: 10.14456/jiba.2023.1



Factors Affecting Personal Financial Satisfaction of Uttaradit Rajabhat University Personnel

Worapan Ratanasongtham^{1*} Suphansa Chitmun¹ Tulaporn Jankawee¹
and Waritsara Duangtanoi¹

(Received: 14/12/2022 ; Revised: 5/1/2023; Accepted: 12/1/2023)

Abstract

The aim of this research was to study the factors affecting financial satisfaction of Uttaradit Rajabhat University personnel. The population of this study included 896 staff from Uttaradit Rajabhat University. The size of the sample was determined by using the G*Power Program. A sample group of 187 staff was derived by simple random sampling was also used by drawing. The research instrument was a questionnaire and the statistics for data analysis, including mean, standard deviation, correlation analysis, and multiple regression analysis for the hypothesis test.

The results indicated that financial literacy and financial attitudes showed a positive impact on financial behavior and financial satisfaction. In addition, financial behavior also had a positive impact on financial satisfaction. Therefore, the personnel at the Uttaradit Rajabhat University should pay more attention to basic financial knowledge education and have an accurate understanding of financial analysis principles and also a good financial attitude. This method was one of the guidelines for the development of personal financial behavior, financial planning, saving and investing behaviors in order to achieve more satisfaction both now and in the future.

Keywords: Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Behavior, Financial Satisfaction

¹ Lectural, Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University

* Corresponding Author, Tel. 08-6202-5462 e-mail: worapan.rat@live.ur.ac.th

DOI: 10.14456/jiba.2023.1



1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในหลายมิติ ทั้งทางด้านสุขภาพ สังคม เศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างมาก ทำให้ประชาชนประสบปัญหาทางการเงินด้านการบริหารการเงินส่วนบุคคล รัฐบาลจึงให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงการบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ประชาชนสามารถรับมือกับภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการมุ่งเน้นให้ประชาชนมีความรู้และทัศนคติทางการเงินที่ถูกต้อง เพื่อช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมทางการเงินที่ดีอย่างยั่งยืนในเรื่องการวางแผนการเงินและการจัดระเบียบการเงินที่ดี อันจะนำไปสู่ความพอใจกับสถานะทางการเงินของตนเองจนสามารถสนองความต้องการพื้นฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความมั่นใจถึงความพร้อมทางการเงินหลังการเกษียณอายุได้อย่างไม่เดือดร้อน (ปริญญช บุตรนำเพชร, 2562)

จากผลการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติเรื่องระดับทักษะทางการเงินของคนไทยตามกรอบของ The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) พบว่า ในปี พ.ศ. 2563 คนไทยมีพัฒนาการระดับทักษะทางการเงินดีขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 71.0 สูงกว่าปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 4.8 และยิ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยการสำรวจทักษะทางการเงินของ OECD ในปี พ.ศ. 2563 ถึงร้อยละ 10.5 อีกด้วย โดยผลการสำรวจระบุว่า คนไทยส่วนใหญ่มีความรู้ในเรื่องหลักการคำนวณดอกเบี้ยเงินเชื่อและดอกเบี้ยเงินฝาก เข้าใจภาวะเงินเฟ้อ และเข้าใจเรื่องมูลค่าเงินตามเวลาในระดับสูง ขณะที่ด้านทัศนคติทางการเงินอยู่ที่ร้อยละ 82.0 สูงกว่าปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 4.0 โดยเฉพาะทัศนคติในเรื่องการวางแผนเพื่ออนาคตในระยะยาวเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ในอนาคต และสำหรับด้านพฤติกรรมทางการเงินอยู่ที่ร้อยละ 71.1 สูงกว่าปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 3.2 โดยพฤติกรรมการจัดสรรเงินก่อนใช้และศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือมีคะแนนเพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยจากผลการสำรวจ ธปท. จึงให้ความสำคัญในเรื่องการส่งเสริมความรู้ทางการเงินและการสร้างทัศนคติทางการเงินของคนไทยที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น เพื่อให้คนไทยมีพฤติกรรมทางการเงินที่ดี อันจะนำไปสู่การสร้างภูมิคุ้มกันทางการเงินที่เป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจที่ยั่งยืน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

จากความสำคัญในเรื่องดังกล่าวข้างต้น ได้มีนักวิจัยหลายท่านให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ทางการเงิน และทัศนคติทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงิน โดยจะมุ่งเน้นศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยม และนักศึกษาปริญญาตรี ผลการศึกษา พบว่า การมีความรู้ทางการเงินที่ถูกต้องและมีทัศนคติทางการเงินที่ดีจะเป็นแรงผลักดันสำคัญให้นักเรียนและนักศึกษามีพฤติกรรมทางการเงินที่เหมาะสม (ชนานพ ลิ้มสุวรรณโรจน์, 2562; ศิริพร โสมคำภา และคณะ, 2562; สุชาญ สุขเสวี และคณะ, 2564) ดังนั้น เพื่อช่วยเติมเต็มช่องว่างงานวิจัยในอดีต งานวิจัยนี้จึงเพิ่มการศึกษาผลกระทบของความรู้ทางการเงิน ทัศนคติทางการเงินที่มีต่อพฤติกรรมทางการเงินและความพึงพอใจทางการเงินของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งผลการวิจัยจะมีส่วนช่วยให้ความรู้และให้ความเข้าใจเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงิน ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของความพึงพอใจในชีวิตและคุณภาพชีวิต

งานวิจัยนี้ดำเนินการศึกษากับข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในอาชีพที่มีปัญหาเรื่องภาระหนี้สิน โดยจากข้อมูลทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจังหวัดอุดรดิตถ์ ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 พบว่า ข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจำนวน 713 คน มีการกู้ยืมเงินสูงถึง 473 คน คิดเป็นร้อยละ 66.34 อย่างไรก็ตาม จากการประสบปัญหาภาระ



หนี้สินของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อาจส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในภาพรวม เนื่องจากเป็นอาชีพที่จำเป็นต้องได้รับการยอมรับจากคนในสังคม ซึ่งหากเกิดปัญหาด้านการเงินและหนี้สินขึ้น อาจส่งผลให้ประชาชนและหน่วยงานภายนอกมองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยว่าเป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรที่ประสบปัญหาด้านการเงิน ส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือและขาดการยอมรับจากสังคม ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย ในการนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตของบุคลากรให้สูงขึ้นและมีความมั่นคงในชีวิต ส่งผลให้มหาวิทยาลัยมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับและความเชื่อถือจากประชาชนในสังคมมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 เพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ให้สูงขึ้น มีความมั่นคงในชีวิต ได้รับการยอมรับจากประชาชนในสังคมและเป็กำลังสำคัญของมหาวิทยาลัย

3.2 เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ขยายความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมทางการเงินและความพอใจทางการเงินส่วนบุคคล

4. แนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม

คณะผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรม รวมถึงทฤษฎีต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐาน ดังนี้

4.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม (KAP Theory)

KAP Theory เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยทฤษฎีนี้อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลจะถูกกำหนดโดยความรู้และทศนคติของบุคคล กล่าวคือ บุคคลเมื่อได้รับสารก็จะเกิดความรู้ (Knowledge) และทศนคติ (Attitude) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมการปฏิบัติ (Practice) ออกมาเช่นนั้น (สุตารัตน์ โตลานุวัตร และคณะ, 2564) ดังนั้น งานวิจัยนี้ได้นำ KAP Theory มาเป็นทฤษฎีพื้นฐานในการอธิบายกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยอธิบายถึงบทบาทของความรู้ทางการเงินและทศนคติทางการเงินที่จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมทางการเงิน จนนำไปสู่ความพึงพอใจทางการเงิน ดังนี้

4.1.1 ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) หมายถึง ความรู้และความเข้าใจแนวคิดทางการเงิน ผลัดถิ่นทางการเงินและความเสี่ยงทางการเงิน เพื่อการตัดสินใจทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ นำไปสู่การปรับปรุงความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของปัจเจกชน (Organization for Economic Co-Operation and Development, 2015) โดย วิมลพร สมักรเชตรการ และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ได้อธิบายว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจทางการเงิน สามารถช่วยให้เกิดการวางแผนทางการเงินที่ดี และมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงยามเกษียณอายุ ดังนั้น ถ้ามีความรู้ทางการเงินมากจะทำให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมทางการเงินที่ดี



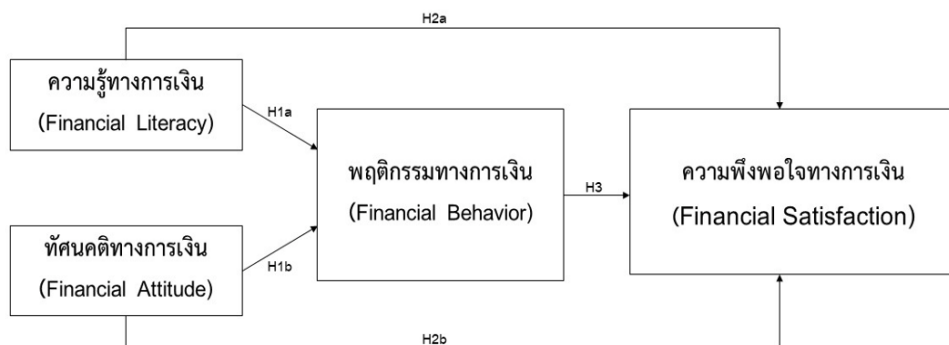
ขึ้น ไม่ตกอยู่ในภาวะความยากจน นำไปความพอใจในสถานะการเงินและความมั่นคงในชีวิตได้ สอดคล้องกับ Taft et al. (2013) ที่ระบุว่า ความรู้ทางการเงินของบุคคลเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความพึงพอใจในสถานะทางการเงินตนเองได้ เนื่องจากบุคคลจะมีความรู้ในการสร้างความสมดุลระหว่างรายรับและรายจ่าย สามารถมีเงินออมเพื่ออนาคต และมีกลยุทธ์ในการจัดการหนี้สินที่ดีอีกด้วย และสอดคล้องกับอิติต ทิวะศศิริ และคณะ (2563) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมทางการเงินที่ดีของของผู้มีงานทำซึ่งเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมจะเกิดจากการมีความรอบรู้ทางการเงิน และการมีความเชื่อมั่นในตนเองทางการเงินที่เหมาะสม

4.1.2 ทักษะทางการเงิน (Financial Attitude) หมายถึง ความสามารถของสภาวะจิตใจหรือแนวโน้มทางจิตวิทยาในการประยุกต์หลักความรู้ทางการเงินมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างเกิดประสิทธิผล (ศรีธัญญา ศีกสงคราม และอนงค์นุช เทียนทอง, 2563) โดยทฤดมณ ชี้กิ่ง และคณะ (2563) ได้อธิบายว่า ข้าราชการกองบัญชาการกองทัพบกที่มีทัศนคติทางการเงินในเชิงบวกจะเห็นความสำคัญของการออมและการลงทุนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งนำไปสู่การมีพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงินที่ดี นอกจากนี้ Winarta and Pamungkas (2020) ยังสรุปว่า ทักษะทางการเงินมีอิทธิพลอย่างมากต่อความพึงพอใจทางการเงิน โดยบุคคลที่มีทัศนคติทางการเงินที่ดีจะสามารถประยุกต์ใช้หลักการและเทคนิคทางการเงินเพื่อการวางแผนและการควบคุมทางการเงินที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจทางการเงินของแต่ละบุคคล

4.1.3 พฤติกรรมทางการเงิน (Financial Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของมนุษย์ใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทางการเงิน (Fan and Henager, 2022) โดยพฤติกรรมทางการเงินของบุคคลประกอบด้วย พฤติกรรมการบริโภค พฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน พฤติกรรมการออม พฤติกรรมการลงทุน และพฤติกรรมการวางแผนทางการเงิน ดังนั้น ผู้ที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่ดีจะส่งเสริมให้บุคคลนั้นสามารถวางแผนการจัดการทางการเงินได้ นำไปสู่ความพึงพอใจในสถานะทางการเงินของตนเอง เนื่องจากมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุขในสถานะทางการเงินของตนเอง (ณฐมน เพิ่มสุข และนภาพร นิลาภรณ์กุล, 2564) นอกจากนี้ Dew and Xiao (2011) ยังสนับสนุนว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่ดี ได้แก่ ด้านการจัดการเงินสด ด้านการออมและลงทุน ด้านการจัดการหนี้สินส่วนบุคคล และด้านการประกันชีวิต จะส่งผลให้บุคคลสามารถผ่านสถานการณ์ทางการเงินในแต่ละวันไปได้ มีความรู้สึกมั่นใจในสถานะทางการเงินทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

4.2 ความพึงพอใจทางการเงิน (Financial Satisfaction) หมายถึง ความพอใจในสถานะทางการเงินของตนเอง สามารถสนองความต้องการพื้นฐานได้ มีระดับมีหนี้หรือระดับการออมเป็นที่พอใจ ทำให้เกิดมั่นใจถึงความพร้อมทางการเงินหลังการเกษียณอายุ (Hasibuan et al., 2017) ความพอใจในสถานะทางการเงินของบุคคลจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของความพึงพอใจในชีวิตและคุณภาพชีวิต โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความรู้ทางการเงิน ทักษะทางการเงิน และพฤติกรรมทางการเงินเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจทางการเงินของบุคคล (Owusu, 2021)

จากขอบเขตงานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากภาพที่ 1 สามารถสรุปออกมาเป็น สมมติฐานในการวิจัย 3 ข้อ ดังต่อไปนี้
สมมติฐานที่ 1: a) ความรู้ทางการเงิน และ b) ทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมทางการเงิน

สมมติฐานที่ 2: a) ความรู้ทางการเงิน และ b) ทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางการเงิน

สมมติฐานที่ 3: พฤติกรรมทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางการเงิน

5. ระเบียบวิธีวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จำนวน 896 ราย ณ วันที่ 2 กันยายน 2565 (กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2565)

5.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของ Cohen (1997) โดยใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.4 โดยในการคำนวณได้กำหนดค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.15 ค่าความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน (α) เท่ากับ 0.05 ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of Test : $1-\beta$) เท่ากับ 0.80 (อิทธิชัย วรพงศธร และสุริย์พันธุ์ วรพงศธร, 2561) และจำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 2 จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 43 ราย ทั้งนี้ อัตราการตอบกลับจากการเก็บข้อมูลที่ใช้แบบสอบถามควรมีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Aaker et al., 2001) คณะผู้วิจัยจึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างเพิ่มได้จำนวนทั้งสิ้น 215 ตัวอย่าง ($43 \times 100/20$) และทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการเลือกหน่วยตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับฉลากแบบไม่ใส่กลับคืนจนกว่าได้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยได้แบบสอบถามกลับคืนมา 187 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 86.98 ซึ่งมีอัตราตอบกลับไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้



ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน จำนวน 3 ข้อ ทศนคติทางการเงิน จำนวน 4 ข้อ พฤติกรรมทางการเงินจำนวน 5 ข้อ และความพึงพอใจทางการเงิน จำนวน 3 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าน้ำหนักของตัวเลือก
น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
น้อย	มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มาก	มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย กำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49	อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49	อยู่ในเกณฑ์น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49	อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49	อยู่ในเกณฑ์มาก
ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00	อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended)

5.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

5.3.1 ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม

5.3.2 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย

5.3.3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง

5.3.4 นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านที่ศึกษาประเมินแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษา โดยวิธีคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือจุดประสงค์ (IOC) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำค่าดังกล่าวพร้อมแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

5.3.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จำนวน 30 คน ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

5.3.6 นำแบบสอบถามฉบับร่างภายหลังการนำไปทดลองใช้ (try-out) มาวิเคราะห์การวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ในการวิเคราะห์ความรู้ทางการเงิน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.813 – 0.946 ทศนคติทางการเงิน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.722 – 0.837 พฤติกรรมทางการเงิน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.709 – 0.890 และ ความพึงพอใจทางการเงิน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.764 – 0.849

การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ในการวิเคราะห์ความรู้ทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.814 ทศนคติทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.762 พฤติกรรมทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.865 และความพึงพอใจทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.738 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.70 จึงกล่าวได้ว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (Nunnally and Bernstein, 1994)

5.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

5.4.1 ส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในรูปของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับภายใน 14 วัน

5.4.2 เมื่อครบกำหนด 14 วัน หากยังได้แบบสอบถามที่ส่งกลับคืนมาไม่ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยทำการโทรศัพท์ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ตอบกลับเพื่อขอความอนุเคราะห์พร้อมทั้งดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้อีกครั้ง และรอแบบสอบถามที่ได้ทำการส่งแบบสอบถามกลับไปสำหรับผู้ที่ยังไม่มีการตอบกลับมาเป็นเวลา 14 วัน

5.4.3 ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับ

5.4.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

สำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ 1} \quad \text{FinBeh} = a + \beta_1 \text{FinLit} + \beta_2 \text{FinAtt} + \epsilon$$

$$\text{สมการ 2} \quad \text{FinSat} = a + \beta_3 \text{FinLit} + \beta_4 \text{FinAtt} + \epsilon$$

$$\text{สมการ 3} \quad \text{FinSat} = a + \beta_5 \text{FinBeh} + \epsilon$$

โดยกำหนดให้ a แทนค่าคงที่ของสมการพหุคูณในรูปคะแนนดิบ

FinLit แทน ความรู้ทางการเงิน

FinAtt แทน ทศนคติทางการเงิน

FinBeh แทน พฤติกรรมทางการเงิน

FinSat แทน ความพึงพอใจทางการเงิน

ϵ แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์



6. ผลการวิจัย

6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 และส่วนใหญ่มีสถานภาพในมหาวิทยาลัยเป็นสายวิชาการ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 มีการศึกษาระดับปริญญาโทมากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30,001-35,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และมีระยะเวลาในการทำงานส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 11 – 15 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1

6.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

รายการ		$\bar{x}$	S.D.	แปลค่า
1.	ความรู้ทางการเงิน	3.735	0.932	มาก
2.	ทัศนคติทางการเงิน	4.298	0.568	มาก
3.	พฤติกรรมทางการเงิน	3.830	0.757	มาก
4.	ความพึงพอใจทางการเงิน	3.394	0.931	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทัศนคติทางการเงินอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.298) รองลงมา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.830) ความรู้ทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.735) ส่วนความพึงพอใจทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.394) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

6.3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ตัวแปร	ความรู้ทางการเงิน	ทัศนคติทางการเงิน	พฤติกรรมทางการเงิน	ความพึงพอใจทางการเงิน
ความรู้ทางการเงิน	1			
ทัศนคติทางการเงิน	0.524***	1		
พฤติกรรมทางการเงิน	0.633***	0.677***	1	
ความพึงพอใจทางการเงิน	0.410***	0.449***	0.593***	1

*** $p < 0.01$

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรในภาพรวม ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่ควรเกิน 0.8 ซึ่งเป็นไปตาม Rule of Thumb หากมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงกว่า 0.8 แสดงว่า ตัวแปรคู่หนึ่งจะมีความสัมพันธ์กันสูงซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (Multicollinearity) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555) ดังนั้น จากการศึกษาครั้งนี้แสดงว่าค่าของตัวแปรไม่มีปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม		
	พฤติกรรมทางการเงิน (สมการที่ 1)	ความพึงพอใจทางการเงิน (สมการที่ 2)	ความพึงพอใจทางการเงิน (สมการที่ 3)
ความรู้ทางการเงิน (H1a, H2a)	0.311*** (0.047)	0.241*** (0.076)	
ทัศนคติทางการเงิน (H1b, H2b)	0.634*** (0.077)	0.528*** (0.124)	
พฤติกรรมทางการเงิน (H3)			0.730*** (0.073)
F	117.400***	29.214***	98.856***
AdjR ²	0.560	0.236	0.348

*** p < 0.01

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ทางการเงินมีผลเชิงบวกกับพฤติกรรมทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_1 = 0.311$, $p < 0.01$) และทัศนคติทางการเงิน มีผลเชิงบวกกับพฤติกรรมทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_2 = 0.634$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงินมีผลกระทบต่อพฤติกรรมทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ความรู้ทางการเงินมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_3 = 0.241$, $p < 0.01$) และทัศนคติทางการเงินมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_4 = 0.528$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงินมีผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

พฤติกรรมทางการเงินมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_5 = 0.730$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมทางการเงินมีผลกระทบต่อความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์



7. อภิปรายผลการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ถึง 3 ที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนในตารางที่ 3 พบว่า ความรู้ทางการเงิน มีค่า $\beta_1 = 0.311$ และค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงให้เห็นว่า ความรู้ทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมทางการเงิน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึง สนับสนุนสมมติฐานที่ 1a และทัศนคติทางการเงิน มีค่า $\beta_2 = 0.634$ และ ค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมทางการเงิน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1b โดยสรุป ความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมทางการเงิน แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีความรู้พื้นฐานของการเงิน เข้าใจหลักการวิเคราะห์ทางการเงินที่ถูกต้อง และมีทัศนคติทางการเงินที่ดีจะช่วยพัฒนาพฤติกรรมทางการเงินของบุคคลให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิติต ทีวีสะศิริ และคณะ (2563) ที่พบว่า พฤติกรรมทางการเงินที่ดีของผู้มีงานทำซึ่งเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมจะเกิดจากการมีความรอบรู้ทางการเงินและการมีความเชื่อมั่นตนเองในทางการเงินที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมทางการเงินที่ดี เช่น การเก็บออม การใช้จ่ายอย่างเหมาะสม จะช่วยลดปัญหาด้านการเงินในระดับบุคคลและครัวเรือนได้ และผลการวิจัยของ ชาญธาดา กฤษเลิศกุล (2564) ได้อธิบายว่า ทัศนคติทางการเงินส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินของลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคาร B จำกัด (มหาชน) เขตนครปฐม 1 โดยทัศนคติทางการเงินในด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความเชื่อ และด้านประสบการณ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินมากที่สุด

ความรู้ทางการเงิน มีค่า $\beta_3 = 0.241$ และค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงให้เห็นว่า ความรู้ทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางการเงิน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2a และทัศนคติทางการเงิน มีค่า $\beta_4 = 0.528$ และค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางการเงิน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2b โดยสรุป ความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางการเงิน แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจทางการเงิน และมีทัศนคติทางการเงินที่ดีจะเป็นผู้ที่สามารถประยุกต์ใช้หลักการและเทคนิคทางการเงินสำหรับการวางแผนและการควบคุมทางการเงินที่เหมาะสม ซึ่งช่วยให้เกิดความพึงพอใจทางการเงินมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีัญญา คีตสงคราม และอนงค์นุช เทียนทอง (2563) ที่อธิบายว่า ความรู้ทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบท่อพฤติกรรมทางการเงิน เนื่องจากผู้ที่มีความรู้ทางการเงินจะสามารถบริหารจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนเกิดสมดุลทางการเงิน และจะเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินอยู่เสมอ เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายและลดโอกาสการก่อหนี้และผลการวิจัยของทฤณมน ชี้กิ่ง และคณะ (2563) ได้พบว่าข้าราชการกองบัญชาการกองทัพไทยที่มีทัศนคติทางการเงินที่ดีเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงิน ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นความพึงพอใจทางการเงินของตนเองมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะความพึงพอใจด้านเงินออม เนื่องจากปริมาณเงินออมเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญในเรื่องความมั่นคงทางการเงินของตนเองทั้งในปัจจุบันและอนาคต

พฤติกรรมทางการเงิน มีค่า $\beta_5 = 0.730$ และค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมทางการเงินส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางการเงิน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีการกระทำที่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ทางการเงินใน

ปัจจุบันและการวางแผนเพื่อรองรับสถานการณ์ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในสถานะทางการเงินของตนเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิติต ทิวะศศิธร และคณะ (2563) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมทางการเงินของผู้มีงานทำซึ่งเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมีผลต่อความพึงพอใจทางการเงินโดยผู้ที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่ดีจะมีความมั่นคงทางการเงินทั้งด้านสภาพคล่อง ด้านหนี้สิน และด้านเงินออม กล่าวคือ หากผู้ใดมีคะแนนด้านพฤติกรรมทางการเงินสูงจะส่งผลให้มีสภาพคล่องพื้นฐานที่สูงขึ้น มีอัตราส่วนในการออมที่เพิ่มขึ้น และมีอัตราส่วนการชำระหนี้สินจากรายได้ที่ลดลง และสอดคล้องกับ[15] ที่อธิบายว่า กลุ่มวิชาชีพครูในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่ดีจะส่งเสริมให้เกิดการวางแผนการจัดการทางการเงินได้ นำไปสู่ความพึงพอใจในสถานะทางการเงินของตนเอง เนื่องจากมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุขในสถานะทางการเงินของตนเอง

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป จากผลการวิจัย พบว่า ความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงินมีผลกระทบต่อพฤติกรรมทางการเงินและความพึงพอใจทางการเงินส่วนบุคคลของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์จึงควรมีนโยบายหรือแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดความรู้ทางการเงินให้กับบุคลากรเพื่อให้เกิดทักษะทางการเงิน (Financial Literacy) ที่ดี รวมทั้งสร้างทัศนคติทางการเงินให้กับบุคลากรให้รู้จักคิด รู้จักใช้เงิน ทั้งนี้ความรู้ทางการเงินและทัศนคติทางการเงินจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินและความพึงพอใจทางการเงินของบุคลากรในการบริหารจัดการทางการเงินที่ดีซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นคงในการประกอบอาชีพและการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขของบุคลากรต่อไป

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้นโดยการศึกษาในกลุ่มบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมทั้งศึกษาในภูมิภาคต่างๆ ให้หลากหลายมากขึ้น

8.2.2 ควรศึกษาในกลุ่มของบุคลากรในหน่วยงานอื่นๆ ทั้งในส่วนกลางของภาครัฐ และส่วนกลางของภาคธุรกิจ ทั้งนี้จะน่าจะมีการเปรียบเทียบผลการศึกษาระหว่างแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

8.2.3 ควรศึกษาโดยใช้วิธีทางสถิติอื่นๆ เช่น Structural Equation Modeling (SEM) หรือ PATH Analysis

เอกสารอ้างอิง

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43-59.
- Fan, L., & Henager, R. (2022). A Structural Determinants Framework for Financial Well Being. *Journal of Family and Economic Issues* Springer, 43, 415–428.



- Hasibuan, B. K., Lubis, Y.M., & HR, W. A. (2017). Financial Literacy and Financial Behavior as a Measure of Financial Satisfaction. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 46, 503-507.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill, Inc.
- Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD). (2015). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. OECD Publishing.
- Owusu, G. M. Y. (2021). *Predictors of financial satisfaction and its impact on psychological wellbeing of individuals*. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*. DOI 10.1108/JHASS-05-2021-0101.
- Taft, M. K., Hosein, Z. Z., Mehri, S. M. T. & Roshan, A. (2013). The Relation between Financial Literacy, Financial Wellbeing and Financial Concerns. *International Journal of Business and Management*, 8(11), 63-75.
- Winarta, S. & Pamungkas, A. S. (2020). The Role of Financial Behavior, Financial Attitude, Financial Strain, and Risk Tolerance in Explaining Financial Satisfaction. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 174, 520-524.
- กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. (2565). [ออนไลน์]. ข้อมูลบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. [สืบค้นวันที่ 25 ตุลาคม 2565]. จาก http://personal.uru.ac.th/hrms_statistics/
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาญธาดา กฤษเลิศกุล. (2564). *ความรู้ทางการเงิน แรงจูงใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินและการเลือกรูปแบบการออมและการลงทุน ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 กรณีศึกษา : ลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคร B จำกัด (มหาชน) เขตนครปฐม 1*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณฐมน เพิ่มสุข และนภาพร นิลาภรณ์กุล. (2564). ทักษะทางการเงินที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางการเงินของกลุ่มวิชาชีพครู ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 11(1), 68-82.
- ทฤตมน ชีกิ่ง, กุลบุตร โกเมนกุล, สุมาลีสว่าง และกรุพัฒน ชาญกิจ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการมีวินัยทางการเงินของข้าราชการกองบัญชาการกองทัพไทย. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 18(1), 72-87.
- ธนาครแห่งประเทศไทย. (2564). [ออนไลน์]. ผลการสำรวจทักษะทางการเงินของไทย (Financial Literacy) ปี 2563 และการดำเนินงานด้านการส่งเสริมความรู้ทางการเงินของ ธปท. [สืบค้นวันที่ 5 ตุลาคม 2565]. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/2021/Pages/n7764.aspx>
- ธนาพ ลิ้มสุวรรณโรจน์. (2562). *การวางแผนทางการเงินของนักเรียนมัธยมปลายในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.



- ธวัชชัย วรพงศธร และสุริย์พันธุ์ วรพงศธร. (2561). การคำนวณขนาดตัวอย่างสำหรับงานวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power. *Thailand journal of health promotion and environmental health*, เมษายน-พฤษภาคม, 11-20.
- ปรีญา นุชบุตนาเพชร. (2562). [ออนไลน์]. *ปัจจัยที่มีผลต่อสถานะทางการเงินส่วนบุคคลในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. [สืบค้นวันที่ 1 ตุลาคม 2565]. จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993637.pdf>
- วิมลพร สมักรเชตรการ และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนการเงินเพื่อความมั่นคงตอนเกษียณอายุ กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารยูโอบี สาขานนทบุรี. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(3), 567-581.
- ศรัญญา ศักสงคราม และอนงค์นุช เทียนทอง. (2563). อิทธิพลของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน: หลักฐานการศึกษาในจังหวัดชัยภูมิ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี*, 2(5), 73-87.
- ศิริพร โสมคำภา, วิไลวรรณ สิงห์วี, ศุภิสรา เมฆโต, ชลธิชา กล้ายตระกูล และผไทมาศ คงเมือง (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ตำบลนครชุม อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร*. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สุชาญ สุขเสวี, อัจฉนา ปราชญากุล และพิมพ์จันทร์ อารยเมธาเลิศ (2564). ทัศนคติและพฤติกรรมการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคล ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์. *วารสารราชชนรินทร์*, 19(2), 31-40.
- สุดารัตน์ โตลานุวัตร, นิสากร สุวรรณสิงห์ และภาสกร จันทนาพยอม. (2564). *อิทธิพลของความรู้และทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมต่อพฤติกรรมการเดินทางโดยเครื่องบินของผู้โดยสาร*. การประชุมวิชาการระดับชาติ “การสร้างสุขภาวะชุมชนวิถีใหม่” คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล ครั้งที่ 2. 58-68.
- อิตติ ทิวะเศศิริ, นราทิพย์ ชุตินวงศ์, บุษยา วงษ์ชวลิตกุล, และ พิทยา ผ่อนกลาง. (2563). รูปแบบของปัจจัยควบคุมสุขภาวะทางการเงินของผู้มีรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 19(1), 73-92.



ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน

นันท์สินี คงแจ้ง^{1*}

(วันที่รับบทความ: 12/3/2566 ; วันแก้ไขบทความ: 2/6/2566; วันตอบรับบทความ: 8/6/2566)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน 2) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน 3) เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำนวน 400 ราย การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มอย่างมีแบบระบบ เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มักเข้าใช้ในช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. เหตุผลที่เลือกใช้ส่วนใหญ่ได้งานตรงตามความต้องการ ผู้ใช้ส่วนใหญ่เลือกใช้ผ่านช่องทาง JOBTTHAI และลักษณะที่เลือกเข้าใช้งาน โดยเลือกจากรูปภาพประกอบงานรับสมัคร

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การนำมาใช้งานจริง ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศอายุ มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกัน งานวิจัยนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกใช้, แอปพลิเคชันงาน

¹ นักประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตคันนายาว

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 091 703 3599 อีเมล: nansinee.ninew@gmail.com

DOI: 10.14456/jiba.2023.2



Factor in Decision to Use Job Applications

Nansinee Kongjang^{1*}

(Received: 12/3/2023 ; Revised: 2/6/2023; Accepted: 8/6/2023)

Abstract

The purposes of this research are 1) to study the behavior and attitude of the application users. 2) to study the deciding factors of applying for a job application. 3) to compare factors in factors in the decision to use job applications by the general status of respondents. The sample group used in the research is 400 people who used the job application. Sampling for this research is Systematic Sampling. The research tool is a questionnaire.

The result of the research reveals that most of the used job applications are female, aged between 25 - 40 years old with a bachelor's degree. Their Occupation is an employee of a private agency company with an average monthly income between 15,000 – 30,000 baht. For the behavior and attitude of job application users, most of them often access the use job applications during 18.01 – 00.00. Most users choose to use it through the application JOBTTHAI Making a decision by picture or illustration of the recruitment way they use.

Factors in the decision to use applications in general reach the most important level, while the most important factor affecting the decision of using the application is the actual implementation, the ease of using the perception of benefits, and the attitude toward the use.

The comparison of the differences between the factors in the decision of using the application for a job applying is that when classified by gender and age, it is different when classified by gender the highest level of education, occupation, and average monthly income, there is no difference. This research set the level of statistical significance at the .05 level.

Keywords: Decision to Use, Job Application

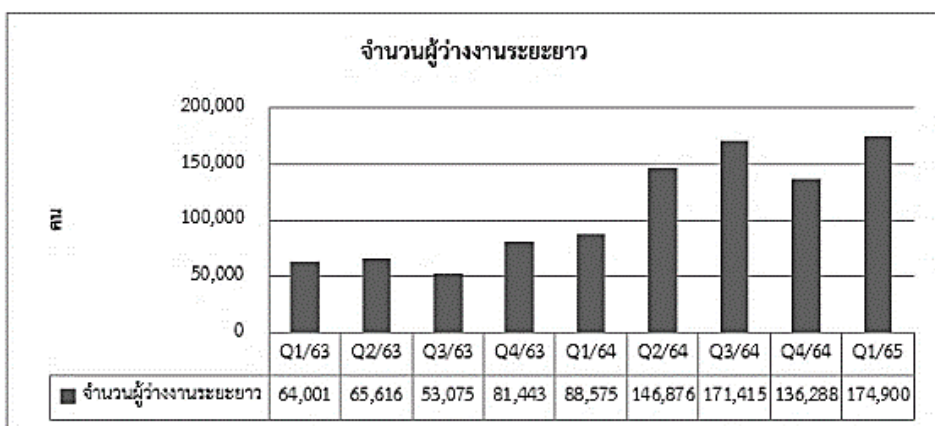
¹ Public Relation Officer Department of the environment and sanitation, Khannayao District Office

* Corresponding Author, Tel. 091 703 3599 e-mail: nansinee.ninew@gmail.com

1. บทนำ

ด้วยสาเหตุอัตราว่างงานทั้งปี 2565 ภาพรวมสถานการณ์ด้านแรงงานในประเทศไทย ปรับตัวดีขึ้น โดยอัตราว่างงานไทยปี 2565 ลดลงมาอยู่ที่ระดับร้อยละ 1.15 คิดเป็นผู้ว่างงานจำนวน 4.6 แสนคน จากระดับปี 2564 ที่ร้อยละ 1.96 อัตราว่างงานไทยยังไม่กลับไปสู่ระดับก่อนเกิดการระบาดของโควิดเมื่อปี 2562 ที่ร้อยละ 0.98 (The Standard Wealth, 2566)

ด้วยสถานการณ์การทำงานของประชากรไทย พบว่าอัตราว่างงานเป็นรายไตรมาส พ.ศ. 2561–2564 มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นการว่างงานระยะยาว (ว่างงานมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น คือในไตรมาสที่ผ่านมาที่มีจำนวนแรงงานที่ว่างงานมานานกว่า 1 ปีเป็นจำนวนทั้งสิ้น 174,900 คน เพิ่มขึ้นจากในไตรมาสก่อนหน้าที่มีจำนวนผู้ว่างงานระยะยาว 136,288 คน เพิ่มขึ้น ถึง 38,612 คน และถือว่าเป็นจำนวนที่มากที่สุดนับตั้งแต่ปี 2563 ที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยจำนวนแรงงานที่ว่างงานในระยะยาวที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับในไตรมาสที่ 3/2564 ที่มีล็อกดาวน์ (Lockdown) จากสถานการณ์โควิดระบาดโดยในขณะนั้น มีจำนวนผู้ว่างงานระยะยาว 171,415 คน ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 จำนวนผู้ว่างงานระยะยาว 2563–2565 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั้งความเจริญก้าวหน้า และการเติบโตของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้การสื่อสารมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด โดยจากผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ปี 2563 พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตนานขึ้นเฉลี่ย 12 ชั่วโมง 26 นาทีต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมามากถึง 2 ชั่วโมง 4 นาทีต่อวัน ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยประชากร แต่ละช่วงอายุมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากขึ้น โดยเฉพาะประชากรในกลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดติดต่อกันเป็นปีที่ 6 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565) ทั้งนี้จากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า มีการใช้จากโทรศัพท์มือถือสูงถึง 96.2% ใช้จากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กส่วนตัว 46.1% ใช้จากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กของที่ทำงาน 19.3% และใช้จากแท็บเล็ต 27.6% โดยคนไทยใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงถึง 9 ชั่วโมง 06 นาทีต่อวัน (Bangkokbiznews, 2565)

เทคโนโลยีมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิต สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ได้มีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และ โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) คือส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานสมาร์ทโฟน (Smart Phone) เข้าถึงสื่อต่าง ๆ การทำงานผ่านช่องทางออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้นการใช้งานในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2566 มีจำนวนผู้เข้าใช้งานทั้งในส่วนของบริษัทและ โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) มากกว่า 4.6 ล้านครั้ง โดยมีสมาชิกมากกว่า 3.2 ล้านคน (JobsDB, 2566)

จากข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยเห็นถึงอัตราการว่างงานของแรงงานในประเทศไทย พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงมากขึ้น และการให้ความสำคัญกับสมาร์ทโฟนที่มีบทบาทมากขึ้น ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษามุมมองของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน ว่ามีพฤติกรรม ทักษะคิด และการให้ความสำคัญต่อบริษัทที่ตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน ในแต่ละด้านเป็นอย่างไรช่วยให้ผู้ออกแบบแอปพลิเคชันสมัครงานพัฒนา ปรับเปลี่ยนรูปแบบ แอปพลิเคชันสมัครงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในแอปพลิเคชันสมัครงานแบบสูงสุด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.3 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 ด้านผู้ประกอบการ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้พัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชัน หรือการกำหนดแนวทางการตลาดได้ดียิ่งขึ้นในอนาคตต่อไป

3.2 ด้านหน่วยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลวิจัยไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับสมัครของหน่วยงานภาครัฐในอนาคตต่อไป

3.3 ด้านการศึกษา นักวิชาการ สามารถนำผลงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการประกอบการสอน ต่อยอดการทำวิจัยเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันในอนาคตต่อไป

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

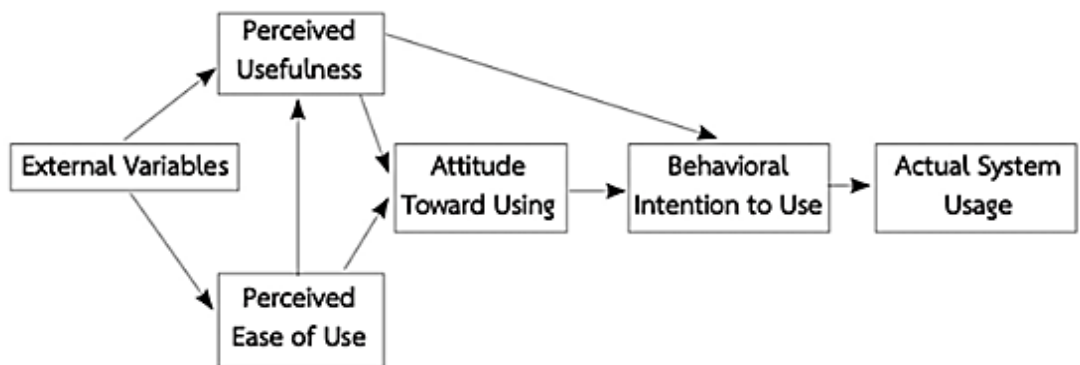
4.1 พฤติกรรมที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

4.1.1 Davis et al. (1989) กล่าวถึง พฤติกรรมที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่า พฤติกรรม หรือการกระทำที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ ได้รับอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ว่าการใช้งานง่าย และการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบ ผู้ใช้จะแสดงพฤติกรรมการใช้ออกมาในรูปแบบใด ก็ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานถ้าผู้ใช้มีทัศนคติเชิงบวกกับระบบสารสนเทศก็จะมีพฤติกรรมการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศด้วย

4.1.2 สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวถึง การยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ดังนั้น หลังจากการได้ทดลองใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน เป็นการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งสิ้น (Foster, 1973) กล่าวถึงพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่า การที่ประชาชนได้รับการเรียนรู้โดยการศึกษาผ่านขั้นของการรับรู้ ซึ่งจะเกิดการยอมรับขึ้นและถ้าหากได้รับการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยการเรียนรู้ นั้น จะเกิดผลต่อเมื่อได้รับการทดลองปฏิบัติโดยเมื่อเขาแน่ใจแล้วว่าสิ่งนั้นสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างจริงจัง จึงกล้าตัดสินใจยอมรับสิ่งนั้น

4.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model :TAM) เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989) ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) TRA โดย TAM เป็นแบบจำลองที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ได้แก่ “การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use – PEOU) และ “การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้” (Perceived Usefulness - PU) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ “ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี” (Behavioral Intention) มีทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ “ตัวแปรภายนอก” (External Variables) “การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน” (PEOU) “การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้” (PU) และ “ทัศนคติ” (Attitude) ซึ่งในท้ายที่สุดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี จะส่งอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีนั้น



ภาพที่ 2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis et al., 1989)

4.2.1 Ajzen (1991) และ Davis et al. (1989) ได้นำทฤษฎีของ Technology Acceptance Model (TAM) ประยุกต์กับการพยากรณ์พฤติกรรมและความเข้าใจของมนุษย์ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

External Variable หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรภายนอกสร้างจากการรับรู้ให้แต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น

Perceived Usefulness หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ซึ่งเป็นตัว กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคล กล่าวคือ แต่ละคนจะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วย ในการพัฒนา หรือศักยภาพผลงาน ของตัวเองได้อย่างไรบ้าง

Perceived Ease of Use หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้งานซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ใน ปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่

Attitude toward Use หมายถึง ทศนคติที่มีต่อการใช้ว่า แต่ละบุคคลมีความสนใจที่จะใช้ระบบ เทคโนโลยีหรือยอมรับการใช้งาน

Intention to Use หมายถึง การตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมสนใจที่จะใช้ เทคโนโลยี

Actual Systems Use หมายถึง การที่บุคคลการยอมรับเทคโนโลยีและนำมาใช้งานจริง

จากที่กล่าวมาข้างต้น แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีการพัฒนาปรับปรุงอย่าง ต่อเนื่อง ในด้านความไม่สมบูรณ์ครบถ้วนของการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การใช้งานของแบบจำลองในรุ่น ก่อนหน้า ผลจากการปรับปรุงเพิ่มเติมความสามารถของแบบจำลอง สิ่งที่ตามมา คือความสัมพันธ์ที่มีความ ซับซ้อนที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสะดวกในการประยุกต์ใช้งาน รวมทั้งการวิเคราะห์และแปลผล

4.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (McKechnie et al., 2006) มิติเกี่ยวกับความเสี่ยงที่ จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีได้ดังนี้

4.3.1 ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้บริการว่าจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ควร จะเป็น

4.3.2 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security) หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับการสูญเสียที่ ผู้ใช้บริการอาจได้รับจากความไม่ปลอดภัยของระบบ

4.3.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ (Privacy Concern) หมายถึง การถูก ละเมิดหรือลักลอบ นำความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ของผู้ให้บริการด้วยเช่นกัน

ดังนั้น สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความเสี่ยง เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ เนื่องจากเป็นความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้จากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน ทั้งความ เสี่ยงที่มาจากผู้สร้างแอปพลิเคชันสมัครงาน ระบบการสื่อสาร การเก็บข้อมูลผู้ใช้งาน และตัวผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงานเอง

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวน ประชากรที่แน่ชัด

5.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบ จำนวนประชากร (ธานินทร์ ศิลปจารุ, 2563) โดยใช้สูตร

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$



โดยที่ n = กลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด ไม่ต่ำกว่า 50% ($P = 0.50$)

e = ค่าความคาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ($e = 0.05$)

Z = ระดับความเชื่อมั่น 95% ($Z = 1.96$)

$$n = \frac{(.50)(1 - .50)(1.96)^2}{.05^2}$$

= 384.16 หรือ 384

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคาดเคลื่อน $\pm 5\%$ เมื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่างจะได้เท่ากับ 384 คน ผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามเพิ่มเป็น 400 ราย เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บข้อมูล

5.1.3 การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling)

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย และการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อคำถามจำนวน 37 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)

5.3 คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับร่างภายหลัง การนำไปทดลองใช้ (Try-Out) โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จะคำนวณหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) เป็นรายข้อของแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้มีค่าระหว่าง 0.329-0.709 ในส่วนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ปรากฏผลได้ค่า 0.929 โดยการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

5.4 วิธีการเก็บรวบรวม

5.4.1 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย

5.4.2 ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google form ก่อนนำเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ได้แก่ กลุ่ม เฟซบุ๊ก (Facebook) และกลุ่มสังคมออนไลน์อื่น ๆ อาทิ ไลน์ (LINE) และอินสตาแกรม (Instagram)

5.4.3 ผู้วิจัยได้ทำการกระจายแบบสอบถามออนไลน์ให้ทั่วภูมิภาคโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2565

5.4.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

5.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรมเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ตามลำดับ 7 ขั้นตอน ดังนี้

5.5.1 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

5.5.2 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงานจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

5.5.3 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยแบบจำแนกสองทาง (Compare Means) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

5.5.4 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5.5.5 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม และทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยแบบจำแนกสองทาง (Compare Means) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อ 2

5.5.6 การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกสถานภาพทั่วไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่มสำหรับตัวแปรด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis

5.5.7 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จากแบบสอบถามตอนที่ 4 ที่มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency) โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท

6.1 พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักเข้าใช้ในช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. เหตุผลที่เลือกใช้ส่วนใหญ่ได้งานตรงตามความต้องการ ผู้ตอบ



แบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้ผ่านช่องทาง JOBTTHAI และลักษณะที่เลือกเข้าใช้งาน โดยเลือกจากรูปภาพประกอบงานรับสมัคร

6.2 ผลการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม	4.57	0.37	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยภาพรวม	4.55	0.40	มากที่สุด
1. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสมัครงาน	4.46	0.62	มาก
2. ช่วยลดเวลาและสามารถไปทำอย่างอื่นได้เพิ่มมากขึ้น	4.58	0.56	มากที่สุด
3. ช่วยให้การสมัครงานเร็วขึ้น	4.60	0.54	มากที่สุด
4. ช่วยให้สามารถหางานที่หลากหลายมากขึ้น	4.61	0.52	มากที่สุด
5. ช่วยให้รับข่าวสารข้อมูลการสมัครงานที่ถูกต้อง	4.48	0.64	มาก
6. ช่วยให้เปรียบเทียบสวัสดิการได้ง่ายขึ้น	4.47	0.65	มาก
7. ช่วยให้เปรียบเทียบเงินเดือนได้ง่ายขึ้น	4.49	0.63	มาก
8. ช่วยให้คัดกรองเฉพาะสิ่งที่สนใจสมัครงานได้	4.57	0.52	มากที่สุด
9. ช่วยให้สามารถค้นหางานได้อย่างแม่นยำ	4.48	0.60	มาก
10. ช่วยลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเดินทาง เอกสารประกอบการสมัครงาน	4.61	0.55	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยภาพรวม	4.55	0.40	มากที่สุด
11. มีประโยชน์ต่อผู้ใช้ที่ไม่สะดวกในการเดินทาง	4.62	0.52	มากที่สุด
12. สามารถเรียนรู้วิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง	4.59	0.55	มากที่สุด
13. ลดความเสี่ยงอันตราย เช่น การติดเชื้อจากการสัมผัส และอุบัติเหตุจากการเดินทาง	4.54	0.65	มากที่สุด
ด้านความง่ายในการใช้งาน โดยภาพรวม	4.58	0.47	มากที่สุด
14. ง่ายต่อการติดตั้งแอปพลิเคชัน	4.56	0.59	มากที่สุด
15. ง่ายต่อการค้นหางาน	4.57	0.59	มากที่สุด
16. สามารถทำได้ตลอดเวลา	4.68	0.51	มากที่สุด
17. การออกแบบบนแอปพลิเคชันใช้งานง่าย	4.57	0.58	มากที่สุด
18. ไม่ต้องใช้เอกสารประกอบการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน	4.55	0.65	มากที่สุด
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช่ โดยภาพรวม	4.55	0.47	มากที่สุด
19. แอปพลิเคชันสมัครงานมีความน่าเชื่อถือ	4.53	0.60	มากที่สุด
20. การสมัครงานในแอปพลิเคชันเชื่อถือได้	4.49	0.62	มาก
21. คุณภาพของแอปพลิเคชันสมัครงาน	4.52	0.60	มากที่สุด



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ โดยภาพรวม	4.55	0.47	มากที่สุด
22. แอปพลิเคชันสมัครงานมีบริการครอบคลุม	4.45	0.66	มาก
23. แอปพลิเคชันสมัครงานไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.57	0.57	มากที่สุด
24. การใช้แอปพลิเคชันสมัครงานทำให้ได้งานเร็วขึ้น	4.54	0.63	มากที่สุด
25. สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสมัครงานได้อย่างง่าย	4.65	0.55	มากที่สุด
27. รู้สึกยินดีที่จะแนะนำแอปพลิเคชันสมัครงานให้ผู้อื่น	4.54	0.62	มากที่สุด
28. การสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันมีความทันสมัย	4.62	0.54	มากที่สุด
29. สามารถรับรู้เรื่องราวข่าวสาวผ่านทางโฆษณาส่งเสริมการสมัครงาน	4.55	0.59	มากที่สุด
30. รู้สึกปลอดภัย จากโรคระบาดไวรัสโคโรนา - 2019	4.63	0.61	มากที่สุด
ด้านการนำมาใช้งานจริง โดยภาพรวม	4.61	0.43	มากที่สุด
31. สามารถศึกษารายละเอียดก่อนการสมัครงานได้เป็นอย่างดี	4.61	0.55	มากที่สุด
32. ทำให้ทราบข้อมูลการสมัครได้ผ่านทางอีเมล	4.58	0.56	มากที่สุด
33. สามารถสมัครงานได้ 24 ชั่วโมง	4.68	0.51	มากที่สุด
34. สามารถสมัครงานได้อย่างรวดเร็วกว่าการเดินทางไปสมัครด้วยตนเอง	4.68	0.50	มากที่สุด
35. ผลลัพธ์ของการสมัครผ่านแอปพลิเคชันไม่ต่างจากการไปสมัครด้วยตนเอง	4.52	0.67	มากที่สุด
36. ทำให้ทราบข้อมูลสวัสดิการที่ทำงาน	4.54	0.65	มากที่สุด
37. สามารถใช้อุปกรณ์รองรับการใช้งานได้หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น	4.69	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 สำหรับการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการนำมาใช้งานจริง พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ตามลำดับสำหรับการพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.45 - 4.69

6.3 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย



Independent-Samples t-test และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova)

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.56	0.57
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.45	0.65
2. ความง่ายในการใช้งาน	0.56	0.57
3. ทักษะที่มีต่อการใช้	1.04	0.30
4. การนำมาใช้งานจริง	-0.53	0.60

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ พบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม และการเปรียบเทียบเป็นรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	F-Value	P-Value
โดยภาพรวม	3.34	0.04*
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	2.27	0.13
2. ความง่ายในการใช้งาน	2.61	0.07
3. ทักษะที่มีต่อการใช้	2.38	0.09
4. การนำมาใช้งานจริง	4.86	0.01*

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ พบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ ด้านการนำมาใช้งานจริง ส่วนเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ แอปพลิเคชันสมัครงาน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 รายการ ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชันสมัครงานทำให้ได้งานเร็วขึ้น การสมัครงานในแอปพลิเคชันเชื่อถือได้ ทำให้ทราบข้อมูลการสมัครได้ผ่าน



ทางอีเมล สามารถสมัครงานได้ 24 ชั่วโมง และสามารถใช้อุปกรณ์รองรับการใช้งานได้หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น

ตารางที่ 4 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.57	0.57
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.81	0.45
2. ความง่ายในการใช้งาน	0.07	0.93
3. ทศณคติที่มีต่อการใช่	0.39	0.68
4. การนำมาใช้งานจริง	1.02	0.36

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม และการเปรียบเทียบเป็นรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอาชีพ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.95	0.45
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.43	0.83
2. ความง่ายในการใช้งาน	2.21	0.05*
3. ทศณคติที่มีต่อการใช่	0.52	0.76
4. การนำมาใช้งานจริง	1.30	0.26

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน



ตารางที่ 6 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านรายได้

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.51	0.60
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.62	0.54
2. ความง่ายในการใช้งาน	1.51	0.22
3. ทักษะที่มีต่อการใช้	0.37	0.69
4. การนำมาใช้งานจริง	1.21	0.30

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านรายได้ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม และการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน

ลำดับ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ	ความถี่
1	สมัครงานได้รวดเร็วดี	21
2	แอปพลิเคชันนั้นก็น่าสนใจและเข้าใจง่าย	19
3	คั่นงานที่ต้องการได้ง่ายและรวดเร็ว	14
4	ความง่ายในการใช้งานขึ้นอยู่กับเว็บที่เลือกใช้บางเว็บไซต์	12

7. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

7.1 ความง่ายในการใช้งานของการใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยมีค่าเฉลี่ยความง่ายในการใช้งานเท่ากับ 4.58 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งการใช้แอปพลิเคชันสมัครงานสามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ง่ายต่อการค้นหา งาน สอดคล้องกับ สิทธิชัย ภูเขาแก้ว ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab เมื่อผู้ใช้ทดลองใช้แล้วรับรู้ถึงความง่ายจากขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีฟังก์ชันที่เรียนรู้ได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (สิทธิชัย ภูเขาแก้ว, 2560)

7.2 การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวมเท่ากับ 4.55 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งการใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน มีประโยชน์ต่อผู้ใช้ที่ไม่สะดวกในการเดินทาง สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ธนียพร สุวัจนพรพงศ์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์การใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากกลุ่ม

ตัวอย่างรับรู้ประโยชน์ว่าแอปพลิเคชันหาคู่มือออนไลน์เป็นช่องทางที่ทำให้ผู้หญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานครได้มีโอกาสทำความรู้จักกับผู้อื่น (ฉันทพร สุวจันพรพงศ์ และคณะ, 2562)

7.3 ทักษะที่เกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน โดยมีค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการใช้งานของการใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวมเท่ากับ 4.55 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งทัศนคติที่มีต่อการใช้งานในแง่ สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้อย่างง่าย และรู้สึกปลอดภัยจากโรคระบาดไวรัสโคโรนา – 2019 สอดคล้องกับ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ของ Davis โดยทฤษฎีดังกล่าวนี้มีปัจจัยหลักได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อว่าจะช่วยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งหมายถึง ระดับความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีนั้นไม่ต้องการความพยายามที่จะใช้งาน ซึ่งสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา (Wantanakomol and Silpcharu, 2020) จะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use)

ดังนั้น ผู้ใช้แอปพลิเคชันมีความรู้ความเข้าใจรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชันจะส่งผลต่อการใช้งานความง่ายในการใช้งานนั้น อยู่ทีทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันสู่การตัดสินใจนำมาใช้งานจริง

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแอปพลิเคชัน จากการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานนั้น ผู้ที่ออกแบบแอปพลิเคชัน ควรคำนึงถึงการนำมาใช้จริงของผู้ใช้งาน การสมัครงานได้อย่างรวดเร็วและตรงตามความต้องการของผู้ใช้ โดยไม่รู้สึกถึงความยุ่งยากในการใช้ ถ้าผู้ออกแบบแอปพลิเคชันเข้าใจถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน และการเลือกปรับแอปพลิเคชัน ให้มีความง่ายต่อการใช้งาน ดังนั้น ผู้ออกแบบแอปพลิเคชันควรต้องคำนึงถึงลักษณะผู้ใช้เป็นอันดับแรกจึงจะทำให้แอปพลิเคชันมีความสมบูรณ์และความสะดวก ในการใช้งานในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในแอปพลิเคชันสมัครงานแบบสูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก คู่กับการแจกแบบสอบถาม เพื่อจะสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชันว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่นอกเหนือจากการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน และนำข้อมูลมาพัฒนาเทคโนโลยีด้านการให้บริการที่น่าสนใจ และด้านอื่นที่สำคัญเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชันได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bangkokbiznews. (2565). ข้อมูลล่าสุดสถิติใช้ดิจิทัลในไทย จากรายงาน We are social. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <https://www.bangkokbiznews.com/columnist/989552>
- Davis, F., Bagozzi, R., and Warshaw, P. (1989). User Acceptance of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*.
- Foster, G. (1973). *Traditional societies and technological change*. New York: Harper & Row
- JobsDB by SEEK. (2566). งานไอที อาชีพสุดปังในโลกยุคใหม่ที่ทุกบริษัทต้องการ. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <https://th.jobsdb.com/th-th/articles/งานไอที-อาชีพสุดปัง/>



- McKechnie, S., Winklhofer, H., and Ennew, C. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 34(4), 388-410.
- The Standard Wealth. (2566). อัตราว่างงานไทยปี 2565 อยู่ที่ 1.15% ยังไม่กลับสู่ช่วงก่อนโควิด 'สภาพัฒน์' ห่วงแรงงานในภาคส่งออก-เด็กจบใหม่. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. จาก : <https://thestandard.co/thai-unemployment-rate-in-2022/>.
- Watanakomol, S. and Silpcharu, T. (2020). Strategy for Preventing Corruptions in Industrial Business Organizations with Delphi Technique. *Academy of Strategic Management Journal*. 20(3), 1-10.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2022). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>
- อัมพร สุวัจน์พรพงศ์, ศรีณยธร ศศิณกรแก้ว และวราพรรณ อภิศุภะโชค. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาควิชาวิทยาศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามมิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). การสำรวจภาวะการทำงานของประชากรสำนักงานสถิติแห่งชาติ. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/02.aspx>
- สิงห์ นวิสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สิทธิชัย ภูเขาแก้ว. (2560). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

ดร.รา รัตนดำรงอักษร^{1*} ณัฐพงษ์ เรือนทอง² และ กุณินธา ออมสิน³

(วันที่รับบทความ: 13/1/2566 ; วันที่แก้ไขบทความ: 1/6/2566; วันที่ตอบรับบทความ: 8/6/2566)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตอย่างไร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 15 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ข้อแรก พบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง ได้แก่ แนวทางแรก ผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่เปลี่ยนแปลงวิธีจำหน่ายสินค้า แต่ใช้เงินเก็บที่มีอยู่เป็นค่าใช้จ่ายดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดต่อไปได้ มีจำนวนมากที่สุด 7 ราย รองลงมาคือ สร้างช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ มีจำนวน 6 ราย ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น แนวทางต่อมาผู้ประกอบการเลือกการเปลี่ยนอาชีพ โดยจะกลับมาทำอาชีพเดิมอีกครั้งหลังการแพร่ระบาดไวรัสเริ่มคลี่คลายลง และแนวทางสุดท้ายผู้ประกอบการเลือกประกอบธุรกิจเสริมเพื่อรักษาธุรกิจหลัก มีจำนวน 1 ราย ส่วนผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อสุดท้าย พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จำนวน 15 ราย ส่วนใหญ่ปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจไปจากเดิม เช่น เปลี่ยนเวลาดำเนินกิจการ ลดจำนวนพนักงาน เปลี่ยนแปลงวิธีจำหน่ายสินค้า และอื่น ๆ มีจำนวน 9 ราย ที่เหลืออีก 6 ราย เลือกดำเนินธุรกิจแบบเดิม โดยยอมรับผลกระทบที่เกิดจากการแพร่ระบาดของไวรัส เช่น รายได้จากการจำหน่ายสินค้าลดลง และค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกด้วย

คำสำคัญ: ธุรกิจท่องเที่ยว, ชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง, โควิด-19

¹ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³ นักศึกษาหลักสูตรการบัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 096-654-1951 อีเมล: darucha_rat@cmru.ac.th DOI: 10.14456/jiba.2023.3



A Study of Changes in Souvenir Business Entrepreneurs in Ban Rom Bo-Sang Handicraft Community San Kamphaeng District Chiang Mai Province during the COVID-19 Pandemic Crisis

Darucha Rattanadumrongaksorn^{1*} Natthapong Ruendtong² and Kumintha Aomsin³

(Received: 13/1/2023 ; Revised: 1/6/2023; Accepted: 8/6/2023)

Abstract

The objectives of this study were to 1) study guidelines for solving problems in running business of souvenir business entrepreneurs; and 2) study behaviours of souvenir business entrepreneurs in adjusting their ways of running business during the COVID-19 pandemic crisis. This study was qualitative research using interviews as a research instrument. The participants were 15 souvenir business entrepreneurs in Rom Bo-Sang handicraft community, San Kamphaeng district, Chiang Mai province by non-probabilistic random with purposive sampling.

It was found that 1) there were 4 guidelines for solving problems in running business of souvenir business entrepreneurs: 7 participants preferred not to change their ways of distributing goods but used their savings in running their business in order to survive, 6 participants preferred to have the online channels for distributing goods that helped them earned more income, 1 participant preferred to have a new job but wanted to do the souvenir business again after the COVID -19 pandemic gets better, and 1 participant preferred to do extra jobs to earn extra income to support their souvenir business and to survive during the COVID-19 pandemic; and 2) 15 souvenir business entrepreneurs differently adjusted their ways of running business such as 9 participants adjusted business timing, decreased number of staff, changed ways of distributing goods, etc. 6 participants continued running their business the same ways as before but in return their business were affected by the COVID-19 pandemic crisis in various ways such as the decrease of their income, and more expenses to cover in order to survive.

Keywords: Tourism Business, Bo-sang Handicraft Community, COVID-19

¹ Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences,
Chiang Mai Rajabhat University

² Student, Master of Business Administration Programs, Chiang Mai Rajabhat University

³ Student, Bachelor of Accountancy Programs, Chiang MAI Rajabhat University

* Corresponding Author, Tel. 096-654-1951 e-mail: darucha_rat@cmru.ac.th DOI: 10.14456/jiba.2023.3

1. บทนำ

ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมการส่งออกสินค้าที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศไทย เป็นกลไกสำคัญในการช่วยรักษาเสถียรภาพ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งยังมีความสำคัญในการพัฒนาประเทศให้มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและมั่นคง และเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่มีลักษณะสนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) และจากบทบาทสำคัญของการท่องเที่ยวในการกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ทำให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่คิดนำวัสดุในท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและนำมาขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว (นิคม จารุมณี, 2536 อ้างถึงใน ดวงดาว โยชิตะ, 2561) จึงเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นตั้งแต่ระดับฐานรากของเศรษฐกิจประเทศไทย เช่น การนำไม้ไผ่ในพื้นที่มาทำเป็นโครงร่างของชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่นำรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าสู่ประเทศ โดยในปี 2563 สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวน 49,841 ล้านบาท (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2565) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย สะท้อนถึงเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรม กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ต่าง ๆ ให้มาเยี่ยมชม เยือน โดยบ้านบ่อสร้างจัดเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวมักให้ความสนใจและมาเยี่ยมชม ในฐานะหมู่บ้านหัตถกรรมที่ขึ้นชื่อด้านการทำร่มที่มีเอกลักษณ์อันแสดงให้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาช้านานได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ร่มที่ผลิตและจำหน่ายที่บ้านบ่อสร้างเป็นหนึ่งในสินค้าที่ระลึกที่สร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวเชียงใหม่ส่วนใหญ่มักจะแบ่งเวลาแวะเวียนไปเยี่ยมชมและเลือกซื้อร่มบ่อสร้าง งานหัตถกรรมพื้นเมือง ตลอดจนสินค้าที่ระลึกอื่น ๆ จากร้านค้าในชุมชน ชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างจึงเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึกประเภทสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (พิเชษฐ จุลรอด และภาณุ ปิณฑุกาพล, 2564) สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างมาอย่างยาวนาน

แต่เมื่อมีการระบาดของไวรัสโควิด-19 จนทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องหยุดการดำเนินการ รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างก็ได้รับผลกระทบที่รุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการในชุมชนขาดรายได้ที่จะนำมาใช้หมุนเวียนธุรกิจและเลี้ยงตนเอง ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการทำธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถหารายได้มาจุนเจือตนเองและครอบครัว โดยบางส่วนสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ซึ่งมีทั้งที่ยังอยู่ในธุรกิจเดิม และเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่ธุรกิจอื่น ซึ่งจะมีผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง เมื่อวิกฤติการระบาดของไวรัสโควิด-19 ผ่านพ้นไป ทำให้ผู้วิจัยมีความประสงค์จะศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างซึ่งมีผลมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตลอดจนผลที่ตามมาจากการเปลี่ยนแปลงนั้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาสรุปผลเปรียบเทียบวิธีการแก้ปัญหา ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงแนวคิดในการเลือกวิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการเมื่อต้องประสบปัญหาในลักษณะดังกล่าว และนำไปสู่การใช้ข้อมูลที่ได้รับ ไปปรับใช้เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ ตลอดจนเพื่อใช้ในการวางแผนเพื่อรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นซ้ำในอนาคตกับผู้ประกอบการต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ว่ามีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตอย่างไร ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอดต่อไปได้และมีรายได้เพิ่มขึ้น อย่างเช่น การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

3.2 ทำให้ผู้ที่สนใจทำธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการลงทุนและการจัดการธุรกิจของตนให้เกิดประสิทธิภาพและรับมือต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของตนในอนาคต

4. นิยามศัพท์

4.1 ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

4.2 สินค้าที่ระลึก หมายถึง สินค้าและของฝากที่นำมาจำหน่ายโดยผู้ประกอบการในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการระลึกถึงการมาเยี่ยมเยือนหรือเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ดังกล่าว

5. การทบทวนวรรณกรรม

5.1 ประวัติของชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง

ชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างขึ้นชื่อด้านการทำร่มในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เดิมชาวบ่อสร้างอพยพมาจากสิบสองปันนา (เขตปกครองตนเองในสาธารณรัฐประชาชนจีน) และมีเชื้อสายไทลื้อ มีชื่อเรียกว่า บ้านบ่อซาง แต่ต่อมาเพี้ยนมาเป็นบ้านบ่อสร้าง ชาวบ้านมีอาชีพหลักคือ การทำนา ส่วนการทำร่มนั้นจะทำในเวลาที่ว่างเว้นจากการทำนา ในขณะนั้นชาวบ้านก็ประสบปัญหาเกี่ยวกับมอด เมื่อบรรทุกมไปขายให้กับพ่อค้าคนกลางในตัวเมืองเชียงใหม่มักจะถูกกดราคาให้ต่ำ อีกทั้งร่มโครงเหล็กก็กำลังเป็นที่นิยม ทำให้ชาวบ้านทยอยกันเลิกทำร่มและเริ่มออกจากหมู่บ้านเพื่อหาอาชีพอื่นในตัวเมืองเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง จนแทบจะไม่เหลือผู้สืบทอดการทำร่มโครงไม้ไผ่เลย (มิวเซียม ไทยแลนด์, 2560)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 นายถวิล บัวเงิน ชาวบ้านบวบกเปิด (พื้นที่ทางทิศเหนือของหมู่บ้านบ่อสร้าง) ในขณะนั้นมีอาชีพมัคคุเทศก์นำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าการทำร่มยังเป็นที่สนใจของชาวต่างชาติและน่าจะอนุรักษ์ไว้ จึงได้ชักชวนชาวบ้านที่เคยทำร่มจากหมู่บ้านต่าง ๆ ให้หันกลับมาประกอบอาชีพการทำร่ม โดยจัดให้มีการสาธิตวิธีการทำร่มทุกขั้นตอนที่บริเวณลานบ้านด้านหลังและพื้นที่ทำนา ส่วนด้านหน้าบ้านแปลงสภาพเป็นโรงจัดจำหน่ายร่ม พร้อมชักชวนให้เพื่อนมัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวต่างชาติมาชมศิลปะการทำร่มแบบดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในศิลปะการทำร่มและต้องการซื้อเป็นของที่ระลึก ทำให้ร่มที่ผลิต

ขึ้นไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว และจากการที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสนใจร่วมก่อสร้างมากขึ้น ทำให้ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มเติบโตอย่างรวดเร็ว ชาวบ้านเริ่มกลับมาประกอบอาชีพทำร่มโคร่งใหม่อีกครั้ง และทำให้ร่มก่อสร้างกลับมามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป (ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่ม, 2546)

5.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

สมยศ นาวิการ (2540) กล่าวว่า ทฤษฎีทางการจัดการที่ทำให้องค์กรภาคธุรกิจมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายนั้น ควรบริหารจัดการด้วยทฤษฎีของ Koontz (1972) ที่มีด้วยกันอยู่ 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) หมายถึง กระบวนการใช้ความคิดอย่างรอบคอบเพื่อตัดสินใจว่าจะทำอะไรไว้ล่วงหน้า 2) การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดแผนงานและการแบ่งงานกันทำเพื่อให้บุคลากรในองค์กรรับผิดชอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตนต้องทำในตำแหน่งหรือภาระงานนั้น ๆ 3) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง กระบวนการสรรหาบุคลากรเพื่อบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมมาปฏิบัติงานตำแหน่งต่าง ๆ 4) การสั่งการ (Directing) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่ใช้ความสามารถชักจูงบุคลากรให้ปฏิบัติตามคำสั่งของตน และ 5) การควบคุมงาน (Controlling) หมายถึง ความพยายามในการสร้างการปฏิบัติงานให้เป็นระบบเพื่อกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน

ขณะที่ ญัฐพันธ์ เชนันนันทน์ (2546) ได้กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ไว้ว่า เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการบริหารจัดการ เนื่องจากการที่องค์กรจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยคน (Man) ที่ขับเคลื่อนให้องค์กรไปสู่เป้าหมายในที่สุด ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริการนั้น ประกอบด้วย 1) การวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning) หมายถึง กระบวนการที่จะนำมาซึ่งบุคลากรในจำนวนที่เหมาะสมกับอัตราตำแหน่งงานที่ต้องการ และ 2) การจ่ายค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ (Compensation and Benefits) หมายถึงระบบการจ่ายค่าตอบแทนที่ดีจะดึงดูดและจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงาน จนบรรลุเป้าหมายขององค์กร รวมถึงเป็นแรงขับเคลื่อนแก่บุคลากรให้เกิดการพัฒนาเส้นทางอาชีพ (Career Development) ให้มีความก้าวหน้าในสายงานที่ดำรงตำแหน่งอยู่

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีการบริหารจัดการของ Koontz และการจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับการบริหารจัดการองค์กรร่วมกับผลการวิจัยมาเป็นแนวทางข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในชุมชนหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง เพื่อใช้เป็นแนวทางการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจตลอดจนนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในรุ่นต่อไปให้สามารถผ่านพ้นไปได้ หากเกิดวิกฤติการณ์เช่นนี้ขึ้นอีก

5.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) กล่าวว่า การจะทำให้สินค้าและบริการขององค์กรสามารถตอบสนองความต้องการ (Want) ของตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ STP Analysis เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายของการตลาด ประกอบด้วย 1) การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) หมายถึง กระบวนการแบ่งตลาดออกเป็นหลายส่วน โดยแต่ละส่วนอาจมีความต้องการเหมือนกันหรือต่างกัน 2) การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market Select) หมายถึง การเลือกส่วนแบ่งตลาดส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือหลายส่วนแล้วปรับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed) ในส่วนการตลาดที่เลือกนั้นให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในส่วนตลาดดังกล่าว ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้ได้ใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ของ Kotler (2009) เป็นแนวทางการศึกษา และ 3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) หมายถึง การกำหนด



ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Image) เมื่อต้องการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง โดยหลังจากวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด ตลาดเป้าหมาย และตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ข้างต้นเรียบร้อยแล้ว

จากนั้นผู้ประกอบการต้องกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ซึ่ง Kotler (2009) กล่าวถึงการกำหนดกลยุทธ์จากส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวแปรนั้นว่าประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ การที่ผู้ขายต้องทำให้ผู้ซื้อรับรู้ถึงการได้รับคุณประโยชน์และคุณค่าของสินค้าที่ซื้อ 2) ด้านราคา (Price) เป็นการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเมื่อเห็นว่า ได้รับคุณค่าจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าราคา 3) ด้านการช่องทางการจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าและประโยชน์ โดยลูกค้าพิจารณาจากทำเลที่ตั้งและช่องทางการนำเสนอสินค้าหรือบริการ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่ เครื่องมือในการสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สินค้าหรือบริการ ตลอดจนสร้างสัมพันธ์ทางการตลาด 5) ด้านบุคลากร (People) เป็นกลยุทธ์ในการสรรหา คัดเลือก รวมถึงเทคนิคการให้บริการแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าแก่ผู้บริโภค และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และการปฏิบัติงานในด้านบริการที่ส่งมอบให้แก่ผู้บริโภค จนผู้บริโภคเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาการจัดการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของชุมชนหัตถกรรมร่มบ่อสร้างในบริบทของธุรกิจบริการ ผู้ศึกษาวิจัยจึงเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's เป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอแนะแก่กลุ่มผู้ประกอบการที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่ โดยนำกลยุทธ์การตลาดรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานกับนวัตกรรมเทคโนโลยี มาพลิกฟื้นธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของชุมชนหัตถกรรมร่มบ่อสร้างให้กลับมาสู่สภาวะปกติได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง

5.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นิจิรา คลังสมบัติ (2557) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่แหล่งท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจ โดยเป็นการอยู่สถานที่นั้นชั่วคราว และไม่ใช้การเดินทางไปหารายได้หรือประกอบอาชีพ แต่เป็นการทำกิจกรรมนันทนาการที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับ ธุรกิจที่ให้บริการท่องเที่ยว เช่น การเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ในขณะที่ เมลดา ธนิตนนท์ (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่สมัครใจเดินทางจากที่พักอาศัยหรือภูมิลำเนาของตนไปยังสถานที่แปลกใหม่ที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างไปจากการใช้ชีวิตประจำวัน โดยการเดินทางอาจมีการค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้ จึงทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการสิ่งแปลกใหม่ด้วยการทำกิจกรรมสถานที่ต่าง ๆ ตามความความสนใจของบุคคล จนสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว กับ ธุรกิจที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของชุมชนหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่การท่องเที่ยวในภาคเหนือ ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism) ถือเป็นจุดแข็งในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มาเยี่ยมชม และซื้อสินค้าหรือบริการนั้น (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2565) ในขณะที่ วิมล จิโรจน์พันธ์ และคณะ (2548) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตในชุมชนท้องถิ่นเก่าแก่ที่หาได้ยาก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี

การเดินระบำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะ และหัตถกรรมสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในรูปแบบของสินค้าที่ระลึก สอดคล้องกับ วารชต์ มัธยมบุรุษ (2552) กล่าวว่า องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบเชิงวัฒนธรรมขึ้นมา ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และโบราณคดีของชุมชน โดยเน้นการปลูกจิตสำนึกรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์มรดกทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี 2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อชมกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ท้องถิ่นจัดขึ้น เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของชุมชนในแต่ละพื้นที่ และ 3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยี่ยมชมหมู่บ้านในชนบทและศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ และมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน เช่น การปรุงอาหารท้องถิ่น นาฏศิลป์ท้องถิ่น งานศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น และการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกในพื้นที่ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีจุดแข็งในการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กลายเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ส่งผลให้คนในชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจเป็นผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และกลายสร้างรายได้ที่สำคัญให้แก่ชุมชนและประเทศชาติจนถึงปัจจุบัน

5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีก

Stern et al., (1996) ให้ความหมายของการค้าปลีกไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัว ในส่วนของ Kotler (1997) กล่าวว่า การค้าปลีก คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการใช้ส่วนตัวและไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ ขณะเดียวกัน กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2554) กล่าวว่า การค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมดำเนินงานเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภครายสุดท้าย โดยที่ผู้บริโภครายสุดท้ายมีวัตถุประสงค์เพื่ออุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ไม่ได้นำไปขายต่อหรือให้เช่าช่วงต่อ ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการขายสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายนำไปใช้ในการส่วนตัวหรือชีวิตประจำวัน และไม่ได้นำไปขายหรือให้เช่าต่อเพื่อธุรกิจ ทั้งนี้ การค้าปลีกแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การค้าปลีกแบบมีร้านค้า (Stores Retailing) เช่น ร้านขายของชำ 2) การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า (Non-Stores Retailing) เช่น ขายผ่านตู้อัตโนมัติ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และ 3) องค์กรค้าปลีก (Retail Organizations) เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือสหกรณ์ชุมชน (จิตติมา จ้อยเจือ, 2560) ดังนั้น เดิมทีธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง จึงจัดเป็นการค้าปลีกแบบมีร้านค้า

5.6 แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก

วิภาพรรณ กนิษฐนากะ (2535 อ้างถึงใน กัญญา พงศ์จันทร์เสถียร, 2565) ให้ความหมายของสินค้าที่ระลึกว่า หมายถึง สิ่งของต่าง ๆ ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของเมืองหรือของประเทศต่าง ๆ และมีความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้า แล้วนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้น กลับไปยังภูมิลำเนาของตนเพื่อเป็นของที่ระลึกหรือของฝาก โดยแบ่งลักษณะของสินค้าที่ระลึกไว้ดังนี้ 1) สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น 2) สินค้าหายาก มีการผลิตและมีวัตถุดิบในท้องถิ่นนั้น 3) เกิดแรงบันดาลใจในการออกแบบสินค้าและสร้างสรรค์สิ่งสวยงาม 4) มีรูปร่างและน้ำหนักไม่เหมาะสมต่อการขนส่ง 5) ใช้วัสดุและใช้แรงงานในท้องถิ่นนั้น และ 6) มีการแสดงขั้นตอนการทำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมหรือมีส่วนร่วมในการทำ จนเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่าของ



สินค้านั้น ๆ ซึ่งธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างมีลักษณะดังที่กล่าวมาครบทุกประการ ไม่ว่าจะเป็นการนำวัสดุในท้องถิ่นมาใช้ การใช้แรงงานฝีมือในพื้นที่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเอง

6. วิธีการดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนเลิกทำธุรกิจไป จากการสำรวจขั้นต้นพบว่า ช่วงเวลาดังกล่าว ในพื้นที่ชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้างมีผู้ประกอบการที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่ จำนวน 15 ราย ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 15 ราย ให้ความร่วมมือแก่ผู้วิจัยในการเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยจึงใช้ผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ตามการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured interview) โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง จำนวน 15 ราย ซึ่งใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 45 นาที/ราย

6.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ด้วยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จึงได้ผลการทดสอบค่า IOC เท่ากับ 0.71 แสดงว่า ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างได้

6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 15 ราย และใช้อุปกรณ์เครื่องบันทึกเสียง เพื่อช่วยในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมาดำเนินงานตามขั้นตอนของการทำวิจัยต่อไป

6.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างและนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปประเด็น โดยวิเคราะห์ตามประเด็นที่ตั้งไว้และนำเสนอในรูปแบบความเรียง (Essay Format)

7. ผลการวิจัย

การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

7.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง พบว่า ผู้ประกอบการในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง จำนวน 15 ราย ได้อธิบายแนวทางแก้ไขปัญหาค่าการดำเนินธุรกิจของตน ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้วิจัยสามารถแบ่งแนวทางแก้ไขปัญหามาออกเป็น 4 แนวทางคือ

แนวทางที่ 1 ไม่เปลี่ยนแปลงวิถีจำหน่ายสินค้า โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 7 ราย เลือกจะไม่เปลี่ยนแปลงวิถีจำหน่ายสินค้า เนื่องจากไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ และไม่มีแนวทาง

การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในการประกอบธุรกิจนี้ ยังคงดำเนินธุรกิจเหมือนเดิม ในขณะที่รายได้กลุ่มนี้ลดลงเป็นอย่างมาก แต่ค่าใช้จ่ายกลับเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ใช้วิธีแก้ไขปัญหาด้วยการนำเงินเก็บที่ได้จากการขายสินค้าในช่วงที่ยังไม่เกิดการแพร่ระบาดไวรัสมาใช้จ่ายค่าแรงงาน ค่าสาธารณูปโภค และอื่น ๆ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปได้ จนเงินเก็บเริ่มลดลงจึงต้องตัดสินใจลดจำนวนพนักงานในที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมิทธิรักษ์ จันทรักษ์ และ กุณทิยา จิรทิวาวัช (2565) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในพื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องเรียนรู้และปรับตัวกับสถานการณ์ภายในและภายนอกประเทศที่ไม่มีความแน่นอนอยู่ตลอดเวลา จึงต้องปรับตัวเพื่อหารายได้มาประกอบตัว เช่น การเปิดร้านขายของออนไลน์ การเปิดบูธสินค้าชุมชนที่ร่วมมือกับห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปภายใต้วิกฤติการระบาดของไวรัส

แนวทางที่ 2 จัดทำช่องทางจำหน่ายสินค้าบนสื่อออนไลน์ ซึ่งมีผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย โดยแต่เดิมจำหน่ายสินค้าแบบเปิดขายหน้าร้านอย่างเดียว และเมื่อต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้รายได้ลดลง ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จึงแก้ไขปัญหาโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์ม (Platform) สื่อออนไลน์ต่าง ๆ แต่ยังคงขายสินค้าแบบมีหน้าร้านควบคู่กันไปด้วย จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีรายได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) พบว่า แพลตฟอร์ม (Platform) เป็นเครื่องมือดิจิทัลได้ถูกนำมาใช้แบบ 100% ทั้งในด้านการตลาดและการบริหารจัดการองค์กร ทั้งช่องทางการขายแบบ B2B และช่องทาง B2C โดยองค์กรจะต้องเลือกใช้สื่อออนไลน์ที่เหมาะสมและตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคแต่ละกลุ่มความสนใจ แต่ละช่วงวัย แต่ละเชื้อชาติ จะมีรูปแบบการใช้สื่อออนไลน์และเครื่องมือที่ไม่เหมือนกันโดยทั้งผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Leader) และกลุ่มที่มียอดผู้ติดตามเป็นจำนวน 5,000 – 100,000 ราย (Micro Influencer) ทั้งบนเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) หรือยูทูบ (YouTube) ล้วนมีความสำคัญทั้งคู่ตั้งแต่การสร้างความรับรู้จนถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการของผู้บริโภคในฐานะนักท่องเที่ยว

แนวทางที่ 3 ประกอบธุรกิจเสริม มีผู้ประกอบการเพียง 1 ราย ที่แก้ไขปัญหาด้วยการทำธุรกิจเสริมจากเดิมจำหน่ายสินค้ารมบ่อสร้างเพียงอย่างเดียว ตัดสินใจทำธุรกิจจำหน่ายอาหารและขนมเพิ่มเติมจากธุรกิจหลัก เพราะเล็งเห็นว่า ธุรกิจเสริมดังกล่าวเป็นการจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต้องบริโภคในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพียงพอในการรักษาธุรกิจหลักและดำรงชีพได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนากร แห่งประเทศไทย (2564) ได้เผยแพร่งานบทความวิชาการเรื่อง เข้าถึงผู้ประกอบการ เข้าใจหนทางอยู่ร่วมกับโควิด-19 พบว่า ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวและบริการของไทยมีรายได้หายไปอย่างน้อยร้อยละ 80 ในช่วงที่เผชิญวิกฤติการแพร่ระบาดของไวรัสดังกล่าว จึงต้องปรับตัวด้วยการหารายได้เสริมจากการทำธุรกิจอื่นไปก่อนเพื่อรักษาธุรกิจหลักของตนให้อยู่รอดต่อไป จนผ่านพ้นวิกฤติดังกล่าว

แนวทางที่ 4 เปลี่ยนอาชีพ มีเพียงจำนวน 1 ราย ที่เลือกเปลี่ยนแปลงอาชีพในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และจะกลับมาทำอาชีพจำหน่ายสินค้าในชุมชนบ้านหัตถกรรมรมบ่อสร้างอีกครั้ง ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสเริ่มเบาบาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กุลณัฐ ไกรศรี และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในจังหวัดปทุมธานี ที่พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในตำบลคลองหนึ่ง ตำบลคลองสาม และตำบลคลองหก ในเขตอำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีการวางแผนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสที่เข้มงวด งดการ



ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จึงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโดยรอบของสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนดังกล่าว ทำให้บางกิจการหยุดการดำเนินงานชั่วคราว จนกว่าสถานการณ์จะกลับมาเป็นปกติ

7.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่สอง พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 15 ราย ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ซึ่งผู้วิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่

แนวทางที่ 1 เปลี่ยนวิถีชีวิตจากเดิม มีจำนวนมากสุด 9 ราย ที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตไปจากเดิมเหมือนกัน คือ เวลาเปิดและปิดให้บริการ การลดจำนวนพนักงาน และปิดการชั่วคราวจนกว่าสถานการณ์คลี่คลายแล้วจะกลับมาเปิดกิจการอีกครั้ง และการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่แตกต่างกัน ได้แก่ วิถีจำหน่ายสินค้าแบบมีหน้าร้านเปลี่ยนเป็นจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์แทน การเปลี่ยนอาชีพและการทำธุรกิจเสริมเพิ่มจากธุรกิจหลักที่จำหน่ายร่มบ่อสร้างประเภทเดียว แม้กระทั่งการนำอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่และไม่ก่อให้เกิดรายได้นำมาขายทอดตลาด เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินธุรกิจและค่าใช้จ่ายในครัวเรือนหรือลงทุนธุรกิจอื่น ๆ ที่ได้ผลตอบแทนมูลค่าสูง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรรถพล ศิริเวชพันธุ์ (2565) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 : กรณีศึกษาบ้านเมืองจันทร์ อำเภอมือจันทน์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ในช่วงสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้รายได้ของชุมชนในฐานะผู้ประกอบการและลูกจ้างลดลงจากการยกเลิกการเข้ามาของกลุ่มศึกษาดูงาน รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาจับจ่ายซื้อสินค้าและใช้บริการต่าง ๆ มีจำนวนลดลง ทำให้ผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้านได้ร่วมมือกับชาวบ้านเมืองจันทร์ใช้โอกาสในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส ดำเนินการปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อาทิเช่น ติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ปรับปรุงพื้นผิวถนนและเพิ่มพื้นที่จอดรถ ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม และอื่น ๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มศึกษาดูงานและนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาภายหลังการระบาดคลี่คลาย ตลอดจนผู้ประกอบการได้ใช้โอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนและเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าบนออนไลน์ เพื่อสร้างรายได้ทดแทนไปก่อน

แนวทางที่ 2 ไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากเดิม มีจำนวนอยู่ 6 ราย ยังคงดำเนินธุรกิจตามปกติ เช่น เวลาเปิดและปิดเหมือนเดิม ไม่เปลี่ยนอาชีพ และไม่ปิดกิจการ เพราะเห็นว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสเป็นเพียงระยะสั้นและคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะกลับมาซื้อสินค้าในธุรกิจของตนเหมือนเดิม หลังจากการระบาดคลี่คลายลง แต่ก็ต้องรับผลกระทบจากการแพร่ระบาดไว้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะไม่มีนักท่องเที่ยวมาจับจ่ายซื้อสินค้า ส่งผลให้รายได้ลดลงค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น จึงต้องใช้เงินทุนเดิมที่มีอยู่นำมาหมุนเวียนให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เฉลิมพล ศรีทอง และ อธิพงษ์ เทียงสมพงษ์ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยยังคงดำเนินกระบวนการขายสินค้าและบริการแบบเดิมไม่เปลี่ยนแปลง โดยสินค้าจำหน่ายส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น ผลิตภัณฑ์และการบริการต่าง ๆ อีกทั้งยังมีข้อจำกัดการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ข้อจำกัดความรู้ในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ และขาดการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำไปสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์หรือสร้างมูลค่าเพิ่ม เหล่านี้ล้วนส่งผลให้ผู้ประกอบการมีรายได้ลดลงเรื่อยมาจนถึงหลังสถานการณ์โควิด-19

8. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในชุมชนบ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย และสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงธุรกิจใด ๆ แต่ใช้ความรู้ความสามารถที่มีอยู่หรือทักษะในการดำเนินงานธุรกิจนำมาปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตน โดยจะนำเงินทุนหรือเงินเก็บที่มีอยู่มาเป็นค่าใช้จ่ายในธุรกิจของตน เช่น ค่าจ้างแรงงาน และค่าสาธารณูปโภค เพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอดและดำเนินต่อไปได้ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้เห็นว่า สถานการณ์ของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 เป็นเพียงระยะสั้นและคาดว่าจะกลับมาซื้อสินค้าของตนเหมือนเดิม หลังการแพร่ระบาดคลี่คลายลง และ 2) กลุ่มที่เปลี่ยนแปลงธุรกิจ ด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างเช่น การขายสินค้าบนสื่อออนไลน์ การประกอบธุรกิจเสริม และการเปลี่ยนอาชีพมาเป็นอาชีพสำรองที่มีทักษะดีกว่าการประกอบอาชีพหลัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตน อาทิ เปลี่ยนแปลงเวลาเปิดและปิด การลดจำนวนพนักงาน การขายแบบมีหน้าร้านควบคู่ไปกับการขายบนออนไลน์ การปิดกิจการชั่วคราว หรือการนำอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่ไปขายทอดตลาด และอื่น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้มองว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อาจใช้เวลานานกว่าจะคลี่คลายลงจนกลายเป็นโรคประจำถิ่น ประกอบกับภาระทั้งค่าใช้จ่ายและหนี้สินที่มีอยู่เป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจและปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตน จนมีรายได้เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายและสามารถชำระหนี้สินต่าง ๆ ได้ รวมถึงเป็นโอกาสในการพัฒนาความสามารถอื่น ๆ นอกเหนือจากทักษะที่มีอยู่

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการในชุมชนหัตถกรรมร่มบ่อสร้างเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจทั้งในด้านการแก้ไขปัญหาดำเนินธุรกิจ และด้านการเปลี่ยนวิถีชีวิต ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยจัดทำข้อเสนอแนะเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจร่มบ่อสร้าง ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจด้วยการจัดทำช่องทางจำหน่ายสินค้าบนสื่อออนไลน์ ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลอยู่ตลอดเวลา โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target) และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ระหว่างธุรกิจเรากับคู่แข่ง แล้วตามด้วยการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่ผสมผสานกับการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี เช่น บริการออกแบบลวดลายร่มด้วยตนเอง (Customized Design) ออกแบบระบบคำนวณต้นทุน รายได้ และกำไร การจัดทำระบบติดตามจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค การออกแบบรหัส (Code) ส่วนลดราคาสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยการพิมพ์ 3 มิติ การสร้างระบบตอบโต้อัตโนมัติกับผู้บริโภค (Chatbot) การออกแบบสื่อสังคมออนไลน์เสมือนจริง (Visual Social Media) ในการประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถประคับประคองดำเนินธุรกิจของตนให้อยู่รอดต่อไปได้

กลุ่มที่ 2 เปลี่ยนวิถีชีวิตจากเดิม กล่าวคือ เมื่อได้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากเดิมแล้ว ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญการจัดทำแผนการบริหารงาน โดยใช้ทฤษฎีการบริหารจัดการของ Koontz มาจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในธุรกิจของตนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การจัดฝึกอบรม เสริมทักษะให้แก่บุคลากร การ



ใช้พื้นที่ภายในร้านค้าให้เกิดความคุ้มค่า และการนำระบบขายหน้าร้าน (Point of Sale) มาประยุกต์ใช้ในการจำหน่ายสินค้าและบริการ

9.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

9.2.1 ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลของธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนบ้านหัตถกรรมที่สนใจ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 หรือการเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

9.2.2 ศึกษาการปรับตัวและการฟื้นตัวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนบ้านหัตถกรรมที่สนใจ ภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) หลังวิกฤติการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 เพื่อนำไปใช้เป็นแผนการฟื้นฟูธุรกิจสินค้าที่ระลึกของตนให้อยู่รอดและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต

9.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรทำงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่ระลึกเพื่อการส่งออกของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในชุมชนบ้านหัตถกรรมริมบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้มาตรฐานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

9.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย เนื่องด้วยการจัดเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการฯ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งผู้ประกอบการบางท่านติดเชื้อไวรัสหรือเป็นกลุ่มเสี่ยงสูง จำเป็นต้องกักกันตัวอยู่ที่บ้าน ทำให้กระบวนการสัมภาษณ์มีความล่าช้าและคำตอบจากการให้สัมภาษณ์นั้น ไม่ครบถ้วนและสมบูรณ์ จึงต้องเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ซ้ำอีกครั้งเพื่อความแม่นยำในการสรุปผลการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถิตินักท่องเที่ยว. <https://mots.go.th/news/category/411/>
- กุลธรรพ์ ไกรศรี, ธนธร ชื่นยินดี, ปิยะพงษ์ ยงเพชร, ไตรมาส พูลผล, และถกลรัตน์ ทักขิมา. (2564). การศึกษาผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(2), 550-557.
- กตัญญู หิรัญ ญ สมบูรณ์. (2554). การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กัญญา พงศ์จันทร์เสถียร. (2565). *เที่ยวเมืองไทย*. <http://www.sriayudhya.ac.th/>
- จิตติมา จ้อยเจือ. (2560). *การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- นิจิรา คลังสมบัติ. (2557). *การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดอุดรธานี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด-19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 103-114.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2546). *กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดวงดาว โยชิตะ. (2561). *กระบวนการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในช่วง พ.ศ. 2561-2564*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยพะเยา]. ThaiLIS. <http://www.updc.clm.up.ac.th/handle/123456789/377/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *เข้าถึงผู้ประกอบการ เข้าใจหนทางอยู่ร่วมกับโควิด-19*. <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/TraderCovid19.pdf>



- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. สถาบันวิจัยและพัฒนาธุรกิจ
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 1-25.
- พิเชษฐ์ จุลรอด และภาณุ ปันทุกำพล. (2564). กระบวนการผลิตและการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ร่มบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 28(2), 16-30.
- มิวเซียมไทยแลนด์ (Museum Thailand). (2560). ร่มบ่อสร้างหมู่บ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง. <https://www.museumthailand.com/>
- เมลดา ธนิตนนท์. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน*. [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วาริษฐ์ มัธยมบุรุษ. (2552). *รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ที่ทำนกระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่, มหาวิทยาลัยแม่โจ้]. ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital วช. <https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/210757/>
- วิมล จิโรจน์, ประชิด สกุนะพัฒน์ และอุดม เขยทิวศ์. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. ภูมิปัญญา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. ธรรมสาร.
- ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่ม. (2546). ศูนย์อุตสาหกรรมทำร่มแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้. <https://www.handmade-umbrella.com/history/>
- สมยศ นาวิการ. (2540). *แนวคิดด้านการจัดการ*. ผู้จัดการ.
- สมิทธิรักษ์ จันทักษ์ และกณทิยา จิรทิวาวัช. (2565). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในพื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาจุฬานาครทรรค์*, 9(7), 390-406.
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (2565). *บรรยายสรุปจังหวัดเชียงใหม่*. สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). *การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด*. www.tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/
- อรรถพล ศิริเวชพันธุ์. (2565). ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 : กรณีศึกษาบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 8(1), 101-110.
- Evans, M. J., Jamal, A., & Foxall, G. R., (2009). *Consumer behaviour*. John Wiley and Sons.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2013). *Consumer behavior*: McGraw-Hill.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer behavior*. (5th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. (13th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Customer behavior*. (11th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Solomon, R. M. (2015). *Consumer behavior: buying, having and being*. Pearson Prentice Hall.
- Stern, L. W., El-Ansary A. I., & Coughlan A. T. (1996). *Marketing Channels*. (5th ed.). Prentice Hall.

การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะแรงงานทางด้านโลจิสติกส์

สุพานุภัทร วงศ์ภูดี^{1*}

(วันที่รับบทความ: 27/1/2566 ; วันที่แก้ไขบทความ: 23/3/2566; วันที่ตอบรับบทความ: 30/3/2566)

บทคัดย่อ

ทรัพยากรมนุษย์ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งของธุรกิจ ซึ่งในงานด้านโลจิสติกส์นั้นพบปัญหาด้านกำลังคนและบุคลากรที่จะมาปฏิบัติงาน และยังขาดบุคลากรในหลายระดับตั้งแต่ผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัยบัณฑิตจบใหม่ ไปจนถึงแรงงานไร้ฝีมือในภาคธุรกิจ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ และเพื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ หัวหน้างานโลจิสติกส์จำนวน 400 คน และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test และ ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ให้ความสำคัญด้านความรู้ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล และด้านทักษะ เรียงตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งหัวหน้างานและระยะเวลาในการดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน พบว่า ด้านความรู้และด้านทักษะ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: สมรรถนะ, แรงงาน, โลจิสติกส์

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมและโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 091-566-6191 e-mail: supanupat.w@fba.kmutnb.ac.th

DOI: 10.14456/jiba.2023.4



The Factor Analysis of Logistics Labor Competency

Supanupat Wongpudee^{1*}

(Received: 27/1/2023 ; Revised: 23/3/2023; Accepted: 30/3/2023)

Abstract

Human resources play a key role in logistics. However, there is still a lack of personnel, including experts, researchers, newly graduated employees, and unskilled workers, in logistics organizations. The purposes of this research were to study the competency components of logistics workforce and to compare the competency components of logistics workforce classified by personal status. The questionnaire was used as a research tool. The data was collected from a sample group of 400 logistics supervisors and analyzed using both descriptive statistics, such as percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics, including t-test and ANOVA. The results showed that respondents rated the competency component of the logistics workforce at a high level. The highest score was a knowledge attribute, followed by personal attributes and skills, respectively. When comparing the differences in the importance of the competency components of the logistics workforce classified by the work experience of the respondent and the age of the business, it was found that knowledge and skills had a significant difference at the 0.05 level.

Keywords: Competency, Workforce, Logistics

¹ Lecturer, Program in Industrial Business and Logistic Administration, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author, Tel. 091-566-6191 e-mail: supanupat.w@fba.kmutnb.ac.th

DOI: 10.14456/jiba.2023.4



1. บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ถึงแม้ว่ามีความท้าทายมากมายแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรแรงงาน และคุณภาพของคน นั้นคือทรัพยากรมนุษย์ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ใช้เงินลงทุนค่อนข้างน้อยในการพัฒนาเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ ในทุก ๆ ภาคธุรกิจ ยิ่งแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะภูมิภาคต่าง ๆ มีการเติบโตของความเป็นเมืองเพิ่มมากขึ้น (Urbanization) ส่งผลให้โครงสร้างรายได้ของประชากรสูงขึ้น จึงทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจการค้าขนาดใหญ่และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ตามมา ส่งผลต่อกระบวนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการวัตถุดิบจึงเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการขนส่งสินค้าเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะการแข่งขันที่สูงทุกระดับ ตั้งแต่ระดับโลก ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น

สำหรับแรงงานทางด้านโลจิสติกส์หรือผู้ปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์ พบว่า ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานจัดส่ง ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลศักยภาพพื้นฐานระบบโลจิสติกส์ ภาคการค้า พ.ศ. 2566 พบว่า จำนวนบุคลากรเมื่อพิจารณาถึงพนักงานหรือลูกจ้างรายเดือน ที่ปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์ พบว่า ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานจัดส่ง จำนวน 61,728 คน (ร้อยละ 41.7) รองลงมาปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานคลังสินค้า และพนักงานจัดซื้อ จำนวน 58,770 คน และ 27,560 คน หรือร้อยละ 39.7 และ 18.6 ตามลำดับ ดังแสดงจากตาราง 1

ตารางที่ 1 จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์จำแนกตามตำแหน่ง/หน้าที่ และระดับการศึกษา (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

ตำแหน่ง/หน้าที่	ระดับการศึกษา			
	รวม	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	ปวช./ปวส.	ต่ำกว่าปวช.
พนักงานจัดซื้อ	27,560	14,690	9,403	3,467
พนักงานจัดส่ง	61,728	5,717	19,834	36,177
พนักงานคลังสินค้า	58,770	8,905	20,759	29,106
รวม	148,058	29,312	49,996	68,750

จากการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ นักวิชาการและผู้แทนหน่วยงานภาครัฐจำนวน 141 ท่าน (สำนักงานส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ, 2557) พบว่าปัญหาด้านกำลังคนและบุคลากรที่จะมาปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์ ยังขาดบุคลากรในหลายระดับตั้งแต่ผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย บัณฑิตจบ

ใหม่ ไปจนถึงแรงงานไร้ฝีมือในภาคธุรกิจ โดยในปัจจุบันพนักงานเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะออกมาประกอบธุรกิจอื่น นอกจากนี้นักส่งเสริมพัฒนาธุรกิจยังได้รวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการที่สำคัญและเร่งด่วนสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ซึ่งหนึ่งในนั้น คือการเร่งรัดขยายการฝึกอบรมให้กับบุคลากรทั้งในภาคการผลิต และในธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ ปรับปรุงกระบวนการผลิตบุคลากรการวิจัยและพัฒนาและวิชาชีพโลจิสติกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจและได้มาตรฐานสากลและเอื้อต่อการพัฒนาบุคลากรให้มีระดับทักษะสูงขึ้น

ดังนั้นการเพิ่มสมรรถนะของแรงงานด้านโลจิสติกส์จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาศักยภาพในด้านบุคลากรหรือแรงงานในปัจจุบัน โดยแนวคิดเรื่องสมรรถนะนี้ มีพื้นฐานมาจากการมุ่งเสริมสร้างความสามารถให้ทรัพยากรบุคคล โดยมีความเชื่อว่า เมื่อพัฒนาคนให้มีความสามารถแล้ว คนจะใช้ความสามารถที่มีไปผลักดันให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ดังนั้น การนำเรื่องสมรรถนะมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงควรมุ่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กรเป็นสำคัญ ต้องมีการพิจารณาว่าบุคคลในองค์กรมีความสามารถอย่างไร จึงจะทำให้องค์กรชนะคู่แข่งและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่องค์กรกำลังให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะทรัพยากรบุคคลเปรียบเสมือนสินทรัพย์ที่ทรงคุณค่ามากที่สุดขององค์กร เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กร ด้วยเหตุผลดังกล่าว องค์กรต่าง ๆ จึงพยายามที่จะบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลด้านต่าง ๆ ทั้งการบริหารจัดการผู้มีความสามารถสูง การบริหารผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาความก้าวหน้าตามสายวิชาชีพ เป็นต้น การนำสมรรถนะมาประยุกต์ใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคล จะช่วยให้องค์กรได้บุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลการปฏิบัติงานตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกดังกล่าว ทำให้องค์กรต้องหันมาทบทวน พิจารณาสมรรถนะขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงจากภายนอกได้ หากองค์กรต้องการที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) และสร้างขีดความสามารถที่จะต้านทานต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ จำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรเสียก่อน ซึ่งบุคลากรในองค์กรถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะช่วยส่งเสริมผลักดันให้สมรรถนะขององค์กร เป็นสมรรถนะที่แท้จริงและสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้องค์กร มีความแข็งแกร่ง และสามารถยืนหยัดท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงได้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2562) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานของโลจิสติกส์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์

2.2 เพื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

3. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ความหมายของสมรรถนะ

คำว่า “สมรรถนะ” ในภาษาต่างประเทศใช้ทั้งคำว่า Competency และ Competence ซึ่งมีความหมายเช่นเดียวกันตามแนวทางการศึกษาทั้งของประเทศอังกฤษและประเทศในกลุ่มยุโรป แต่แตกต่างกันในนิยามของประเทศสหรัฐอเมริกาที่กำหนดว่า Competency หมายถึง คุณลักษณะที่เป็นเลิศไม่ใช่แค่



คุณลักษณะมาตรฐานธรรมดา แต่อย่างไรก็ตามความหมายของ สมรรถนะ นั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกันบ้าง แตกต่างกันไปบ้าง โดยสามารถสรุปความหมายในภาพใหญ่ ๆ ได้ว่า สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคคลหรือสิ่งที่แสดงออกจากตัวบุคคลในเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ คุณลักษณะต่าง ๆ ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานในความรับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลงานตามเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กำหนดหรือสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด หรือสูงกว่าบุคคลอื่นที่ปฏิบัติงานในระนาบเดียวกัน (พิรพงษ์, 2559) นอกจากจะมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการงานแล้ว ยังจะต้องสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะ เจตคติที่เหมาะสมและจำเป็นในงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กลlya, 2557) อาจจะแสดงออกในรูปแบบวิธีคิด (ทิพย์ระวี, 2556) ซึ่งสามารถวัดได้และต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร (เรวัตร, 2557) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เป็นบุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้บุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในงาน (McClelland, 1973) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Spencer & Spencer (1993) ที่ให้ความหมายไว้ว่า เป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่บุคคลจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงานในตำแหน่งหนึ่ง ๆ คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) คุณลักษณะ (Attributes) ที่มีความสัมพันธ์กับผลของการปฏิบัติงานเพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ ความรับผิดชอบประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของงาน และสมรรถนะสามารถพัฒนาได้ให้ตรงตามเกณฑ์ที่องค์กรกำหนด (พันธุ์พรหม, 2558)

จากที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า สมรรถนะเป็นเรื่องของความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ที่ จำเป็นของบุคคลในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีผลงานได้ตามเกณฑ์ หรือมาตรฐานที่ กำหนดหรือสูงกว่า และเมื่อทราบถึง ความหมายของสมรรถนะแล้ว การทำความเข้าใจใน สมรรถนะว่ามีความสำคัญอย่างไร

3.2 ประเภทของสมรรถนะ

McClelland (1973) ได้จำแนกสมรรถนะออกเป็น 2 กลุ่ม ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Threshold Competencies) ซึ่งหมายถึง ความรู้หรือทักษะพื้นฐานที่บุคคลจำเป็นต้องมีในการทำงาน เช่น ความสามารถในการอ่าน ความสามารถในการเขียน เป็นต้น ซึ่งสมรรถนะขั้นพื้นฐานเหล่านี้ ไม่ทำให้บุคคลมีผลงานที่แตกต่างไปจากผู้อื่น หรือไม่สามารถทำให้มีผลงานได้ดีกว่าบุคคลอื่นได้

กลุ่มที่ 2 สมรรถนะที่แตกต่างไปจากบุคคลอื่น หรือสมรรถนะที่บ่งบอกถึงความแตกต่างกัน (Differentiating Competencies) หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการทำงานสูงกว่ามาตรฐานหรือดีกว่ามาตรฐาน ช่วยให้เกิดผลสำเร็จที่พิเศษในงาน

ขณะที่ อาภรณ์ (2556) ได้จำแนกสมรรถนะที่นำมาใช้ในองค์กรออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ประเภทที่ 1 ความสามารถหลัก (Core Competency) หมายถึงความสามารถหลักที่คาดหวังให้บุคลากรทุกคนจำเป็นต้องมี เป็นความสามารถที่กำหนดขึ้นจากความจำเป็นที่ต้องการให้พนักงานทุกคนมีเหมือนกันเพื่อทำให้ภารกิจขององค์กรประสบความสำเร็จ จนส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

ประเภทที่ 2 ความสามารถในการบริหารจัดการ (Managerial Competency) เป็นความสามารถด้านการบริหารจัดการที่คาดหวัง ผู้บังคับบัญชาทุกคนจำเป็นต้องมีเหมือนกันทั้งหมด ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถบริหารทั้งคน ทั้งงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเภทที่ 3 ความสามารถในการงาน (Function Competency) เป็นความสามารถในงานเฉพาะด้านที่คาดหวังกับพนักงานทุกคน ซึ่งจะมีแตกต่างกันไปตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้ความสามารถในงานนี้

ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักได้แก่ 1) Common Function Competency หมายถึง ความสามารถในการงานที่คาดหวังกับทุกตำแหน่งงานในกลุ่มเดียวกัน และ 2) Specific Function Competency หมายถึง ความสามารถในการงานที่คาดหวังตามขอบเขตของงานที่รับผิดชอบที่แตกต่างกันออกไปตามคำบรรยายลักษณะงาน (Job Description)

3.3 องค์ประกอบของสมรรถนะ

เมื่อทราบถึงประเภทของสมรรถนะแล้ว ยังได้มีการนำประเภทของสมรรถนะมาจำแนกเป็นองค์ประกอบของสมรรถนะของบุคคลอีกด้วย โดยนักวิชาการให้ความคิดเห็นไว้ในทิศทางเดียวกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

Sternberg & Kolligian (1990) กล่าวว่า สมรรถนะเป็นได้ทั้งความสามารถที่วัดได้ และเป็นคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นในตัวบุคคลหรือเป็นศักยภาพของบุคคลซึ่งก่อให้เกิดผลงานที่สามารถสังเกตเห็นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (1973) อธิบายว่าสมรรถนะเป็นบุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคล สามารถปฏิบัติงานได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด หรือสร้างผลงานที่ตีเลิศได้ โดยได้แบ่งสมรรถนะของบุคคลออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ส่วนที่มองเห็น เป็นส่วนที่สามารถพัฒนาได้ง่าย ซึ่งโดยทั่วไปจะใช้การฝึกอบรมเป็นส่วนในการพัฒนาสมรรถนะ ส่วนประกอบของสมรรถนะในส่วนที่มองเห็นได้นั้น ประกอบด้วย 1) ทักษะ (Skills) เป็นความชำนาญ ความคล่องแคล่ว ความสามารถในการปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่นจากจิตใจและร่างกาย โดยความสามารถนี้จะรวมไปถึงการคิดเชิงระบบที่จะต้องคิดถึงความเป็นเหตุเป็นผลด้วย ที่อาจเรียกว่าความเชี่ยวชาญ ความชำนาญพิเศษในด้านต่าง ๆ และ 2) ความรู้ (Knowledge) เป็นข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจในหลักการ แนวคิดต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตัวบุคคล ถูกสั่งสมมาจากการศึกษาทั้งในสถาบันการศึกษา การสัมมนา การฝึกอบรม การลงมือปฏิบัติ รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และประสบการณ์กับผู้รู้ทั้งในสายวิชาชีพเดียวกันหรือต่างสายวิชาชีพ ซึ่งจำเป็นต้องงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบ

ส่วนที่ 2 ส่วนที่ซ่อนเร้น เป็นส่วนที่พัฒนาได้ยากและที่สำคัญต้องคอยสังเกตจากพฤติกรรมการแสดงออกเมื่อเผชิญกับสถานการณ์หนึ่ง ๆ ได้แก่ 1) อุปนิสัย (Trait) เป็นคุณลักษณะที่มีมักจะแสดงออกเพื่อโต้ตอบสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น การทำงานของผู้บริหารบางท่านจะชอบความรวดเร็ว คิดเร็ว คิดไว ลงมือปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว ขณะที่ผู้บริหารบางท่านอาจจะทำในทางตรงกันข้าม ค่อยคิดค่อยทำอย่างรอบคอบ ทั้งนี้เนื่องมาจากปฏิกิริยาตอบสนองต่อปัญหาหรือสถานการณ์ของแต่ละคน 2) ความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-Concept) เป็นส่วนของค่านิยม (Value) ทศคติ (Attitude) และภาพลักษณ์ของตน (Self-Image) ซึ่งจะสามารถสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาได้ เช่น บางคนมีความเป็นผู้นำในตนเองจึงมักจะแสดงออกถึงความเป็นผู้นำกลุ่มเสมอ แต่บางคนชอบที่จะโต้แย้งก็มักจะแสดงออกถึงพฤติกรรมก้าวร้าว เป็นต้น และ 3) แรงขับหรือแรงจูงใจ (Motive) เป็นสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ในความคิดหรือความต้องการที่จะเป็นต้นเหตุของการแสดงออก เช่น บางคนชอบทำงานยาก ๆ เพราะรู้สึกว่าเป็นงานท้าทาย ในทางตรงกันข้ามบางคนเป็นคนเฉื่อยชา จะชอบทำงานง่าย ๆ สบาย ๆ เป็นต้น

Spencer & Spence (1993) ได้จำแนกองค์ประกอบของสมรรถนะของบุคคลออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ข้อมูลหรือองค์ความรู้เฉพาะที่บุคคลนั้นมี 2) ทักษะ (Skills) หมายถึง ความสามารถในการทำงานที่ใช้ความสามารถทางร่างกาย 3) ความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-Concept) หมายถึง ทศคติ (Attitudes) ค่านิยม (Values) เช่น การมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง 4) คุณลักษณะเฉพาะ (Traits) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ (physical) และลักษณะนิสัยของบุคคลที่ต้องแสดงออกต่อสถานการณ์ต่าง ๆ และ 5) แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง สิ่งที่บุคคลคิดคำนึงถึงหรือต้องการ



จากการจำแนกองค์ประกอบของสมรรถนะตามทัศนะของนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น Parry (1996) นำเสนอว่าเห็นควรจะรวมส่วนประกอบที่เป็นความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง คุณลักษณะเฉพาะ แรงจูงใจ เข้าเป็นกลุ่มเดียวกัน รวมเรียกว่า คุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes) หมายถึง ความคิด ความรู้สึก เจตคติ ทัศนคติ แรงจูงใจ ความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งเป็นองค์ประกอบส่งเสริมให้การทำงานบรรลุเป้าหมาย

3.4 ทัศนคติ

ทัศนคติ หรือ เจตคติในทางจิตวิทยา หมายถึง การแสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อบุคคล สถานที่ สิ่งของ หรือเหตุการณ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง สำหรับความหมายของคำว่า ทัศนคติ ได้มีผู้อธิบายและให้ความหมาย ไว้ดังนี้

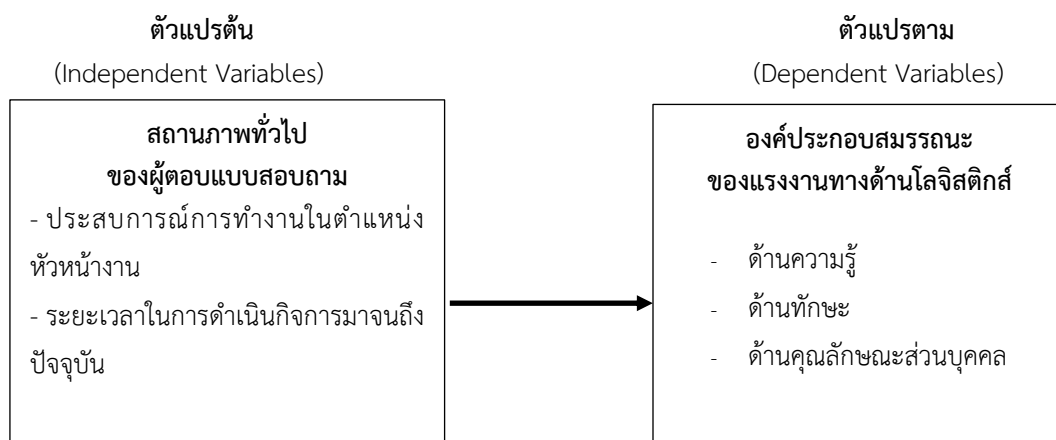
Allport (1975) ได้อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติไว้ว่า “เป็นแนวคิดอันเด่นชัดที่สุดและจำเป็นอย่างยิ่งที่สุดในจิตวิทยา สังคมร่วมสมัย” ทัศนคติสามารถสร้างขึ้นจากประสบการณ์ในอดีตและปัจจุบันของบุคคลหนึ่ง ๆ สามารถตรวจวัด และเปลี่ยนแปลงได้ ส่งผลต่ออารมณ์และพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย ขณะที่ Gibson (2000) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินพฤติกรรมเป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่น ๆ ต่อวัตถุหรือต่อสถานการณ์โดยที่ ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ นอกจากนี้แล้ว Schermerhorn (2000) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ การวางแนวความคิด ความรู้สึก ให้ตอบสนองในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อคนหรือต่อสิ่งของในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น ส่วน Newstrom & Devis (2002) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกหรือความเชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ตัดสินว่าพนักงานรับรู้สภาวะแวดล้อมของพวกเขาคืออย่างไร และผูกพันกับการกระทำของพวกเขาคือ หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร และสุดท้ายมีพฤติกรรมอย่างไร

ทัศนคติของของบุคคลถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดการกระทำ และการกระทำเป็นตัวกำหนดนิสัยบุคคลที่ทำงานให้มองถึงประโยชน์ของลูกค้านเป็นหลัก เพราะหากบุคคลดังกล่าวมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการทำงานแล้วย่อมจะทำให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมการทำงานที่ไม่ดีเกิดขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นการไม่เห็นถึงความสำคัญของการทำงานเป็นทีม การรู้จักที่จะปรับตัวเพื่อการอยู่ร่วมทำงานกับผู้อื่นอย่างมีความสุข หรือแม้กระทั่งไม่ได้มองถึงการสร้างผลประโยชน์ให้เกิดขึ้นแก่องค์กรในระยะยาวที่อาจจะส่งผลให้ผลประโยชน์นั้นกลับคืนมาหาแก่ตนเอง

3.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากขอบเขตงานวิจัย และแนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Frame) ได้ดังภาพที่ 1

การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานในระดับหัวหน้างานขึ้นไป ในสถานประกอบการในจังหวัดระยอง จำนวน 2,041 คน (สภาอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง, 2558) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคำนวณจากสูตรจากจำนวนประชากรที่นับได้ (ธานินทร์, 2563) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ค่าความคลาดเคลื่อน 5%

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 335 คน การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยเริ่มจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดระยอง จำนวน 8 แห่ง กำหนดแบ่งการสุ่มแต่ละ 50 คน แล้วจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ พนักงานในระดับตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป เพื่อให้ตรงตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มีจำนวน 30 ข้อ ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions)

โดยผู้วิจัยได้ประเมินคุณภาพของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ทางด้านแรงงานโลจิสติกส์ ทำการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ



วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งค่าที่เหมาะสมคือ 0.50 ขึ้นไป (Turner & Carlson, 2002) จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ได้ค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.43-1.84 ในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ และข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ปรากฏผลได้ค่า 0.937 ซึ่งค่ามากกว่า 0.9 ถือว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก (George & Mallery, 2003) จากนั้นนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วจะบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์กับสถานภาพทั่วไป ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพการทำงานในตำแหน่งหัวหน้างาน และระยะเวลาในการดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน โดยใช้วิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับสถานภาพด้านประสิทธิภาพการทำงานในตำแหน่งหัวหน้างาน และใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม สำหรับตัวแปรระยะเวลาในการดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร		จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งหัวหน้างาน	น้อยกว่า 5 ปี	149	37.25
	5 ปี ขึ้นไป	251	62.75
	รวม	400	100.00
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน	น้อยกว่า 5 ปี	150	37.50
	5 – 10 ปี	154	38.50
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	96	24.00
	รวม	400	100.00
ประเภทในการจัดตั้งสถานประกอบการ	เจ้าของคนเดียว	104	26.00
	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	54	13.50
	บริษัท จำกัด	144	36.00
	บริษัท มหาชน จำกัด	98	24.50
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งหัวหน้างาน ส่วนใหญ่ 5 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 62.75 และ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.25 ระยะเวลาในการดำเนิน กิจการมาจนถึงปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.00 สถานภาพ หัวใจของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทในการจัดตั้งสถานประกอบการมากที่สุด ได้แก่ บริษัท จำกัด คิดเป็น ร้อยละ 36.00 รองลงมา เป็น เจ้าของคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 26.00 เป็น บริษัท มหาชน จำกัด คิดเป็นร้อยละ 24.50 และเป็น ห้างหุ้นส่วน จำกัด น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.50

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงาน ทางด้านโลจิสติกส์ ด้านความรู้

องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์	$\bar{X}$	S.D.
ด้านความรู้	4.16	0.45
1. บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ	4.40	0.66
2. บุคลากรมีความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.38	0.61
3. บุคลากรมีความรู้ภาษาอังกฤษในด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน	4.12	0.70
4. บุคลากรมีความสามารถในการสื่อสาร	3.93	0.83
5. บุคลากรรู้จักจัดระเบียบงานที่ซับซ้อนให้ง่ายต่อการปฏิบัติงาน	3.78	0.90
6. บุคลากรมีความรู้ด้านการวางแผนการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	4.23	0.68
7. บุคลากรศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานอยู่ตลอดเวลา	4.18	0.73
8. บุคลากรมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าในการขนส่ง	4.21	0.70
9. บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับกฎจราจร	4.05	0.85
10. บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในการจัดสรรเวลาบริหารจัดการงานประจำและ งานเร่งด่วนที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จและได้คุณภาพตามมาตรฐาน	4.36	0.61

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงาน ทางด้านโลจิสติกส์ด้านความรู้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.78-4.40



ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงาน
ทางด้านโลจิสติกส์ ด้านทักษะ

องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์	$\bar{X}$	S.D.
ด้านทักษะ	4.07	0.52
1. บุคลากรมีความสามารถในการใช้ GPS ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.09	0.70
2. บุคลากรมีความชำนาญในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	4.28	0.69
3. บุคลากรมีทักษะในการวางแผนการทำงานที่ได้รับมอบหมาย	3.73	0.92
4. บุคลากรมีการพัฒนาทักษะทางวิชาการเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงาน	4.24	0.76
5. บุคลากรสามารถวิเคราะห์หาการเสียในส่วนต่างๆ ของรถขนส่งเบื้องต้นได้	4.19	0.75
6. บุคลากรบริหารจัดการเส้นทางการจราจรเพื่อการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า	4.26	0.69
7. สามารถตัดสินใจและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.35	0.67
8. บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความปราณีต เรียบร้อย ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด	4.02	0.71
9. บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้อง แม่นยำ	3.93	0.74
10. บุคลากรเข้าใจในหลักการวิธีการเจรจาต่อรอง	3.63	0.99

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงาน
ทางด้านโลจิสติกส์ด้านทักษะ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ
มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.63-4.35

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงาน
ทางด้านโลจิสติกส์ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์	$\bar{X}$	S.D.
ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	4.08	0.45
1. บุคลากรมีความซื่อสัตย์ เสียสละเพื่อองค์กร	4.25	0.61
2. บุคลากรทำงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตรงตามเวลา	4.22	0.61
3. บุคลากรมีความรับผิดชอบต่องานของตนเองไม่ละทิ้งงานโดยไม่มีเหตุอันสมควร	4.20	0.61
4. บุคลากรปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร	3.77	0.80
5. บุคลากรดูแลรักษาสินค้าที่ต้องรับ-ส่งให้ลูกค้าให้ดีที่สุด และทันเวลา	4.04	0.76
6. บุคลากรมีความสามารถในการควบคุมอารมณ์ มีสติในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีทัศนคติต่อการบริการ	4.17	0.74
7. บุคลากรมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ	3.97	0.71
8. บุคลากรแต่งกายสุภาพเรียบร้อย เหมาะสมกับภาระงาน	4.19	0.72
9. บุคลากรมีเหตุผล รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และมีภาวะผู้นำตนเอง	4.20	0.72
10. บุคลากรมีทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกับคนอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งภายใน และภายนอกองค์กร	3.82	0.78

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.77-4.25

ตารางที่ 6 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้าน ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งหัวหน้างาน

องค์ประกอบสมรรถนะ ของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์	น้อยกว่า 5 ปี		5 ปี ขึ้นไป		t-Value	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านความรู้	4.26	0.45	4.10	0.44	3.49	0.00*
ด้านทักษะ	4.23	0.45	3.98	0.54	4.74	0.00*
ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	4.14	0.45	4.05	0.44	1.90	0.06

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้าน ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งหัวหน้างาน พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ โดยหัวหน้างานที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 5 ปีให้ความสำคัญด้านความรู้และทักษะมากกว่าหัวหน้างานที่มีประสบการณ์ทำงาน 5 ปีขึ้นไป ส่วนด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระยะเวลาในการดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน

สมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์	F-Value	P-Value
ด้านความรู้	6.33	0.00*
ด้านทักษะ	11.01	0.00*
ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	2.08	0.13

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้าน ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ และด้านทักษะ จากนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย วิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 8



ตารางที่ 8 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านความรู้โดยรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระยะเวลาในการดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5 ปี	5-10 ปี	มากกว่า 10 ปี
		4.26	4.09	4.13
น้อยกว่า 5 ปี	4.26	-	0.17*	0.13
5 - 10 ปี	4.09		-	0.04
มากกว่า 10 ปี	4.13			-

จากตารางที่ 8 พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านความรู้ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระยะเวลาในการดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันเป็นรายคู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านความรู้มากกว่า ระยะเวลา 5-10 ปี

ตารางที่ 9 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านทักษะ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระยะเวลาในการดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5 ปี	5-10 ปี	มากกว่า 10 ปี
		4.22	4.00	3.95
น้อยกว่า 5 ปี	4.22	-	0.22*	0.27*
5 - 10 ปี	4.00		-	0.05
มากกว่า 10 ปี	3.95			-

จากตารางที่ 9 พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านทักษะ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระยะเวลาในการดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันเป็นรายคู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญขององค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านทักษะมากกว่า ระยะเวลา 5-10 ปีและมากกว่า 10 ปีขึ้นไป

6. สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ และ 2) เปรียบเทียบองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ให้ความสำคัญด้านความรู้ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและด้านทักษะ เรียง

ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญองค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามประสิทธิภาพการทำงานในตำแหน่งหัวหน้างานและระยะเวลาในการดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบันพบว่า ด้านความรู้และด้านทักษะ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

6.1 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสมรรถนะด้านความรู้ โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ ซึ่งการมีความรู้ในกระบวนการโลจิสติกส์ทั้งหมดจะทำให้สามารถเข้าใจปัญหา มองภาพเดียวกับลูกค้า และคิดแก้ปัญหาเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้เป็นอย่างดี (เอลซีจี โลจิสติกส์, 2563) เช่นเดียวกับรายงานของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2558) ที่รายงานผลการศึกษาเช่นเดียวกันว่า บุคลากรในสายอาชีพทางการจัดการโลจิสติกส์ที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจลักษณะองค์รวมและสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้แบบบูรณาการจะช่วยพัฒนาการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ และประสานในโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาณุมาศ และสุรมงคล (2562) ที่พบว่า ความรู้ของพนักงานโลจิสติกส์ที่รับผิดชอบงานคลังสินค้าในธุรกิจขนส่งสินค้าทางอากาศ มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ที่เหมาะสมและทันสมัยเพียงพอต่อแนวโน้มของตลาดและอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของระบบโลจิสติกส์ เช่น การบริหารจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้า ที่มีเทคโนโลยี การบริหารจัดการและจำเป็นจะต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเพื่อรองรับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (อรณิชา, 2559)

6.2 องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและด้านทักษะ ก็มีความสำคัญเช่นกัน เพราะงานการจัดการโลจิสติกส์เป็นหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมากทำให้การทำงานแต่ละขั้นตอนจึงต้องรอบคอบ ระมัดระวังและประเมินสถานการณ์อย่างแม่นยำเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าและการบริการ เพราะการทำงานด้านโลจิสติกส์ในบางครั้งต้องมีการติดต่อกับต่างประเทศทั้งเรื่องเอกสารและการประสานงาน โดยเฉพาะแผนกที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าส่งออกสินค้าจากต่างประเทศจึงต้องอาศัยความรู้พื้นฐานร่วมกับการสื่อสารที่ดีสำหรับการประสานงานระหว่างผู้ร่วมงาน รวมไปถึงการทำงานได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ มีการจัดการตามตารางที่กำหนดและต้องแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหาขึ้น จึงจะช่วยให้งานด้านการจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพอย่างมาก (ทรูปลูกปัญญา มีเดีย, 2564) ดังนั้นสถานประกอบการ จึงให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านความรู้ องค์ประกอบด้านทักษะ และองค์ประกอบด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของแรงงานด้านโลจิสติกส์ที่ใกล้เคียงกัน เพราะทุกองค์ประกอบมีความจำเป็นสำหรับแรงงานและการพัฒนาทางด้านโลจิสติกส์เช่นเดียวกัน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะ

7.1.1 ผู้บริหารสถานประกอบการควรกำหนดเป็นนโยบาย และแผนงานในการพัฒนาสมรรถนะแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเครือข่าย การแลกเปลี่ยนความรู้ การให้คำปรึกษา รวมทั้งส่งเสริมให้มีการอบรมพัฒนาวิชาชีพทางด้านโลจิสติกส์ให้มีความชำนาญ เนื่องจากแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ต้องการแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเป็นจำนวนมาก



7.1.2 ควรจัดปฐมนิเทศ พนักงานใหม่ เกี่ยวกับเรื่องกฎระเบียบ ข้อบังคับในการทำงานและจัดประชุมเพื่อรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคลากร และนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบัน

7.1.3 ภาครัฐควรจะมีการเข้ามากำหนดสมรรถนะพื้นฐานที่บุคลากรหรือพนักงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องมี เพื่อให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการพัฒนานตนเอง

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะของแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ เพื่อเปรียบเทียบหาข้อบกพร่องและหาแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

7.2.2 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะแรงงานทางด้านโลจิสติกส์ กับ ประสิทธิภาพการทำงานของหัวหน้างาน รวมถึงระยะเวลาในการดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบันเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการเพิ่มสมรรถนะแรงงานให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

8. บรรณานุกรม

- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28, 1-4.
- Parry, S. B. (1996). The quest for competencies. *Training*, 33(7), 48-56.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competency at work: Model for superior performance*. New York: John Wiley and Sons.
- Sternberg, R. J., & Kolligian, J. Jr. (1990). *Competency considered*. New Haven, CT: Yale University Press.
- กัลยา อุบลทิพย์. (2557). การพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพช่างเขียนแบบเครื่องกล สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- จิรศักดิ์ สุทธาดล. (2553). สมรรถนะของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยที่พึงประสงค์ตามทัศนะของผู้บริหาร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชยานันท์ แสงทิพย์ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร ยุภาพร ยุภาศ และ สัญญา เคนาภูมิ. (2557). สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานในกลุ่มจังหวัดร้อยเอ็ด-ขอนแก่น-มหาสารคาม-กาฬสินธุ์. *วารสาร มรม. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)* 8(1), 169-180.
- ทรูปลูกปัญญา มีเดีย. (2564). *นักจัดการขนส่งสินค้า*. [สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2564]. จาก <https://www.truelookpanya.com/explorer/occupation-step3/19>
- ทิพย์ระวี รัชศรี. (2556). การศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของบัณฑิตไทยในศตวรรษที่ 21 และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และการสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.



- พันธุ์พรหม รังสิธารานนท์. (2558). การพัฒนาสมรรถนะพนักงานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิรพงษ์ พันธโสตา. (2559). การพัฒนาสมรรถนะอาชีพช่างไฟฟ้าโรงงาน โดยใช้โครงงานวิชาชีพเป็นฐาน ระบบทวิภาคี สำหรับสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาชีพ วัดผลและสถิติการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาณุมาศ นิยมพลและสุรมงคล นิมจิตต์. (2562). สมรรถนะของเจ้าหน้าที่จัดการคลังสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรมธุรกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศ. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพ, 6(2), 1-7.
- เรวัตร อัครวางกูร. (2557). ความต้องการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานสายงานจำหน่ายและบริการ ภาค 1-4 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2562). รายงานประจำปี ปงบประมาณ พ.ศ. 2562. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/document/raayngaanpracchampi_2562_0.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2557. [สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2564]. จาก <http://logistics.nida.ac.th/10-skills-for-logistics-management/>
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2557). ลำดับ ชื่อบริษัท สถานที่ตั้งโรงงาน โทรศัพท์ – BOI. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2559 จาก https://www.boi.go.th/upload/content/company/รายชื่อบริษัทที่มีความต้องการแรงงาน%20เดือนกุมภาพันธ์%202557_48600.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). [ออนไลน์]. รายงานทางด้านโลจิสติกส์. [สืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2560] จาก http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/table/files/2500700/2558/099/00_2500700_2558_099_000000_00200.xls
- สำนักส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ. (2557). [ออนไลน์]. รายงานการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์. [สืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2560]. [https://www.dbd.go.th/download/promotion_file/10_\(word\)%20DBD-Logistic_Rev-Final_Appendix2_v2.pdf](https://www.dbd.go.th/download/promotion_file/10_(word)%20DBD-Logistic_Rev-Final_Appendix2_v2.pdf)
- อรณิชา บุตรพรหม. (2559). คุณลักษณะบุคลากรด้านโลจิสติกส์ที่องค์กรเอกชนต้องการ กรณีศึกษา: ผู้ประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดปราจีนบุรี. ราชภัฏเพชรบูรณ์สาร, 18(1), 67-73.
- อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์. (2556). การวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมบนพื้นฐานของ Competency (Competency-Based Training Need Analysis). กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์ จำกัด.
- เอสซีจี โลจิสติกส์. (2563). 4 คุณลักษณะของ LOGISTICS PEOPLE. [สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม]. จาก <https://www.scglogistics.co.th/th/4-คุณลักษณะของ-logistics-people/>



การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วย Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง

ชยันนาจ ปันสันเทียะ¹*

(วันที่รับบทความ: 19/1/2566 ; วันที่แก้ไขบทความ: 26/3/2566; วันที่ตอบรับบทความ: 30/3/2566)

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด -19 ทำให้สถาบันการศึกษาของไทยต้องปิดการเรียนการสอน จึงส่งผลกระทบต่อนักเรียนนักศึกษา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยโปรแกรม Moodle LMS 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่ ใช้งานบทเรียนออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) เพื่อ หาประสิทธิภาพบทเรียนออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นการวิเคราะห์ 2) ขั้นการออกแบบ 3) ขั้นการพัฒนา 4) ขั้นการนำไปใช้ และ 5) ขั้นการประเมิน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระ นครเหนือวิทยาเขตระยอง ชั้นปีที่ 2 ที่เรียนวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 60 คน

ผลการวิจัยพบว่า การสร้างและพัฒนาสื่อบทเรียนออนไลน์วิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยโปรแกรม Moodle LMS จะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับอาจารย์และนักศึกษาในการเรียนการสอน ผ่านโปรแกรม Moodle LMS อาจารย์สามารถจัดการสอนออนไลน์และออกแบบทดสอบได้อย่างเหมาะสม นักศึกษาสามารถเข้าเรียนรู้เนื้อหาบทเรียนและทำแบบทดสอบตามตลอดระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งบทเรียนจะช่วย ส่งเสริมการเรียนการสอนให้เข้ากับยุคสมัยและอำนวยความสะดวกในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผล การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่ใช้บทเรียนออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20) ประสิทธิภาพบทเรียน E_1/E_2 อยู่ในระดับ 80.45/81.08 จึงสรุปได้ว่าบทเรียนที่พัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด เหมาะสำหรับการนำไปใช้ในการเรียนการสอน

คำสำคัญ: บทเรียนออนไลน์, การศึกษาออนไลน์, ประสิทธิภาพบทเรียน

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทร. 094-549-5654 อีเมล: chainat.p@fba.kmutnb.ac.th

DOI: 10.14456/jiba.2023.5



Online Lesson Development with Moodle LMS Computer and Information Technology Courses for Students King Mongkut's University of Technology North Bangkok Rayong Campus

Chainat Pansantie^{1*}

(Received: 19/1/2023 ; Revised: 26/3/2023; Accepted: 30/3/2023)

Abstract

From the situation spread of Covid 19 has caused by the Institutes of Education in Thailand have been closed. Therefore that can be effected for the students. The objectives of this study were 1) to develop online lessons for Computer and Information Technology Course by utilizing Moodle LMS, 2) to study the satisfaction of students who used online lessons provided in Computer and Information Technology Course based on Moodle LMS, and 3) to examine the efficiency of the online lessons in Computer and Information Technology Course when Moodle LMS was used. Five major stages: including analysis stage, design stage, development stage, application stage, and evaluation stage were conducted in order to obtain the final results. The sample consisted of 60 second-year students of King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Rayong Campus, who took Computer and Information Technology course.

The results indicated that applying Moodle LMS to create and develop online course was convenient for instructors and students. Instructors were able to manage online teaching and design tests appropriately while students were able to learn the lessons and take quizzes throughout the specified period. The lessons could promote and enhance teaching and learning during the COVID-19 outbreak. The satisfaction level of students who used online lessons based on Moodle LMS was high ($\bar{X} = 4.20$), and the lesson efficiency E_1/E_2 was 80.45/81.08. Since the developed lesson was found to be effective, it was recommended to apply such method in teaching and learning.

Keywords: Online Lessons, Online Education, Lesson Efficiency

¹ Lecturer, Program in Business Computer, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author, Tel. 094-549-5654 e-mail: chainat.p@fba.kmutnb.ac.th

DOI: 10.14456/jiba.2023.5

1. บทนำ

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาเชื่อมต่อเป็นระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ช่วยเอื้อประโยชน์ต่อการสื่อสารข้อมูล เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายโอนข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลระยะไกล จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด -19 ถือว่าเป็นวิกฤตทั่วโลก ประเทศไทยได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน รัฐบาลได้มีมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด ตั้งแต่การลดการเดินทางการเข้าออกพื้นที่ การปิดสนามบิน การใช้มาตรการ Social distancing ปิดสถานการค้าแหล่งบันเทิง ลดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จำกัดการเดินทาง กำหนดนโยบายการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ดังนั้นการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงเข้ามามีบทบาท มีความสำคัญ และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายสำหรับนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสาร (พระมหาเมธี จันทวิโส และคณะ, 2565) ในส่วนของสถาบันการศึกษา ปัญหาที่เกิดจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโควิด - 19 ทำให้โรงเรียนทั่วโลกมากกว่า 190 ประเทศ ต้องปิดการเรียนการสอน ส่งผลกระทบต่อเด็กนักเรียนมากกว่า 1,500 ล้านคนทั่วโลก สำหรับประเทศไทยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ลงนามในประกาศกระทรวงศึกษาธิการ วันที่ 17 มีนาคม 2563 ให้ปิดสถานศึกษาทุกแห่งของภาครัฐและเอกชนทั่วประเทศ ทั้งในระบบและนอกระบบ และประกาศจัดให้มีการเรียนการสอนสอดคล้องกับประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยกำหนดให้มีรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ (รัฐนันท์ รถทอง, 2565) สถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนได้ปรับตัวเพื่อสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ทำให้ผู้สอนประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เช่น Microsoft Team, YouTube Live, Google Classroom, Facebook Live, Cisco Webex Meetings รวมถึงโปรแกรมอื่น ๆ และ Social Network อื่น ๆ นำมาใช้ในการศึกษาแทนการเรียนแบบชั้นเรียน (Face to Face or Onsite) รวมถึงการศึกษาแบบผสมผสาน (Hybrid Learning or Blended Learning) ซึ่งเป็นการเรียนแบบชั้นเรียนผสมผสานกับการเรียนแบบออนไลน์

ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้เรียนและผู้สอนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โควิด - 19 ผู้วิจัยจึงมีความสนใจพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วย Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง ให้เป็นสื่อการเรียนรู้ในลักษณะที่ผู้เรียนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาบทเรียน โดยศึกษาเนื้อหา อภิปรายกลุ่ม ตอบปัญหาการเรียนหรือสนทนาซักถาม ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เรียน (Client) และเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ (Server) ซึ่งมีแหล่งข้อมูลสำหรับการเรียนรู้ (Knowledge-based) ที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน ผู้สอน บทเรียนจะเอื้ออำนวยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลาในทุกสถานที่ โดยจะมีการนำเสนอในลักษณะของสื่อประสมทั้ง รูปภาพ ข้อความ เสียง และภาพเคลื่อนไหว รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสนทนาผ่านห้องสนทนา การตั้ง กระทำ ถาม-ตอบ บนกระดานข่าว หรือการส่งการบ้าน

2. วัตถุประสงค์งานวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยโปรแกรม Moodle LMS

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่ใช้งานบทเรียนออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.3 เพื่อหาประสิทธิภาพบทเรียนออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

3. ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) บทเรียนออนไลน์ด้วย Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากร ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรี ปี 2 ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2565 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตระยอง ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 446 คน จำนวน 10 กลุ่มเรียน ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่มเรียน (จำนวน 60 คน) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เนื่องจากเป็นกลุ่มของนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจที่ลงทะเบียนเรียนวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) บทเรียนออนไลน์ วิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาขึ้นด้วยโปรแกรม Moodle LMS 2) แบบประเมินความพึงพอใจบทเรียนออนไลน์ วิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) แบบทดสอบออนไลน์ วิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ธนาภัสสร สนธิรักษ์ และคณะ (2565) ระบุว่า การเรียนและการสอนด้วยรูปแบบ Modular Object Oriented Dynamic Learning Environment (Moodle) หมายถึง การจัดการเรียนการสอนแบบสองทางในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งครูผู้สอนกับนักเรียนสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ ผ่านอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ บรรยากาศเหมือนเรียนในห้องเรียนที่เรียกว่า LMS (Learning Management System) หรือระบบจัดการการเรียนการสอน CMS (Course Management System) เป็นการนำเอาศักยภาพของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้งาน ซึ่งเหมาะสำหรับสถาบันการศึกษา เพื่อให้ครูเตรียมแหล่งข้อมูล กิจกรรม สำหรับเผยแพร่ข้อมูลสื่อหรือเนื้อหา ของบทเรียนออนไลน์ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย (Ratanatherakul, 2010) ผู้ใช้งานในระบบ LMS เป็น 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มผู้บริหารระบบ (Administrator) มีหน้าที่ติดตั้งระบบ LMS ลงโปรแกรม กำหนดระบบความปลอดภัยของข้อมูล กำหนดสิทธิ์ผู้ใช้งานในระดับต่าง ๆ สำรองข้อมูลและการกู้คืนข้อมูล

2. กลุ่มอาจารย์หรือผู้สร้างเนื้อหาบทเรียน (Teacher) มีหน้าที่จัดเนื้อหาในบทเรียนต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงข้อมูลรายวิชา เอกสารประกอบการสอน สนทนากับนักเรียน กำหนดกิจกรรมและตรวจสอบกิจกรรมของผู้เรียน การวัดและประเมินผลโดยใช้ข้อสอบ ปรนัย อัตนัย ตั้งค่าเวลาสอบและส่งงาน การให้คะแนนและคำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการสอบ

3. กลุ่มผู้เรียน (Student) หมายถึงนักเรียน นักศึกษา ที่เข้ามาเรียนตามรายวิชาต่าง ๆ รวมถึงทำแบบฝึกหัด แบบทดสอบ ตามที่ได้รับมอบหมายโดยอาจารย์ผู้สอน ซึ่งอาจารย์ผู้สอนสามารถแบ่งกลุ่มผู้เรียน และตั้งรหัสผ่านสำหรับเข้าเรียนแต่ละวิชาได้ นอกจากนี้ผู้เรียนสามารถพูดคุยกับผู้เรียนด้วยกันจากคำแนะนำจากผู้สอนได้อีกด้วย และสุดท้ายผู้เรียนจะประเมินอาจารย์ผ่านระบบ LMS ได้ด้วยเช่นกัน

หลักการออกแบบระบบการเรียนการสอน ADDIE Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน (McGriff, 2000) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง ผู้สอนจะต้องสามารถวิเคราะห์และตอบคำถามเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้ คือ กลุ่มผู้เรียนเป็นใคร มีพื้นฐานความรู้ในระดับใด จุดมุ่งหมายของการเรียนของบทเรียนที่สอดคล้องกับเนื้อหาอะไรที่เกี่ยวข้อง และปัญหาหรืออุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

2. การออกแบบ (Design) หมายถึง นำข้อมูลขั้นตอนที่ 1 มาออกแบบบทเรียน ประกอบไปด้วย 1) การกำหนดจุดประสงค์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของบทเรียน ควรเป็นจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้หลังจากที่เรียนจบในแต่ละหน่วยของการศึกษา 2) การกำหนดโครงร่างลำดับเนื้อหาของบทเรียนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยเรียงลำดับความยากง่ายให้เหมาะสม 3) การกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การเรียนบรรลุวัตถุประสงค์ 4) การกำหนดสื่อที่เหมาะสม 5) การกำหนดเกณฑ์การวัดและประเมินผลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาในบทเรียน 6) การนำแผนผังบทเรียน (Lesson Flowchart) ตั้งแต่ต้นจนจบบทเรียน

3. การพัฒนา (Development) นักพัฒนาจะดำเนินการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อโปรแกรม บทเรียน รหัสวิชา อาจารย์ผู้สอน เนื้อหาบทเรียนโดยละเอียด รายละเอียดเกี่ยวกับการทำงานของบทเรียน เช่น การสร้างการเชื่อมโยงเนื้อหา (Link) การสร้างงานกราฟิก ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับรูปภาพ เสียงบรรยาย ข้อความ การทำงานของปุ่มต่าง ๆ ของการสร้างบทเรียนตามคุณสมบัติของโปรแกรมนั้น ๆ การทดสอบการทำงานของบทเรียนเพื่อหาข้อบกพร่องเกี่ยวกับเนื้อหา การนำเสนอเนื้อหา และการประเมินผลระหว่างทางเพื่อพัฒนาบทเรียน

4. การนำไปใช้ (Implementation) เมื่อนักออกแบบและพัฒนาบทเรียนได้แก้ไขตามความเหมาะสมแล้ว จึงนำบทเรียนไปใช้งานจริง

5. การประเมินผล (Evaluation) เพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนตามเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับเป็นข้อมูลในการพัฒนาบทเรียนชุดต่อไป

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556) ระบุว่าระดับประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งหากสื่อหรือชุดการสอนมีประสิทธิภาพก็มีคุณค่าที่จะนำไปสอนนักเรียนและคุ้มค่าแก่การผลิตออกมา การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพกระทำได้โดยการประเมินพฤติกรรมของผู้เรียน 2 ประเภท คือ พฤติกรรมต่อเนื่อง (กระบวนการ) กำหนดค่าประสิทธิภาพเป็น $E_1 = \text{Efficiency of Process}$ (ประสิทธิภาพของกระบวนการ) และพฤติกรรมสุดท้าย (ผลลัพธ์) กำหนดค่าประสิทธิภาพเป็น $E_2 = \text{Efficiency of Product}$ (ประสิทธิภาพของผลลัพธ์) ในข้อข่ายพุทธวิสัยที่หมายถึงความรู้ความจำ ความเข้าใจการนำไปใช้การวิเคราะห์ สังเคราะห์และการประเมินตามแนวคิดของ Bloom's Taxonomy มักจะตั้งไว้ไม่ต่ำกว่า 80/80

5. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนาตามหลักการ ADDIE Model ในการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ 5 ขั้นตอน ดังนี้

5.1 ขั้นวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง ศึกษาสภาพปัญหา การใช้ระบบบริหารจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง โดยพิจารณาจากการเรียนการสอน, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, สารการเรียนรู้, จุดประสงค์การเรียนรู้, บริบทของผู้เรียน, แนวคิดบทเรียนออนไลน์

แบบปฏิสัมพันธ์, อุปกรณ์เข้าถึงบทเรียน, รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด – 19 และนำบทเรียนมาประยุกต์ใช้งานให้เหมาะสมโดยประเมินความต้องการ สภาพปัญหาของผู้เรียนด้วยการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ปัญหาและความต้องการตามสภาพจริง

5.2 ขั้นตอนออกแบบ (Design)

5.2.1 ออกแบบและพัฒนาระบบการเรียนการสอนออนไลน์ ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพิจารณาจากจุดประสงค์การเรียนรู้ สารการเรียนรู้ ระบบการจัดการบทเรียนออนไลน์ สื่อประกอบการเรียน กิจกรรม แบบทดสอบก่อนเรียน/หลังเรียน เกณฑ์การประเมินผล และโครงร่างเนื้อหาของบทเรียนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

5.2.2 ออกแบบเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เรียน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ประกอบด้วยข้อคำถาม 17 ข้อ และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทำการตรวจประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลประเมินมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6 – 1.00 ทุกข้อ

5.2.3 ออกแบบทดสอบประสิทธิภาพบทเรียน ชนิดเลือกตอบ 5 ตัวเลือก จำนวน 100 ข้อ ผลการประเมินความสอดคล้อง โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทำการตรวจประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลประเมินมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6 – 1.00 และหาคุณภาพแบบทดสอบทดลองใช้เบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด (Try out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

5.3 การพัฒนา (Development) หมายถึง ดำเนินตามกระบวนการที่ออกแบบไว้ โดยพัฒนาระบบการเรียนการสอนออนไลน์ วิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยโปรแกรม Moodle LMS ที่มีปฏิสัมพันธ์หลากหลายในด้านกิจกรรมการเรียนรู้ รูปแบบของข้อความ สไลด์ เสียง ภาพเคลื่อนไหว แบบทดสอบ การแสดงคะแนนและผลการเรียน พร้อมทั้งจัดทำคู่มือบทเรียนสำหรับแนะนำการใช้งาน

5.4 นำไปใช้งาน (Implementation) หมายถึง นำบทเรียนออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นไปใช้งานกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ซึ่งผู้เรียนสามารถศึกษาค้นคว้าหรือเข้าถึงข้อมูลการเรียนรู้ ได้ในทุกสถานที่ ทุกเวลา ตามความสะดวก ตามความต้องการของผู้เรียนเอง โดยในขั้นนี้สามารถดำเนินการวิเคราะห์ผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

5.5 การประเมินผล (Evaluation) การประเมินประสิทธิภาพของผู้เรียนจากแบบทดสอบระหว่างเรียน หรือประสิทธิภาพของกระบวนการ E_1 และจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (หลังเรียน) หรือประสิทธิภาพของผลลัพธ์ E_2 รวมทั้งประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนจากแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การประเมินผลผู้เรียนระหว่างทางและปลายทางของการเรียนรู้ เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมมากที่สุด

6. ผลการวิจัย

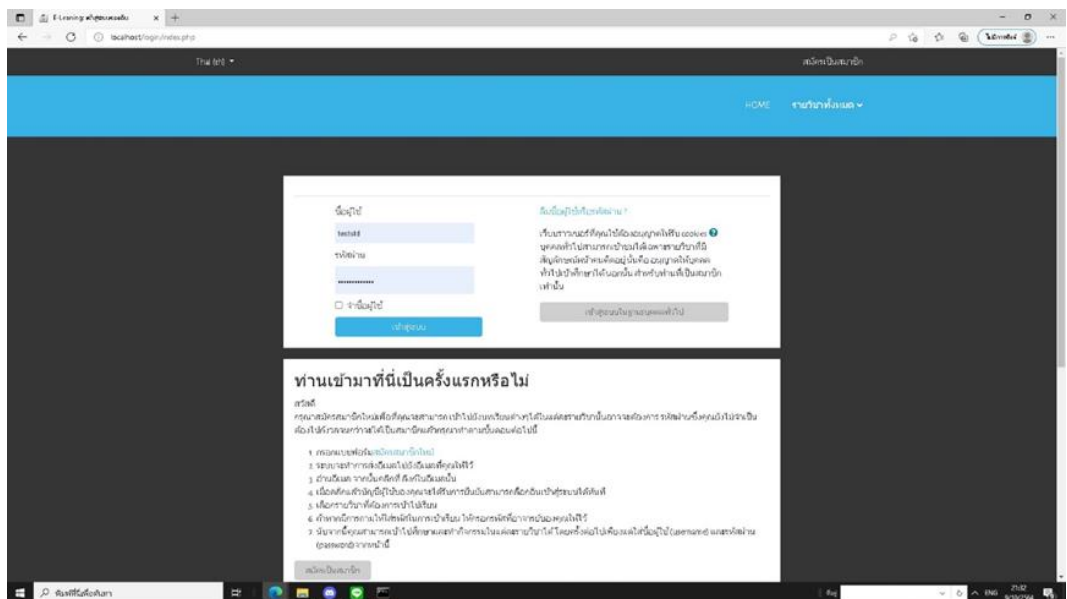
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วย Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง

โดยส่วนประกอบของบทเรียนออนไลน์ประกอบด้วย 1) หน้าระบบ Log in ใช้งาน 2) หน้าแสดงหัวข้อเนื้อหาพร้อมข้อความสรุปเนื้อหาและภาพประกอบ 3) หน้าแสดงเนื้อหาของบทเรียน ประกอบด้วย

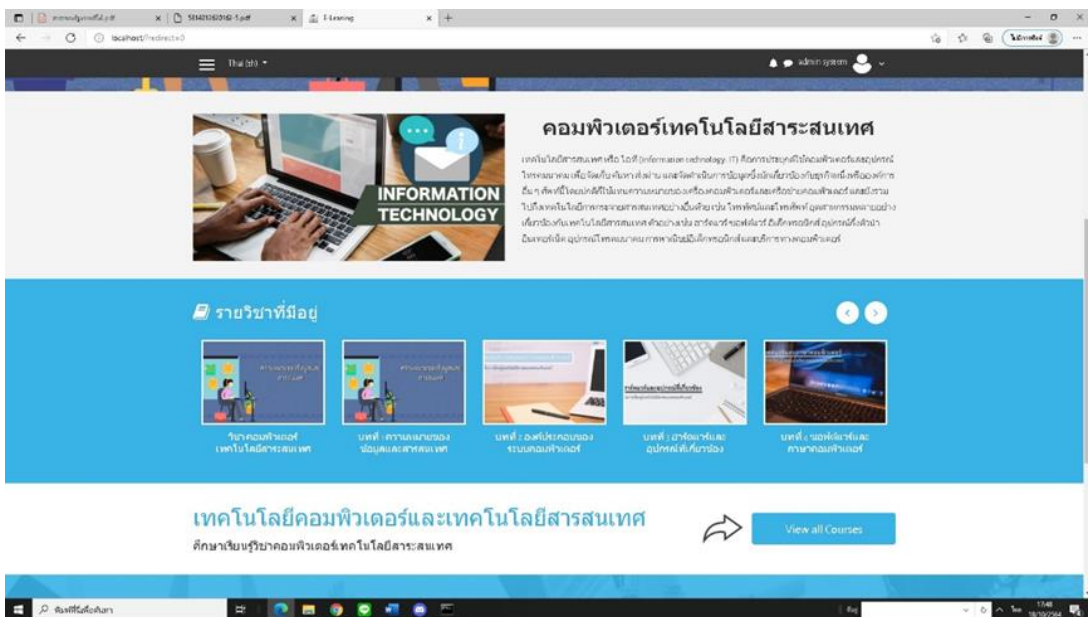
ข้อความ ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว แบบฝึกปฏิบัติ และแบบทดสอบท้ายบทเรียน คู่มือการใช้งานบทเรียนออนไลน์ รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้สอนและผู้เรียน รายละเอียดแสดงดังภาพที่ 1 ถึง 6



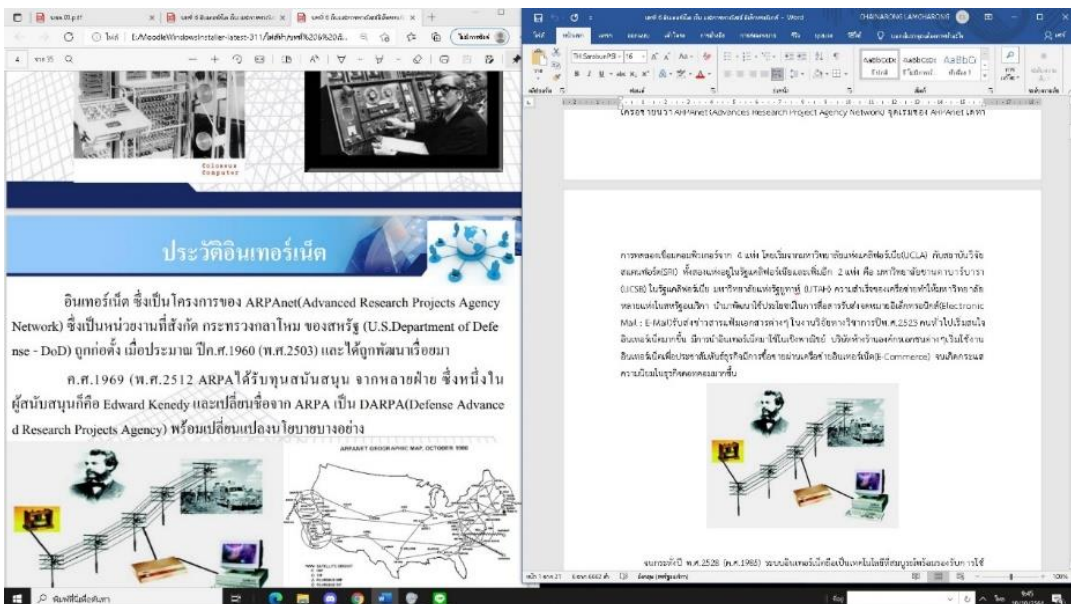
ภาพที่ 1 หน้าหลักของบทเรียนออนไลน์



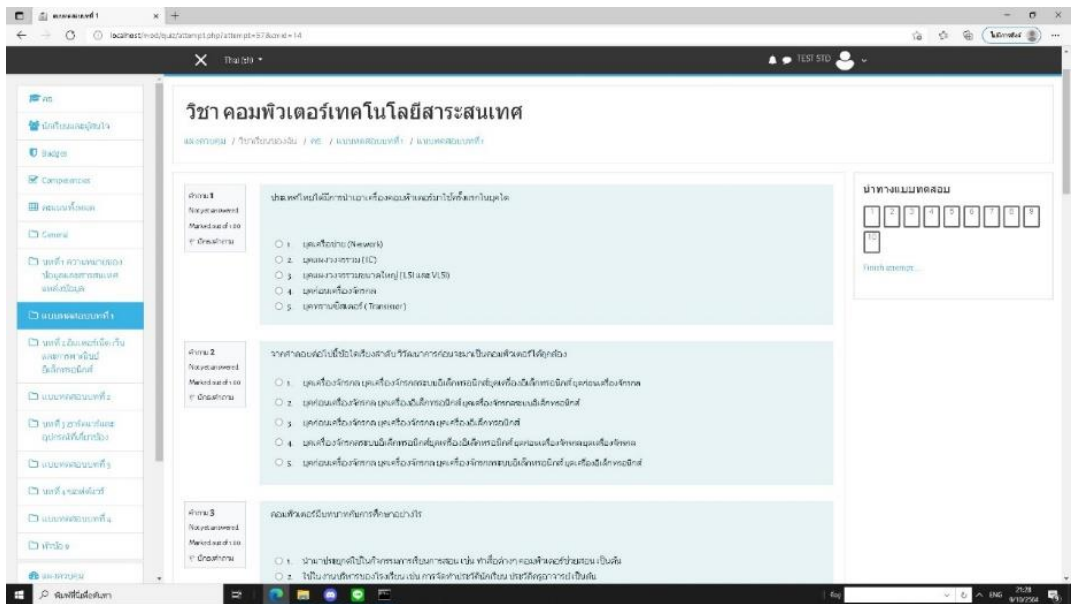
ภาพที่ 2 หน้าระบบ Log in เพื่อเข้าสู่ระบบการใช้งานบทเรียนออนไลน์



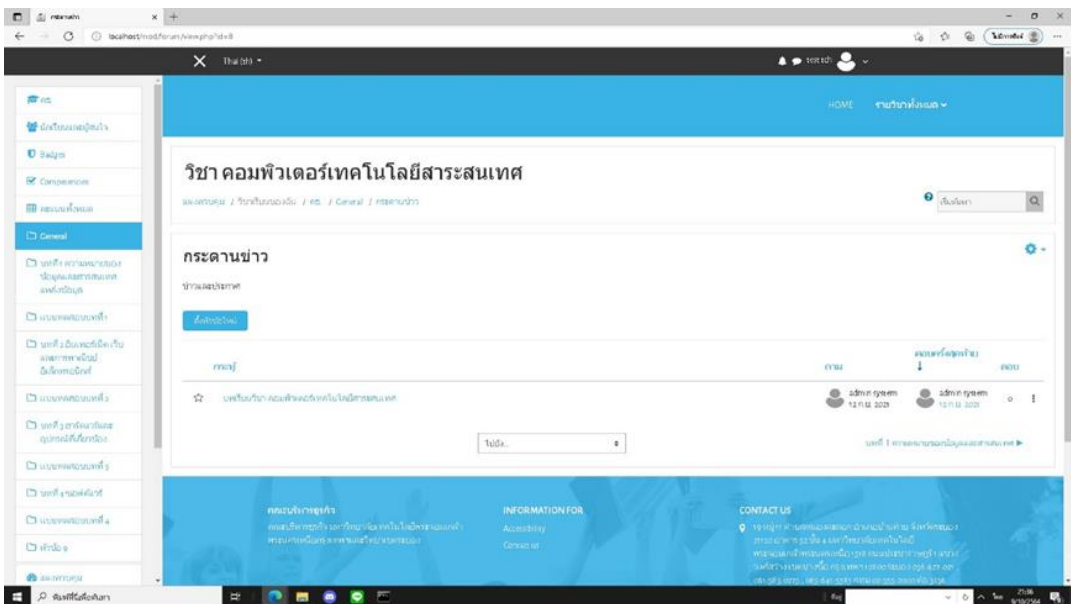
ภาพที่ 3 หัวข้อเนื้อหาพร้อมข้อความสรุปเนื้อหาและภาพประกอบ



ภาพที่ 4 บทเรียนเนื้อหาในรายวิชา



ภาพที่ 5 แบบทดสอบท้ายบทของบทเรียน



ภาพที่ 6 หน้ากระดานข่าวสำหรับติดต่อสื่อสาร



ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียนโดยใช้โปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจ

ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษา โดยการใช้โปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านการทำงานของโปรแกรม	4.18	0.77	มาก
1.1 โปรแกรมสามารถประมวลผลอย่างรวดเร็ว	4.17	0.72	มาก
1.2 โปรแกรมแสดงรายละเอียดชัดเจน	4.17	0.74	มาก
1.3 โปรแกรมตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน	4.12	0.87	มาก
1.4 โปรแกรมสามารถเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลได้	4.28	0.83	มาก
2. ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน	4.20	0.83	มาก
2.1 โปรแกรมสามารถเข้าใช้งานได้ดี	4.20	0.82	มาก
2.2 โปรแกรมสามารถให้ข้อมูล / รายละเอียดชัดเจน	4.23	0.77	มาก
2.3 โปรแกรมสามารถดาวน์โหลด / ดัดแปลงเนื้อหาข้อมูลได้ดี	4.17	0.91	มาก
3. ด้านความถูกต้องการนำเสนอสื่อการเรียนรู้	4.21	0.81	มาก
3.1 ภาพและเนื้อหาการนำเสนอแสดงรายละเอียดชัดเจน	4.22	0.83	มาก
3.2 การนำเสนอมีความถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.27	0.81	มาก
3.3 การนำเสนอมีความหลากหลายตอบสนองต่อผู้เรียน	4.17	0.81	มาก
3.4 การนำเสนอเหมาะสมสอดคล้องกับตัวชี้วัดและผลการเรียนรู้	4.17	0.78	มาก
4. ด้านความเหมาะสมและสะดวกต่อการใช้งานโปรแกรม	4.14	0.84	มาก
4.1 โปรแกรมง่ายต่อการใช้งาน	4.12	0.80	มาก
4.2 โปรแกรมสามารถเข้าถึงได้สะดวก	4.20	0.82	มาก
4.3 ขั้นตอนการทำงานไม่ซับซ้อนจนเกินไป	4.10	0.90	มาก
5. ด้านเหมาะสมต่อการศึกษาการเรียนรู้	4.26	0.78	มาก
5.1 การนำเสนอกระตุ้นให้นักเรียนเกิดกระบวนการคิดวิเคราะห์	4.17	0.81	มาก
5.2 สื่อมีส่วนช่วยในการวัดและประเมินผลผู้เรียน	4.37	0.76	มาก
5.3 ระยะเวลาในการใช้สื่อเหมาะสมกับบทเรียน	4.23	0.77	มาก
รวมทุกด้าน	4.20	0.81	มาก

จากผลการประเมินความพึงพอใจ การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วย Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง โดยภาพรวม ทั้ง 5 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.81 อยู่ในระดับมาก



ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการทำงานของโปรแกรม พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โปรแกรมสามารถเข้าถึงเนื้อหาของข้อมูลได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$)

ผลการประเมินความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โปรแกรมสามารถให้ข้อมูล / รายละเอียดชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$)

ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความถูกต้องการนำเสนอสื่อการเรียนรู้ พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การนำเสนอมีความถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$)

ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความเหมาะสมและสะดวกต่อการใช้งานโปรแกรม พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โปรแกรมสามารถเข้าถึงได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)

ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเหมาะสมต่อการศึกษาค้นคว้าการเรียนรู้ พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อมีส่วนช่วยในการวัดและประเมินผลผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$)

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อหาประสิทธิภาพบทเรียนออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพบทเรียน

คะแนน	จำนวน นักศึกษา	คะแนนแบบฝึกหัด		ประสิทธิภาพ
		เต็ม	$\bar{X}$	
คะแนนเฉลี่ยจากแบบทดสอบระหว่างเรียนหรือประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1)	60	100	80.45	80.45
คะแนนเฉลี่ยจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (หลังเรียน) (E_2) หรือผลลัพธ์	60	100	81.08	81.08

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพบทเรียนออนไลน์ด้วยโปรแกรม Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยประสิทธิภาพของบทเรียน ด้วยการประเมินประสิทธิภาพของผู้เรียนจากแบบทดสอบระหว่างเรียนหรือประสิทธิภาพของกระบวนการ และจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (หลังเรียน) หรือประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_1/E_2) คือ 80.45/81.08 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ ที่ระดับ 80/80

7. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วย Moodle LMS รายวิชา คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

วิทยาเขตระยอง ประกอบด้วยด้านการดำเนินงานของโปรแกรม ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านความถูกต้องการนำเสนอสื่อการเรียนรู้ ด้านความเหมาะสมและสะดวกต่อการใช้งานโปรแกรม และด้านเหมาะสมต่อการศึกษารับรู้ โดยภาพรวม ทั้ง 5 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.81 อยู่ในระดับมาก และผลการประเมินประสิทธิภาพของบทเรียน (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 80.45/81.08 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ระดับ 80/80 แสดงให้เห็นความสำคัญของการเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้เรียนสามารถตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้ที่ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นสามารถให้ข้อมูลรายละเอียดการเรียนรู้ที่ชัดเจน มีการนำเสนอที่เข้าใจง่าย ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาบทเรียนได้ทุกหนทุกแห่ง มีส่วนช่วยให้เกิดการเรียนรู้พัฒนาทักษะที่สามารถวัดและประเมินผลได้ สอดคล้องกับภคมน ตะอูบ (2559) ได้วิจัย การพัฒนาบทเรียน E-Learning รายวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สารสนเทศทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาที่ใช้บทเรียนที่สร้างขึ้นมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D.=0.82) ซึ่งบทเรียนที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและคุณภาพเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในสถาบันการศึกษา สามารถตอบสนองการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพราะผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ตามกระบวนการจัดการศึกษาที่ต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้ตามศักยภาพ ทั้งนี้บทเรียน E-Learning จัดเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมในการสร้างและพัฒนาที่นำเอาความสามารถของอินเทอร์เน็ตมาใช้สนับสนุนด้านการศึกษ สามารถเรียนรู้ได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ สามารถโต้ตอบและติดต่อระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียนและผู้เรียนกับผู้สอนจึงมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของสาโรช สอาดเอี่ยม (2563) ได้พัฒนาบทเรียนออนไลน์ (E-Learning) เรื่อง การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนด้วยโปรแกรม Adobe Captivate ผลการศึกษาพบว่า บทเรียนมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์เท่ากับ 80.50/81.00 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (80/80) และผู้เรียนมีความคิดเห็นต่อการเรียนรู้ด้วยบทเรียนออนไลน์ (E-Learning) ระดับดีมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.55) สรุปบทเรียนออนไลน์ (E-Learning) นี้มีประสิทธิภาพ ผู้สอนสามารถนำบทเรียนไปใช้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ของบทเรียนได้

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ควรออกแบบหรือจัดรูปแบบหน้าโปรแกรม Moodle MLS ให้ดึงดูดน่าสนใจ ควรจัดระเบียบรายวิชาและแบบทดสอบให้มีมาตรฐาน ควรจัดเนื้อหาบทเรียนให้ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย มีภาพประกอบ มีรูปแบบของการนำเสนอสื่อการเรียนรู้ที่สวยงาม

8.2 สถานศึกษาควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงหลักสูตรการเรียนรู้ที่ง่ายในทุกสถานที่ที่อยู่ห่างไกล โดยการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ให้สอดคล้องกับหลักสูตรของสถานศึกษา ในรายวิชาที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพเหมาะสมกับผู้เรียนในสภาพการใช้งานจริง ที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตกับทุกเพศ ทุกวัย และสถานศึกษาควรเพิ่มเติมในส่วนของการออกใบวัดใบับตรให้กับผู้เรียนที่ผ่านหลักสูตรออนไลน์

8.3 อุปกรณ์สำหรับการเรียนออนไลน์ คือการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และการบริหารจัดการโปรแกรมที่ใช้สำหรับจัดทำสื่อการเรียนรู้ ดังนั้น เพื่อให้การเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ประสบความสำเร็จ สถานศึกษาจะต้องจัดเตรียมโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อสำหรับส่งเสริมการเรียนรู้ รวมถึงอุปกรณ์สื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็ว



9. เอกสารอ้างอิง

- McGriff, Steven J. (2000). Instructional System Design (ISD): Using the ADDIE Model. *Instructional Design Models*, 226(14), 1-2.
- Ratanatherakul, A. (2010). *Setting Up for E-Learning and Moodle System*. Se-Education Publishing.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 5(1), 7-20.
- ธนาภัสสร สนิธิรักษ์, รังสรรค์ หล้าคำจา, วิมลพร ระเวงวัลย์, วันวิสาข์ พูลทอง และ เวณิกา ตาลาน. (2565). มิติรูปแบบการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในยุควิถีชีวิตใหม่. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 8(1), 413-432
- พระมหาเมธี จันทวิโส, พระครูวิโชติสิกขกิจ และ ดวงฤทัย เอี่ยมพล. (2565). ปัญหาการเรียนออนไลน์. *วารสารวิชาการแสงอีสาน*. 19(1), 61-68.
- ภคมน ตะอุบ. (2559). การพัฒนาบทเรียน e-learning รายวิชานวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา คณะครุศาสตร์. *วารสารครุศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 1(2), 62-71.
- รัฐนันท์ รตทอง. (2565). การเรียนรู้แบบไมโคร (Micro-Learning) และเทคโนโลยีการศึกษาในยุคดิจิทัล. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยรำไพพรรณี*, 15(1), 37-46.
- สาโรช สอาดเอี่ยม. (2563). การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ (e-Learning) เรื่องการสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนด้วยโปรแกรม Adobe Captivate สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, 33(2), 11-19.



นโยบายการพิมพ์

วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม จัดทำโดยคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่ผลงานวิจัย ความรู้และวิทยาการทางด้านบริหารธุรกิจโดยมีเนื้อหาและขอบเขตประกอบด้วย การบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม การบริหารวิศวกรรมเชิงอุตสาหกรรม ภาวะผู้นำ การจัดการโลจิสติกส์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ การบัญชี การเงินการธนาคาร การตลาด การบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการปฏิบัติการ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การเป็นผู้ประกอบการ การบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ เศรษฐศาสตร์ และเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง วารสารเปิดรับบทความจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย รวมถึงภายนอกประเทศแบบเต็มรูปแบบ (Full Paper) รวมถึงบทความวิชาการ (Review Articles) บทความที่เสนออาจเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ วารสารจัดพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ ออกเผยแพร่ในเดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคมของทุกปี ผู้สนใจสามารถส่งต้นฉบับได้ที่กองบรรณาธิการวารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม โดยบทความดังกล่าวจะต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อนและเป็นข้อคิดเห็นของผู้ส่งบทความเท่านั้น

เกณฑ์การพิจารณาบทความ

บทความจะต้องได้รับการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชานั้นอย่างน้อย 3 คน ซึ่งกองบรรณาธิการมีหลักเกณฑ์การพิจารณาบทความ ดังนี้

1. ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณาเนื้อหาสาระและคุณภาพทางวิชาการ (Peer Review)
2. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตัดสินสิทธิ์การลงพิมพ์ ในกรณีที่บทความไม่ถูกต้องตามแบบฟอร์มหรือรูปแบบที่กำหนด รวมทั้งไม่แก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
3. ลิขสิทธิ์บทความของผู้เขียนและสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การลงพิมพ์ซ้ำจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร

การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับ (ไฟล์ Word และ PDF) พร้อมแนบแบบนำส่งบทความ และตรวจสอบความถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดเพื่อลงพิมพ์ในวารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม ได้ 2 ช่องทางดังนี้

1. ส่งต้นฉบับทางเว็บไซต์ของวารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

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

2. ส่งต้นฉบับทาง E-mail: iba.sunee@fba.kmutnb.ac.th



สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ฝ่ายประสานงานและจัดการ โทร 038 627-000 ต่อ 5504, e-mail: iba.sunee@fba.kmutnb.ac.th

Journal of Industrial Business Administration

Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok



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

