



ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2568  
Vol.7 No.2 May - August 2025

# Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

**JMS@PSRU**

ISSN 2985-2285 (Print)  
ISSN 2985-2293 (Online)

## บทความ

Enhancing Positive Employee Outcomes through Transparent Internal Communication during Organizational Crisis: The Mediating Role of Employee-organization Relationship

**Jangsiriwattana, T., Witthawassamrankul, K., Amornpipat, I., & Suthichoti, S.**

อิทธิพลของคุณภาพการท่องเกี่ยวข้องเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเกี่ยวข้องซ้ำของนักท่องเกี่ยวข้องชาวไทย : กรณีศึกษาภาคท่องตัว อำเภอมือง จังหวัดลำปาง

**เกศณีย์ สัตตริตนขจร**

การพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการคลังยาเหลือใช้และเผยแพร่แก่โรงพยาบาลเป้าหมาย

**ปรัชญา บัญส่ง, ฝนิทร เสือแพร, ขวัญชัย วัชรสุนทรกิจ, กมลณัฐชนก คล้ายนภาแดง, วรรณิกา สารจันทร์**

อิทธิพลของพฤติกรรมกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์

**พรรณิ กิจสำเริง,ณัฐพล พันธุ์ภักดี**

อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการนำนายแนวโนม้การเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) : ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ

**ประภาพรรณ ไชยานนท์, วัชร: วิจารณ์วิ, พิทรมน บุญยราศรียมคมสัน รัตนะสิมากุล**

ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

**สร้อยเพชร ลิสนิ, ฐิติพร พระโพธิ์**

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

**สุนิศา แซ่แต้, จิรพงษ์ มหนิรวงษ์, จิระ บุรีคำ**

การพัฒนาประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตรและอาหารในประเทศไทย

**ปิยะฉัตร จารุรัตนานต์, สรพล บุญกุล**

ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอยางตาอง จังหวัดเชียงใหม่

**มยุริญ สอนบาลิ**

ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

**กิตติภพ กันทา, ฤทธิเดชฯ ตาบุญใจ, สิริพร สีใจคำ**

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

**สุนพร รัชสิกรพุม, ชาติรี ปรีตานันทสุข**

แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณ กำไร ผ่านแอปพลิเคชัน:กรณีศึกษา แดงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

**พรเพ็ญ สุขหนู, ภักทรวดี อินทปັນตี, จิราภรณ์ จันทร์วงษ์**

|                   |  |  |
|-------------------|--|--|
| เจ้าของ           | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม   |  |
| วัตถุประสงค์      | 1. เพื่อต้องการนำเสนอบทความวิชาการและบทความที่มีคุณภาพ ที่มีประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี (Theoretical contribution) ที่ช่วยให้นักวิจัยสามารถพัฒนาและสร้างความรู้ และประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ (Managerial contribution) ช่วยให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจ<br>2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคมในรูปแบบต่างๆ อันเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่เรื่องราวในเชิงวิทยาการจัดการในแขนงต่างๆ รวมทั้งเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง คณาจารย์ นักวิชาการ ผู้บริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชนทั่วไป |  |
| กำหนดออก          | ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน<br>ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม<br>ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม   |  |
| เลขมาตรฐานสากล    | International Standard Serial Number – ISSN 2985-2285 (Print), 2985-2293 (Online)  |  |
| ที่ปรึกษา         | ผู้ช่วยศาสตราจารย์วุฒิชัย สหเสโตโซ   | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม   |
| บรรณาธิการ        | รองศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร วุฒชะพันธ์   | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม   |
| รองบรรณาธิการ     | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภนารี พิรส   | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม   |
| กองบรรณาธิการ     | ศาสตราจารย์ ดร.จิระประภา อัครบวร<br>รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร<br>รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต อุ่ออัน<br>รองศาสตราจารย์ ดร.ปจวรีย์ ผลประเสริฐ<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ เขยสุวรรณค์<br>ดร.กชวร จุยมณี<br>Dr. Eugenia A. Boa<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกรงค์ ปันพงษ์<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรคนวัตร์ ไชยเขชน์<br>ดร.พิณรัตน์ นุชโพธิ์   | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยนครพนม<br>มหาวิทยาลัยศรีปทุม<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร<br>มหาวิทยาลัยนเรศวร<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>มหาวิทยาลัยนเรศวร<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| ผู้จัดการวารสาร : | นายสรวิทย์ กันทะจันทร์   | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม   |
| ออกแบบ/ภาพ :      | นายนันทพงศ์ ภูงค์  | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม   |

## บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (JMS Journal) มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน โดยมุ่งเน้น ผลงานด้านบริหารธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการทบทวนคุณภาพที่เข้มข้นจากผู้ทรงคุณวุฒิของแต่ละ สาขาวิชาวารสารวิทยาการจัดการฯ ผลิตผลงานโดยคำนึงถึงคุณภาพงานวิจัย กระบวนการวิจัยที่ถูกต้อง และครบถ้วน ฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความ 10 เรื่อง ได้แก่ 1) Enhancing Positive Employee Outcomes through Transparent Internal Communication during Organizational Crisis: The Mediating Role of Employee-organization Relationship 2) อิทธิพลของ คุณภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาภาคองค้ำ อำเภอมะเอนก จังหวัดลำปาง 3) การพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการคลังยาเหลือใช้และเผยแพร่ แก่โรงพยาบาลเป้าหมาย 4) อิทธิพลของพฤติกรรมกรขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขาย ต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์ 5) อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจ การทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB): ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ 6) ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อ คุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1. 7) ความสัมพันธ์ ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรม อาหาร 8) การพัฒนาประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตร และอาหารในประเทศไทย 9) ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 10) ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและ รายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย 11) การบูรณา การช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภท ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย และ 12) แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ กำไร ผ่านแอปพลิเคชัน:กรณีศึกษา แตงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทางกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความวารสารฉบับนี้จะมอบความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการและผู้สนใจทุกท่าน และสามารถ นำไปต่อยอด ประยุกต์ใช้ หรือพัฒนาใน สายงานวิชาการ งานอาชีพได้ระดับหนึ่งด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามให้มีคุณภาพยิ่ง ๆ ขึ้นไปกองบรรณาธิการมีความยินดี ที่จะน้อมรับคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวารสารสู่มาตรฐาน ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

# สารบัญ

## บทความวิจัย/ บทความวิชาการ

- 1 Jangsiriwattana, T., Witthawassamrunkul, K., Amornpipat, I., & Suthichoti, S  
Enhancing Positive Employee Outcomes through Transparent Internal Communication during Organizational Crisis: The Mediating Role of Employee-organization Relationship
- 22 เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร  
อิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาภาคองต่า อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
- 40 ปรีชาพล บุญส่ง, ผณินทร เสือแพร, ขวัญชัย วัชรสุนทรกิจ, กมลณัฐชนก คล้ายนภาแดง, กรรณิกา สาราจันทร์  
การพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการคลังยาเหลือใช้และเผยแพร่แก่โรงพยาบาลเป้าหมาย
- 54 พรรณี กิจสำเร็จ, ณัฐพล พันธุ์ภักดี  
อิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์
- 69 ประภาพรณ ไซยานนท์, วัชระ วัชรารวี, พัทธมน บุญยราศรัย, คมสัน รัตนะสิมากุล  
อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) : ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ
- 87 สร้อยเพชร ลิสนิ, ฐิติพร พระโพธิ์  
ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1
- 102 สุนิศา แซ่แต้, จีรพงษ์ มหนิธวงศ์, จิระ บุรีคำ  
ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
- 117 ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, สรพล บุรณกุล  
การพัฒนาประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตรและอาหารในประเทศไทย
- 128 มยุริญ สอนบาลี  
ความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงไค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
- 146 กิตติภพ กันทา, ฤทธิเดช ตาบุญใจ, สิริพร สีใจคำ  
ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย
- 163 ธนพร รังสิกรรพุม, ชาตรี ปรีดาอนันตสุข  
การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย
- 186 พรเพ็ญ สุขหนู, ภัทรวดี อินทป็นตี, จิราภรณ์ จันทร์วงศ์  
แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร ผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษา แดงไม่ปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## Enhancing Positive Employee Outcomes through Transparent Internal Communication during Organizational Crisis: The Mediating Role of Employee-organization Relationship

Received: October 12, 2024

Revised: November 5, 2024

Accepted: November 20, 2024

*Thamarat Jangsiriwattana*\*

*Krit Witthawassamrankul, Iratrachar Amornpipat and  
Supachok Suthichoti*

Aviation Personnel Development Institute of Kasem Bundit University

### Abstract

A crisis is an unexpected event that causes disruption. Transparent internal communication plays an important role in managing a crisis. This current research investigates the relationship between transparent internal communication and positive employee outcomes; namely employee work engagement, job embeddedness, and job performance. The mediating effect of the relationship between employee and organization was highlighted. The data were collected from employees in hotel and airline businesses in Thailand. Structural equation modeling (SEM) was used for data analysis. The results revealed that transparent internal communication influenced positive employee outcomes during organizational crisis management. The employee-organization relationship played both a partial and full mediating role in the relationship. This result contributes knowledge to human resource management during crises. Implications are also discussed.

**Keywords:** Human resource management, job embeddedness, job performance, transparent internal communication, work engagement, crisis management

### Cite this article as:

Jangsiriwattana, T., Witthawassamrankul, K., Amornpipat, I., & Suthichoti, S. (2025). Enhancing Positive Employee Outcomes through Transparent Internal Communication during Organizational Crisis: The Mediating Role of Employee-organization Relationship. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 1-21.

---

\* Corresponding Author: thamarat.jan@kbu.ac.th

---

## Introduction

A crisis is an unexpected event that causes disruption. An uncertain environment results in ambiguity, uncertainty, and struggles which an organization cannot control (Lee & Li, 2020). In the existing literature, transparent internal communication (TIC) is usually recommended in managing an uncertain environment in an organization (e.g., Lee & Li, 2020; Paraskevas & Quek, 2019). To support this notion, numerous studies confirm that TIC plays a significant role in creating positive outcomes among employees (Lee & Li, 2020; Lee et al., 2018; Walden, Jung, & Westerman 2017). Additionally, TIC has been highlighted as an effective tool for transferring messages from management to all stakeholders in an organization. Uitdewilligen and Waller (2018) confirm that, in organization crisis management, TIC produces information sharing behaviors that benefit all members facing a complex and dynamic crisis situation. It facilitates collective decision-making and the development of team awareness. Furthermore, it builds trust and increases positive relationships between management and employees (Walden et al., 2017).

Employees bring about both personal and organizational success. There are gaining more attention that employee is a valuable key factor of organizational development (Odoardi, Cangialosi, & Battistelli, 2022). Furthermore, employees play significant roles in their given jobs, organizations are required to remain and develop positive relationships among them. Then, the outsiders can view organizations through this type of stakeholders (Swanson, & Holton, 2001; Walden et al., 2017). Therefore, how employees relate to their workplace is one of the factors which create positive employee outcomes (Eisenberger, Rockstuhl, Shoss, Wen, & Dulebohn, 2019). Previous research on employee-organization relationship (EOR) reveals its positive outcomes e.g., employees work engagement, social exchange, job embeddedness, job performance (Hom et al., 2009; Walden et al., 2017). Several research studies reveal that TIC predicts the level of EOR (Lee & Li, 2020; Men & Stack, 2014). A review of the literature shows that there is a connection between TIC in organizations and positive EOR.

Studies on transparent internal communication in the service business during crises have shown its critical role in mitigating negative impacts on both employees and organizational performance. While there has been a growing body of research on communication during organizational crisis e.g. Ndone (2023) and Hayek (2024), particularly in the context of organizations, there remains a significant gap in understanding the nuances of transparent internal communication within service businesses during crises. To fill the gap, this study develops the framework of transparent internal communication and aims to investigate it in the context of service business in Thailand

---

## Research Objectives

1. What is the relationship between TIC and employee work engagement?
2. What is the relationship between TIC and job embeddedness?
3. What is the relationship between TIC and job performance?
4. What mediating role does EOR play in the relationship between TIC and positive employee outcomes?

## Scope of research

This research investigates how organizational TIC enhances positive employee outcomes; namely employee work engagement (EWE), job embeddedness (JE), and job performance (JP) as well as the mediating role of EOR. This current study focuses on the service industry by exploring TIC, EOR and positive employee outcomes. The data was compiled from 431 full-time employees in the aviation and hotel industry in Thailand.

## Expected benefits from the research

The findings of this study will be of practical value for organizations aiming to effectively address and develop a TIC program which enhances EOR. Furthermore, the mediating role of EOR emphasizes how it influences employee work engagement, job embeddedness, and job performance.

## Literature Review

### Positive Employee Outcomes

Organizational performance has been widely discussed as it is a central concept of management research (George, Monster, & Walker, 2019). Organizational performance depends on stakeholders and types of data used to measure performance. It has been proposed that there are different dimensions of organizational performance including efficiency, effectiveness, and financial performance. However, it is still unclear which dimensions of organizational performance are impacted by management (George et al., 2019). Previously, Richard, Devinney, Yip, and Johnson (2009) indicated that organizational performance is one indicator of organizational effectiveness. Organizational effectiveness is a broader term than organizational performance. They propose that objective and subjective performance reflect organizational performance. Subjective performance was addressed in order to measure organizational performance according to the perception of employees. It was proposed that a positive employee attitude toward the organization reflects the quality of the organization.

Various positive outcomes are studied in the existing research e.g., positive affect, employee work engagement, job embeddedness, contextual job performance, task identification (Afsar, Shahjehan, & Shah, 2018; Kuvaas, Buch, Weilbe, Dysvik, & Nerstad, 2017;

Schaufeli, Bakker, & Salanova, 2006; Walden et al., 2017; Thakur & Bhatnagar, 2017). An effective organization aims to achieve its goals by measuring its performance periodically with both objective and subjective indicators. During a period of organizational crisis, an organization needs to keep assessing its performance in order to develop the organization. Positive employee outcomes in the service industry are crucial, as they directly impact customer satisfaction and overall business success. Several positive employee outcomes have been studied but their linkage with transparent internal communication (TIC) is limited (Sani, Adisa, Adekoya, & Oruh, 2023). This current study addresses three positive employee outcomes: employee work engagement, job embeddedness, and job performance. Its linkage with TIC will be further reviewed.

*Transparent Internal Communication (TIC) and Employee Work Engagement (EWE)*

TIC has been defined as transferred messages through social interaction with its outcomes showing how effective management is. Quirke (2008) proposes that TIC enhances the connections between each layer in the organization. Effective TIC provides employees with all necessary information. Mishra, Boynton, and Mishra (2014) propose that TIC plays a key role in building a relationship among all levels within an organization. Thus, effective TIC must connect management and employees (Mishra et al., 2014). Lee and Li (2020) define TIC as “an organization’s communication to make available all legally releasable information to employees whether positive or negative in nature” (p. 2). Research in public relations demonstrates that TIC influences employee outcomes e.g., trust (Rawlin, 2009), engagement (Linhart, 2011), and the employee-organization relationship (Men & Stacks, 2014).

According to Schaufeli et al., 2006 and Walden et al., 2017, EWE can be categorized into dedication, vigor, and absorption at work. It refers to a positive and fulfilling state of mind becoming occupied and energized by works at hands (Schaufeli et al., 2006). Mishra et al. (2014) reveal that TIC enhances management’s reputation which develops trust among the parties. This process fosters EWE; especially when an organization is in crisis (Van der Voet & Vermeeren, 2017). Lee and Li (2020) recommend that an increased level of TIC will positively affect employee work engagement. Therefore, hypothesis 1 is set.

Hypothesis 1: Transparent internal communication is significantly and positively related to employee work engagement.

*Transparent Internal Communication (TIC) and Job Embeddedness (JE)*

Job embeddedness (JE) is defined as on-the-job and off-the-job factors that connect employees to commit to the organization (Singh, 2016). JE explains why an employee stays on the job and keeps connecting with the organization and related communities (Mitchell et al., 2001). Lee et al. (2004) state that JE reflects an employee’s decision to remain in the organization. Based on JE theory (Mitchell, Holtom, Lee, Sablinski, & Erez, 2001), three criteria



.....

measure JE: (a) How does the employee fit with the organization?; (b) How does the employee link with the organization?; and (c) What level of sacrifice is made for the organization? The existing literature reveals that JE predicts turnover and absences, organizational citizenship behavior, and job performance (e.g., Afsar et al., 2018; Lee et al., 2004). Additionally, it is found that several other factors may predict the level of JE such as trust in supervisor and organizational work-life balance (Afsar et al., 2018; Thakur & Bhatnagar, 2017)

Technology plays a role in internal communication in an organization (Charlier, Guay, & Zimmerman, 2016; Orlikowski, & Iacono, 2001). Socio-Technical System theory (STS) views technology as a process related to the use of equipment, user (people), and the context of the relationship. It is defined as a process that people use to communicate, connect, and share information within the network. STS describes how the increasing role of TIC in the workplace influences how employees view their job (Charlier et al., 2016). It was found that an employee's perception of an organization has an impact on the employee's job attitude and influences JE (Nguyen, Taylor, & Bergiel, 2017). However, the existing literature reveals outcomes in a normal organizational environment. To shed more light on crisis management, the role of TIC on JE will be connected. Thus, hypothesis 2 is formulated.

Hypothesis 2: Transparent internal communication is significantly and positively related to job embeddedness.

Borman and Motowidlo (1993) describes employee job performance (JP) as behaviors an employee exhibits at the workplace. JP can be classified into two domains, namely (a) task performance, and (b) contextual performance. Task performance refers to performance that employees directly dedicated to organizations for both technical core and their own duties. Meanwhile, contextual performance means broader perspectives on social interaction at workplace (Coleman & Borman 2000). There are many studies on factors affecting employee job performance in different contexts e.g., organizational citizenship behaviors of Indian workers in the healthcare industry (Basu, 2017) and emotional intelligence of participants in the Netherlands (Pekaar, Van der Linden, Bakker, & Born, 2017)

Relationship theory (Ledingham, 2003) explains that the dynamic results of interaction between internal stakeholders depend on the quality of relationship. The information exchange process with TIC fosters a positive internal climate and generates cooperation with employees and is likely to establish affective employee quality. Furthermore, transparent communication is required when an organization is in a crisis which exhibits high levels of uncertainty, complexity, and dynamism (Uitdewilligen, & Waller, 2018). In relation to TIC, it is found that there is a relationship between organizational TIC and employee commitment, employee sense-making and sense-giving (Kang & Sung, 2017; Walden et al., 2017). Hypothesis 3 is developed to connect TIC and employee job performance.

Hypothesis 3: Transparent internal communication is significantly and positively related to job performance.

*The Mediating Role of Employee-Organization Relationship (EOR)*

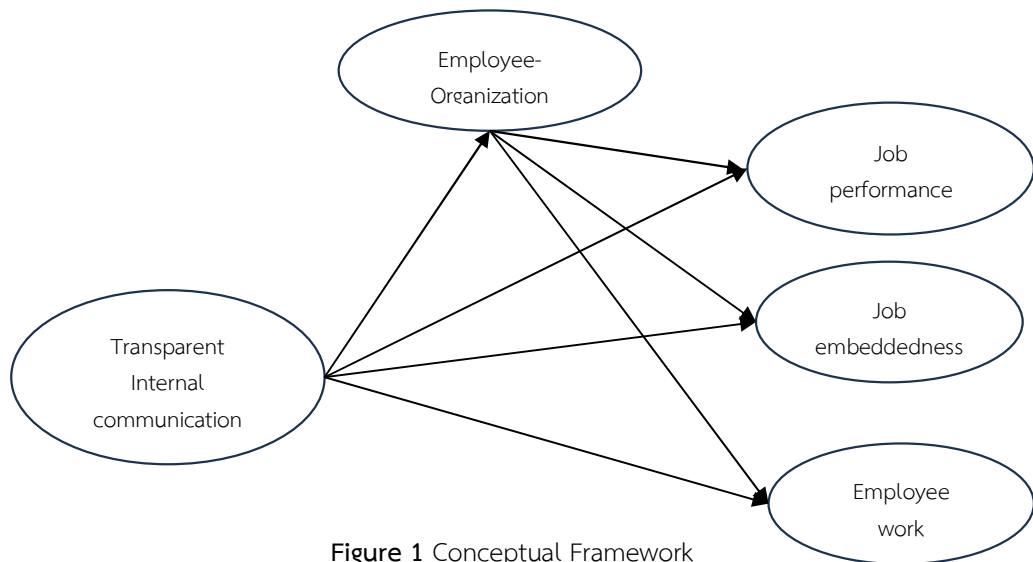
Social Exchange Theory states that organizations and their employees interact according to certain rules of mutual exchange. The quality of the relationship depends on how positively an employee perceives the organization. Therefore, employee-organization relationship (EOR) is defined as “the degree to which an organization and its employees trust one another, agree on who has the rightful power to influence, experience satisfaction with each other, and commit oneself to the other” (Men & Stacks, 2014). Research demonstrates that EOR increases employee engagement in the workplace which contribute positive outcomes to an organization (Kang & Sung, 2017). Furthermore, enhancing information seeking and sharing (Lee et al., 2018) and positive behaviors (Kang & Sung, 2017) are also consequences of EOR. Ultimately, these performances increase organizational effectiveness and corporate reputation (Hon & Grunig, 1999).

Many studies claim that EOR plays a role as mediator (e.g., Kang & Sung, 2017; Hom et al., 2009). EOR has demonstrated the quality of the reciprocation process between employer and employee; however, there are few studies that explore such a relationship in crisis management. Lee and Li (2020) suggest that information sharing which is a core objective of communication is critical to the avoidance of confusion and unclear messages. Certainly, this requirement is even higher when an organization is in crisis. Men and Yue (2019) reveal that disclosing information during a crisis benefits employee and prevents them from misinterpreting organizational intention. It also decreases employee anxiety concerning the uncertain situation and rumors. To emphasize the mediating role of EOR, hypothesis 4 is formulated.

Hypothesis 4: Employee-organization relations mediates the relationship between transparent internal communication and employee work engagement (H4a), job embeddedness (H4b), and job performance (H4c).

## Research framework

### Research Conceptual Framework



**Figure 1** Conceptual Framework

## Research method

### Participants and procedure

Data was collected using a questionnaire. Emphasize how previous crisis of COVID19 heavily affected the service sector in Thailand, especially hotels and airlines. Full-time employees in service industries in Thailand are the target population. Service business is specified as the hotels registered with the hotel association of Thailand, and airlines which registered with the Civil Aviation Authority of Thailand. The researcher sent the questionnaires to each organization through the human resource management department, along with a stamped return envelope. The original questionnaire was in English. Following the recommendation of Rovinelli and Hambleton (1976), and Turner and Carlson (2003), the questionnaire was translated into Thai by a committee of four Thai professors who are expert in English. An index of item-objective congruence (IOC) was evaluated by three Thai professors who have expertise in organization development (OD). The final data was compiled from 431 full-time employees in the aviation and hotel industry in Thailand. Of this number, 53.6 % were male (n=231) and 46.4% female (n=200). A total of 58.24% (n=251) have been working in the industry for between 1- 4 years and 40.83% (n=176) for between 5-14 years. And 0.93% (n=4) have been in the industry over 15 years. 348 of respondents were 21-30 years of age. 82.8% of them were single (n=357) and most of them had completed a university degree (98.1%, n=423).

All research involving human participants needs to be reviewed by the Institutional Review Board (IRB). The IRB has several consultants who advise and periodically involved in protocol review. The IRB is in charge with the responsibility of reviewing in order to protect the welfare, rights, and privacy of participants. After modification according to the comments of the IRB of Kasem Bundit University

#### *Measures*

*Transparent internal communication* is measured using 8 items adopted from Lee and Li (2020). Sample statements are “During organizational crisis management, my company asks for feedback from employees like me about the quality of its information”, “During organizational crisis management, my company provides information that is relevant to people like me”, and “During organizational crisis management, my company presents more than one side of controversial issues.”

*Employee-organization relationship* is measured using 12 items adopted from Hon and Grunig (1999). Sample statements are “During organizational crisis management, this company treats people like me fairly and justly”, “During organizational crisis management, this company and people like me are attentive to what each other say”, and “During organizational crisis management, I feel that this company is trying to maintain a long-term commitment to people like me.”

*Employee work engagement* is measured using 9 items of UWES work engagement (Schaufeli et al., 2006). Sample statements are “During organizational crisis management, at my work, I feel bursting with energy”, “During organizational crisis management, I am proud of the work that I do”, and “During organizational crisis management, I get carried away when I'm working”.

*Job embeddedness* is measured using 11 items adopted from Lee et al (2004). Sample statements are “During organizational crisis management, my job utilizes my skills and talents well, “During organizational crisis management, the benefits are good on this job.”

*Job performance* is measured using 5 items of contextual job performance adopted from Carlos and Rodrigues (2016). Sample statements are “During organizational crisis management, in the event the organization did not provide the training that I consider necessary to perform my duties effectively, I would seek information from other sources”, and “During organizational crisis management, I'm still able to perform my duties effectively when I'm working under pressure.”

## Research

### Preliminary analysis

Data were analyzed using partial least square equation modeling (PLS-SEM) which is often used to test theoretically supported linear and additive causal models (Wong, 2019). There are two sub-models in PLS-SEM (a) outer model – specifies the relationship between latent variables and their observed indicators, and (b) inner model – specifies the relationship between independent variables and dependents variables. The loadings of indicators indicate that all values are higher than 0.40 (Wong, 2019). The rho\_A coefficient should be 0.70 or higher to demonstrate composite reliability. The AVE, which indicates convergent validity, should be 0.50 or higher. Additionally, the VIF value, which indicates the collinearity of the measurement model, must be less than 0.50 (Hair, Howard, & Nitzl, 2020; Wong, 2019). (See the item statements and assessment indicators displayed in Annex A.)

### *Common method bias testing*

The common method bias - CMB regularly occurred when data collected from a single source of respondent such as survey or questionnaire as in this study. Therefore, Harman's One-factor Test is one of the post hoc techniques that can detect CMV (Bozionelos & Simmering, 2021). To perform Harman's One-Factor Test, all items in the survey are conducted with exploratory factor analysis – EFA by loading all items in one factor with the unrotated condition. More than 50% of the variance extracted value shows CMB detected (Bozionelos & Simmering, 2021). The result of this study shows that there is no CMB detected as there is 41.63% of the variance extracted of this data set.

### *Hypothesis testing*

Table 1. indicates the path coefficient of the direct effects. It shows that TIC is significantly related to EWE ( $\beta=0.51$ ;  $p < 0.01$ ), JE ( $\beta=0.70$ ;  $p < 0.01$ ), and JP ( $\beta=0.41$ ;  $p < 0.01$ ). Inner model path coefficients indicate the relationship between independent variables and dependent variables as shown in the structural model (Figure 2).

**Table 1. Path coefficient of the direct effect and summary of hypothesis testing**

|               | $\beta$ | t-statistics | p-value | Results   |
|---------------|---------|--------------|---------|-----------|
| H1: TIC → EWE | .51     | 11.27        | .00     | Supported |
| H1: TIC → JE  | .70     | 20.02        | .00     | Supported |
| H1: TIC → JP  | .41     | 9.05         | .00     | Supported |

Table 2 presents the mediating analysis (H4). The results show the significance of the relationship between TIC and all outcomes. The strength of the mediator can be examined through the use of VAF. According to Wong (2019), VAF is the value of indirect effect/total effect. Partial mediator is demonstrated when VAF value exceeds the cutoff level of 0.20, and full mediator is demonstrated when VAF value exceeds 0.80. Thus, EOR plays both partial

mediator (TIC  $\rightarrow$  JE; VAF = 0.69), and full mediator (TIC  $\rightarrow$  EWE; VAF = 0.96, TIC  $\rightarrow$  JP; VAF = 0.88) (Hair et al., 2020). The path coefficient of the variables has been displayed in Figure 2.

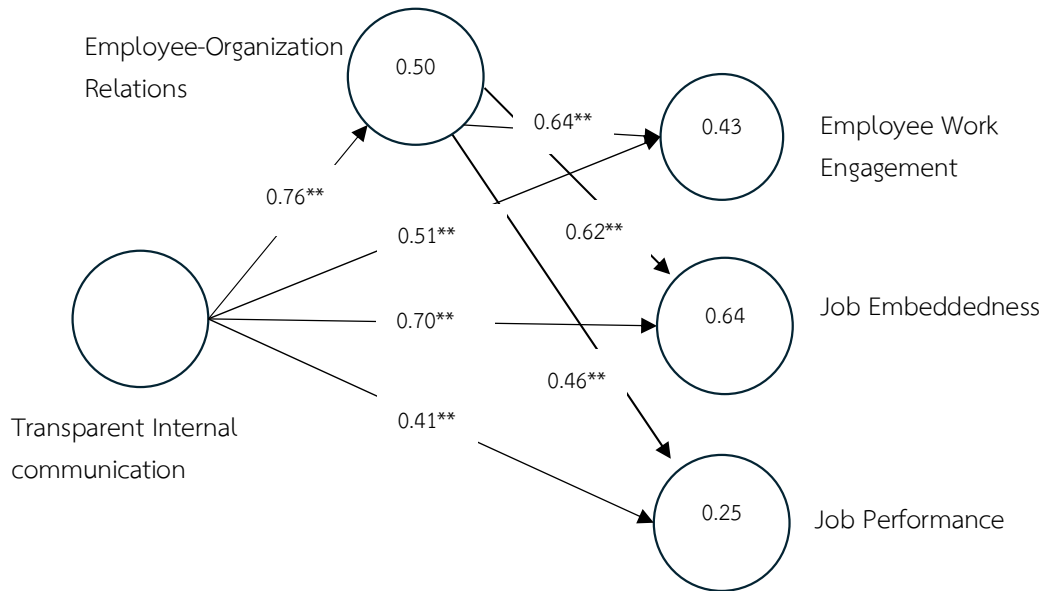


Figure 2 Structural Model

Note: n = 431; \*\* p < 0.001; Value presented in each variable represents its R<sup>2</sup>

Table 2. Mediating analysis

|     | Procedure                                  | Total Effect | VAF  | t - value | p - value | Result    |
|-----|--|--------------|------|-----------|-----------|-----------|
| H4a | Step1: direct effect<br>(without mediator) |              |      | 11.27     | 0.00      | Supported |
|     | Step2: indirect effect<br>(with mediator)  | 0.51         | 0.96 | 10.9      | 0.00      | Supported |
| H4b | Step1: direct effect<br>(without mediator) |              |      | 20.02     | 0.00      | Supported |
|     | Step2: indirect effect<br>(with mediator)  | 0.72         | 0.69 | 19.23     | 0.00      | Supported |
| H4c | Step1: direct effect<br>(without mediator) |              |      | 9.05      | 0.00      | Supported |
|     | Step2: indirect effect<br>(with mediator)  | 0.40         | 0.88 | 8.21      | 0.00      | Supported |

Note: TIC = transparent internal communication; EWE=employee work engagement; EOR=employee-organization relationship; JE=job embeddedness; JP=job performance

---

## Discussion

Transparent internal communication is a process that helps an organization to achieve agreed objectives and encourage all employees to work together. It connects management and employees and enhances the positive employee outcomes of employee work engagement, job embeddedness, and job performance. This study supports the finding of Yeomans and FitzPatrick (2017) and Mishra et al. (2014) that transparent internal communication is vital to developing a clear understanding of all employees' needs. Transparent internal communication develops and maintains internal conversations that encourage employees to debate among themselves and hold discussions with management, especially during times of organizational crisis when communication among teams is the core issue (Paraskevas & Quek, 2019). Employees need information during crisis management concerning emergency management plans and decision-making processes. Thus, Christensen, Danielsen, Laegreid, and Rykkja (2016) found that transparent internal communication was critical to the solving of problems regarding organizational regulations and analysis.

During crisis management, transparent internal communication supports an organization's need to effectively communicate information about organizational transformation (Men & Yue, 2019). It encourages employees to act and work harder. The results of this current study indicate that transparent internal communication influences job embeddedness, work engagement, and job performance because these are a mix of attitudes (feeling positive), behaviors (intend to work harder), and outcomes (intend to perform better). The results confirm the findings of the previous studies of Lee and Li (2020), Nguyen et al. (2017), and Walden et al. (2017) that organizational factors support positive employee outcomes. However, results indicate that the level of support may differ depending on the type of positive outcome.

During organizational crisis management, all functions in the organization are affected by uncertainty which in turn affects decision-making by management and employees. However, the relationship between employee and organization can be maintained and developed by internal communication. Employees perceive how important sincere organization management is, especially during crisis management. The findings in this study support those of a previous study by Eisenberger et al. (2019) which found that employees appreciate and value the organization more for providing required information. The role of employee-organization relationship has been explored to extend understanding in the field. It shows that employee-organization relationship plays a mediating role between transparent internal communication and positive outcomes. However, the extent of this mediating role depends on what type of positive outcomes are required. The result shows that employee-organization relationship partially mediates the relationship between transparent internal

communication and job embeddedness and that it fully mediates the relationship between employee work engagement and job performance.

This study confirms that during an organizational crisis, there are factors related to personal performance in the organization. The three examples of work performance at the individual level in the organization were drawn from the existing studies, namely job performance, work engagement, and job embeddedness. These variables are measured from an employee's point of view, which is commonly used in organizational behavior studies. They have indicated how well the organization has a good performance. The study results not only confirm the relationship of the variables. but also predicted the influence of the independent variable (transparent internal communication) on the dependent variable, namely organizational performance from three perspectives: job performance, job embeddedness, and employee work engagement. However, the relationship between employees and organization is a factor that reinforces the relationship between transparent internal communication and organizational performance. The result confirms that employee-organization relations plays the role of mediator as proposed in the literature review. It is fully influencing the relationship between transparent internal communication, job performance and employee work engagement. However, it is partially influencing the relationship between transparent internal communication and job embeddedness.

## Benefits and Implications

### Theoretical Implications

Even though this study reveal that the role of transparent communication on organizational performance does exist, no transparent communication and employee-organization relationship literature studies deal with employee work engagement (EWE), employee job embeddedness (JE), and employee job performance (JP) in an uncertain circumstance of organization during crisis situation for example, COVID-19 pandemic. Therefore, the theoretical implication of this study is on transparent communication in the service industry during a crisis or in a disrupted work environment; especially, in the private sector. First, this research reveals that TIC and EOR are crucial in supporting service employees in a time of crisis. Second, building on the social exchange theory, this study investigates the mediating role of EOR during crisis management in service firms. The result confirms that TIC and EOR influence EWE, JE, and JP during unexpected disruptions such as during the Covid pandemic.

### Practical Implications

Our research findings can benefit HRM practices in service firms. Our framework confirms that TIC can enhance EOR. HRM practices that encourage TIC will enhance employee



.....

performance. Thus, service firms should focus on fostering better relationships between management and employees such as the previous COVID-19 crisis, or plan for future crises by creating communication systems to enhance good relationships among organization members. In fact, good communication within an organization is beneficial in all situations. As EOR is somewhat influenced by employee job performance; especially subjective performance as presented in this study, service firms might consider including EOR as an effective process to the organization. Our findings also suggest that service firms should implement effective strategies to build transparent communication. No matter how negative or positive the information is, transparent communication is a significant factor in building a relationship with employees. Furthermore, transparent internal communication is indeed a significant benefit for management, especially in the service industry. When management practices open and honest communication, it helps establish trust, improve organizational alignment, and increase overall effectiveness

### Conclusion and limitations for future research

This research emphasizes the role of employee-organization relationship. To increase levels of positive employee outcomes in an organization during crisis management, an organization needs to develop effective transparent internal communication. The better the communication system, the better the relationship between management and employees is likely to be. During a crisis, all necessary information should be shared in a top-down and bottom to top direction.

Some limitations should be noted for future research. First, this current study is a quantitative study, more in-depth information might be gained by collecting qualitative data. Second, a longitudinal approach may be implemented as this cross-sectional research design reveals the relationship of these variables with the underlying limitation of time and place. The limitation of generalization of the findings needs to be noted as this study was conducted in service businesses in Thailand. Third, the measurement tools used in this study needs to be cross-cultural validated in other Thai contexts since they were originally developed in the western context. Finally, studying the impact of TIC in various crisis contexts in organizations, such as financial crises, and comparing the results with this study will benefit the TIC study.

### Reference

Afsar, B., Shahjehan, A., & Shah, S. I. (2018). Frontline employees' high-performance work practices, trust in supervisor, job-embeddedness and turnover intentions in hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1436-1452. Doi: 10.1108/IJCHM-11-2016-0633

- Basu, E. (2017). Impact of organizational citizenship behavior on job performance in Indian healthcare industries: The mediating role of social capital. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(6), 780-796. Doi: 10.1108/IJPPM-02-2016-0048
- Borman W. C. & Motowidlo S. J. (1993). *Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance*. Florida: University of South Florida
- Bozionelos, N., & Simmering, M. J. (2022). Methodological threat or myth? Evaluating the current state of evidence on common method variance in human resource management research. *Human Resource Management Journal*, 32(1), 194–215. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12398>
- Carlos, V. S & Rodrigues, R. G. (2016). Development and validation of a self-reported measure of job performance. *Social Indicator Research*, 126(1), 279-307. Doi: 10.1007/s11205-015-0883-z
- Charlier, S. D., Guay, R. P., & Zimmerman, R. D. (2016). Plugged in or disconnected? A model of the effects of technological factors on employee job embeddedness. *Human Resource Management*, 55(1), 109-126. Doi: 10.1002/hrm.21716
- Christensen, T., Danielsen, O. A., Laegreid, P., & Rykkja, L. H. (2016). Comparing coordination structures for crisis management in six countries. *Public Administration*, 94(2), 316-332. Doi: 10.1111/padm.12186
- Coleman V. I. & Borman W. C. (2000) Investigating the underlying structure of the citizenship performance domain. *Human Resource Management Review* 10(1), 25–44. Doi: 10.1016/S1053-4822(99)00037-6
- Eisenberger, R., Rockstuhl, T., Shoss, M. K., Wen, X., & Dulebohn, J. (2019). Is the employee-organization relationship dying or thriving? A temporal meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 104(8), 1036-1057. Doi: 10.1037/ap1000390
- George, B., Monster, J., & Walker, R. M. (2019). Does strategic planning improve organizational performance? A meta-analysis. *Public Administration Review*, 79(6), 810-819. Doi: 10.1111/puac13104.
- Hair Jr., J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101-110. Doi: 10.1016/j.jbusres.2019.11.069
- Hayek, L. (2024). Media framing of government crisis communication during Covid-19. *Media and Communication*, 12, 1-17. <https://doi.org/10.17645/mac.7774>
- Hom, P. W., Tsui, A. S., Wu, J. B., Lee, T. W., Zhang, A. Y., Fu, P. P., & Li, L. (2009). Explaining employment relationships with social exchange and job embeddedness. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 277-297. Doi: 10.1037/a0013453
-

- 
- Hon, L. C., & Grunig, J. E. (1999). *Guidelines for measuring relationships in public relations*. Gainesville. Retrieved September 6, 2024, from [https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/Guidelines\\_Measuring\\_Relationships.pdf](https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/Guidelines_Measuring_Relationships.pdf)
- Kang, M., & Sung, M. (2017). How symmetrical employee communication leads to employee engagement and positive employee communication behaviors: The mediation of employee-organization relationship. *Journal of Communication Management*, 21(1), 82-102. Doi: 10.1108/JCOM-0402016-0026
- Kuvaas, B., Buch, R., Weilbe, A., Dysvik, A., & Nerstad, C. G. L. (2017). Do intrinsic and extrinsic motivation relate differently to employee outcomes?. *Journal of Economic Psychology*, 61(1), 244-256. Doi: 10.1016/j.joep.2017.05.004
- Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of public relations. *Journal of Public Relations Research*, 15(2), 181–198. Doi:10.1207/S1532754XJPRR1502\_4
- Lee, T. W., Mitchell, T. R., Sablinski, C. J., Burton, J. P., & Holtom, B. C. (2004). The Effects of Job Embeddedness on Organizational Citizenship, Job Performance, Volitional Absences, and Voluntary Turnover. *Academy of Management Journal*, 47(5), 711–722. Doi: 10.2307/20159613
- Lee, Y. & Li, J. Q. (2020). The value of internal communication in enhancing employees' health information disclosure intentions in the workplace. *Public Relations Review*, 46(1), 1-9. Doi: 10.1016/j.pubrev.2019.101872
- Lee, Y., Mazzei, A., & Kim, J. (2018). Looking for motivational routes for employee-generated innovation: Employees' scouting behavior. *Journal of Business Research*, 91(1), 286-294. Doi: 10.1016/j.jbusres.2018.06.022
- Linhart, S. (2011). *Job one: Keeping employees happy and engaged*. Retrieved September 26, 2024, from PRWeek <http://www.prweekus.com/job-one-keeping-employees-happy-and-engaged/article/207660/>.
- Men, L. R., & Stacks, D. (2014). The effects of authentic leadership on strategic internal communication and employee-organization relationship. *Journal of Public Relations Research*, 26(4), 301-324. Doi: 10.1080/1062726X.2014.908720
- Men, L. R., & Yue, C. A. (2019). Creating a positive emotional culture: Effect of internal communication and impact on employee supportive behaviors. *Public Relations Review*, 45(3), 1-12. Doi: 10.1016/j.pubrev.2019.03.001
- Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A. (2014). Driving employee engagement: The expanded role of internal communication. *International Journal of Business Communication*, 5(2), 183-202. Doi: 10.1177/2329488414525399
- Mitchell, T. R., Holtom, B. C., Lee, T. W., Sablinski, C. J., & Erez, M. (2001). Why people stay: Using job embeddedness to predict voluntary turnover. *Academy of*
-

- Management Journal*, 44(1), 1102–1121. Doi: 10.2307/3069391
- Ndone, J. (2023). Internal crisis communication: The effects of negative employee-organization relationships on internal reputation and employees' unsupportive behavior. *Public Relations Review*, 49(4), 102357. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102357>
- Nguyen, V. Q., Taylor, G. S., & Bergiel, E. (2017). Organizational antecedents of job embeddedness. *Management Research Review*, 40(11), 1216-1235. Doi: 10.1108/MRR-11-2016-0255
- Odoardi, C., Cangialosi, N., & Battistelli, A. (2022). HR training practices and innovative work behaviour: A moderated mediation model. *International Journal of Human Resource Development and Management*, 22(1-2), 1-18.
- Orlikowski, W. J., & Iacono, C. S. (2001). Research commentary: Desperately seeking the “IT” in IT research – a call to theorizing the IT artifact. *Information System Research*, 12(1), 121-134. Doi: 10.1287/isre.12.2.121.9700
- Paraskevas, A., & Quek, M. (2019). When Castro seized the Hilton: Risk and crisis management lessons from the past. *Tourism Management*, 70(1), 419-429. Doi: 10.1016/j.tourman.2018.09.007
- Pekaar, K. A., Van der Linden, D., Bakker, A. B., & Born, M. Ph. (2017). Emotional intelligence and job performance: The role of enactment and focus on other's emotion. *Human Performance*, 30(2-3), 135-153. Doi: 10.1080/08959285.2017.1332630
- Quirke, B. (2008). *Making the connections: Using internal communication to turn strategy into action* (2nd.). London: Routledge.
- Richard, P. J., Devinney, T. M., Yip, G. S., & Johnson, G. (2009). Measuring organizational performance: Towards methodological best practice. *Journal of Management*, 35(3), 718-804. Doi: 10.1177/0149206308330560
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). *On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity*. Paper presented at the 60th Annual Meeting of the American Educational Research Association. Retrieved September 6, 2024, from <https://eric.ed.gov/?id=ED121845>
- Sani, K. F., Adisa, T. A., Adekoya, O. D., & Oruh, E. S. (2023). Digital onboarding and employee outcomes: Empirical evidence from the UK. *Management Decision*, 61(3), 637-654. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2021-1528>
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716. Doi: 10.1177/0013164405282471

- Singh, R. (2016). Predicting organisational embeddedness through employee personality and their community embeddedness. *International Journal of Human Resources Development and Management*, 16(3), 176–195.
- Swanson, R. A. & Holton III, E. F. (2001). *Foundations of human resource development*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishing.
- Thakur, S. J., & Bhatnagar, J. (2017). Mediator analysis of job embeddedness: Relationship between work-life balance practices and turnover intentions. *Employee Relations*, 39(5), 718-731. Doi: 10.1108/ER-11-2016-0223
- Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional Items. *International Journal of Testing*, 3(2), 163-171. doi: 10.1207/S15327574IJT0302\_5
- Uitdewilligen, S., & Waller, M. J. (2018). Information sharing and decision-making in multidisciplinary crisis management teams, *Journal of Organizational Behavior*, 39(1), 731-749. Doi: 10.1002/job.2301
- Van der Voet, J., & Vermeeren, B. (2017). Change management in hard times: Can change management mitigate the negative relationship between cutbacks and the organizational commitment and work engagement of public sector employees?. *American Review of Public Administration*, 47(2), 230-252. Doi: 10.1177/0275074015625828
- Walden, J., Jung, E. H., & Westerman, C. Y. K. (2017). Employee communication, job engagement, and organizational commitment: A study of members of the Millennial Generation. *Journal of Public Relations Research*, 29(2-3), 73-89. Doi: 10.1018/10627726X.2017.132973
- Wong, K. W. (2019). *Mastering partial lest squares structural equation modeling (PLS-SEM) with SmartPLS in 38 hours*. Bloomington: iUniverse
- Yeomans, L. & FitzPatrick, L. (2017). *Internal communication in exploring public relations*. London: Pearson Education.

#### Annex A

| Latent Variables                   | Indicators   | Loadings | VIF  | rho_A | AVE |
|------------------------------------|--|----------|------|-------|-----|
| Transparent internal communication | tic1 My company asks for feedback from employees like me about the quality of its information. | .77      | 2.08 | .91   | .61 |
|                                    | tic2 My company involves employees like me to help   | .76      | 1.95 |       |     |

| Latent Variables                | Indicators   | Loadings | VIF  | rho_A | AVE |
|---------------------------------|--|----------|------|-------|-----|
|                                 | identify the information I need.   |          |      |       |     |
|                                 | tic3 My company takes the time with employees like me to understand who we are and what we need.               | .79      | 2.29 |       |     |
|                                 | tic4 My company provides information that is relevant to people like me.                                       | .84      | 2.55 |       |     |
|                                 | tic5 My company provides information that is complete.   | .83      | 2.68 |       |     |
|                                 | tic6 My company provides accurate information to employees.  | .82      | 2.40 |       |     |
|                                 | tic7 My company is open to criticism by people like me.  | .74      | 2.05 |       |     |
|                                 | tic8 My company freely admits when it has made mistakes.   | .73      | 1.92 |       |     |
| Employee-organization relations | eor1 This organization treats people like me fairly and justly.  | .85      | 3.41 | .96   | .69 |
|                                 | eor2 Whenever this organization makes an important decision, I know it will be concerned about people like me. | .84      | 3.19 |       |     |
|                                 | eor3 This organization can be relied on to keep its promises.  | .86      | 3.66 |       |     |
|                                 | eor4 This organization and people like me are attentive to what each other say.                                | .79      | 2.41 |       |     |
|                                 | eor5 This organization believes the opinions of  | .85      | 3.74 |       |     |

| Latent Variables         | Indicators   | Loadings | VIF  | rho_A | AVE |
|--------------------------|--|----------|------|-------|-----|
|                          | people like me are legitimate.   |          |      |       |     |
|                          | eor6 This organization really listens to what people like me have to say.                          | .84      | 3.25 |       |     |
|                          | eor7 I feel that this organization is trying to maintain a long-term commitment to people like me. | .82      | 3.03 |       |     |
|                          | eor8 I can see that this organization wants to maintain a relationship with people like me.        | .84      | 3.22 |       |     |
|                          | eor9 There is a long-lasting bond between this organization and people like me.                    | .85      | 3.29 |       |     |
|                          | eor10 I am happy with my company.  | .74      | 2.19 |       |     |
|                          | eor11 Both my company and employee like me benefit from the relationship.                          | .84      | 3.07 |       |     |
|                          | eor12 Most employees like me are happy in their interaction with my company.                       | .81      | 2.71 |       |     |
| Employee work engagement | ewe1. At my work, I feel bursting with energy.   | .76      | 1.91 | .92   | .60 |
|                          | ewe2. At my work, I feel strong and vigorous.  | .76      | 2.13 |       |     |
|                          | ewe3. I am enthusiastic about my work.   | .71      | 2.04 |       |     |
|                          | ewe4. My work inspires me.   | .74      | 1.85 |       |     |
|                          | ewe5. When I get up in the morning, I feel like going to work.                                     | .81      | 2.54 |       |     |

| Latent Variables | Indicators   | Loadings | VIF  | rho_A | AVE |
|------------------|--|----------|------|-------|-----|
|                  | ewe6. I feel happy when I am working intensely.                            | .84      | 2.85 |       |     |
|                  | ewe7. I am proud of the work that I do.                                    | .81      | 2.42 |       |     |
|                  | ewe8. I am immersed in my work.  | .78      | 2.45 |       |     |
|                  | ewe9. I get carried away when I am working.                                | .76      | 2.40 |       |     |
| Job embeddedness | je1. My job utilizes my skills and talents well.                           | .73      | 2.11 | .94   | .60 |
|                  | je2. I feel like I am a good match for this organization.                  | .79      | 2.50 |       |     |
|                  | je3. I feel personally valued by (name of the organization).               | .84      | 3.02 |       |     |
|                  | je4. I like my work schedule (e.g., flexitime, shift).                     | .77      | 2.16 |       |     |
|                  | je5. I fit with this organization's culture.                               | .74      | 2.16 |       |     |
|                  | je6. I like the authority and responsibility I have at this company.       | .79      | 2.50 |       |     |
|                  | je7. I have a lot of freedom on this job to decide how to pursue my goals. | .75      | 2.04 |       |     |
|                  | je8. The perks on this job are outstanding.                                | .84      | 3.42 |       |     |
|                  | je9. My promotional opportunities are excellent here.                      | .76      | 2.43 |       |     |
|                  | je10. The benefits are good on this job.                                   | .77      | 2.31 |       |     |
|                  | je11. I believe the prospects for continuing employment                    | .74      | 1.99 |       |     |



---

| Latent Variables | Indicators   | Loadings | VIF  | rho_A | AVE |
|------------------|--|----------|------|-------|-----|
|                  | with this company are excellent.   |          |      |       |     |
| Job performance  | jp1. In the event the organization did not provide the training that I consider necessary to perform my duties effectively, I would seek information from other sources. | .77      | 1.45 | .88   | .60 |
|                  | jp2 I'm still able to perform my duties effectively when I'm working under pressure  | .75      | 1.73 |       |     |
|                  | jp3 I am always willing to assist other workers from the organization, even when I don't have much time available  | .77      | 1.82 |       |     |
|                  | jp4 My communication skills are so good that I'm always able to capture everyone's attention   | .75      | 1.63 |       |     |
|                  | jp5 Communication inside organizations, even in workgroups, is fundamental so that people can perform their tasks effectively  | .80      | 1.85 |       |     |

---

## อิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาภาคกลาง อำเภอมือง จังหวัดลำปาง

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 18 พฤศจิกายน 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 16 ธันวาคม 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 มีนาคม 2568

เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร\*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังภาคกลางจำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความสำคัญคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความสำคัญมากคือด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $\bar{X}=4.14$ , S.D.=0.723) ด้านเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.706) ด้านเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว ( $\bar{X}=4.00$ , S.D.=0.779) และระดับความสำคัญปานกลางคือ ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ ( $\bar{X}=3.99$ , S.D.=0.722) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X}=3.98$ , S.D.=0.755) 2) ความสำคัญของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.665) การทดสอบสหสัมพันธ์พบว่าผ่านเกณฑ์เบื้องต้นในการวิเคราะห์สมการถดถอย และผลการทดสอบอิทธิพลระหว่างคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ และด้านการเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**คำสำคัญ:** อิทธิพล คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ท่องเที่ยวซ้ำ

### วิธีการอ้างอิง:

เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร. (2568). อิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาภาคกลาง อำเภอมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(2), 22-39.

\* ผู้ประสานงานหลัก: ketsanees@gmail.com

# The Influence of Creative Tourism Quality on Thai Tourists' Repeat Visits: A Case Study of Kad Kong Ta, Mueang District, Lampang Province

Received: November 18, 2024

Revised: December 16, 2024

Accepted: March 2, 2025

*Ketsanee Sattarattanakhachon*\*

Faculty of Management Science of,  
Lampang Rajabhat University

## Abstract

This research aims to study the significance of creative tourism quality and its impact on Thai tourists' repeat visits to Kad Kong Ta. It also examines the influence of creative tourism quality on Thai tourists' decisions to revisit Kad Kong Ta. The data were collected using a questionnaire administered to 400 Thai tourists who visited the area. Descriptive statistics and multiple regression analysis were used to analyze the data. The findings revealed that the significance of creative tourism quality aspects at Kad Kong Ta were at a high level in terms of local lifestyle and culture ( $\bar{X}$ = 4.14, S.D.=0.723), local uniqueness ( $\bar{X}$ =4.09, S.D.=0.706), and enhancing travel experiences ( $\bar{X}$ = 4.0, S.D.=0.779). While tangible tourism resources ( $\bar{X}$ =3.99, S.D.=0.722) and amenities ( $\bar{X}$ =3.98, S.D.=0.755) were at moderate significant levels. It was also found that the importance of repeat visits was at a high level ( $\bar{X}$ =4.17, S.D.=0.665). The correlation testing met the preliminary criteria for regression analysis. The regression analysis results indicated that local uniqueness, local lifestyle and culture, and amenities positively and significantly influenced Thai tourists' repeat visits to Kad Kong Ta, with statistical significance at the 0.05 level. However, tangible tourism resources and enhanced travel experiences did not significantly influence Thai tourists' repeat visits to Kad Kong Ta.

**Keywords:** The influence, creative tourism quality, repeat visits

## Cite this article as:

Sattarattanakhachon, K. (2025). The Influence of Creative Tourism Quality on Thai Tourists' Repeat Visits: A Case Study of Kad Kong Ta, Mueang District, Lampang Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 22-39.

---

\* Corresponding Author: ketsanees@gmail.com

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ โดยเน้นย้ำถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์แท้หรือปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว และเป็นผลให้เกิดความจดจำ-ประทับใจอย่างลึกซึ้ง ในพื้นที่ของการท่องเที่ยว โดย (Richards, 2009) ซึ่งได้รับความสนใจในประเทศไทย แนวคิดนี้ยังสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เช่น การเรียนรู้วิถีศิลปะพื้นบ้าน การทำอาหารไทย และการเข้าร่วมประเพณีท้องถิ่น (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553) ช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยการพัฒนาและศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวของไทยทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมพร้อมทั้งสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศในระยะยาว

กาดกองต้าหรือตลาดจีนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จากฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นย่านตลาดเก่าตั้งอยู่ขนานกับลำน้ำวังริมน้ำมีอาคารโบราณอายุหลายร้อยปี ในอดีต ชุมชนกาดกองต้าถือเป็นถนนสายเศรษฐกิจที่มีความเป็นมาที่เก่าแก่และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เป็นศูนย์กลางทางการค้าของภาคเหนือ เนื่องด้วยอยู่ติดกับแม่น้ำวังทำให้เกิดชุมชนที่เข้ามาทำธุรกิจ เช่น อังกฤษ พม่า และจีน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้ามาทำการค้ามากที่สุดจนกลายเป็นชุมชนชาวจีนขนาดใหญ่ มีผู้คนจากหลายเชื้อชาติอาศัยอยู่ยาวนานกว่า 100 ปี อาคารบ้านเรือนบริเวณสองฝั่งแม่น้ำวังจึงมีรูปแบบสถาปัตยกรรมผสมผสานระหว่างยุโรป จีน และพม่า (กิตติศักดิ์ เสงฆ์กุล, 2552) จนถึงยุคสมัยที่การคมนาคมขนส่งทางน้ำหมดความสำคัญลงไปเพราะมีการคมนาคมทางบกทั้งทางรถไฟและทางรถยนต์เข้ามาจึงมีการย้ายฐานการค้าไปยังย่านสตุ่ยบริเวณสถานีรถไฟ กาดกองต้า ก็กลายเป็นย่านเก่าที่เงียบเหงาซบเซาลงไปตามกาลเวลา ซึ่งกาดกองต้าเกิดจากโครงการถนนคนเดินกาดกองต้าครั้งแรกโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ต่อมาในปี.ศ. 2548 ชาวชุมชนกาดกองต้าเข้ามีส่วนร่วมในการจัดการถนนกาดกองต้าโดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดโดยคนในชุมชนมีได้ตกแต่งบูรณะพื้นที่ให้อาคารเก่ามีชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้งและกลายเป็นถนนสายวัฒนธรรมที่สวยงามมีเอกลักษณ์

โดยจากการสังเกตของผู้วิจัยและเปรียบเทียบกับคุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากคู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) พบว่า กาดกองต้าถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวในอดีตเกี่ยวกับการค้าขายย่านกาดกองต้าและการมีส่วนร่วมของชุมชนและการเชื่อมโยงกับชุมชน ใกล้เคียงในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะของกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวคือกิจกรรมการเดินชมอาคารสถาปัตยกรรมกิจกรรมการเดินชมภาพสตรีทอาร์ตเอกลักษณ์ของลำปางผ่านภาพวาดรอบกาดกองต้าและ ชม ชิม ซ้อปอาหารและสินค้าท้องถิ่นบนถนนกาดกองต้าในวันเสาร์ อาทิตย์ มีพ่อค้าแม่ค้าที่นำสินค้ามาวางขายให้นักท่องเที่ยวได้หวนระลึกถึงบรรยากาศเก่า ๆ ในอดีต เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม ซึ่งกาดกองต้าเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ รวมถึงการบอกต่อของนักท่องเที่ยวแต่อย่างไรก็ตามพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวภายในกาดกองต้าเป็นไปในรูปแบบเดิม แต่ยังมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ตลอดทุกเสาร์ อาทิตย์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กาดกองต้า เพื่อทราบข้อมูล

และนำมาเป็นแนวทางปรับปรุงและต่อยอดในการพัฒนากิจกรรมหรือการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาคองค้ำ และสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคองค้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคองค้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

**ด้านเนื้อหา** การศึกษาข้อมูลทางเอกสาร บริบท ข้อมูลของภาคองค้ำรวมถึงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของพื้นที่ภาคองค้ำ ข้อมูลทั่วไป แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อออกแบบแบบสอบถามโดยเป็นการประยุกต์ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังภาคองค้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวภาคองค้ำ จังหวัดลำปาง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2567 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและความถูกต้องของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) ในการเก็บข้อมูลที่ภาคองค้ำ

**ด้านพื้นที่** พื้นที่ในการเก็บข้อมูลคือภาคองค้ำ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

**ด้านเวลา** ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 3 เดือน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2567

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

งานวิจัยศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ อิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคองค้ำ เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการในพื้นที่ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ภาคองค้ำ

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่มุ่งเน้นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคองค้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นแนวทางใหม่ที่เน้นการสร้างประสบการณ์เชิงลึกให้นักท่องเที่ยวผ่านการมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและชุมชน โดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ท่องเที่ยวลักษณะเหล่านี้

สะท้อนถึงคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ช่วยเสริมสร้างความประทับใจและความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต (Richards, 2009) สำหรับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมุมมองของ Richards and Raymond (2000) ได้นิยามคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน และเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ โดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม รวมถึงมีโอกาสใช้ชีวิตร่วมกับคนในพื้นที่ นอกจากนี้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ยังมุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าให้กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน มากกว่าการมุ่งสร้างรายได้ โดยให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนเป็นหลัก เช่นเดียวกับสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2553) ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการต่อยอด เพิ่มคุณค่า และสร้างความแตกต่าง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาศัยการพัฒนาจากฐานทุนเดิม เช่น ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ผ่านการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยยึดอัตลักษณ์ความเป็นไทยเป็นหลักเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และแตกต่าง เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระยะยาว สำหรับงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ ภาคกลาง จังหวัดลำปาง เป็นการใช้ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Richards (2009) และหลักองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5AS ของเท็ดซาฮาย ช่วยบำรุง (2551) ได้เสนอไว้ประกอบด้วย 5 ประเด็นได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยลักษณะเด่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมแบบผสมผสานระหว่างตะวันตกและตะวันออก (โคโลเนียล) ซึ่งปรับให้สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น อาคารมีลักษณะสี่เหลี่ยม หลังคาทรงจั่วผสมปั้นหยา ใช้โทนสีอ่อนหรือพาสเทล เป็นจุดดึงดูดที่สำคัญของนักท่องเที่ยว สำหรับความโดดเด่นนี้ส่งผลต่อความประทับใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนอีกครั้ง ดังผลงานวิจัยของเมธธาวิณ พลโยธี, วันชัย ทิพนนัส, วิรัชรอง จุ่นท้าวโทน และสิรินทิพย์ สุวรรณมาโจ (2565) พบว่า เอกลักษณ์โดดเด่นของสถาปัตยกรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากมาสัมผัสบรรยากาศและอยากที่จะมาท่องเที่ยวได้โดยง่าย สามารถนำไปสู่สมมติฐานที่ 1 ดังนี้

H1: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. ด้านเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในภาคกลาง เช่น การเรียนรู้วิถีชีวิตการค้าขายของชุมชน หรือการทำงานฝีมือที่ร้านปาป้าคราฟต์ (Papacraft) เช่น การทำผ้ามัดย้อมและการทำงานฝีมือจากเชือกหนัง เป็นต้น (Richards, 2009) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับทักษะใหม่ ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งไม่เพียงแต่เพิ่มพูนความรู้และทักษะเท่านั้น แต่ยังสร้างความประทับใจและความภูมิใจในผลงานที่ตนเองทำได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านสังคมและวัฒนธรรม หรือผู้ที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากกิจกรรมต่าง ๆ ก็จะได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2564) นำไปสู่สมมติฐานที่ 2 ดังนี้

H2: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลาง

3. ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ ทรัพยากรที่แต่ละชุมชนได้สร้างขึ้นและมีการรักษา ประเพณีหรือการปฏิบัติสืบทอดมาเป็นระยะเวลานาน เช่น ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปะ ขนบธรรมเนียม และประเพณี (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2552) โดยในกรณีของกาดกองต้า ทรัพยากรที่จับต้องได้ ประกอบด้วยอาคารสิ่งก่อสร้างที่มีความโดดเด่นและการนำสถาปัตยกรรมเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ เช่น การปรับ อาคารให้เป็นที่พักแบบโฮเทล เช่น Pangsuee Art Home รวมถึงร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก Handmade และร้านอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง เช่น ร้านขนมจีนป่าศรีที่เปิดมานานกว่า 30 ปี นอกจากนี้ บริเวณถนนกาดกองต้ายังมีสะพานรัชฎาภิเศก ซึ่งเป็นสะพานเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 107 ปี นักท่องเที่ยว สามารถเดินข้ามสะพานไปยังตลาดรัชฎาหรือตลาดหัวขัว (ซึ่งหมายถึงตลาดต้นสะพานในภาษาเหนือ) ซึ่งมีการจำหน่ายอาหารพื้นเมืองและของฝาก เช่น แคบหมู ใส่อั่ว น้ำพริกหนุ่ม เป็นต้น การเดินทางไปสัมผัส สถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ย้อนอดีตและสัมผัสกับความเจริญรุ่งเรืองของกาดกองต้าและ พื้นที่ใกล้เคียง (กิตติศักดิ์ เสงฆฎีกุล, 2552) การได้สัมผัสกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้เหล่านี้ทำให้เกิดความพึงพอใจและเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่กาดกองต้า นำไปสู่สมมติฐานที่ 3 ดังนี้

H3: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำกาดกองต้า

4. ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น กล่าวถึงรูปแบบ แนวทางการดำเนินชีวิตของชุมชนทั้ง ที่อยู่อาศัย อาหาร วัฒนธรรมประเพณี เป็นสิ่งที่สืบทอดต่อกันมาซึ่งศิลปวัฒนธรรมเป็นตัวบ่งชี้ความสำคัญของ คนในสังคมและมีการสืบทอดต่อกันมา โดยกาดกองต้ามีรูปแบบวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบคน ภาคเหนือโดยผสมผสานกับคนเชื้อสายจีนที่มีการค้าขายกาดกองต้า ผ่านรูปแบบอาคารสถาปัตยกรรมการสร้าง บ้านแบบเรือนปั้นหยา กลิ่นอายศิลปะแบบฝรั่ง พม่า จีน (กิตติศักดิ์ เสงฆฎีกุล, 2552) ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยว มาสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบกาดกองต้า ทำให้รู้สึกได้ย้อนอดีต กลิ่นอายแห่งความเจริญรุ่งเรือง ในอดีตซึ่งยังคงเก็บรักษาอาคารสถาปัตยกรรมเหล่านี้และพัฒนา กาดกองต้าให้กลับมามีชีวิตในการค้าขาย เหมือนในอดีต โดยงานวิจัยในอดีตชี้ชัดว่า สภาพแวดล้อม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ นำไปสู่สมมติฐานที่ 4 ดังนี้

H4: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำกาดกองต้า

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบและแนวทางการดำเนินชีวิตของชุมชน ซึ่งรวมถึงที่อยู่อาศัย อาหาร และประเพณีต่าง ๆ ที่สืบทอดกันมา ศิลปวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำคัญ และอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งมีการสืบทอดต่อเนื่องจากรุ่นสู่รุ่น โดยในกรณีของกาดกองต้า วิถีชีวิตและ วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตของคนภาคเหนือกับอิทธิพลของคนเชื้อสายจีนที่มี การค้าขายในกาดกองต้า ซึ่งสะท้อนผ่านรูปแบบอาคารสถาปัตยกรรมแบบเรือนปั้นหยา และกลิ่นอายของ ศิลปะจากฝรั่ง พม่า และจีน (กิตติศักดิ์ เสงฆฎีกุล, 2552) เมื่อให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ท้องถิ่นที่กาดกองต้า พวกเขาจะได้สัมผัสกับบรรยากาศและกลิ่นอายของความเจริญรุ่งเรืองในอดีตที่ยังคงมีอยู่ ผ่านการเก็บรักษาอาคารสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ พร้อมทั้งการพัฒนา กาดกองต้าให้กลับมา มีชีวิตชีวาในการค้าขายเช่นในอดีต งานวิจัยในอดีตชี้ชัดว่า สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิมเป็น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต (กิตติศักดิ์ เสงฆฎีกุล, 2552) นำไปสู่สมมติฐานที่ 5 ดังนี้

H5: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวสรุปเป็นคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ว่า ลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกโดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวในสถานที่เดิมอีกครั้งหลังจากที่ได้มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในครั้งก่อน ซึ่งการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำนี้สามารถเกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการ ทั้งจากภายในธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น คุณภาพบริการและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วม รวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว และปัจจัยจากตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น ความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวในครั้งก่อน (Park, Lee, Kim, & Kim, 2019) การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำจึงสะท้อนถึงความภักดีของนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงการที่นักท่องเที่ยวมีพันธะสัญญาที่จะกลับมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ อย่างต่อเนื่องในระยะยาว เพราะพวกเขามีความพึงพอใจและเชื่อมั่นในประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งก่อน (Ajzen & Fishbein, 1980) สำหรับงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ ภาคท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ปัจจัยการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของ Ajzen and Fishbein (1980); Park et al (2019) ได้เสนอไว้ประกอบด้วย 2 ประเด็นได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคหลังจากใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์การใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ เมื่อผู้บริโภคพึงพอใจก็มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการหรือสินค้าอีกครั้ง นักท่องเที่ยวที่พึงพอใจกับประสบการณ์ท่องเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งมักจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Kotler & Keller, 2006) ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวคือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี ในขณะที่ปัจจัยจุดใจและการรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลน้อยกว่า (Change, Backman & Huang, 2014) นอกจากนี้ คุณภาพประสบการณ์และคุณค่าที่รับรู้ยังมีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Suhartanto, Brien, Primiana, Wibisons & Triyuni, 2019)

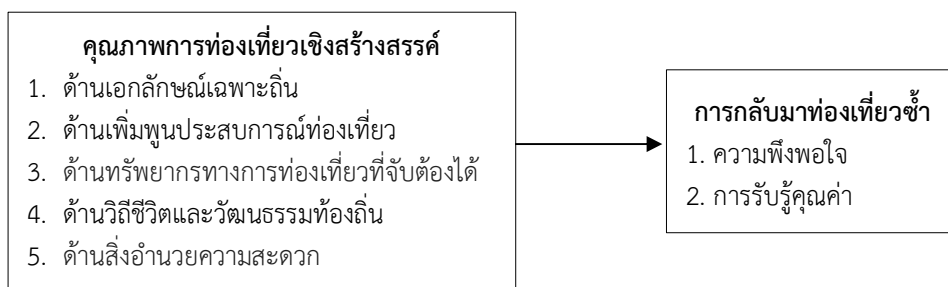
2. การรับรู้คุณค่า แนวคิดการรับรู้ของ Kotler (2003) กล่าวว่า การรับรู้เกิดจากการกระทำของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส บุคคลสามารถสร้างการรับรู้ที่แตกต่างจากสิ่งกระตุ้นเดียวกัน ผ่านกระบวนการเลือกให้ความสนใจและการตีความที่แตกต่างกัน ในแง่ของการท่องเที่ยว การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจะมีผลต่อการตัดสินใจในตลาดการท่องเที่ยว และหากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่เกินความคาดหวัง เช่น ราคาและเวลา ก็จะมีผลต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง Wang (2004) กล่าวว่า การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อหรือเลือกแบรนด์ที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงพฤติกรรมในอนาคตของผู้บริโภค สอดคล้องกับ เซียนเหวิน หลี (2559) ที่กล่าวว่า การรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวหมายถึงการตระหนักถึงคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวผ่านการสัมผัส การมองเห็น และการตีความของแต่ละบุคคล โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีมา



จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปสาระสำคัญได้ว่าการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวคือ การที่นักท่องเที่ยวตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเดิมจากการได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและการบริการที่มีคุณภาพส่งผลต่อความพึงพอใจ การรับรู้คุณค่าจากแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยว ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส ทำให้เกิดความประทับใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวและเกิดการบอกต่อแก่ผู้อื่น

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคองศาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

H1: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

H2: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านการเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

H3: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้มีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

H4: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

H5: คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวภาคองศาจังหวัดลำปาง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2567 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

385 คน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและความถูกต้องของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) ในการเก็บข้อมูลที่กาดก่องดำ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถาม ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามให้เลือกตอบหลายคำตอบ ตอนที่ 2 แบบสอบถามลักษณะการเดินทางและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 3 แบบสอบถามคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (2) ด้านเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว (3) ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ (4) ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ (5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และตอนที่ 4 แบบสอบถามการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ กาดก่องดำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณ (Rating Scales) ของลิเคิร์ต 5 ระดับ ตามที่ Wade (2006) ได้กล่าวไว้ คือ น้อยที่สุด=1, และมากที่สุด=5 ซึ่งจะได้ระดับแนวโน้มความคิดเห็น คือ ระดับ 4.21–5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.41–4.20 หมายถึง มาก 2.61–3.40 หมายถึง ปานกลาง 1.81–2.60 หมายถึง น้อย และ 1.00–1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยแบบสอบถามได้มีการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) โดยผลการทดสอบคุณภาพผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่าผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ชี้ให้เห็นว่ามีความเที่ยงตรงสอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไข นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984) พบว่า มาตรวัดของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.799 และมาตรวัดของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.958 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าตั้งแต่ .30 ขึ้นไป (Field, 2013) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนต่อไปได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวกาดก่องดำจังหวัดลำปาง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2567 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และเพื่อให้ได้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดไว้ จึงแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลที่กาดก่องดำ ใช้ระยะเวลา 3 เดือนในการเก็บแบบสอบถาม สำหรับการตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถามมีความครบถ้วนสมบูรณ์ที่ได้รับทั้งหมดทำให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยการใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการอธิบายลักษณะพื้นฐานของข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้เพื่อหา ระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษาวิจัยตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ enter

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคกึ่งด้าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด โดยส่วนมากมีสถานโสด มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด ส่วนระดับการศึกษาส่วนมากระดับปริญญาตรี ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคกึ่งด้าส่วนมากจะมากกว่า 3 ครั้งต่อปีและสาเหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคกึ่งด้าเพราะมาสัมผัสบรรยากาศความเป็นถนนการค้าดั้งเดิมและมารับประทานอาหารท้องถิ่น ในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนรองลงมาคือแฟนหรือคนรัก รู้จักภาคกึ่งด้ารู้จักจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น IG, facebook เป็นต้น สิ่งที่น่าสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวภาคกึ่งด้าคือสนใจอาหารที่จัดจำหน่าย โดยใช้จ่ายเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุดส่วน ในการเดินทางมายังภาคกึ่งด้าส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว

## ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวภาคกึ่งด้า

สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นระดับความสำคัญคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ทั้งนี้เมื่อมีการจำแนกรายด้านพบว่า ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีระดับความสำคัญในระดับมาก ( $\bar{X}=4.14$ , S.D.=0.723) รองลงมาคือ ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีระดับความสำคัญในระดับมาก ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.706) ด้านเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว มีระดับความสำคัญในระดับมาก ( $\bar{X}=4.07$ , S.D.=0.779) ส่วนด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.99$ , S.D.=0.722) ลำดับสุดท้ายคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X}=3.98$ , S.D.=0.755) มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความสำคัญคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวภาคกึ่งด้า

| ประเด็นคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์     | ระดับความคิดเห็น |       |         |
|--|------------------|-------|---------|
|  | $\bar{X}$        | S.D.  | แปลผล   |
| 1.ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น                     | 4.09             | 0.706 | มาก     |
| 2. ด้านเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว          | 4.07             | 0.779 | มาก     |
| 3. ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ | 3.99             | 0.722 | ปานกลาง |
| 4. ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น          | 4.14             | 0.723 | มาก     |
| 5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก                    | 3.98             | 0.755 | ปานกลาง |
| คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (x_total)  | 4.05             | 0.737 | มาก     |

## ผลการวิเคราะห์การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำจากความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่า

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ มีระดับความสำคัญในระดับมาก ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.665) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจในภาพรวม มีระดับความสำคัญในระดับมาก ( $\bar{X}=4.13$ , S.D.=0.685) และด้านการรับรู้คุณค่า ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.696) มีระดับความสำคัญระดับมาก ดังตารางที่ 2

อิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาภาคท่องเที่ยว อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 2 การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

| การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ          | ระดับความคิดเห็น |       |       |
|---------------------------------|------------------|-------|-------|
|                                 | $\bar{X}$        | S.D.  | แปลผล |
| 1. ความพึงพอใจ                  | 4.09             | 0.706 | มาก   |
| 2. การรับรู้คุณค่า              | 4.07             | 0.779 | มาก   |
| การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ(y_total) | 4.17             | 0.665 | มาก   |

ผลการทดสอบอิทธิพลคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำตามสมมติฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ เพื่อตรวจสอบปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองมากเกินไปหรือ Multicollinearity โดยใช้ค่าสถิติ VIF พบว่ามีค่าเท่ากับ 2.894-4.645 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006) รวมถึงวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรทุกตัวพบที่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.662\*\* -0.840\*\* แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีคุณสมบัติพยากรณ์ตัวแปรตามตามเงื่อนไขในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

| ตัวแปร  | IDT   | ACT    | RET    | CLT    | ACCOMT | SAGVT  | VIF   |
|---|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| $\bar{X}$   | 4.09  | 4.07   | 3.99   | 4.14   | 3.98   | 4.170  |       |
| S.D.  | 0.706 | 0.770  | 0.720  | 0.720  | 0.750  | 0.660  |       |
| เอกลักษณ์   | 1     | 0.840* | 0.639* | 0.706* | 0.678* | 0.707* | 3.763 |
| เฉพาะถิ่น (IDT)                                     |       |        |        |        |        |        |       |
| การเพิ่มพูน<br>ประสบการณ์<br>ท่องเที่ยว (ACT)       |       | 1      | 0.744* | 0.723* | 0.694* | 0.671* | 4.645 |
| ทรัพยากรทางการ<br>ท่องเที่ยวที่จับต้อง<br>ได้ (RET) |       |        | 1      | 0.675* | 0.763* | 0.662* | 3.093 |
| วิถีชีวิตและ<br>วัฒนธรรมท้องถิ่น<br>(CLT)           |       |        |        | 1      | 0.751* | 0.807* | 2.894 |
| สิ่งอำนวยความสะดวก<br>สะดวก<br>(ACCOMT)             |       |        |        |        | 1      | 0.834* | 3.291 |
| เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น<br>(IDT)                         |       |        |        |        |        | 1      |       |

\*Correlation is significant at the 0.05

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ( $\beta = 0.194, t=4.255$ ) ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $\beta=0.379, t= 9.483$ ) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\beta= 0.512, t=1.992$ ) ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคท่องเที่ยว ส่วนด้านการเพิ่มพูนประสบการณ์ ( $\beta=-0.090, t=-1.772$ ) และด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ ( $\beta=-0.042, t=-1.017$ ) ไม่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

| ตัวแปร                                      | Standardized Coefficients Beta | การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (SAGVT) |            | t      | p-value | Tolerance |
|---|--------------------------------|--------------------------------|------------|--------|---------|-----------|
|   |                                | Beta                           | Std. Error |        |         |           |
| ค่าคงที่                                    |                                | 0.641                          | 0.103      | 6.227  | 0.000*  |           |
| เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (IDT)                    | .194                           | 0.194                          | 0.043      | 4.255  | 0.000*  | .266      |
| การเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว (ACT)       | -.090                          | -0.090                         | 0.043      | -1.772 | 0.077   | .215      |
| ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ (RET) | -.042                          | -0.042                         | 0.038      | -1.017 | 0.310   | .323      |
| วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (CLT)          | 0.379                          | 0.379                          | 0.037      | 9.483  | 0.000*  | .346      |
| สิ่งอำนวยความสะดวก (ACCOMT)                 | 0.512                          | 0.512                          | 0.038      | 11.992 | 0.000*  | .304      |

F statistic=282.664, P=0.000, Adj R<sup>2</sup>=0.779

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่าด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (IDT) มีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (SAGVT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H1 สมมติฐานต่อมาคือ ด้านการเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว (ACT) มีอิทธิพลเชิงลบกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (SAGVT) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H2 สมมติฐานในลำดับที่สามคือ ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ (RET) มีอิทธิพลเชิงลบกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (SAGVT) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐาน H3 ต่อมาในลำดับที่สี่ คือ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (CLT) มีอิทธิพลเชิงบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (SAGVT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H4 และในลำดับสุดท้าย คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ACCOMT) มีอิทธิพลเชิงบวกกับ

อิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษากาดก่องต้า อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (SAGVT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H5 เขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$(SAGVT)=0.194 (IDT) + 0.379 (CLT) +0.512 (ACCOMT)$$

1. โดยที่เมื่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้น 0.194 หน่วย
2. โดยที่เมื่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้น 0.379 หน่วย
3. โดยที่เมื่อคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้น 0.512 หน่วย

### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยอิทธิพลของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำกาดก่องต้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษากาดก่องต้า อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ระดับความสำคัญของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำกาดก่องต้าพบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีระดับความสำคัญมากที่สุด ( $\bar{X}=4.14$ ) จากความมีเสน่ห์และความเป็นเอกลักษณ์ในวิถีชีวิตของชุมชนเมืองในย่านการค้าเก่า การต้อนรับและความมีน้ำใจของคนในชุมชนกาดก่องต้า ระดับความสำคัญรองลงมาคือด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ( $\bar{X}= 4.09$ ) โดยเห็นว่ากาดก่องต้ามีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นในความสวยงามของสถาปัตยกรรมอาคารแบบผสมผสานรูปแบบตะวันตก พม่า จีน และมีการอนุรักษ์ปรับปรุงอาคารให้สวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัย ญฐมน สังวาล และประสพชัย (2566) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงรายพบว่า คุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น เป็นสิ่งดึงดูดใจมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงราย ทำนองเดียวกับ Chin, Law, Lo, and Ramayah (2018) ศึกษาเรื่องผลกระทบของคุณภาพเข้าถึงและคุณภาพของที่พักที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของสถานที่ท่องเที่ยวเข้าถึงในชนบทในซาราวัก: บทบาทของตัวแปรปรับทัศนคติของชุมชน พบว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและนำไปสู่ความตั้งใจในการกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะมาเยือนอีกครั้ง

ในส่วนการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำกาดก่องต้าเกิดจากความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าจึงเดินทางมาท่องเที่ยวยังกาดก่องต้า ซึ่งส่งผลมาจากคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส โดยส่งผลต่อการบอกต่อให้ผู้เข้ามาท่องเที่ยวยังกาดก่องต้า ในทำนองเดียวกับงานวิจัยของ Meng and Han (2018) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวและยินดีที่จะบอกต่อแก่ผู้อื่น เหมือนกับงานวิจัย Kim (2018) กล่าวว่า ความพึงพอใจส่งผลต่อความตั้งใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว และ ความพึงพอใจส่งผลต่อความยินดีแนะนำบอกต่อ ทำนองเดียวกับ Bintarti and Kurniawan (2017) กล่าวว่า คุณภาพเชิงประสบการณ์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจจากประสบการณ์และภาพลักษณ์ ทำให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำแต่ภาพลักษณ์ของสถานที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ นอกจากนี้

ความพึงพอใจส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำจะเกิดจากคุณภาพประสบการณ์ คุณค่าประสบการณ์ ความพึงพอใจจากประสบการณ์ นอกจากนี้การสร้างการจดจำโดยการใช้อัตลักษณ์ของสถานที่ทำให้เกิดความตั้งใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว (Tsai, 2016; Wu, Li, & Li, 2018) เช่น กิจกรรมการชมจิตรกรรมฝาผนัง ในภาคท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ทั้งรูปไก่ที่เป็นสัญลักษณ์และภาพวิถีชีวิตของคนในบริเวณภาคท่องเที่ยว ดังงานวิจัยของ Park, Hwang, Lee, and Heo (2018) สรุปได้ว่าจิตรกรรมฝาผนังในตรอก Jidong เรื่องราวของชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

นอกจากการมาท่องเที่ยวซ้ำที่เกิดจากความพึงพอใจแล้ว การรับรู้คุณค่าและความคุ้มค่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวการมาท่องเที่ยวภาคท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำโดยนักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือนได้รับรางวัลและผ่อนคลายทางจิตใจในการมาท่องเที่ยว รวมถึงคุ้มค่ากับเวลาและคุ้มค่าเงินที่มาท่องเที่ยวจึงทำให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคท่องเที่ยวสอดคล้องกับนิมิต ชุ่นสั้น, สุภัทรา สังข์ทองและสิรินทรา สังข์ทอง (2564) สรุปได้ว่า ความคุ้มค่าเงินและความพึงพอใจมีผลต่อการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ในทำนองเดียวกันกับงานวิจัยของ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2564) อิทธิพลของภาพลักษณ์และคุณค่าตามการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยวต่อ ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณค่าตามการรับรู้จากการท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร คุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านเอกลักษณ์ท้องถิ่นมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเอกลักษณ์ของภาคท่องเที่ยวเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมอาคาร สอดคล้องกับงานวิจัย เมษะธาวิ นพลโยธี และคณะ(2565) ศึกษาศึกษาภาพเส้นทางทางการท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรมในอำเภอเมือง นครพนมพบว่า รูปแบบสถาปัตยกรรมดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 1

ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำสอดคล้องกับ ภักสิริ เผือกผ่อง และแสงแข บุษุศิริ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลเชิงบวกซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแห่งนี้อีกครั้ง ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงและปัจจัยด้านกิจกรรม ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 3

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำสอดคล้องกับ ทำนองเดียวกันกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต และดาวรุ่ง พิภทอง (2566) ศึกษาการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทยโดยใช้ตัวแปรการบอกต่อเป็นตัวแปรคั่นกลาง พบว่า คุณลักษณะร้านอาหารมีอิทธิพลทางตรงต่อการบอกต่อ การบอกต่อมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำและคุณลักษณะร้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 5

ส่วนในด้านการเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคท่องเที่ยว ปฎิเสธสมมติฐานที่ 2 โดยนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแบบเดิมสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม เพราะจุดเด่นของภาคท่องเที่ยวคือเอกลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมและ

การจำหน่ายสินค้าที่เป็นอาหารของที่ระลึก โดยชุมชนในพื้นที่ควรรอบแบบ หรือมีกิจกรรมที่หลากหลาย แปลกใหม่ แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ ดังแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2009) ที่จัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็น วัฒนธรรมประจำวันเช่น จัดกิจกรรมด้านอาหารถิ่นตามเทศกาล ตามเดือน ตามวันสำคัญเพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ส่วนด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับที่พักที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต และการเข้าถึงการให้บริการขนส่งสาธารณะที่อาจจะมียกจำกัด อาจเนื่องด้วยภาคกลางตั้งอยู่ในตัวเมืองนักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักได้ตามความสะดวกและการขนส่งสาธารณะปัจจุบันสามารถใช้บริการรถรับส่งผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Maxim และ Grap ซึ่งสามารถลดปัญหาการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดได้จึงไม่ได้มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังงานวิจัยของ ภคสุภา เพชรรัตนภาพร และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน (2564) พบว่าปัจจัยองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสุโขทัยและเป็นไปในทิศทางเดียวกับ งานวิจัย พลธนธรณ์ ประดิษฐ์เวทย์ (2563) พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก ความปลอดภัย การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม บรรยากาศของสถานที่ ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว ธ.ก.ส. ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

จากการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซ้ำเห็นได้ว่าการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกันทั้งด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางของนักท่องเที่ยว ถึงแม้จะมีบางประเด็นคือด้านการเพิ่มพูนประสบการณ์ท่องเที่ยวและด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ไม่มีอิทธิพลกับการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพราะนักท่องเที่ยวเห็นว่า ประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบเดิมดีอยู่แล้ว มีหรือไม่มีก็ไม่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลางส่วน ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่จับต้องได้นักท่องเที่ยวเห็นว่าภาคกลางตั้งอยู่ในพื้นที่กลางเมืองมีที่พัก ให้เลือกหลากหลายและการขนส่งถนนเข้าถึงภาคกลางได้ง่ายจึงไม่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการศึกษาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้เห็นว่าภาคกลางควรมีการบริหารจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภาคกลาง ดังนั้น ภาคกลางควรมีการสนับสนุน ส่งเสริม การจัดการด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มเติมเนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2. ในด้านการเพิ่มประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว เห็นว่า กิจกรรมการเพิ่มพูนประสบการณ์อาจจะมีกิจกรรมจำกัด ไม่หลากหลาย ซ้ำเดิม ไม่ดึงดูดใจ ชุมชนหรือหน่วยงานที่ดูแลภาคกลาง เทศบาลนครลำปาง อาจส่งเสริมและสนับสนุนในการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย แปลกใหม่ แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ เช่น จัดกิจกรรมตาม เทศกาล ตามเดือน ตามวันสำคัญต่าง ๆ โดยใช้ทุนเดิมด้านอาคารสถาปัตยกรรมของภาคกลาง เพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ



### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปเพื่อให้เกิดข้อมูลในการนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวภาคกึ่งด้านนอกจากเรื่องอิทธิพลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์แล้ว ควรศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์ของภาคกึ่งด้านในสายตาของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการนำข้อมูลมาจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ เสงฆ์กุล. (2552). *ภาคกึ่งด้านย่านเก่าเล่าเรื่องเมืองลำปาง*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มติชน ปากเกร็ด.
- กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต และดาวรุ่ง พักทอง. (2566). การวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทยโดยใช้ตัวแปรการบอกต่อเป็นตัวแปรต้นกลาง. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 12(1), 26-50.
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). *คู่มือการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. [https://www.dot.go.th/storage/3\\_01\\_2562/JilBmnsOzmzCAgf0M9h83hZ1RoJkUmlPFJA8lTMG.pdf](https://www.dot.go.th/storage/3_01_2562/JilBmnsOzmzCAgf0M9h83hZ1RoJkUmlPFJA8lTMG.pdf)
- เขียนเหวิน หลี. (2559). *การรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย* (การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐมน สังวาล และประสพชัย พสุนนท์. (2566). คุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 5(3), 54-65.
- นิมิต ชื่นสัน, สุภัทรา สังข์ทอง และสิรินทรา สังข์ทอง. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ: มุมมองนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 13(2), 75-88.
- พลธนธรณ์ ประดิษฐเวทย์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว ช.ก.ส. ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญามหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภาคศิริ เผือกผ่อง และแสงแข บุญศิริ. (2562). ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*, 6(2), 132-154.
- ภาคสุภา เพชรรัตน์ภาพร และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์. (2564). การศึกษาคุณภาพบริการ คุณค่าที่รับรู้ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(2), 65-80.
- เมษธาวิณ พลโยธี, วันชัย ทิพนนัส, วิริงรอง จุณหัโชนและ สิรินทิพย์ สุวรรณมาโจ. (2565). ศึกษาศักยภาพเส้นทางทางการท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรมในอำเภอเมือง นครพนม. *วารสารสาระคาม*, 13(1), 7-23.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมย์. (2564). อิทธิพลของภาพลักษณ์และคุณค่าตามการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยวต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี. *Jorunal of Business, Economics and Communications*, 16(3), 163-181.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*.

- Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Chang, L. L., F. Backman, K. & Chih, H. Y. (2014) Creative Tourism: a preliminary examination of creative tourist' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4).401-419. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>.
- Chin, C. H., Law, F. Y., Lo, M. C., & Ramayah, T. (2018). The impact of accessibility quality and accommodation quality on tourists' satisfaction and revisit intention to rural tourism destination in Sarawak: The moderating role of local communities' attitude. *Global Business and Management Research*, 10(2), 115-127.
- Tsai, C. T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536-548.
- Kim, J. H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856-870.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. (12th ed.). France: Edition Pearson Education.
- Meng, B., & Han, H. (2018). Working-holiday tourism attributes and satisfaction in forming word-of-mouth and revisit intentions: Impact of quantity and quality of intergroup contact. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 347-357. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.03.009>
- Park, D., Lee, G., Kim, W. G., & Kim, T.T. (2019). Social network analysis as a Valuable tool for understanding tourists' multi-attraction travel behavioral intention to revisit and recommend. *Sustainability*. 11(9), 1-17.
- Park, S., Hwang, D., Lee, W. S., & Heo, J. (2018). Influence of nostalgia on authenticity, satisfaction, and revisit intention: The case of Jidong mural alley in Korea. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 21(4), 440-455. <https://doi.org/10.1080/15256480.2018.1511497>
- Richards, G. (2009). *Creative tourism and local development*. In Wurzburger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds), *Creative Tourism: A global conversation*. Santa Fe: Sunstone Press, pp. 78-90.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *Atlas News*, 1(23), 16-20.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisons, N., & Triyuni, N. N. (2019) Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction and motivation. *Current Issues in Tourism*. 23(7). 867-879. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>.

- 
- Bintarti, S., & Kurniawan, E. N. (2017). A study of revisit intention: experiential quality and image of Muara Beting tourism site in Bekasi district. *European Research Studies Journal*, 20(2A), 521-537
- Wang, D. (2004). Tourist behavior and repeat visitation to Hong Kong. *Tourism Geographies*, 6(1), 99- 118
- Wu, H, C., Li, M, Y., & Li, T. (2018). A study of experiential quality, experiential value, experiential satisfaction, theme park image, and revisit intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 26-73.

## การพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการคลังยาเหลือใช้และเผยแพร่แก่ โรงพยาบาลเป้าหมาย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 18 พฤศจิกายน 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 11 มกราคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 มีนาคม 2568

ปรีชาพล บุญส่ง\*

ผฉนิทร เสือแพร, ขวัญชัย วัชรสุนทรกิจ,

กมลณัฐชนก คล้ายนภาแดง และกรรณิกา สาราจันทร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

### บทคัดย่อ

ปัญหาหาเหลือใช้ที่มีเพิ่มมากขึ้นทุกวันแต่ถูกจัดการแบบผิดวิธีทำให้มีผลต่อสิ่งแวดล้อมและงบประมาณ มีโครงการของหน่วยงานจิตอาสาที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อขอรับบริจาคยาจากชุมชนในการนำยาเหลือใช้มาคัดแยกเป็น กลุ่มที่สามารถใช้ได้ในการนำไปมอบให้กับโรงพยาบาลที่ขาดแคลนยาตามแนวชายแดนและกลุ่มยาที่ไม่สามารถ ใช้งานได้หรือหมดอายุแล้วมาทำลายอย่างถูกวิธี แต่ระบบจัดการข้อมูลคลังยาเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลแก่ โรงพยาบาลเป้าหมายยังเป็นปัญหาสำหรับการบริหาร งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์และ ออกแบบระบบฐานข้อมูลและ 2) เพื่อพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำหรับจัดการโดยใช้ Google AppSheet สำหรับการพัฒนาและใช้ Google Sheet เป็นฐานข้อมูล และ 3) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบด้วย แบบสอบถามที่ประยุกต์จากทฤษฎีความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ Delone และ McLean ซึ่ง ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสารสนเทศ 2) ด้านคุณภาพระบบ 3) ด้านคุณภาพบริการ และ 4) ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่สามารถนำไปสู่การวัดความสำเร็จของระบบงานสารสนเทศได้

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ทดสอบใช้งานแบบจำเพาะเจาะจงจำนวน 52 คนพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของระบบอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X}=4.63$ ) และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านสารสนเทศ พบว่า เกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับดีมากเช่นกัน ( $\bar{X}=4.63$ ) ทำให้สามารถกล่าวได้ว่าการวิจัยนี้บรรลุ วัตถุประสงค์สามารถแก้ปัญหาระบบงานที่กล่าวนำมาได้

**คำสำคัญ:** การคัดแยกยา ยาเหลือใช้ คลังยาเหลือใช้ แอปชีต

### วิธีการอ้างอิง:

ปรีชาพล บุญส่ง, ผฉนิทร เสือแพร, ขวัญชัย วัชรสุนทรกิจ, กมลณัฐชนก คล้ายนภาแดง และกรรณิกา สาราจันทร์. (2568). การพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการคลังยาเหลือใช้และเผยแพร่แก่ โรงพยาบาลเป้าหมาย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(2), 40-53.

\*ผู้ประสานงานหลัก: preechaponb@gmail.com

# A Development of an Application for Managing Surplus Medication Stock and Distribution to Medication-Shortage Hospitals.

Received: November 18, 2024

Revised: January 11, 2025

Accepted: March 2, 2025

*Preechapon Boonsong*\*

*Phanintorn Suaprae, Kwanchai Watcharasuntornkit,  
Kamonnatchanak Klainapadang and Kannika Sarachan*

Faculty of Management Science,  
Pibulsongkram Rajabhat University

## Abstract

The increasing volume of surplus medications and improper disposal practices has resulted in adverse environmental and financial impacts. In response, a volunteer initiative was established to collect unused medications from communities. However, the management of medication stock data and the dissemination of this information to target hospitals has presented persistent challenges for effective administration. This research aimed to address these challenges through three primary objectives: to analyze and design a database system for medication stock management, develop an application using Google AppSheet as the management platform and Google Sheets as the database, and evaluate the system's performance. The evaluation employed a questionnaire adapted from the Delone and McLean Information System Success Model, which assesses four dimensions of system success: information quality, system quality, service quality, and user satisfaction. It was found that the overall user satisfaction of 52 purposively selected participants was rated at a very high level ( $\bar{X}=4.63$ ). Similarly, the information quality dimension received a very high satisfaction score ( $\bar{X}=4.63$ ). These results indicated that the developed system effectively addressed the identified issues, achieving the research objectives and contributing to improved medication stock management for the initiative.

**Keywords:** Medication sorting, Surplus medication, Surplus medication inventory, AppSheet

## Cite this article as:

Boonsong, P., Watcharasuntornkit, K., Suaprae, P., Klainapadang, K., & Sarachan, K. (2025). A Development of an Application for Managing Surplus Medication Stock and Distribution to Medication-Shortage Hospitals. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 40-53.

---

\* Corresponding Author: preechaponb@gmail.com

## บทนำ

ยารักษาโรค: หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทุกครัวเรือนจะต้องมีและเมื่อรักษาหายจากอาการแล้วยาได้ถูกเก็บไว้เพื่อเวลาที่คนในครอบครัวเจ็บป่วยจะสามารถนำมาใช้ในยามฉุกเฉินได้ แต่ถ้ายาเหลือใช้นี้มีมากเกินไปและจัดการไม่เหมาะสมก็จะมีผลกระทบต่อหลายภาคส่วน (ชนพงศ์ ภูผาลี, ชิดชนก คุณสวัสดิ์, ธนิตา ภูราชพล และธารินี ศรีศักดิ์, 2018; ปรรณนา กุลชูศักดิ์, 2565) และบางครั้งอาจจะทิ้งยาหรือต้องการทำลายยาอย่างไม่ถูกวิธีก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก (กรมอนามัย, 2016) จึงเกิดเป็นปัญหายาเหลือใช้ในครัวเรือนขึ้น โดยได้มีการสำรวจข้อมูลความคิดเห็นของเภสัชกรในโรงพยาบาลต่างๆต่อปัญหายาเหลือใช้ในสถานการณ์ปัจจุบันโดย กมลวรรณ ตันติพิวัฒนสกุล, สุญาณี พงษ์ณานิกร, ธัญญ์พิชชา พิมพ์พงษ์, วิลาสินี นุชประคอง, ธีระพัฒน์ ปัทม และชินวัจน์ แสงอังคมาลี (2566) พบว่า มีปัญหายาเหลือใช้เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะมีสาเหตุจากการรักษาโรคที่ผู้ป่วยได้รับยาจากแพทย์สั่งที่โรงพยาบาลและปัจจุบันไม่ได้ใช้นั้นหรือมีจำนวนยาเกินกว่าวันนัด ทำให้เห็นว่าต้องมีกิจกรรมเพื่อจัดการยาจำนวนเหล่านี้

หน่วยงานจิตอาสาเพื่อบริการวิชาการด้านสุขภาพโดย ดำรงค์ศักดิ์ เป็กทอง (2566) ได้จัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อการกุศลโดยได้มีการจัดโครงการบริการวิชาการเพื่อการจัดการปัญหายาเหลือใช้ในชุมชนขึ้น แต่พบว่ามีปัญหาการคัดแยกยาแต่ละประเภท การบันทึกข้อมูลยา การจัดการคลังยาเหลือใช้รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลรายการยานั้นยังมีความล่าช้าอยู่ ปัญหาหลักคือระบบจัดเก็บข้อมูลใช้โปรแกรม MS-Excel ทำให้ประสิทธิภาพในการจัดการและเพื่อการเผยแพร่ที่ไม่ดีเท่าที่อยากจะให้เป็น โดยมีการบันทึกข้อมูลซ้ำซ้อนผิดพลาดการอ้างอิงรายการยา ซึ่งบางครั้งเกิดความผิดพลาดในการอ้างอิงรหัสและชื่อรายการยานั้นโดยเฉพาะเป็นต้น ระบบการจัดการควรจะเป็นระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลและลดขั้นตอนการใช้งาน และสามารถนำเสนอข้อมูลสู่โรงพยาบาลเป้าหมายได้โดยไม่ได้เพิ่มงานให้แก่ผู้รับผิดชอบทั้ง 2 ฝ่ายด้วย (อิสริย์ฐิกา ชัยสวัสดิ์ จันทรส่องสุข, เพชรลดดา บริหาร, นิภาพร เอื้อวัฒนะโชติมา, วิรุทธิ์ เลิศนที, เพ็ญกาญจน์ กาญจนรัตน์ และ นภาพรณ ภูมิปัญญานิช, 2565)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าคลังยาเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการยาเหลือใช้ (ปรรณนา กุลชูศักดิ์, 2565; ศุนย์วิชาการเผ่าระวังและพัฒนาระบบยา, 2567; อิสริย์ฐิกา ชัยสวัสดิ์ จันทรส่องสุข และคณะ, 2565) และความล่าช้าในการจัดการ เช่น การไม่สะดวกในการบันทึก ความถูกต้องของข้อมูลต่อการบันทึกหรือการบันทึกซ้ำซ้อนอาจส่งผลให้ยาหมดอายุก่อนที่จะถึงโรงพยาบาลเป้าหมายได้ (เชอร์ลิน สุขศรีวงศ์, 2556) ถึงแม้ยาที่ผลิตมานั้นจะผ่านกระบวนการผลิตตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตยา และผ่านการตรวจสอบคุณภาพมาอย่างเข้มงวดแล้ว แต่ไม่อาจจคงคุณภาพนั้นไว้ได้ตลอดกาลเนื่องจากยาแต่ละชนิดมีความคงตัวแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงเห็นประเด็นปัญหาหลักคือระบบฐานข้อมูลคลังยาและข้อมูลที่จะต้องบันทึกเข้าสู่ระบบอันได้แก่ กลุ่มยา บัญชียา ชื่อสามัญทางยาชื่อการค้า ชื่อบริษัทผลิตยา ความแรงของยา รูปแบบเภสัชภัณฑ์ เลขล็อต และวันหมดอายุ

จากที่ได้กล่าวนำมา ผู้วิจัยจึงได้สรุปเป็นประเด็นวิจัย 2 ประเด็นคือ 1) การจัดการด้านคลังยาที่ต้องประกอบด้วยฐานข้อมูลยาและการจัดการ เช่น การบันทึก ค้นหา สามารถบันทึกการจัดส่ง มีรายงานที่จำเป็นและ 2) ส่วนระบบเผยแพร่ข้อมูลรายการยาให้กับโรงพยาบาลเป้าหมายและฟอร์มบันทึกการขอรับยา เพื่อขอจัดปัญหาจำนวนคลังยาเหลือใช้รวมทั้งการรับการจองยาและการจัดส่งที่มีระยะเวลาที่สั้นลง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งของการจัดการคลังยาอย่างมีประสิทธิภาพ (อิสริย์ฐิกา ชัยสวัสดิ์ จันทรส่องสุข และคณะ, 2565) จึงได้นำพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อการคัดแยกยาและเผยแพร่แก่โรงพยาบาลเป้าหมายเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก

ในการดำเนินงานเก็บข้อมูลอย่างรวดเร็วขึ้นสามารถนำไปสู่การเก็บข้อมูลอย่างครบถ้วนได้ โดยมีประเด็นช่องว่างการวิจัยคือระบบฐานข้อมูลและโปรแกรมประยุกต์ที่ใช้เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการของหน่วยงานจิตอาสาที่ไม่ได้มุ่งหาผลกำไรจำเป็นที่ต้องไม่มีต้นทุนการจัด สามารถแชร์ข้อมูลร่วมกันได้ มีความเป็นมิตรกับผู้ใช้ซึ่งมีความคุ้นเคยกับโปรแกรมจัดการข้อมูล MS-Excel อยู่แล้ว

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และออกแบบระบบฐานข้อมูลของการบันทึกรายการยาเหลือใช้
2. เพื่อพัฒนาโปรแกรมประยุกต์คลังรายการยาเหลือใช้และเผยแพร่แก่โรงพยาบาลเป้าหมาย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อโปรแกรมประยุกต์สำหรับจัดการคลังยาเหลือใช้และการเผยแพร่

### ขอบเขตของการวิจัย

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยประยุกต์และออกแบบและพัฒนาระบบตามหลักการพัฒนาระบบงานคอมพิวเตอร์ (Software Development Life Circle: SDLC) และพัฒนาระบบการโปรแกรมด้วยเครื่องมือแบบ No Code ที่ไม่ต้องการการโปรแกรมคอมพิวเตอร์มากนักและใช้ฐานข้อมูลที่ไม่ต่างจากระบบเดิมซึ่งใช้ MS-Excel

**ขอบเขตด้านพื้นที่** ศึกษาและจัดเก็บข้อมูลจากหน่วยจิตอาสา คณะเภสัชกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จ.พิษณุโลก และทดสอบระบบจากกลุ่มตัวแทนจำนวน 52 คน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ประสิทธิภาพการบริหารจัดการยา คลังยาได้ดีมากยิ่งขึ้น ในกรณีจิตอาสาเปลี่ยนรุ่น/ชั้นปี ระบุง่ายต่อการใช้งาน
2. ได้รายงานคลังยาเหลือใช้สำหรับ เผยแพร่ คลังยา การส่งมอบ และรายการยาที่ต้องทำลาย เพื่อคัดแยกและทำลายด้วยวิธีการที่ถูกต้องต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพได้
3. สามารถประหยัดงบประมาณในการจัดการยาในภาพรวมได้
4. ผู้ใช้งานสามารถปรับแต่งระบบงานได้ง่ายโดยไม่ต้องมีความรู้ทางเทคนิคทางการโปรแกรมมากนัก

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่ 1 แนวคิดเรื่องปริมาณยาเหลือใช้จำนวนมากได้เกิดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วนจึงจำเป็นต้องมีระบบจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยทาง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2553) ได้รายงานปัญหาหาเหลือใช้ในครัวเรือน เป็นปัญหาซ่อนเร้นของระบบสุขภาพไทยเป็นภัยเงียบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้ป่วยหากมีการนำยาเหลือใช้ไปให้ผู้อื่นใช้ต่อด้วย และศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา (2567) ได้รายงานสถานการณ์และระบบการจัดการยาเหลือใช้และขยะยา ออกเป็นประเด็นต่าง ๆ โดยหนึ่งในประเด็นนั้นคือปริมาณยา ความแรงของยา ทั้งเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพและเชิงเศรษฐศาสตร์ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยเว็บไซต์ กรมอนามัย (2016) ได้ประชาสัมพันธ์เรื่อง แนะนำทิ้งยาหมดอายุ ลงถังขยะหรือแหล่งน้ำ เพื่อแนะนำการจัดการยาเหลือใช้ให้มีประสิทธิภาพและปลอดภัย

แนวคิดที่ 2: แนวคิดเรื่องการจัดการข้อมูลรายการยา คลังยาและการเผยแพร่รายการยาที่มีแก่โรงพยาบาลเป้าหมายที่ยังคงเป็นปัญหา โดยหน่วยจิตอาสาซึ่งนำโดย ดำรงค์ศักดิ์ เป็กทอง (2566) ได้จัดตั้งศูนย์

รับบริจาคยาและสร้างระบบจัดการฐานข้อมูลยาเบื้องต้นขึ้นซึ่งยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก และศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา (กพย.) สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2567) ก็ได้กล่าวถึงประเด็นการจัดการเชิงระบบเกี่ยวกับโปรแกรมประยุกต์เพื่อการจัดการด้วย เช่น ด้านการจัดกลุ่มยา การส่งจ่ายยา การจัดการยา โดยได้มีโครงการส่งเสริมต่างๆ เช่น โครงการยาเหลือใช้แลกไข่ แนะนำโปรแกรมบันทึกยาเหลือใช้ที่รับคืนจากผู้ป่วย และอีกงานวิจัยคือ หนึ่งหทัย อภิพัทธ์กานต์, วชิรศักดิ์ อภิพัทธ์กานต์ และกฤติมา แก้วมหาราช (2567) ได้กล่าวถึงการที่จะต้องมียุทธศาสตร์ข้อมูลคลังยาที่มีประสิทธิภาพและโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการสำหรับใช้ประโยชน์จากคลังยาเหลือใช้

แนวคิดที่ 3 แนวคิดเรื่องการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการคลังยาเหลือใช้ต้องไม่ใช่เทคนิคและวิธีการทางโปรแกรมมากนักเพราะจะต้องให้กลุ่มจิตอาสาสามารถจัดการดูแลหรือปรับแต่งด้วยตัวเองได้และจะต้องไม่ต่างไปจากระบบงานเดิมที่ใช้งานอยู่มากนัก ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้ Google AppSheet ที่สามารถสร้างโปรแกรมประยุกต์ได้ด้วยความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ได้มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลายดังได้กล่าวถึงไว้ใน True Digital Academy (2023) แม้แต่ธุรกิจของบริษัทขนาดใหญ่ เช่น Hassan, Mohd Rusli, and Mohd Salleh (2023) ก็ได้ใช้ Google AppSheet และ Google Sheet เพื่อจัดทำระบบการจัดซื้อในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศมาเลเซีย

### ทฤษฎีและหลักการออกแบบพัฒนาระบบ

1) หลักการออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูล ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีโครงสร้าง คือมีคุณลักษณะโครงสร้างคงที่ และนำเสนอความสัมพันธ์ผ่าน ER-Diagram ซึ่งเป็นหลักการออกแบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ตัวอย่างเช่น พุชชิตี ศิริแสงตระกูล (2534) ได้ใช้หลักการเพื่อออกแบบโมเดลข้อมูลของสำนักงบประมาณ กรมบัญชีกลาง และธนาคารแห่งประเทศไทยอาศัยหลักการออกแบบโมเดลข้อมูลเชิงตรรก ซึ่งเป็นหลักการที่พิจารณาข้อมูลและความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่มีในองค์กร โดยใช้หลักการออกแบบโมเดลเชิงสัมพันธ์ผลการดำเนินงานประกอบด้วย แผนภาพโมเดลข้อมูลเชิงตรรก แผนภาพโมเดลข้อมูลเชิงกายภาพ และพจนานุกรมข้อมูล

2) หลักการโปรแกรมแบบ No Code คือ ไม่ต้องใช้การโปรแกรมคอมพิวเตอร์มากนักซึ่งคือ Google AppSheet โดยใช้ Google Sheet เป็นฐานข้อมูลเพราะระบบเดิมผู้ใช้งานมีความคุ้นชินกับ MS-Excel เป็นบางส่วนแล้ว Google AppSheet เป็นเครื่องมือสร้างแอปพลิเคชันรูปแบบหนึ่งซึ่งจะสร้างแอปพลิเคชันได้อย่างรวดเร็วเนื่องจาก Google AppSheet ทำให้สามารถสร้างแอปพลิเคชันของตนเองได้ง่าย แม้ไม่มีความรู้ด้านการโปรแกรมคอมพิวเตอร์มากนัก รวมทั้งสามารถนำไปผนวก (integrate) กับแอปพลิเคชันและซอฟต์แวร์อื่นๆ เช่น รับส่งอีเมล แปลงไฟล์ PDFอัตโนมัติ สแกนบาร์โค้ด ทำงานร่วมกับ Google Maps แจ้งเตือนผ่านไลน์บันทึกข้อมูลเข้าจากแอปพลิเคชันอื่นได้ โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถพัฒนาได้รวดเร็ว มีความยืดหยุ่น มีเครื่องมือเสริมที่ช่วยให้การพัฒนามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ลดข้อจำกัดของอุปกรณ์ที่มีระบบปฏิบัติการแตกต่างกัน และสามารถใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ที่ไม่ต้องทำการติดตั้งโปรแกรมโดยเฉพาะได้ (วรวัฒน์ จันทรตัน, เปรมรัตน์ พูลสวัสดิ์, ยูริธิดา ชิวปรีชา และจิรานันท์ เข้มกมล 2566)

จากการทบทวนวรรณกรรม มีประเด็นช่องว่างการวิจัยคือระบบฐานข้อมูลและโปรแกรมประยุกต์ที่ใช้เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการของหน่วยงานจิตอาสาที่ไม่ได้มุ่งหาผลกำไรจำเป็นต้องไม่มีต้นทุนการจัดทำมากสามารถแชร์ข้อมูลร่วมกันได้และมีความเป็นมิตรกับผู้ใช้งานที่มีความคุ้นเคยกับโปรแกรมจัดการข้อมูล MS-Excel โดยปัจจุบันได้มีโปรแกรมประยุกต์ลักษณะดังกล่าวบ้างแล้ว อาทิ เช่น โปรแกรมจัดการยาเหลือใช้จาก กระทรวงสาธารณสุข (2553) ซึ่งพัฒนาด้วย MS-Access สำหรับจัดการคลังยาเหลือใช้ แต่เป็นลักษณะ

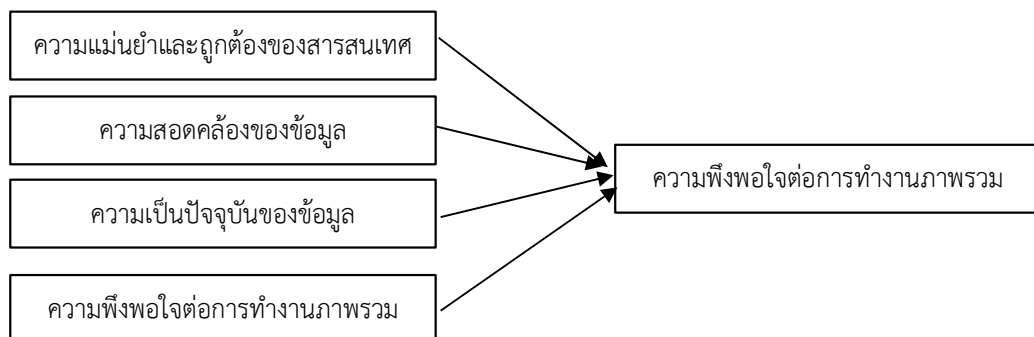


โปรแกรมแบบผู้ใช้งานเดี่ยว (Stand Alone) ไม่สามารถแชร์ข้อมูลร่วมกับผู้อื่นได้ทำให้มีข้อจำกัดในการใช้งาน อีกหน่วยงานได้จัดโปรแกรมจัดซื้อและบริหารคลังเวชภัณฑ์ยา INVS โดย TSP@Soft (2025) เป็นโปรแกรมสำหรับจัดการคลังยาเป็นแบบ Freeware สามารถดาวน์โหลดได้ฟรีมีระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ แต่ระบบนี้จะเป็นระบบฐานข้อมูลที่ต้องมีระบบชุดคอมพิวเตอร์แม่ข่ายที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสำหรับใช้ในโรงพยาบาลและหน่วยงานขนาดใหญ่ การดำเนินการสอนการใช้งาน การปรับแก้ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ โดยบางฟังก์ชันอาจไม่มีความจำเป็นสำหรับหน่วยงานขนาดเล็ก และประเด็นสำคัญคือความสามารถปรับแต่งและปรับแก้ได้ด้วยตัวเอง ปรับปรุงประสิทธิภาพระบบงานอย่างสม่ำเสมอ สามารถรับมือกับความท้าทายด้านการจัดการที่ซับซ้อนมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพได้

คณะผู้วิจัยจึงเน้นการสร้างระบบการจัดการฐานข้อมูลคลังยาและสร้างโปรแกรมประยุกต์เพื่อประมวลผลนำรายงานเผยแพร่แก่โรงพยาบาลกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือและหลักการดังกล่าว เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานเก็บข้อมูลยาให้รวดเร็วขึ้น ลดการเกิดปัญหาการกรอกข้อมูลที่ผิดพลาด สามารถตรวจสอบวันหมดอายุก่อนที่จะนำยาส่งโรงพยาบาลเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถบริหารจัดการการเก็บข้อมูลยาได้ครบถ้วน โดยใช้ฐานข้อมูล Google Sheet ที่มีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการจัดทำตามหลักการออกแบบทางระบบฐานข้อมูลได้ มีความเป็นมิตรกับผู้ใช้งานเดิมที่คุ้นเคยกับ MS-Excel และการพัฒนาจะใช้ Google AppSheet ซึ่งถูกเรียกว่าการพัฒนาแบบ No Code ที่ไม่ต้องใช้ทักษะด้านการโปรแกรมคอมพิวเตอร์มากนัก

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวัดผลสำเร็จของระบบงานสารสนเทศคือ ระบบจะต้องสามารถทำงานได้จริงและสามารถวัดผลความถูกต้องและรวดเร็วของข้อมูลที่ต้องการและมีความเป็นปัจจุบันมากที่สุดได้ จึงได้ใช้แนวคิดการวัดประสิทธิภาพของงานวิจัยตามแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) ของ DeLone and McLean (2003) ซึ่งได้ถูกใช้ในการวัดประสิทธิภาพระบบงานสารสนเทศหลายงานวิจัย (ศศิณิภา ทิวาลัย และวดิน เหลี่ยมปรีชา, 2555; อิศริย์ฐิกา ชัยสวัสดิ์ จันทร์ส่องสุข และคณะ, 2565; DeLone & McLean, 2003; Jeyaraj, 2020) แสดงไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยดัดแปลงจาก Jeyaraj (2020)

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยประยุกต์และบรรยายเชิงพรรณนา โดยมีขั้นตอนดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือนักศึกษาคณะเภสัชกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวรที่เป็นจิตอาสาจำนวน 20 คน ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในบริบทของโรงพยาบาลเป้าหมายจำนวน 2 คน และกลุ่มตัวอย่างสุ่มแบบจำเพาะเจาะจงจากนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการสาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศชั้นปี 4 เพื่อเป็นตัวแทนของนักศึกษารุ่นใหม่ที่มีทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์และการใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่มีมือถือจำนวน 30 คนเพื่อทดสอบการใช้งานโปรแกรมประยุกต์ รวมเป็นจำนวน 52 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือสำหรับการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์: ใช้เครื่องมือและหลักการในการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ทางด้านระบบงานสารสนเทศ ตาม ขั้นตอน SDLC ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาการจัดเก็บและจัดการยา/คลังยาเหลือใช้และปัญหาที่มี วิเคราะห์ข้อมูลศึกษาการคัดแยกยาเหลือใช้ของหน่วยงานและระยะเวลาในการบันทึกข้อมูลยาเหลือใช้ จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับเจ้าหน้าที่จิตอาสา อาจารย์ที่กำกับดูแล และเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลเป้าหมาย ณ คณะเภสัชกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลคลังยาและโปรแกรมประยุกต์เพื่อการจัดการ โดยใช้หลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานและการออกแบบฐานข้อมูลนำเสนอด้วย ER-Diagram เพื่อการแสดงความสัมพันธ์ในโครงสร้างของระบบฐานข้อมูล พัฒนาโปรแกรมประยุกต์ในลักษณะ No Code คือ Google AppSheet สำหรับพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อความขยายงานในอนาคตและลดการโปรแกรม และใช้ Google Sheet เป็นฐานข้อมูลเพราะการใช้งานเดิมจะใช้ Microsoft Excel จัดการข้อมูล โดยได้แบ่งระบบงานออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ส่วนจิตอาสา ที่สามารถบันทึกข้อมูลด้วยความง่ายและสะดวก และ 2) ส่วนกลุ่มโรงพยาบาลเป้าหมาย ซึ่งการใช้งานสามารถใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและมีมือถือได้

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบระบบทั้งสองฝั่งคือ ฝั่งจิตอาสา และฝั่งโรงพยาบาลเป้าหมาย โดยทำการสร้างเว็บหลักเพื่อส่งลิงค์ระบบพร้อม QR-Code เพื่อความสะดวก โดยชุดแรกฝั่งหน่วยจิตอาสา

ขั้นตอนที่ 4 ประเมินผลการใช้งานด้วยการสำรวจความพึงพอใจในข้อมูลที่ได้รับ โดย การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิเคราะห์ เรียงเรียงและประเมินความพึงพอใจของระบบตามหลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศ (Information System Success Mode : IS Success Model) (ศศิณีภา ทิวาลัย และวศิน เหลี่ยมปรีชา, 2555)

2.2 เครื่องมือสำหรับการวัดความสำเร็จ: วัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศโดยใช้ DeLone and McLean IS Success Model สำหรับแบบสอบถามความพึงพอใจของข้อมูลสารสนเทศหรือความสำเร็จของสารสนเทศเพื่อประเมินผลงานของการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์

### 3. การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล

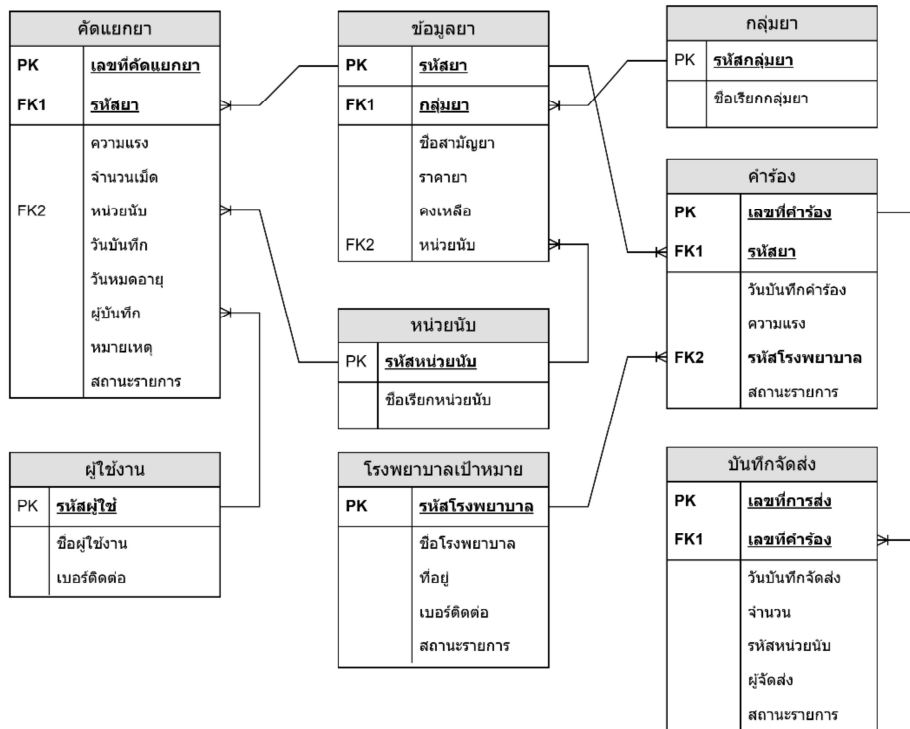
คณะผู้จัดทำจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามเพื่อใช้สำหรับการทดสอบการใช้งานของโปรแกรมประยุกต์ จำนวน 52 คนผ่านทาง Google Form

### 4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้โปรแกรม MS-Excel ส่วน การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เมนู Descriptive Statistics เพื่อวิเคราะห์และประมวลผล

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาการจัดการและคลังยาเหลือใช้ ได้มีผลการวิจัย ดังนี้



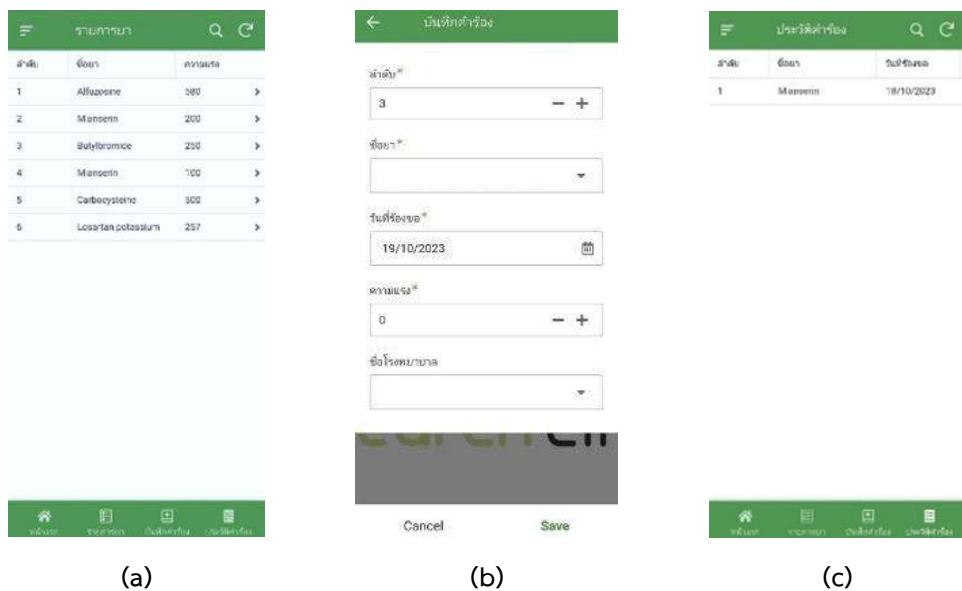
ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ตารางเพื่อจัดเก็บข้อมูล (ER-Diagram)

เพื่อให้ครอบคลุมปัญหาที่ได้กล่าวนำมา ลดความซ้ำซ้อนและลดความผิดพลาดของข้อมูล ระบบฐานข้อมูลจึงถูกออกแบบเป็นตารางจัดเก็บหลายตารางตามหลักการระบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ถูกนำเสนอด้วย ER-Diagram ดังภาพที่ 1 โดยตารางหลักคือ ตารางหลักยา ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล รหัสยา ชื่อสามัญยา ราคา และคงเหลือ และอีกตารางคือ ตารางคัดแยกยา ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลยา คือ ลำดับคือเลขที่รายการรับยา รหัสยา ซึ่งไม่ต้องมีชื่อสามัญยาอีกครั้งเพราะสามารถใช้หลักการทางฐานข้อมูลนำแสดงภายหลังได้ ซึ่งประเด็นนี้จะช่วยลดปัญหาของการซ้ำซ้อนและลดความผิดพลาดการอ้างอิงข้อมูลได้ ประเภทยา ความแรงของยา และมีประเด็นหลักซึ่งเป็นประโยชน์จากงานวิจัยคือจำนวนยาเหลือใช้ที่มีอยู่ในคลังยาเพื่อให้บริการ

ภาพที่ 2 แสดงหน้าจอส่วนงานจิตอาสาจะมีหน้าจอที่สำคัญคือ (a) บันทึกยาเหลือใช้หลังจากการคัดแยกยาแล้วซึ่งปกติจิตอาสาจะบันทึกโดยตรงในตารางของ MS-Excel ที่มีโอกาสผิดพลาดได้ง่าย เช่น รหัสยา หรืออื่นๆ รวมทั้งมีโอกาสไปเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยที่ไม่ได้ตั้งใจมากนักได้ (b) แสดงคลังยาในรูปแบบกราฟแท่งเพื่อความเข้าใจได้โดยง่ายรวมทั้งมีในรูปแบบตารางข้อมูลด้วยและ (c) แสดงหน้าจอคำร้องขอที่ยังไม่ได้ทำการอนุมัติและส่งมอบไปตามวัตถุประสงค์การจัดทำ



ภาพที่ 2 หน้าจอฝั่งส่วนงานจิตอาสาเพื่อการบันทึกข้อมูลจากการคัดแยกยา



ภาพที่ 3 หน้าจอหลักฝั่งโรงพยาบาลเป้าหมาย

ภาพที่ 3 แสดงหน้าจอหลักส่วนโรงพยาบาลเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย (a) รายงานคลังยาเหลือใช้ของหน่วยงานจิตอาสาที่คัดแยกไว้ โดยจะแสดงความแรงของยาแต่ไม่แสดงจำนวนคงคลังที่มีเพราะจะเป็นเหตุให้มีการขอรับยาไปเก็บไว้มากเกินไป (b) แสดงหน้าจอเพื่อทำการบันทึกคำร้องขอยาที่มีไปยังหน่วยงานจิตอาสาทำให้อัตราระยะเวลาและขั้นตอนที่เป็นปัญหาในปัจจุบันลดลงได้ตามวัตถุประสงค์ และ (c) แสดงประวัติการร้องขอเพื่อการติดตามในภายหลังได้

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมผลการทดสอบการใช้งานและสอบถามความพึงพอใจด้วยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อโปรแกรมประยุกต์ และได้นำมาวิเคราะห์และสรุปผลแสดงในตารางต่างๆ ดังนี้

**ตารางที่ 1** ความพึงพอใจด้านสารสนเทศ

| รายการประเมิน                               | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับคุณภาพของระบบ |
|---|-------------|--------------|--------------------|
| 1.1 ความแม่นยำและถูกต้อง                    | 4.57        | 0.689        | ดีมาก              |
| 1.2 ข้อมูลมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการ   | 4.52        | 0.571        | ดีมาก              |
| 1.3 ข้อมูลมีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์      | 4.69        | 0.501        | ดีมาก              |
| 1.4 ข้อมูลมีการสื่อสารที่เหมาะสม เข้าใจง่าย | 4.63        | 0.555        | ดีมาก              |
| 1.5 ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ                 | 4.73        | 0.484        | ดีมาก              |
| <b>ความพึงพอใจเฉลี่ยรวมด้านสารสนเทศ</b>     | <b>4.63</b> | <b>0.560</b> | <b>ดีมาก</b>       |

**ตารางที่ 2** ความพึงพอใจด้านภาพรวมของระบบ

| รายการประเมิน                                | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับคุณภาพของระบบ |
|--|-------------|--------------|--------------------|
| 2.1 ความถูกต้องในการให้ข้อมูล                | 4.65        | 0.550        | ดีมาก              |
| 2.2 ความถูกต้องของการปรับปรุงและแก้ไข        | 4.54        | 0.663        | ดีมาก              |
| 2.3 ความถูกต้องของการจัดเก็บข้อมูล           | 4.65        | 0.584        | ดีมาก              |
| 2.4 ความถูกต้องของการทำงานในภาพรวม           | 4.65        | 0.584        | ดีมาก              |
| <b>ความพึงพอใจเฉลี่ยรวมด้านภาพรวมของระบบ</b> | <b>4.63</b> | <b>0.595</b> | <b>ดีมาก</b>       |

จากทั้ง 2 ตารางพบว่าความคิดเห็นของประชากรและกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 52 คน พบว่าความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างยอมรับอยู่ในระดับที่ดีมาก ( $\bar{X}=4.63$ , S.D.=0.595) โดยเมื่อพิจารณา ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านสารสนเทศ จากตารางที่ 1 พบว่า เกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับ ดีมาก ( $\bar{X}=4.63$ , S.D. =0.565) และความพึงพอใจด้านภาพรวมของระบบของตารางที่ 2 เกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X}=4.63$ , S.D.=0.595)

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อจัดการคลังยาเหลือใช้และเผยแพร่แก่โรงพยาบาลเป้าหมาย และได้ทดลองการใช้งานและวิเคราะห์ผลประเมินดังแสดงไว้ในตารางที่ 1 และตารางที่ 2 แล้วนั้น ปัญหาหลัก ซึ่งก็คือการจัดการคลังยาที่ได้ถูกกล่าวไว้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้ถูกออกแบบใหม่ให้เป็นระบบฐานข้อมูลตามหลักการที่มีการแยกหมวดหมู่เพื่อลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลและระบบดำเนินงานให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันที่มีประสิทธิภาพได้ดังแสดงไว้ในภาพที่ 1 ที่ได้แสดงรายการตารางข้อมูล ข้อมูลที่จัดเก็บแต่ละตารางและความสัมพันธ์เพื่อการให้เป็นข้อมูลที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพและรองรับการขยายงานในอนาคต ซึ่งประเด็นนี้จะช่วยลดปัญหาของการซ้ำซ้อนและลดความผิดพลาดการอ้างอิงชื่อยา ประเภทยา ความแรงของยาลงได้ และมีประเด็นหลักซึ่งเป็นประโยชน์จากงานวิจัยคือจำนวนยาเหลือใช้ที่มีอยู่ในคลังยาที่สามารถให้บริการแก่โรงพยาบาลเป้าหมายได้ ซึ่งถ้าพิจารณาจากตารางประเมินความพึงพอใจสรุป ของตารางที่ 1 และตารางที่ 2 จะพบว่าตรงข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือตามรายการประเมินข้อ 1.3 และ 1.5

ของตารางที่ 1 และ รายการที่ 2.1 และ 2.3 ของตารางที่ 2 ซึ่งเป็นค่าความพึงพอใจในระบบที่ดีมากมากที่สุดของคะแนนรายการประเมินคือ ค่าเฉลี่ย 4.69 และมีคะแนนไปในทิศทางเดียวกันคือ S.D. 0.501 และ 4.73 และ 0.484 ตามลำดับซึ่งเป็นสิ่งที่งานวิจัยต้องการโดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวถึงความจำเป็นที่ต้องมีระบบฐานข้อมูลคลังยาเหลือใช้เพื่อที่จะให้ระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้ (ดำรงศักดิ์ เป็กทอง, 2023; ปราณนา กุลชูศักดิ์, 2565; ศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา, 2567; อีสริย์ธิดา ชัยสวัสดิ์ จันทร์ส่องสุข และคณะ, 2565)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาโปรแกรมประยุกต์คลังรายการยาเหลือใช้และเผยแพร่แก่โรงพยาบาลเป้าหมายนั้น จากผลการวิจัยจะได้ผลดังภาพที่ 2 ซึ่งเป็นภาพหน้าจอของโปรแกรมประยุกต์ฝั่งจิตอาสา(สีฟ้า) ซึ่งจะมีส่วนนำเข้าสู่ข้อมูลหลักคือยาหลังจากการคัดแยกแล้วเสร็จ (a) ซึ่งจะมีรายการยาให้เลือกหรือใส่ชื่อยาด้วยตัวอักษรตัวแรกก็จะแสดงชื่อยานั้นด้วยความรวดเร็วและถูกต้องซึ่งจากเดิมที่ต้องค้นหาทั้งไฟล์ทำให้มีโอกาสผิดพลาดได้ง่าย จะถูกนำเสนอเป็นรายงานคลังยาซึ่งผ่านการประมวลผลและถูกนำเสนอเป็นตารางและกราฟตามรูป (b) ซึ่งทำให้ทราบสถานการณ์ยาคงเหลือที่มีอยู่ได้ และ (c) แสดงรายงานคำร้องขอรับบริจาคจากจากโรงพยาบาลเป้าหมาย และภาพที่ 3 แสดงหน้าจอฝั่งโรงพยาบาลเป้าหมาย(สีเขียว) ที่มีหน้าจอแสดงรายการยาที่หน่วยจิตอาสา (a) ซึ่งจะแสดงชื่อยาและความแรงของยาซึ่งจะไม่มีจำนวนที่มีเพราะจะทำให้เกิดการนำยาสะสมเกิดปัญหาลักษณะเดียวกันอีกตามโครงการของ ดำรงศักดิ์ เป็กทอง (2566) มีหน้าจอบันทึกคำร้อง(b) เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกิดการขอรับบริจาคเลยซึ่งจะทำให้ลดระยะเวลาในการจัดการร้องขอและส่งมอบไปด้วยความรวดเร็วมาก ลดระยะเวลาลงได้มาก และเมื่อหลังจากจะทดสอบการใช้งานและประเมินผลความพึงพอใจจาก ตารางที่ 1 จะพบว่ารายการประเมินที่ 1.2 1.3 และ 1.4 ได้รับการประเมินที่ดีมากคือมีค่าเฉลี่ย 4.52 4.69 และ 4.63 ตามลำดับโดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกันที่ต่ำมากแสดงว่าเห็นตรงกันมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งทัย อภิพัทธ์กานต์ คณะ (2024) พบว่า ว่ากระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ลดระยะเวลาการคอยเกิดผลลัพธ์ที่ดีในภาพรวมได้ ดังแสดงไว้ค่าคะแนนความพึงพอใจรวมของระบบในตารางที่ 2 รายการที่ 2.4 ความถูกต้องของการทำงานในภาพรวมที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ 4.65 และ S.D. 0.584 ซึ่งเป็นระดับที่ดีมาก โดยได้วัดประสิทธิภาพความสำเร็จตามกรอบแนวคิดตามหลักความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่กล่าวไว้ใน DeLone and McLean (2003) ที่ได้ถูกอ้างอิงไว้ในงานวิจัยของ ศศิณิภา ทิวาลัย และวศิน เหลี่ยมปรีชา (2555) สามารถได้ผลสรุปเป็นความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ได้จัดทำขึ้นมาได้ และในงานวิจัยนี้ได้ค้นพบว่าการพัฒนาระบบงานด้วยเครื่องมือแบบ No Code สามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็วอย่าง Google AppSheet ทำให้สามารถได้ระบบงานที่รวดเร็วขึ้นจนทำให้สามารถนำไปทดสอบได้ด้วยความรวดเร็วทำให้สามารถเห็นภาพ ขั้นตอนและลดปัญหาเรื่องข้อมูลได้เป็นอย่างดีมากดังผลประเมินหัวข้อ 2.3 และความพึงพอใจเฉลี่ยรวมในตารางที่ 2

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นวาระบบฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศขององค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ มีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่งถ้าต้องการระบบงานที่มีประสิทธิภาพและระบบฐานข้อมูล ควรจะต้องถูกออกแบบตามหลักการเพื่อที่จะสามารถสร้างโปรแกรมประยุกต์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถรองรับการขยายงานในอนาคตได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ การใช้โปรแกรมการจัดการข้อมูล MS-Excel ที่ใช้งานง่ายผู้ใช้งานมีความคุ้นเคยแล้วอย่างเดียวนั้นไม่สามารถรองรับปัญหาที่กล่าวนำมาได้ เพราะ MS-Excel จะเป็นลักษณะ

Stand Alone หรืออาจมีแบบ Online แต่ไม่สามารถลดความซ้ำซ้อนและความผิดพลาดของการอ้างอิงข้อมูลได้มากนัก ซึ่งการเปลี่ยนมาใช้เป็นลักษณะหลักการระบบฐานข้อมูลจะทำให้มีประสิทธิภาพที่ดีกว่า ดังที่ได้กล่าวไว้ใน (Hassan et al., 2023; พุชชดี ศิริแสงตระกูล, 2534)

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ที่มีจิตอาสาหรืออาจเป็นหน่วยงานในการจัดการธุรกรรมทั่วไปที่ผู้ใช้งานจัดการข้อมูลปกติด้วย MS-Excel และต้องการแชร์ข้อมูลให้กับผู้อื่นหรือหน่วยงานอื่น ถ้าต้องการพัฒนาระบบงานโปรแกรมประยุกต์ด้วยตัวเองไม่ต้องพึ่งพาฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศมากนักก็สามารถใช้งานวิจัยนี้เป็นต้นแบบในการทำงานได้ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งบประมาณอย่างมากได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในงานวิจัยมีข้อดีคือเครื่องมือนี้ได้ระบบออกมาได้รวดเร็วเพื่อการส่งมอบสู่การทดสอบระบบได้เร็วขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ดีเครื่องมือมีข้อจำกัดอย่างหนึ่งสำหรับการนำไปใช้งานแบบฟรีคือ Google AppSheet ที่ได้นำมาสร้างโปรแกรมประยุกต์จะสามารถใช้งานได้ไม่เกิน 10 บัญชีรวมผู้วิจัยพัฒนา ซึ่งในทางปฏิบัติใช้งานจริงสามารถประยุกต์สร้างบัญชี Google ใหม่บัญชีเดียวแต่ให้ผู้ใช้งานหลายคนสามารถใช้ได้โดยผ่านหน้าจอ Login เข้าใช้ระบบได้ซึ่งอาจจะไม่มีปัญหาในส่วนงานหน่วยจิตอาสาซึ่งเป็นองค์กรเดียวกันแต่อาจส่งผลกระทบต่อโรงพยาบาลเป้าหมายที่เป็นคนละหน่วยงานกันได้ ดังนั้นข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปในงานลักษณะเดียวกันนี้คือการใช้ Google AppSheet เพราะเป็นแบบ No Code ที่ง่ายต่อการพัฒนาโดยอาจเลือกใช้ระบบฐานข้อมูลใหม่เป็น AppSheet Database ซึ่งเป็นระบบฐานข้อมูลของ AppSheet เองแต่มีรูปแบบไม่แตกต่างจาก Google Sheet มากนัก ซึ่งยิ่งทำให้มีประสิทธิภาพการจัดเก็บและจัดการที่ดีขึ้นแต่ยังมีรูปแบบการใช้งานไม่ต่างจาก MS-Excel หรือ Google Sheet มากนัก และในกรณีของจำนวนบัญชีไม่เกิน 10 บัญชีของแบบฟรีนั้นถ้าจำเป็นและมีงบประมาณระดับหนึ่งก็สามารถซื้อ License เพิ่มเติมได้ ซึ่งจะได้ความสามารถด้านข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นสำหรับอนาคตเพิ่มเติมขึ้น อาทิ เช่น การควบคุมความปลอดภัยแอปพลิเคชัน, การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning), การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง และอื่นๆเป็นทางเลือกเพิ่มเติมได้

### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2553). *ศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านเวชภัณฑ์ กระทรวงสาธารณสุข*. สืบค้น 11 มกราคม 2025, จาก <https://dmsic.moph.go.th/>
- กมลวรรณ ตันติพิวัฒนสกุล, สุญาณี พงษ์ชนานิกร, ธัญญ์พิชชา พิมพ์พงษ์, วิลาสินี นุชประคอง, ธีระพัฒน์ ปัทม และชินวัจน์ แสงอังคณาภิ. (2566). การสำรวจความคิดเห็นของเภสัชกรโรงพยาบาลต่อปัญหา ยาเหลือใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน. *วารสารศิลปการจัดการ*, 7(2), 381-401.
- กรมอนามัย. (2559). *แนะเลี้ยงทั้งยาหมดอายุ ลงถังขยะหรือแหล่งน้ำ*. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.thaihealth.or.th/แนะเลี้ยงทั้งยาหมดอายุ/>
- ชะอรสิน สุขศรีวงศ์. (2556). *ยา หมดอายุ โดยคณะเภสัชฯ ม.มหิดล*. สืบค้น 15 กันยายน 2026, จาก <https://pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/165/ยาหมดอายุ/>
- ดำรงศักดิ์ เป็กทอง. (2566). *Phar-ma Sea (Hero for Zero Contamination)*. สืบค้น 12 มีนาคม 2568, จาก <https://www.phitsanulokhotnews.com/2024/06/12/182599>
- TSP@Soft. (2025). *โปรแกรมจัดซื้อและบริหารคลังเวชภัณฑ์ยา INVS*. สืบค้น 11 มกราคม 2025, จาก <http://164.115.40.125/inv-s/>

- ธนพงศ์ ภูมาลี, ชิดชนก คุณสวัสดิ์, ธนิตา ภูราชพล และธารินี ศรีศักดิ์นอก. (2018). คำอธิบายถึงการมียาเหลือใช้และพฤติกรรมในการจัดการยาเหลือใช้ของผู้ป่วยโรคเบาหวาน และโรคความดันโลหิตสูง: กรณีศึกษาในชุมชนแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารเภสัชกรรมไทย*, 10(1), 3–13.
- ปรารธนา กุลชูศักดิ์. (2565). การศึกษาปัญหายาเหลือใช้ในผู้ป่วยโรคเบาหวาน คลินิกโรคเรื้อรัง โรงพยาบาลบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ. *ชัยภูมิเวชสาร*. สืบค้น 14 มกราคม 2568, จาก <https://thaidj.org/index.php/CMJ/article/view/12066>
- พฤษดี ศิริแสงตระกูล. (2534). *โมเดลข้อมูลด้านการเงินของระบบสารสนเทศ เพื่อการบริหารแห่งชาติ*. (วิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรวัฒน์ จันทร์ตัน, เปรมรัตน์ พูลสวัสดิ์, ยุวธิดา ชิวปรีชา และจิรานันท์ เข้มกลัด. (2566). แอปพลิเคชันสำหรับการบันทึกข้อมูลการตรวจสุขภาพ. *วารสารวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยี*, 3(1), 77–87.
- ศศิณีภา ทิวาลัย และวศิน เหลี่ยมปรีชา. (2555). การวัดประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม โดยการใช้แบบจำลองของทิสลอนแอนด์แม็คคลีน และอีเมตริก. *Journal of Business, Economics and Communications*, 7(1), 89–101. <https://doi.org/10.14456/BECJ.2012.9>
- ศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา. (2567). *ยาวิพากษ์ฉบับที่ 54: การจัดการยาเหลือใช้และขยะยา* (ปี 54). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2553). *ยาเหลือใช้” ภัยเงียบสุขภาพคนไทย*. สืบค้น 19 มกราคม 2568, จาก <https://www.thaihealth.or.th/ยาเหลือใช้-ภัยเงียบสุขภาพ/>
- หนึ่งหทัย อภิปัทธกานต์, วชิรศักดิ์ อภิปัทธกานต์ และกฤตติมา แก้วมawangษ์. (2567). การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารคลังยาด้วยกล่องสำรองยาสำหรับงานวิสัญญีและหอผู้ป่วย โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16* (น.1007-1018). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อิสริย์ฐิกา ชัยสวัสดิ์ จันทร์ส่องสุข, เพชรลดา บริหาร, นิภาพร เอื้อวัฒน์โชติมา, วีรยุทธ เลิศนที, เพ็ญกาญจน์ กาญจนรัตน์ และ นภาพรณ ภูริปัญญาวิช. (2565). *การพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อติดตามและประเมินผล การขับเคลื่อนงานการใช้ยาอย่างสมเหตุผลในชุมชนของประเทศไทย* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- DeLone, W. H. & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Information Systems Research*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Hassan, M. K., Mohd Rusli, M. H., & Mohd Salleh, N. A. (2023). Development of an order processing system using Google Sheets and Appsheet for a Malaysian automotive SME factory warehouse / Mohamad Khairi Hassan, Mohd Hazri Mohd Rusli and Noor Azlina Mohd Salleh. *Journal of Mechanical Engineering (JMechE)*, 20(3), 63-81.
- Jeyaraj, A. (2020). DeLone & McLean models of information system success: Critical meta-review and research directions. *International Journal of Information Management*, 54, 102139. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102139>



---

True Digital Academy. (2023). *สร้างแอปไม่ต้องเขียนโค้ด ใครๆ ก็ทำได้ ด้วย Google Appsheet*. True Digital Academy. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.truedigitalacademy.com/blog/google-appsheet-success-case>

## อิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายต่อ ความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 18 พฤศจิกายน 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 26 มกราคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 มีนาคม 2568

พรรณี กิจสำเร็จ\* และ

ณัฐพล พันธุ์ภักดี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมกับความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์ และ 2) ศึกษาอิทธิพลความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ากับความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์ ประชากรในการศึกษานี้คือ ลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์จากบริษัทนายหน้าประกันภัยแห่งหนึ่ง โดยมีกลุ่มตัวอย่างขนาด 477 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม ได้แก่ พนักงานขายมีทักษะและความเชี่ยวชาญในประกันภัยรถยนต์ ( $\beta=0.245$ ) ให้คำตอบเท่าที่ตนเองทราบ ( $\beta=0.220$ )ไม่อดอ้างความคุ้มครองของกรมธรรม์เกินกว่าความเป็นจริง ( $\beta=0.167$ ) และแนะนำประกันภัยรถยนต์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ ( $\beta=0.193$ ) มีอิทธิพลกับความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า และ 2) ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า ได้แก่ พนักงานขายมีมาตรฐานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์และศีลธรรม และการยึดมั่นในมาตรฐานนั้นเมื่อเกิดปัญหาให้ต้องแก้ไข ( $\beta=0.303$ ) พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือเพราะรู้สึกสนใจผลประโยชน์ของลูกค้ามากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง ( $\beta=0.209$ ) ลูกค้าเชื่อในสิ่งที่พนักงานขายพูดและไม่ได้รู้สึกได้ถึงพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้า ( $\beta=0.146$ ) และพนักงานขายมีความน่าเชื่อถือได้ และเอาใจใส่ลูกค้าอย่างแท้จริง ( $\beta=0.158$ ) มีอิทธิพลกับความภักดีของลูกค้า

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า ความภักดีของลูกค้า

### วิธีการอ้างอิง:

พรรณี กิจสำเร็จ และณัฐพล พันธุ์ภักดี. (2568). อิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 7(2), 54-68.

\* ผู้ประสานงานหลัก: Punnee.k@ku.th

## The Influence of Ethical Behaviors and Customer Trust in Salespersons on Customer Loyalty in an Automobile Insurance Broker Company

Received: November 18, 2024

Revised: January 26, 2025

Accepted: March 2, 2025

*Punnee Kitsamret\* and*

*Nuttapon Unpugdee*

Faculty of Business Administration, Kasetsart University

### Abstract

The objectives of this research were to examine the influence of ethical behavior on customer trust in the salespersons of an automobile insurance broker company, and study the influence of customer trust in the salespersons on customer loyalty to the automobile insurance broker company. The population for this study consisted of customers who had previously purchased automobile insurance from a particular insurance broker company. A sample size of 477 respondents was selected using a tool. Statistical methods for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis, with a statistical significance level set at 0.01. The results revealed that ethical behaviors, which included salespersons demonstrating expertise in automobile insurance ( $b = 0.245$ ), providing answers only to the best of their knowledge ( $\beta=0.220$ ), refraining from exaggerating policy coverage ( $\beta=0.167$ ), and recommending insurance policies suitable to the buyer's needs ( $\beta=0.193$ ), significantly influenced customer trust in the salespersons. Also, customer trust in the salespersons, characterized by the salesperson's adherence to standards of honesty and integrity, especially when resolving issues ( $\beta=0.303$ ), the salesperson's credibility due to prioritizing the customer's interests over their own ( $\beta=0.209$ ), the customer's belief in the salesperson's statements and absence of perceived exploitation ( $\beta=0.146$ ), and the salesperson's genuine care and reliability ( $\beta=0.158$ ), significantly influenced customer loyalty.

**Keywords:** Ethical Sales Behavior, Customer Trust to Salesperson, Customer Loyalty

### Cite this article as:

Kitsamret, P. & Unpugdee, N. (2025). The Influence of Ethical Behaviors and Customer Trust in Salespersons on Customer Loyalty in an Automobile Insurance Broker Company. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 54-68.

---

\* Corresponding Author: Punnee.k@ku.th

## บทนำ

การประกันภัยรถยนต์เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการความเสี่ยงในการใช้รถใช้ถนน เป็นวิธีที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถลดค่าใช้จ่ายอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งลักษณะการเกิดเหตุจะเป็นลักษณะของความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก หรือการละเมิดต่อผู้อื่นโดยการสร้างความเสียหายให้แก่ทรัพย์สินของผู้อื่น หรือแม้กระทั่งอนามัยของผู้อื่นโดยไม่มีเจตนา และผู้ถูกละเมิดฟ้องเรียกค่าเสียหาย หากบุคคลนั้นได้มีการทำประกันภัยรถยนต์เอาไว้ บริษัทประกันภัยก็จะเข้ามารับผิดชอบต่อผู้เอาประกันภัยให้ค่ามวงเงินที่ได้ตกลงกันไว้ในกรมธรรม์ ดังนั้นการประกันภัยรถยนต์จึงมีประโยชน์อย่างมาก และเป็นส่วนที่ผู้ใช้รถยนต์ค่อนข้างให้ความสำคัญ (กมล บุชบา, มหนาลัย สุดสายสาคร, ภัณฑิรา เตชะพรสิน และสรลพร โกลมทองทิพย์, 2564)

การประกันภัยเป็นธุรกิจสำคัญที่ช่วยให้ภาคส่วนอื่น ๆ ของเศรษฐกิจก้าวหน้า เช่นเดียวกับการประกันภัยยังมีผลกระทบต่อความสนใจของลูกค้า แม้ว่าอุตสาหกรรมนี้มีความสำคัญต่อบุคคล บริษัท และแม้แต่ประเทศชาติ แต่ก็ยังไม่สามารถรักษาลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ยาวนานได้ ในทางวิทยาศาสตร์ไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ในการประกันภัยทั่วไป “การรักษาไว้” และ “ความภักดี” ไม่ได้อยู่ในหัวข้อที่มีการวิจัยมากที่สุด การรักษาลูกค้าประกันภัยยังคงเติบโตทั้งในด้านความสำคัญและความท้าทาย แต่ลูกค้าส่วนใหญ่ก็ยังไม่ค่อยเข้าใจ (Taylor, 2016)

ประกันภัยรถยนต์เป็นธุรกิจประกันวินาศภัยที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป และในโลก และผลการดำเนินงานได้ขับเคลื่อนแนวโน้มที่พบในภาคส่วนประกันวินาศภัยโดยรวม การประกันภัยที่ถูกยกเลิกบ่อยที่สุดเป็นประกันภัยรถยนต์ ส่วนปัจจัยที่กำหนดการต่ออายุกรมธรรม์ของลูกค้าแต่ละรายอาจแตกต่างกันไปอาจจะมากจากเงื่อนไขหรือความคุ้มครองของบริษัทประกันภัย ลูกค้าแต่ละรายมีกระบวนการตัดสินใจที่แตกต่างกันไป ส่วนใหญ่จะมองในมุมที่ตนเองควรได้ การต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ของลูกค้าแต่ละรายจะพิจารณาจากอิทธิพลของบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์ (Staudt & Wagner, 2018)

การทำความเข้าใจเบื้องหลังการต่ออายุประกันภัยและปัจจัยที่อาจอธิบายได้ มีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับการพัฒนาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ โดยพิจารณาว่าการวิจัยไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ความรู้ดังกล่าวมีความสำคัญมากสำหรับบริษัทนายหน้าประกันภัยส่วนใหญ่เพื่อรักษาลูกค้าประกันภัย เนื่องจากการรักษาลูกค้าเป็นหนึ่งในความท้าทายและลำดับความสำคัญหลัก (Bolance, Estany, & Padilla-Barreto, 2016) ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการต่ออายุกรมธรรม์ทุกปี การต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมาโดยตลอด ส่งผลให้มูลค่าตลาดประกันภัยมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้น การประกันภัยรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในหลากหลายบริษัท

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการหาอิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้าต่อความภักดีของลูกค้าต่อบริษัทนายหน้าประกันภัย รวมถึงปัญหาต่าง ๆ เช่น บทบาทของตัวแทน (Role of Agents) เป็นต้น อาจส่งผลเสียต่อความไว้วางใจของลูกค้าในธุรกิจประกันภัยรถยนต์ จึงทำให้บทบาทของตัวแทนอาจจะเป็นตัวบ่งชี้ปัจจัยความไว้วางใจและความมุ่งมั่นจะช่วยเพิ่มความเข้าใจของผู้กำหนดนโยบายในการพิจารณาการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายเข้าใจวิธีการคิดใหม่ อีกทั้งยังใช้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาแล้วยังเป็นข้อมูลเพื่อให้ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจประกันภัยรถยนต์นำมาพัฒนาปรับปรุงและปรับเป็นกลยุทธ์วางแผนการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจต่อไป

## วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมที่ส่งผลต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์

## ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาอิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์ ผู้ศึกษามุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมของผู้ขาย (Ethical Sales Behavior) ตัวแปรความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) และความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

ประชากรในการศึกษานี้คือ ลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์จากบริษัทนายหน้าประกันภัยแห่งหนึ่ง จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) โดยทำการกำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลอยู่ที่ร้อยละ 95 หรือยอมรับในความคลาดเคลื่อนของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5

ด้านเวลา ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลในเดือนกันยายน ถึงตุลาคม 2567

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบอิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทนายหน้าประกันภัยรถยนต์
2. เพื่อให้องค์กรหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการศึกษาประกอบการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อรักษาฐานลูกค้ากรมธรรม์ไว้
3. เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทประกันภัยได้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์กับนายหน้าประกันภัยของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจและสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. จริยธรรมของผู้ขาย (Ethical Sales Behavior)

พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมถือเป็นเครื่องมือการจัดการที่สำคัญ เพราะในกระบวนการขาย พนักงานขายจะมีการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า ดังนั้นพฤติกรรมทางจริยธรรมของผู้ขายจึงสามารถมีผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้นี้ที่ระบุว่า พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพสูงกับลูกค้า (Ou, Shih, & Chen, 2015) จริยธรรมทางธุรกิจที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และไม่มีมาตรฐานการวัดผลที่อนุญาตให้บุคคลหรือเหตุการณ์ได้รับการตัดสินอย่างเป็นเอกฉันท์ว่าถูกต้องหรือไม่ คำจำกัดความของพฤติกรรมที่มีจริยธรรมและพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมนั้นขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ว่าการกระทำที่เสนอนั้นถูกหรือผิด ดีหรือชั่ว ยุติธรรมหรืออยุติธรรม (คมทัศน ทัตวา, 2564)

## 2. ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson)

ความเชื่อใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายว่าเป็นการรับรู้ของลูกค้าว่าพนักงานขายทำงานเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าและประพฤติตนอย่างมีเมตตาและซื่อสัตย์ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความเชื่อใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายเป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ที่ดำเนินต่อไปและไม่ได้ขึ้นอยู่กับการแลกเปลี่ยนเพียงครั้งเดียวเท่านั้น แต่ความเชื่อใจนั้นพัฒนาขึ้นผ่านการโต้ตอบซ้ำ ๆ ระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งลูกค้าจะสังเกตเห็นว่าพนักงานขายมีความสม่ำเสมอ มีความสามารถ ซื่อสัตย์ ยุติธรรม มีความรับผิดชอบ และใจดี (ประสิทธิ์ชัย นราภรณ์ และธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ, 2561)

H1: พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม (Ethical Sales Behavior) มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson)

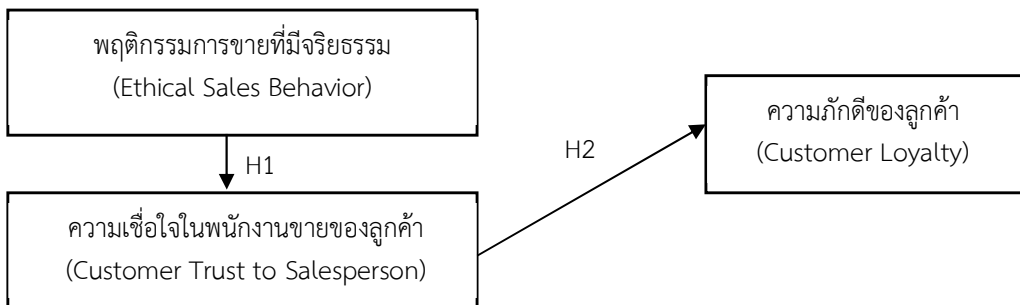
## 3. ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

ความภักดีของลูกค้าเป็นการวัดการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความไว้วางใจ จะมุ่งที่ความไว้วางใจที่เกี่ยวข้องกับตัวองค์กรและพนักงานของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้บริโภคจะประเมินระดับการรับรู้เกี่ยวกับความซื่อสัตย์จริงใจและสมรรถนะขององค์กรกับพนักงานของผู้ให้บริการ รวมถึงเกี่ยวข้องกับการกลับมาซื้อหรือใช้บริการในอนาคตและการบอกต่อ ข้อดีของสินค้าหรือบริการสู่คนรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น (Kandampully, Zhang, & Bilgihan, 2015) ในส่วนของ Al-Maamari and Abdulrab (2017) ชี้ว่า ความท้าทายในปัจจุบันคือ ธุรกิจต่าง ๆ ล้วนต้องหาวิธีการในการรักษาลูกค้าปัจจุบันและเอาชนะความภักดีของลูกค้าที่ตนมีอยู่

H2: ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้าต่อความภักดีของลูกค้าต่อบริษัทนายหน้าประกันภัย ผู้วิจัยได้มีการประยุกต์นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการศึกษา ดังนี้

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

1. พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม (Ethical Sales Behavior) มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson)

2. ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์จากบริษัทนายหน้าประกันภัยแห่งหนึ่ง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) ได้จำนวนไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง โดยทำการกำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลอยู่ที่ร้อยละ 95 หรือยอมรับในความคลาดเคลื่อนของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยเทคนิควิธีอาศัยความสะดวกเก็บตัวอย่างจากลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์จากบริษัทนายหน้าประกันภัยแห่งหนึ่ง เนื่องจากลูกค้าที่ซื้อประกันแล้วไม่ต่ออายุกรมธรรม์ทำให้เป็นที่น่าสนใจว่าจริยธรรมมีบทบาทกับความเชื่อใจและความภักดีของลูกค้า และในการศึกษาจริงสามารถเก็บได้ 477 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นนามลำดับ (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เพศ และอาชีพ และแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม (Ethical Sales Behavior) มีจำนวนข้อคำถาม 5 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) มีจำนวนข้อคำถาม 8 ข้อ ลักษณะคำถามส่วนที่ 2-3 เป็นคำถามแบบเลือกตอบเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยเป็นการวัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (Likert, 1974) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามลำดับความเห็นด้วย 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และช่วงระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 = มากที่สุด, 3.41-4.20=มาก, 2.61-3.40=ปานกลาง, 1.81-2.60=น้อย, 1.00-1.80=น้อยที่สุด ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) มีจำนวนข้อคำถาม 5 ข้อ และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ ความคาดหวัง คำแนะนำเพิ่มเติม เกี่ยวกับการทำประกันภัยรถยนต์กับบริษัทนายหน้าประกันภัยเป็นคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น

### 3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหาโดยใช้ดัชนี IOC (Index of Item-Objective Congruence) เลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปและทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งพบว่ามีความเท่ากับ 0.93

3.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เช่น ลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยอัคคีภัยหรือประกันชีวิต เป็นต้น จำนวน 30 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟาของครอนบักแล้วนำไปเก็บข้อมูล เพื่อหาค่าความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน พบว่า เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบักเท่ากับ 0.973 มากกว่าค่ามาตรฐานต่ำสุดที่ 0.80 ที่แนะนำสำหรับการวิจัยพื้นฐาน (Nunnally, 1978) เมื่อแยกเป็นรายด้านของแบบสอบถามพบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรายที่มีจริยธรรมมีค่า 0.922 และข้อคำถามเกี่ยวกับความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ามีค่า 0.955 และข้อคำถามเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าต่อบริษัทนายหน้าประกันภัย 0.946 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพ

**4. การเก็บรวบรวมข้อมูล** ข้อมูลปฐมภูมิเก็บโดยการใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์จากบริษัทนายหน้าประกันภัยแห่งหนึ่ง มีผู้ตอบแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 579 ชุด ด้วยคำถามคัดกรองเลือกเฉพาะผู้ที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์เท่านั้น จนได้แบบสอบถาม 477 ชุด คิดเป็นร้อยละ 82.38 ของแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ จำนวน 102 ชุด คิดเป็นร้อยละ 17.62 ของแบบสอบถามทั้งหมด จนได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 477 ตัวอย่าง

**5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Stepwise เนื่องจากเป็นวิธีที่มีความเหมาะสมในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดและได้โมเดลที่ประหยัดที่สุด ซึ่งลำดับขั้นตอนจะคล้ายกับวิธี Forward เพียงแต่การวิเคราะห์ด้วยวิธี Stepwise จะทำการทดสอบตัวแปรพยากรณ์ที่เข้าสมการไปแล้วทุกครั้งที่มีการนำตัวแปรใหม่เข้าในสมการหมายความว่าตัวแปรพยากรณ์บางตัวที่เข้าไปในสมการแล้วก็สามารถถูกขจัดออกจากสมการได้ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**6. การวิเคราะห์ข้อมูล** การตรวจสอบข้อมูล เมื่อรับแบบสอบถามคืนมาแล้ว ได้มีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แล้วทำการคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ แล้วนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

## ผลการวิจัย

ลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 83.86 มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 50.31 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 63.31 มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 44.03 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 96.23

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมกรายที่มีจริยธรรม

| พฤติกรรมกรายที่มีจริยธรรม   | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับความเห็นด้วย |
|---|-------------|--------------|-------------------|
| 1. พนักงานขายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์อย่างเต็มใจ           | 3.56        | 0.881        | มาก               |
| 2. พนักงานขายไม่ทอดทิ้งความคุ้มครองของกรมธรรม์เกินกว่าความเป็นจริง  | 3.42        | 0.905        | มาก               |
| 3. พนักงานขายให้คำตอบเท่าที่ตนเองทราบ                               | 3.45        | 0.833        | มาก               |
| 4. พนักงานขายแนะนำประกันภัยรถยนต์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ | 3.54        | 0.868        | มาก               |
| 5. พนักงานขายมีทักษะและความเชี่ยวชาญในประกันภัยรถยนต์               | 3.52        | 0.892        | มาก               |
| <b>รวม</b>  | <b>3.50</b> | <b>0.782</b> | <b>มาก</b>        |



จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้ำที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยต่อพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม (Ethical Sales Behavior) ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ พนักงานขายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์อย่างเต็มใจ พนักงานขายแนะนำประกันภัยรถยนต์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ พนักงานขายมีทักษะและความเชี่ยวชาญในประกันภัยรถยนต์ พนักงานขายให้คำตอบเท่าที่ตนเองทราบ และพนักงานขายไม่ทอดทิ้งความคุ้มครองของกรรมกรรรมเกินกว่าความเป็นจริง ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ำ

| ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ำ   | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับความเห็นด้วย |
|--|-------------|--------------|-------------------|
| 1. ลูกค้ำเชื่อในสิ่งที่พนักงานขายพูดและไม่ได้รู้สึกได้ถึงพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้ำ                           | 3.34        | 0.840        | ปานกลาง           |
| 2. พนักงานขายตรงไปตรงมาและซื่อสัตย์ แม้ว่าจะเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของเขาก็ก็ตาม                           | 3.43        | 0.841        | มาก               |
| 3. พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือเพราะรู้สึกสนใจผลประโยชน์ของลูกค้ำมากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง                  | 3.45        | 0.855        | มาก               |
| 4. โดยทั่วไปแล้วลูกค้ำไม่จำเป็นต้องกังวลเลยในการติดต่อกับพนักงานขาย  | 3.39        | 0.845        | ปานกลาง           |
| 5. ใคร ๆ ก็สามารถไว้วางใจพนักงานขายได้อย่างเต็มที่   | 3.42        | 0.817        | มาก               |
| 6. พนักงานขายจะไม่โกหกแม้ว่าเขาจะได้ประโยชน์จากการโกหกนั้นก็ตาม  | 3.40        | 0.848        | ปานกลาง           |
| 7. พนักงานขายมีมาตรฐานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์และศีลธรรม และจะยึดมั่นในมาตรฐานนั้นเมื่อเกิดปัญหาให้ต้องแก้ไข | 3.44        | 0.814        | มาก               |
| 8. พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือได้ และเอาใจใส่ลูกค้ำอย่างแท้จริง  | 3.47        | 0.821        | มาก               |
| <b>รวม</b>   | <b>3.42</b> | <b>0.768</b> | <b>มาก</b>        |

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้ำที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ำ (Customer Trust to Salesperson) ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือได้ และเอาใจใส่ลูกค้ำอย่างแท้จริง พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือเพราะรู้สึกสนใจผลประโยชน์ของลูกค้ำมากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง พนักงานขายมีมาตรฐานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์และศีลธรรม และจะยึดมั่นในมาตรฐานนั้นเมื่อเกิดปัญหาให้ต้องแก้ไข พนักงานขายตรงไปตรงมาและซื่อสัตย์ แม้ว่าจะเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ก็ตาม และใคร ๆ ก็สามารถไว้วางใจพนักงานขายได้อย่างเต็มที่ ด้านที่อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง คือ พนักงานขายจะไม่โกหกแม้ว่าจะได้ประโยชน์จากการโกหกนั้นก็ตาม โดยทั่วไปแล้วลูกค้ำไม่จำเป็นต้องกังวลเลยในการติดต่อกับพนักงานขาย และลูกค้ำเชื่อในสิ่งที่พนักงานขายพูดและไม่ได้รู้สึกได้ถึงพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้ำ ตามลำดับ

อิทธิพลของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายต่อความภักดีของลูกค้าบริษัท  
 นายหน้าประกันภัยรถยนต์

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความภักดีของลูกค้า

| ความภักดีของลูกค้า  | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับความเห็นด้วย |
|---|-------------|--------------|-------------------|
| 1. ลูกค้าจะพูดถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้ให้กับ<br>ผู้อื่นฟัง                        | 3.54        | 0.792        | มาก               |
| 2. ลูกค้าจะแนะนำบริษัท นายหน้าประกันภัยให้กับญาติ และคนอื่น ๆ   | 3.53        | 0.795        | มาก               |
| 3. ลูกค้าจะสนับสนุนให้เพื่อนและญาติ ๆ ทำประกันภัยกับบริษัท<br>นายหน้าแห่งนี้                            | 3.53        | 0.808        | มาก               |
| 4. ลูกค้าจะพิจารณาบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้เป็นตัวเลือกแรก เมื่อ<br>มีความต้องการที่จะซื้อประกันในอนาคต | 3.56        | 0.799        | มาก               |
| 5. ลูกค้าจะกลับมาซื้อประกันกับบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้ในอนาคต<br>อย่างแน่นอน                           | 3.56        | 0.793        | มาก               |
| <b>รวม</b>  | <b>3.54</b> | <b>0.749</b> | <b>มาก</b>        |

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยต่อความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ ลูกค้าจะพิจารณาบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้เป็นตัวเลือกแรก เมื่อมีความต้องการที่จะซื้อประกันในอนาคต ฉะนั้นจะกลับมาซื้อประกันกับบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้ในอนาคตอย่างแน่นอน ลูกค้าจะพูดถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้ให้กับผู้อื่นฟัง ลูกค้าจะแนะนำบริษัทนายหน้าประกันภัยให้กับญาติ และคนอื่น ๆ และลูกค้าจะสนับสนุนให้เพื่อนและญาติ ๆ ทำประกันภัยกับบริษัทนายหน้าแห่งนี้ ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมกับความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า

| พฤติกรรมการขาย<br>ที่มีจริยธรรม                                     | ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า |            |                           |       |        | Collinearity<br>Statistics |       |
|---|----------------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|----------------------------|-------|
|   | Unstandardized Coefficients      |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.   | Tolerance                  | VIF   |
|   | B                                | Std. Error | Beta                      |       |        |                            |       |
| ค่าคงที่  | 0.541                            | 0.087      |                           | 6.207 | 0.000  |                            |       |
| ESB5 พนักงานขายมี<br>ทักษะและความ<br>เชี่ยวชาญใน<br>ประกันภัยรถยนต์ | 0.245                            | 0.042      | 0.285                     | 5.806 | 0.000* | 0.253                      | 3.945 |
| ESB3 พนักงานขายให้<br>คำตอบเท่าที่ตนเอง<br>ทราบ                     | 0.220                            | 0.036      | 0.239                     | 6.102 | 0.000* | 0.398                      | 2.510 |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| พฤติกรรมการขาย<br>ที่มีจริยธรรม   | ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า |            |              |       |        |              |       |
|---|----------------------------------|------------|--------------|-------|--------|--------------|-------|
|   | Unstandardized                   |            | Standardized | t     | Sig.   | Collinearity |       |
|   | Coefficients                     |            | Coefficients |       |        | Tolerance    | VIF   |
|   | B                                | Std. Error | Beta         |       |        |              |       |
| ESB2 พนักงานขายไม่<br>อวดอ้างความคุ้มครอง<br>ของกรมธรรม์เกินกว่า<br>ความเป็นจริง  | 0.167                            | 0.033      | 0.197        | 5.051 | 0.000* | 0.402        | 2.486 |
| ESB4 พนักงานขาย<br>แนะนำประกันภัย<br>รถยนต์ที่เหมาะสมกับ<br>ความต้องการของผู้ซื้อ | 0.193                            | 0.044      | 0.218        | 4.359 | 0.000* | 0.244        | 4.098 |

R Square = 0.712, Adjusted R Square = 0.709, Std error of the Estimate (SE) = 0.414,  
F=291.325, Sig.=0.000, Number of Observations=477

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิคแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) Model ที่ผู้วิจัยได้เลือกแล้ว พบว่า พนักงานขายมีทักษะ และความเชี่ยวชาญ ในประกันภัยรถยนต์ ให้คำตอบเท่าที่ตนเองทราบ ไม่อวดอ้างความคุ้มครองของกรมธรรม์เกินกว่าความเป็นจริง และแนะนำประกันภัยรถยนต์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ ร่วมกันพยากรณ์กับความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) ได้ร้อยละ 71.20 ส่วนที่เหลืออาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ อีก ร้อยละ 28.80 โดยมีค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ 0.414 และจากค่า Adjusted R Square = 0.709 แสดงว่า ตัวแปรอิสระส่งผลหรืออำนาจในการอธิบายและทำนายตัวแปรสูง อีกทั้งค่า VIF ทดสอบ ความเป็นอิสระระหว่างตัวแปรอิสระต้องมีค่าไม่เกิน 10 ซึ่งค่า VIF มีค่าระหว่าง 2.486-4.098 ดังนั้น ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair, Black, Babin and Anderson, 2019) และเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (หรือคะแนนมาตรฐาน) ได้ดังนี้

$$Y_1 = 0.541 + 0.245 (ESB_5) + 0.220 (ESB_3) + 0.167 (ESB_2) + 0.193 (ESB_4)$$

เมื่อ  $Y_1$  = ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า

$ESB_5$  = พนักงานขายมีทักษะและความเชี่ยวชาญในประกันภัยรถยนต์

$ESB_3$  = พนักงานขายให้คำตอบเท่าที่ตนเองทราบ

$ESB_2$  = พนักงานขายไม่อวดอ้างความคุ้มครองของกรมธรรม์เกินกว่าความเป็นจริง

$ESB_4$  = พนักงานขายแนะนำประกันภัยรถยนต์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ากับ  
ความภักดีของลูกค้า

| ความเชื่อใจในพนักงานขาย<br>ของลูกค้า  | ความภักดีของลูกค้า             |               |                              |  | Collinearity<br>Statistics |        |               |
|---|--------------------------------|---------------|------------------------------|--|----------------------------|--------|---------------|
|   | Unstandardized<br>Coefficients |               | Standardized<br>Coefficients |  | t                          | Sig.   | Tolerance VIF |
|   | B                              | Std.<br>Error | Beta                         |  |                            |        |               |
|   |                                |               |                              |  |                            |        |               |
| ค่าคงที่  | 0.744                          | 0.085         |                              |  | 8.749                      | 0.000  |               |
| ST7 พนักงานขายมี<br>มาตรฐานเกี่ยวกับความ<br>ซื่อสัตย์และศีลธรรม และจะ<br>ยึดมั่นในมาตรฐานนั้นเมื่อ<br>เกิดปัญหาให้ต้องแก้ไข                     | 0.303                          | 0.056         | 0.329                        |  | 5.376                      | 0.000* | 0.165 6.076   |
| ST3 พนักงานขายมีความ<br>น่าเชื่อถือเพราะรู้สึกสนใจ<br>ผลประโยชน์ของลูกค้า<br>มากกว่าผลประโยชน์ของ<br>ตนเอง                                      | 0.209                          | 0.044         | 0.239                        |  | 4.761                      | 0.000* | 0.246 4.068   |
| ST1 ลูกค้าเชื่อในสิ่งที่<br>พนักงานขายพูดและไม่ได้<br>รู้สึกได้ถึงพฤติกรรมเอา<br>เปรียบลูกค้า   | 0.146                          | 0.038         | 0.163                        |  | 3.839                      | 0.000* | 0.341 2.929   |
| ST8 พนักงานขายมีความ<br>น่าเชื่อถือได้ และเอาใจใส่<br>ลูกค้าอย่างแท้จริง  | 0.158                          | 0.056         | 0.173                        |  | 2.814                      | 0.005* | 0.164 6.111   |
| R Square = 0.708, Adjusted R Square = 0.706, Std error of the Estimate<br>(SE) = 0.406, F = 286.648, Sig. = 0.000, Number of Observations = 477 |                                |               |                              |  |                            |        |               |
| *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01  |                                |               |                              |  |                            |        |               |

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิคแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) Model ที่ผู้วิจัยได้เลือกแล้ว พบว่า ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า ได้แก่ พนักงานขายมีมาตรฐานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์และศีลธรรม และจะยึดมั่นในมาตรฐานนั้นเมื่อเกิดปัญหาให้ต้องแก้ไข พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือเพราะรู้สึกสนใจผลประโยชน์ของลูกค้ามากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง ลูกค้าเชื่อในสิ่งที่พูดและไม่ได้รู้สึกได้ถึงพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้า และมีความน่าเชื่อถือได้ และพนักงานขายมีความเอาใจใส่ลูกค้าอย่างแท้จริง ร่วมกันพยากรณ์กับความภักดีของลูกค้า ได้ร้อยละ 70.80 ส่วนที่เหลืออาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ อีกร้อยละ 29.20 โดยมีค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

0.405 และจากค่า Adjusted R Square = 0.706 แสดงว่า ตัวแปรอิสระส่งผลหรืออำนาจในการอธิบายและทำนายตัวแปรสูง อีกทั้งค่า VIF ทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแปรอิสระต้องมีค่าไม่เกิน 10 ซึ่งค่า VIF มีค่าระหว่าง 2.929-6.111 ดังนั้นความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2015) และเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (หรือคะแนนมาตรฐาน) ได้ดังนี้

$$Y_2 = 0.744 + 0.303 (ST_7) + 0.209 (ST_3) + 0.146 (ST_1) + 0.158 (ST_8)$$

เมื่อ  $Y_2$  = ความภักดีของลูกค้า

$ST_7$  = พนักงานขายคนนี้มีมาตรฐานเกี่ยวกับความซื่อสัตย์และศีลธรรม และจะยึดมั่นในมาตรฐานนั้นเมื่อเกิดปัญหาให้ต้องแก้ไข

$ST_3$  = พนักงานขายคนนี้มีค่าน้ำเชื่อถือเพราะรู้สึกสนใจผลประโยชน์ของลูกค้ามากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง

$ST_1$  = ฉันทัดใจในสิ่งที่พนักงานขายคนนี้พูดและไม่ได้รู้สึกได้ถึงพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้า

$ST_8$  = พนักงานขายคนนี้มีค่าน้ำเชื่อถือได้ และเอาใจใส่ลูกค้าอย่างแท้จริง

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม (Ethical Sales Behavior) มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) และลูกค้าเห็นด้วยมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิตธา รุ่งเจริญพร (2562) ที่กล่าวว่า พนักงานทุกภาคส่วนต้องเน้นการให้ประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้อง โดยเฉพาะพนักงานในส่วนให้บริการ เช่น พนักงานเคลม พนักงานตัวแทนขาย พนักงานบริการข้อมูลลูกค้า เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของคมทัศน ทัศนา (2564) ที่พบว่า ลูกค้าเห็นด้วยมากกับการไม่อวดอ้างคุณสมบัติของสินค้าที่เกินกว่าความเป็นจริงมากที่สุดและพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมมีอิทธิพลต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า และผลการสมมติฐานงานวิจัยในครั้งนี้ จริยธรรมของผู้ขายส่งผลถึงความเชื่อใจในความสามารถของผู้ขาย ซึ่งอาจจะเป็นแนวทางต่อผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่จะพัฒนาด้านจริยธรรมทางการขายเป็นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ou, Shih and Chen (2015) ที่พบว่า พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมถือเป็นเครื่องมือการจัดการที่สำคัญ เพราะในกระบวนการขาย พนักงานขายจะมีการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า ดังนั้นพฤติกรรมทางจริยธรรมของผู้ขายจึงสามารถมีผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ระบุว่า พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพสูงกับลูกค้า

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) และลูกค้าเห็นด้วยมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิตธา รุ่งเจริญพร (2562) ที่กล่าวว่า การรับรู้ข้อมูลสินค้านั้น ๆ ของผู้บริโภค ทั้งจากความเชื่อ ประสบการณ์ การค้นหาข้อมูล และการสร้างคุณภาพการบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจจากการบริการที่ได้รับก็จะส่งผลให้เกิดความภักดีตามมา ไม่ว่าจะเป็นการกลับมาใช้บริการซ้ำ การที่จะไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่นหรือการบอกต่อบุคคลอื่นที่รู้จักให้มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของคมทัศน ทัศนา (2564) ที่พบว่า ลูกค้าเห็นด้วยมากในความเชื่อใจในพนักงานขายว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการจากผู้ขายอย่างแน่นอน และความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ลูกค้าด้วยมากกับการแนะนำผู้ขายสินค้าออนไลน์ในทางบวก ความเชื่อใจใน

พนักงานขายของลูกค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า และความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kandampully, Zhang and Bilgihan (2015) ที่พบว่าความภักดีของลูกค้าเป็นการวัดการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความไว้วางใจ จะมุ่งที่ความไว้วางใจที่เกี่ยวข้องกับตัวองค์กรและพนักงานของผู้ให้บริการ รวมถึงเกี่ยวข้องกับการกลับมาซื้อหรือใช้บริการในอนาคตและการบอกต่อสู่คนรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saoula, Abid, Ahmad, Shamim, Patwary and Yusr (2023) ที่พบว่า บทบาทของตัวแทนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า ความไว้วางใจ ความมุ่งมั่น และภาพลักษณ์ขององค์กรมีบทบาทในการกลั่นกรองความสัมพันธ์และมีผลกระทบอย่างมากต่อบริษัทประกันภัย แสดงให้เห็นว่า ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าต่อบริษัทนายหน้าประกันภัย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1. พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม (Ethical Sales Behavior) จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรม มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า เรียงลำดับตามค่าน้ำหนักของอิทธิพลต่อความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า ได้ดังนี้

1.1 พนักงานขายมีทักษะและความเชี่ยวชาญในประกันภัยรถยนต์ ดังนั้นผู้ประกอบการบริษัทนายหน้าประกันภัยจึงควรส่งเสริมพัฒนาให้พนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ เพื่อให้พนักงานขายมีทักษะ มีความเชี่ยวชาญในประกันภัยรถยนต์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ถูกต้องและอย่างเต็มที่

1.2 พนักงานขายให้คำตอบเท่าที่ตนเองทราบ ถ้าไม่ทราบคำตอบก็ควรตอบอย่างสุภาพว่าไม่ทราบ ถ้าไม่แน่ใจ อาจมีการทวนคำถามใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการบริษัทนายหน้าประกันภัยควรพัฒนาพนักงานขายมีความรู้และความสามารถในการแนะนำให้บริการ ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลในการทำประกันภัยได้ มีความสะดวก และรวดเร็วในการซื้อประกันภัยรถยนต์ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความมั่นใจ และอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์

1.3 พนักงานขายควรแนะนำประกันภัยรถยนต์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ ดูแลเอาใจใส่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และเชื่อใจในพนักงานขาย เมื่อลูกค้าเกิดความไว้วางใจ จะส่งผลให้เกิดความภักดี และการบอกต่อตามมาซื้อประกันภัยรถยนต์กับบริษัทนายหน้าประกันภัยอีก

1.4 พนักงานขายไม่ควรรอดอ้างความคุ้มครองของกรมธรรม์เกินกว่าความเป็นจริงพนักงานขายควรแนะนำให้ลูกค้าอ่านศึกษาข้อตกลงและเงื่อนไขในการทำประกันภัย และอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจในเงื่อนไขต่าง ๆ ของกรมธรรม์ เช่น ความคุ้มครองของกรมธรรม์ การให้บริการหลังการขายประกัน ขั้นตอนการพิจารณาและจ่ายค่าสินไหมที่รวดเร็ว เพื่อลดปัญหาความไม่เข้าใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท

2. ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า (Customer Trust to Salesperson) จากผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้า มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า เรียงลำดับตามค่าน้ำหนักของอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ได้ดังนี้

2.1 พนักงานขายควรมีความซื่อสัตย์และศีลธรรม เนื่องจากความซื่อสัตย์และศีลธรรมในการทำงาน ต่อหน้าที่ และงานที่ได้รับมอบหมายของพนักงานขายมีความสำคัญมาก เป็นสิ่งที่ดีและควรพึงปฏิบัติเพื่อช่วยให้พนักงานขายทำงานประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ

2.2 พนักงานขายควรมีความน่าเชื่อถือ ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สนใจผลประโยชน์ของลูกค้ามากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง รวมถึงความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของบริษัทประกันภัยหน้าประกันภัย เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าและตัดสินใจซื้อซ้ำ บอกต่อ ชื่อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพิ่มกับบริษัทต่อไป

2.3 พนักงานขายควรมีความน่าเชื่อถือได้ เอาใจใส่ลูกค้าอย่างแท้จริง ตั้งใจฟังสิ่งที่ลูกค้าเล่าหรืออธิบายปัญหาให้จบ เพราะหากพนักงานขายทราบความกังวลของลูกค้า ก็จะสามารถแก้ไขปัญหาที่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ การแสดงออกถึงความเข้าใจและเอาใจใส่ลูกค้าจะส่งมอบบริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ว่าผู้ให้บริการเข้าใจผ่านคำพูดและน้ำเสียงขึ้นอยู่กับบทสนทนาที่เกิดขึ้น

2.4 พนักงานขายควรตรงไปตรงมาและมีความซื่อสัตย์ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจพนักงานขายได้อย่างเต็มที่ พนักงานขายไม่ควรโกหกลูกค้าแม้ว่าจะได้ประโยชน์จากการโกหกนั้นก็ตาม และลูกค้าเชื่อในสิ่งที่พนักงานขายบริษัทนายหน้าประกันภัยพูดและไม่ได้รู้สึกได้ถึงพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพิจารณาบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้เป็นตัวเลือกแรก เมื่อมีความต้องการที่จะซื้อประกันในอนาคต กลับมาซื้อประกันกับบริษัทนายหน้าประกันภัยนี้ในอนาคตอย่างแน่นอน รวมถึงการบอกต่อ และแนะนำให้คนอื่น ๆ ทำประกันภัยกับบริษัทนายหน้าแห่งนี้

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงกรณีของผู้ซื้อประกันภัยรถยนต์เท่านั้น ซึ่งหากต้องการเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย ในการศึกษาครั้งถัดไป ผู้ศึกษาควรทำการศึกษาจึงควรเลือกกลุ่มประชากรหรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวนที่มากขึ้น หรือในสถานที่ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทั่วถึงหลากหลาย และมีความแตกต่างกัน

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านบริษัทนายหน้าประกันภัยกับลูกค้าที่เคยซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านบริษัทโดยตรง รวมถึงการเปรียบเทียบผ่านแต่ละตัวแทนนายหน้า เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย รวมถึงความสามารถในการแข่งขัน และปรับปรุงการเสนอขายประกันภัยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ แปรนดีขององค์กร การรับรู้ ความคาดหวัง เป็นต้น ที่อาจส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อบริษัทนายหน้าประกันภัย และการนำไปพัฒนา ปรับปรุงหรือแก้ไขให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

4. ควรนำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขพฤติกรรมการขายที่มีจริยธรรมและความเชื่อใจในพนักงานขายของลูกค้าต่อความภักดีของลูกค้าต่อบริษัทนายหน้าประกันภัย เพื่อให้มีความสอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า

#### เอกสารอ้างอิง

กมล บุชบา, มทนาลัย สุดสายสาคร, ภัณฑิรา เตชะพรสิริ และสรลลพร โกลมทองทิพย์. (2564). การเปรียบเทียบการทำนายการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ระหว่างตัวแบบป่าสุ่มและตัวแบบบูสต์ติงปรับได้. *Thai Journal of Science and Technology*, 10(2), 124-134.

- คมทัศน์ ทัศวา. (2564). สมการโครงสร้างการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของจริยธรรมของผู้ขายและความเชื่อ  
 ของลูกค้าต่อความภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์บนเฟซบุ๊ก. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 12(1), 215-244.
- ธนัชดา รุ่งเจริญพร. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อประกันภัยรถยนต์แบบเต็มเงินไทยวิวัฒน์ของ  
 ผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
 รามคำแหง.
- ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์ และธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ. (2561). ความไว้วางใจของผู้ขายและเครื่องมือทางโซเชียล  
 คอมเมอร์ซที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่อง. *วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการ  
 บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 41(159), 24-44.
- Al-Maamari, Q. A., & Abdulrab, M. (2017). Factors affecting on Customer Loyalty in service  
 organizations. *International Journal of Energy Policy and Management*, 2(5), 25-31.
- Bolance, C., Estany, M. G., & Padilla-Barreto, A. E. (2016). Predicting probability of customer  
 churn in insurance. *Modeling and Simulation in Engineering, Economics and  
 Management*, 82-91.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*,  
 16(3), 297-334.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wilay & Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*  
 (8th ed.). Upper Saddle River: Pearson.
- Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2015). Customer Loyalty: A Review and Future  
 Directions with a Special Focus on the Hospitality Industry. *International Journal of  
 Contemporary Hospitality Management*, 27, 379-414.
- Likert, R. (1974). *The method of constructing and attitude Scale*. London: Routledge.
- Ou, W. M., Shih, C. M., & Chen, C. Y. (2015). Effects of ethical sales behavior on satisfaction,  
 trust, commitment, retention and words-of-mouth. *International Journal of  
 Commerce and Management*, 25(4), 673-686.
- Saoula, O., Abid, M. F., Ahmad, M. J., Shamim, A., Patwary, A. K., & Yusr, M. M. (2023). Forging  
 customer satisfaction through commitment-trust factors in financial insurance  
 services: moderating role of corporate image. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2),  
 418-445.
- Staudt, Y. & Wagner, J. (2018). What policyholder and contract features determine the  
 evolution of non-life insurance customer relationships?: A case study analysis.  
*International Journal of Bank Marketing*, 36(6), 1098-1124.
- Taylor, S. A. (2016). Attitude and Gender as Predictors of Insurance Loyalty. *International  
 Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 6(3), 99-102.



อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรม  
ให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) :  
ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 18 พฤศจิกายน 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 26 มกราคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 มีนาคม 2568

*ประภาพรณ ไชยานนท์\**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*วัชร วัชรารวี*

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*พัทธมน บุญยราศรี และ*

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*คมสัน รัตนะสิมากุล*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

**บทคัดย่อ**

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายอิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) และข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมมนุษย์โดยเฉพาะพฤติกรรมที่เกิดจากการไตร่ตรองและตั้งใจ ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดย ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสามประการหลัก ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม แม้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจะมีประสิทธิภาพในการอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ในหลาย ๆ การศึกษาที่ผ่านมา แต่อำนาจในการทำนายของทฤษฎีนี้ยังมีข้อจำกัด ปัจจัยหนึ่งที่ถูกนำศึกษาเพื่อเพิ่มอำนาจในการทำนายของทฤษฎีนี้คือ การสื่อสาร การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการชี้นำพฤติกรรมมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวใจและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสื่อสารสามารถเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ โดยส่งผลต่อทั้ง ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม บทความนี้อธิบายถึงบทบาทของการสื่อสารต่อการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของบุคคล การทำงานร่วมกันของปัจจัยสามประการในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และข้อจำกัดในการทำนายพฤติกรรม รวมถึงการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับการจัดการธุรกิจ โดยบทความนี้จะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจและนักการตลาด ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและสื่อสารการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มประสิทธิภาพในการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมซื้อที่พึงประสงค์ต่อไป

**คำสำคัญ:** ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การสื่อสาร การจัดการธุรกิจ

\* ผู้ประสานงานหลัก: prapaphunch@gmail.com

### วิธีการอ้างอิง:

ประภาพรรณ ไชยานนท์, วีชระ วัฒนารวี, พัทธมน บุญยราศรี และคมสัน รัตน์ะสีมากุล. (2568). อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) : ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(2), 69-86.

# The Influence of Communication on Enhancing the Predictive Power of the Theory of Planned Behavior (TPB): Suggestions for Application to Business Management

Received: November 18, 2024

Revised: January 26, 2025

Accepted: March 2, 2025

*Prapaphun Chaivanont\**

Faculty of Management Science of Chiang Rai Rajabhat University

*Watchara Watanarawee*

Faculty of Industrial Technology of Chiang Rai Rajabhat University

*Phathamon Boonyarasai*

Faculty of Accounting of Chiang Rai Rajabhat University

*Komsan Rattanasimakul*

Faculty of Management Science of Chiang Rai Rajabhat University

## Abstract

This article aims to explain the influence of communication in enhancing the predictive power of the Theory of Planned Behavior (TPB) for behavioral tendencies, and provide suggestions for practical applications in business management. The Theory of Planned Behavior is a widely accepted theory for explaining and predicting human behavior, particularly behaviors that result from deliberation and intention. This theory says that an individual behavior is determined by behavioral intention, which is influenced by three main factors: attitude toward the behavior, subjective norms, and perceived behavioral control. While the Theory of Planned Behavior has effectively explained human behaviors in many past studies, its predictive power still has limitations. One of the factors that have been studied to enhance the prediction of this theory is communication. Communication plays a vital role in guiding human behaviors, especially the communication aiming at persuading and motivating behavioral changes. Communication can enhance the prediction of consumer behavioral tendencies by influencing attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. This article explains the role of communication in individual behavioral expressions, the interplay of the three factors in the Theory of Planned Behavior, and limitations in predicting behavior. It also explores the application of the Theory of Planned Behavior in business management. This article will benefit business owners and marketers in developing marketing strategies and

---

\*Corresponding Author: prapaphunch@gmail.com

marketing communications that target specific groups, increasing the effectiveness of consumer behavior prediction, and ultimately stimulating desired purchasing behavior.

**Keywords:** Theory of planned behavior, Attitude, Subjective norms, Perceived behavioral control, Communications, Business management

**Cite this article as:**

Chaiyanont, P., Watanarawe, J., Boonyarasai, P., & Rattanasimakul, K. (2025). The Influence of Communication on Enhancing the Predictive Power of the Theory of Planned Behavior (TPB): Suggestions for Application to Business Management. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 69-86.

## บทนำ

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมมนุษย์ โดยเฉพาะพฤติกรรมที่เกิดจากการไตร่ตรองและตั้งใจ ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสามประการหลัก ได้แก่ทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ในการศึกษาที่ผ่านมาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนถูกนำมาใช้ในหลากหลายบริบท โดยในช่วงแรกๆ ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาในบริบทด้านสุขภาพเป็นหลัก เช่น การประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการลดน้ำหนัก พฤติกรรมการสูบบุหรี่ เป็นต้น และหลังจากนั้นเริ่มมีการประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการตัดสินใจใช้พลังงานทางเลือก และด้านการศึกษา การประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนก็ถูกนำมาใช้กับการจัดการธุรกิจเช่นกัน ส่วนใหญ่เป็นการนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทด้านการตลาดและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในสินค้าประเภทต่าง ๆ และแม้แต่ในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวก็ใช้ทฤษฎีนี้เป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

แม้ว่าแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจะมีประสิทธิภาพในการอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ในหลายบริบทจากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ในบางครั้งอำนาจในการทำนายของทฤษฎีนี้ยังมีข้อจำกัด ซึ่งอาจเกิดขึ้นเนื่องมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน หนึ่งในปัจจัยที่อาจจะช่วยเพิ่มอำนาจในการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน คือ การสื่อสาร และยิ่งในปัจจุบันการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการชี้นำพฤติกรรมมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาโน้มน้าวใจและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร ในทางธุรกิจก็เช่นกัน การสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในโลกยุคปัจจุบัน

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายอิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ โดยเนื้อหาของบทความจะประกอบด้วย *ส่วนแรก* เป็นการกล่าวถึงภาพรวมของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและการประยุกต์ใช้ในการทำนายพฤติกรรมของมนุษย์ อิทธิพลของตัวแปรทั้งสามต่อการแสดงพฤติกรรม ได้แก่ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคมหรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ส่วนที่สองของบทความอธิบายถึงการทำงานร่วมกันของปัจจัยสามประการในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและข้อจำกัดในการทำนายพฤติกรรม *ส่วนที่สาม* เป็นการกล่าวถึงบทบาทของการสื่อสารต่อการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของบุคคล และส่วนสุดท้าย ของบทความประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับการจัดการธุรกิจ โดยบทความนี้จะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจและนักการตลาด ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และการสื่อสารการตลาด ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มประสิทธิภาพในการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่พึงประสงค์ต่อไป

## เนื้อเรื่อง / เนื้อหาของบทความ

### แบบจำลองพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นหนึ่งในทฤษฎีที่อธิบายว่าพฤติกรรมเกิดขึ้นได้อย่างไรถูกพัฒนาโดย Ajzen ในปี 1991 (Ajzen, 1991) โดยอธิบายว่า ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude Toward Behavior) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) และการรับรู้

อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) : ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ

ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceptions of Behavioral Control) ล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของบุคคลในการแสดงพฤติกรรมที่กำหนด (Jalilvand & Samiei, 2012) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจาก ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Ajzen and Fishbein (1980) (ศจีมาศ ชาญฐิติเวช และชวลิต จินอนันต์, 2566; Al-Mamary & Alraja, 2022) โดยความแตกต่างที่สำคัญระหว่างทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (TRA) คือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้เพิ่มตัวแปร “การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม” เข้ามาในแบบจำลอง (Emekci, 2019) ซึ่งการเพิ่มตัวแปรดังกล่าวนี้ช่วยให้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถอธิบายพฤติกรรมที่บุคคลไม่สามารถควบคุมได้อย่างเต็มที่ได้ดีขึ้น

นอกจากนั้นแล้ว ในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยังกล่าวถึง ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral intention) ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำนายพฤติกรรม (สมรักษ์ ชื่นอร่าม, 2565) ในทฤษฎีนี้ระบุว่าความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมเป็นตัวทำนายพฤติกรรมที่ดีที่สุด (อนุวัตร จุลินทร, ดุษฎี โยเหลา และเพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ, 2562) ยิ่งบุคคลมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมมากเท่าใด ก็ยังมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นมากขึ้นเท่านั้น (Robledo, Arán, Sanchez, & Molina, 2015) ดังนั้นจากแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนข้างต้น ทฤษฎีนี้ถือได้ว่ามีความสามารถในการทำนายและอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ โดยเฉพาะพฤติกรรมที่เกิดจากการไตร่ตรองและตั้งใจ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจึงถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในงานวิจัยในหลากหลายบริบทรวมถึงการตลาด สาธารณสุข และการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดได้ เช่น กลยุทธ์การใช้เนื้อหาและข้อมูลที่แสดงถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นด้านความประหยัด สุขภาพ หรือการสนับสนุนต่อสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การนำเสนอประสบการณ์จริงจากผู้ใช้งานเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า หรือกลยุทธ์การออกแบบแคมเปญสื่อถึงความรู้สึกมีความสุข ปลอดภัย ให้กับลูกค้า ล้วนแล้วแต่จะทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าและบริการได้ และหากต้องการเพิ่มอิทธิพลของตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงแล้วก็สามารถวางกลยุทธ์ในการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือนำเชื่อถือในสังคม (Influencers) ช่วยโปรโมตสินค้าได้ มากไปกว่านั้น จำนวนยอดรีวิว การแชร์บนโซเชียลมีเดีย ก็เป็นอีกกลยุทธ์ที่สามารถแสดงหลักฐานทางสังคมของสินค้าได้เป็นการเพิ่มอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าได้

### อิทธิพลของทัศนคติต่อการแสดงพฤติกรรม

ทัศนคติต่อพฤติกรรมเป็นหนึ่งในสามปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (พิมพ์พิศา พันธมณี และสมคิด ปราบภัย, 2560; Emekci, 2019) ร่วมกับอีกสองปัจจัย คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยนิยามแล้วทัศนคติต่อพฤติกรรม คือ การประเมินพฤติกรรมนั้นในทางบวกหรือทางลบ เช่น ชอบหรือไม่ชอบ (พงษ์พันธ์ แทนเกษม, ปิยณัฐ จันโทสุทธิ, ธเนศ เสถียรนาม และชัยชาญ ยุวนะศิริ., 2561) ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติส่วนบุคคลที่ดีต่อการเดินทางด้วยรถไฟความเร็วสูง ก็จะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนมาใช้รถไฟความเร็วสูงในการเดินทางมากขึ้นจากการศึกษาของสุภาวิตา อินทรพาณิชย์, ฉัฐวัฒน์ ลิมปัสสุรพงษ์ และธัญญา พากเพียร (2566)

ทัศนคติต่อพฤติกรรมเกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับผลของพฤติกรรม (Behavioral Beliefs) หากบุคคลนั้นเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ในทางบวก บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น แต่หากเชื่อว่าจะ

นำไปสู่ผลลัพธ์ในทางลบ บุคคลก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้นตามไป (มณีรัตน์ แสงบุญไทย, สุขุมาล เกิดนอก และวราญา โรจนาภภาพร, 2565; ภาณุมาศ แสนหล้า และวุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2563) ดังนั้นเมื่อ บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรม จะส่งผลให้มีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นมากขึ้น (Baker, Al-Gahtani, & Hubona, 2007; Groot & Steg, 2007) จะเห็นได้ว่าหากทัศนคติต่อพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลแล้ว ประเด็นคำถามที่น่าสนใจคือปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลนั้น ๆ เกิดทัศนคติต่อพฤติกรรมซึ่งจะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ในที่สุด

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ยังมีปัจจัยอื่น ๆ มากมายที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อพฤติกรรมของบุคคล ได้แก่ ความรู้ (Yastica, Salma, Caesaron, Safrudin, & Pramadya, 2020) ภาพลักษณ์และอิทธิพลทางสังคม (ศจีมาศ ชาญฐิติเวช และชวลิต จินอนันต์, 2566) การรับรู้ถึงคุณค่า (Jalilvand & Samiei, 2012) การได้รับข้อมูลข่าวสาร (Jalilvand & Samiei, 2012) และแรงกดดันจากสังคม (Abbasi, Kumaravelu, Goh, & Dara Singh, 2021) เป็นต้น ในการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติสามารถวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมได้ 2 วิธี (นลินี พานสายตา, 2563) ได้แก่ การวัดทัศนคติทางตรงต่อพฤติกรรม เป็นการประเมินความรู้สึกของบุคคลต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ เช่น จำเป็น-ไม่จำเป็น มีประโยชน์-ไม่มีประโยชน์ และการวัดทัศนคติทางอ้อมต่อพฤติกรรม เป็นการประเมินจากความเชื่อเกี่ยวกับผลของพฤติกรรมว่านำไปสู่ผลทางบวก หรือผลทางลบ

อย่างไรก็ตามมีการศึกษาเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรมของบุคคลในหลากหลายบริบท เช่น พฤติกรรมการสูบบุหรี่ พฤติกรรมทางจริยธรรม พฤติกรรมเสี่ยง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการซื้อสินค้า และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล การเข้าใจทัศนคติต่อพฤติกรรม จะช่วยให้สามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลได้ดีขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้

### **บรรทัดฐานทางสังคมหรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการแสดงพฤติกรรม**

บรรทัดฐานทางสังคม หรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึงแรงกดดันทางสังคมจากบุคคลหรือกลุ่มคนที่สำคัญต่อบุคคลนั้น เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือสังคม บรรทัดฐานทางสังคมสะท้อนให้เห็นถึงความคาดหวังของกลุ่มคนเหล่านี้เกี่ยวกับพฤติกรรมที่บุคคลควรจะแสดงออกมา (Groot & Steg, 2007) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำนายความตั้งใจและพฤติกรรมของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบททางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยี และการท่องเที่ยว อิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคม หรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อความตั้งใจจะมีแนวโน้มสูงขึ้นในวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับกลุ่ม มากกว่าปัจเจกบุคคล (Collectivist cultures) เช่น ในวัฒนธรรมเอเชียบางประเทศ (Juschten, Jiricka-Pürer, Unbehaun, & Hössinger, 2019) ตัวอย่างของอิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคม หรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในบริบทต่าง ๆ เช่น การซื้อสินค้าหรือบริการ หากเพื่อนสนิทแนะนำให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการบางอย่าง ทำให้เกิดแรงกดดันทางสังคมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากการได้รับคำแนะนำหรือรีวิวเชิงบวกจากเพื่อน ครอบครัว หรือจากสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว อาจกระตุ้นความสนใจและความต้องการที่จะไปท่องเที่ยวมากขึ้น (Juschten et al., 2019) การเลือกบริโภคอาหารจากการที่คนรอบข้างนิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อาจส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น (เจริญชัย เอกมาไพศาล, สิริพร เขตเจนการ, และสุพัฒน์ เตโชชลาสัย, 2563) อย่างนี้เป็นต้น

กลุ่มอ้างอิงหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมได้สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มด้วยกันตามลักษณะความสัมพันธ์ ได้แก่ บุคคลในครอบครัว บุคคลภายนอกครอบครัว และกลุ่มคนทั่วไปในสังคมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม กลุ่มแรก บุคคลในครอบครัว เช่น พ่อแม่ คู่รัก และญาติพี่น้อง มีตัวอย่างการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า พ่อแม่ คู่รัก และญาติพี่น้อง มีอิทธิพลต่อการดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น (ปริยาภรณ์ ประยงค์กุล และสุจรรยา โลหาชีวะ, 2563) และ ความคิดเห็นของคนกลุ่มนี้ก็มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อผักอินทรีย์ (ภาณุมาศ แสนหล้า และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2563) นอกจากนี้ในการศึกษาที่ผ่านมา พบว่าลูกหลาน เป็นบุคคลสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุด้วย(นลินี พานสายตา, 2563) กลุ่มอ้างอิง กลุ่มที่สอง คือ บุคคลภายนอกครอบครัว เช่น เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน รุ่นพี่ และครูอาจารย์ เป็นต้น โดยมีตัวอย่างการศึกษาที่ผ่านมาแสดงถึงอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงกลุ่มนี้กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล การศึกษาของปริยาภรณ์ ประยงค์กุล และสุจรรยา โลหาชีวะ (2563) พบว่าการมีเพื่อนสนิท และรุ่นพี่ที่นับถือดื่มแอลกอฮอล์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น หรือบุคคลที่วัยรุ่นให้ความสำคัญอย่างเช่น ครูอาจารย์ก็มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ และตัวอย่างการศึกษาที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกบริโภคจากกลุ่มอ้างอิงกลุ่มดังกล่าว พบว่า เพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนบ้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ในการศึกษาของสุภาพร สิทธิโกศลศรีณัฏฐ์ ศศิธนากรแก้ว และวราพรธณ อภิศุภะโชค (2564) และกลุ่มอ้างอิงกลุ่มสุดท้าย กลุ่มคนทั่วไปในสังคมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม หรือเรียกอีกอย่างว่าเป็นกลุ่มที่ไฝฝืน ได้แก่ ศิลปินดารา เน็ตไอดอล และอินฟลูเอนเซอร์ เป็นต้น บุคคลกลุ่มนี้ในปัจจุบันค่อนข้างมีบทบาทต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมากขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามอิทธิพลของบรรทัดฐานทางสังคมอาจไม่คงอยู่ถาวร เมื่อแรงกดดันจากสังคมลดลง บุคคลอาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกลับไปเป็นแบบเดิมและในบางการศึกษาพบว่า บรรทัดฐานทางสังคมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ทักษะ และความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอย่างซับซ้อน (Juschten et al., 2019) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบรรทัดฐานทางสังคมเป็นปัจจัยที่ค่อนข้างซับซ้อน แต่อาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมของมนุษย์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อบุคคลนั้นให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของกลุ่มอ้างอิง

### ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมกับการแสดงพฤติกรรม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หมายถึงการรับรู้หรือความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ (Emekci, 2019) ปัจจัยนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับทรัพยากร ทักษะ และโอกาสที่จำเป็นต่อการแสดงพฤติกรรม (Groot & Steg, 2007) ซึ่งอาจจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของบุคคล หรืออาจส่งผ่านความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ก่อน บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถการควบคุมพฤติกรรมสูง จะมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการแสดงพฤติกรรมนั้น และมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้นมากขึ้น (ภาณุมาศ แสนหล้า และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2563) ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมต่ำ เพราะเชื่อว่าตนเองควบคุมพฤติกรรมนั้นได้ยาก จะมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้นต่ำลงไปด้วย (ภาณุมาศ แสนหล้า และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2563; Al-Mamary & Alraja, 2022) ตัวอย่างเช่น คนที่ต้องการลดน้ำหนัก



แต่เชื่อว่าตนเองไม่สามารถควบคุมการกินอาหารได้ก็จะมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการลดน้ำหนักน้อยกว่าคนที่เชื่อว่าตนเองสามารถควบคุมการกินอาหารและการออกกำลังกายได้

ในงานวิจัยที่ได้ศึกษามาส่วนใหญ่พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้นมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมทั้งมีอิทธิพลโดยตรงและมีอิทธิพลผ่านความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Emekci, 2019; ศจีมาศ ชาญฐิติเวช และชวลิต จินอนันต์, 2566) อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นเพียงการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ไม่ใช่ระดับการควบคุมพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นอาจจะไม่สามารถทำนายพฤติกรรมได้อย่างสมบูรณ์ (Emekci, 2019) อีกทั้งในบางการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อการแสดงออกเชิงพฤติกรรมน้อยกว่าอีกสองปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้แก่ ทักษะคิด และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

### การทำงานร่วมกันของปัจจัยสามประการในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและข้อจำกัดในการทำนายพฤติกรรม

จากปัจจัยทั้งสามตัวที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของบุคคลในการแสดงพฤติกรรมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้น ได้แก่ ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม จะเห็นว่าปัจจัยทั้งสาม ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบโดยส่งผลต่อความตั้งใจ และนำไปสู่พฤติกรรมของบุคคลในที่สุด โดยปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้เป็นอิสระต่อกันโดยสิ้นเชิง แต่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงอาจส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลได้ (นลินี พานสายตา, 2563) เช่น หากวัยรุ่นคนหนึ่งเห็นเพื่อน ๆ นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็อาจส่งผลให้วัยรุ่นคนนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มแอลกอฮอล์ตามไปด้วย นอกจากนี้ประสบการณ์ในอดีตซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ก็อาจส่งผลต่อทัศนคติได้ (ปัทมวิภา วิศวโกศล, 2563) เช่น หากบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการเล่นในการเลิกสูบบุหรี่ มองว่าเป็นเรื่องที่ยากเกินไปในการเลิกสูบบุหรี่ ก็อาจส่งผลให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเลิกสูบบุหรี่ในอนาคต เป็นต้น ผลลัพธ์ของการทำงานร่วมกันของปัจจัยทั้งสามตัวทำให้สามารถกำหนดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมได้ และความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนี้เองเป็นตัวทำนายที่สำคัญของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงของบุคคล (Robledo et al., 2015) ยิ่งบุคคลมีความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมมากเท่าใด ก็ยิ่งมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นมากขึ้นเท่านั้น

ถึงแม้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจะเชื่อว่าปัจจัยทั้งสามปัจจัยจะมีอำนาจในการกำหนดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมได้ แต่ในบางการศึกษาพบว่าในบางครั้งอำนาจในการทำนายของทฤษฎีนี้ก็ไม่ใช่ไปตามทฤษฎีเสมอไป (Emekci, 2019) โดยสังเกตได้ว่าในบางการศึกษาค่าความผันแปรของตัวแปรตอบสนองที่สามารถอธิบายได้ ( $R^2$ ) ก่อนข้างต้นนั้นแสดงถึงอำนาจในการทำนายของตัวแปรน้อยตามไปด้วย ได้แก่ การศึกษาของซิดซนิก อนันตมงคลกุล และทวีพงศ์ คงมา (2564) ที่ทำการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักศึกษาชั้นมัธยมศึกษาในอาเซียนหลังจากการก่อตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบหลัก พบว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน และการรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคในการท่องเที่ยว ตลอดจนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อแนวโน้มเชิงพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักศึกษา โดยมีค่า Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.26 และการศึกษาของเกตุวดี สมบูรณ์ทวี และปวันสา บุญญพิพัฒน์ (2564) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคกราฟฟิเบอรีนในกรุงเทพฯ พบว่าปัจจัยด้านทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การมีอัตลักษณ์ และความต้องการบริโภคสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคกราฟฟิเบอรีน โดยมีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.43 จากตัวอย่างดังกล่าวจะเห็นว่าศาสตร์ที่ใช้วัด

ความสามารถในการอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามโดยตัวแปรอิสระมีค่าค่อนข้างต่ำนั้นหมายถึงความสามารถของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ค่อนข้างน้อย ทำให้เกิดข้อสังเกตว่าตัวแปรทั้งสามของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนอาจจะมีอำนาจในการทำนายเพียงบางส่วน ทั้งนี้ต้องอาศัยปัจจัยร่วมพิจารณาประกอบไปด้วย อย่างไรก็ตามการที่อำนาจการทำนายของปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนค่อนข้างน้อยนั้นอาจเกิดจากหลายสาเหตุ ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยไม่ครอบคลุมองค์ประกอบทั้งหมดของตัวแปร หรือเนื่องจากการศึกษาเชิงพฤติกรรมค่อนข้างซับซ้อน หรือวัฒนธรรมที่แตกต่างอาจมีผลทำให้ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคม (Hassan, Shiu, & Parry, 2016) และนอกจากนี้ความซับซ้อนบางครั้งเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนี้ เช่น ปัจจัยบรรทัดฐานทางสังคมอาจมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมได้ (Robledo et al., 2015) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างตัวแปรในทฤษฎีดังกล่าว และเหตุผลประการสุดท้ายที่ทำให้ปัจจัยทั้งสามในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมีอำนาจในการทำนายการแสดงพฤติกรรมของบุคคลได้ค่อนข้างน้อย คือ อิทธิพลของตัวแปรอื่นนอกเหนือจากปัจจัยหลักทั้งสามปัจจัยที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรม เช่น แรงจูงใจ ความคาดหวังของบุคคล (Shrestha & Thanabordeekij, 2017) และพฤติกรรมในอดีตของบุคคล (Juschten et al., 2019) เป็นต้น

นอกเหนือจากนั้นความตั้งใจเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะทำนายพฤติกรรมได้เสมอไป เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะแสดงออก บุคคลที่มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพฤติกรรมน้อยอาจมีแนวโน้มที่จะไม่แสดงพฤติกรรมตามที่ตั้งใจไว้ และปัจจัยที่ไม่ได้คาดคิดอื่น ๆ ได้แก่ สถานการณ์ฉุกเฉิน หรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดอาจทำให้บุคคลไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมได้ตามที่ตั้งใจไว้ได้ นอกจากนี้แล้วการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการทำนายพฤติกรรมของบุคคลยังมีจุดอ่อนในหลายประเด็นที่ทำให้ไม่อธิบายถึงพฤติกรรมได้ทั้งหมด ประเด็นแรก คือทฤษฎีนี้มุ่งเน้นไปที่ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยแวดล้อมหรือปัจจัยทางสังคมที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรม เช่น นโยบายของรัฐ สภาพเศรษฐกิจ และวัฒนธรรม (Emekci, 2019) ประเด็นที่สอง คือ ทฤษฎีนี้ไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมที่ไม่ได้อยู่ในการควบคุมโดยสมบูรณ์ เช่น พฤติกรรมที่เกิดจากแรงกดดัน พฤติกรรมที่เป็นนิสัย หรือพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์ เป็นต้น เนื่องจากทฤษฎีนี้พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) และประเด็นสุดท้าย คือ ทฤษฎีนี้ถูกพัฒนาขึ้นในวัฒนธรรมของตะวันตก ซึ่งเน้นความเป็นปัจเจกบุคคล (Shalender & Sharma, 2021) ดังนั้นจึงอาจใช้ไม่ได้ผลกับวัฒนธรรมอื่น ๆ โดยเฉพาะในวัฒนธรรมที่เน้นความเป็นกลุ่ม ทำให้เกิดข้อจำกัดด้านวัฒนธรรมที่แตกต่าง

ดังนั้นจะเห็นว่าในการศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้นควรศึกษาปัจจัยหลักทั้งสามตัว ไม่ว่าจะ เป็นทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมไปพร้อม ๆ กัน เนื่องจากตามที่ได้มีผู้ศึกษาไว้ได้กล่าวข้างต้นว่าปัจจัยทั้งสามตัวไม่ได้เป็นอิสระต่อกันโดยสิ้นเชิง ดังนั้นเป็นการทำงานร่วมกันของปัจจัยทั้งสามที่จะส่งอำนาจในการทำนายการแสดงพฤติกรรมของบุคคล แต่อย่างไรก็ตามในการศึกษาเพื่อแก้ไขจุดอ่อนของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ควรมีการเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ ที่น่าจะเกี่ยวข้องและเติมเต็มผลของการศึกษาให้ถูกต้องและแม่นยำขึ้น เช่น ตัวแปรด้านอารมณ์ ตัวแปรด้านบริบทหรือตัวแปรด้านวัฒนธรรม และนอกจากนี้ควรมีการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนี้ร่วมกับทฤษฎีอื่น ๆ เพื่อให้ผลของการทำนายพฤติกรรมชัดเจนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้หากพบว่าความตั้งใจเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำนาย

พฤติกรรมได้ นั้นหมายถึงอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีพลังในการกระตุ้นให้บุคคลนั้นแทนที่จะมีเพียงแค่ความตั้งใจ สามารถแสดงพฤติกรรมนั้นได้อย่างแท้จริง

### บทบาทของการสื่อสารต่อการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของบุคคล

ในปัจจุบันการสื่อสารมีพลังต่อการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของมนุษย์ในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาใส่ใจและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยส่วนใหญ่แล้วการสื่อสารลักษณะนี้ถูกนำไปใช้ในเรื่องของการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงสุขภาพ เช่น การณรงค์ต่อต้านสารเสพติด การสูบบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขับขี่ที่เป็นอันตราย เป็นต้น (Fischer, Greitemeyer, Kastenmuller, Vogrinic, & Sauer, 2011) นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการตลาด กระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้วย บุคคลมักเลือกรับข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม และอิทธิพลของการสื่อสารจะยังมีพลังมากขึ้นหากประเภทของสื่อที่ใช้เป็นสื่อแบบโต้ตอบได้และผู้รับสื่อได้รับบทบาทที่มีส่วนร่วมกับเนื้อหาในสื่อ เช่น การสนทนาตอบโต้กันบนโซเชียลมีเดีย สื่อประเภทนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสูงกว่าประเภทสื่อที่มีการสื่อสารทางเดียว (Fischer et al., 2017)

นอกจากนี้แล้วยังพบว่ามีการศึกษาถึงการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกเชิงพฤติกรรมในหลากหลายบริบท เช่น การศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารต่อการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (สิตลา เขมะภาดะพันธ์, 2558) พบว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอีกด้วย การศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารต่อพฤติกรรมการบริโภค (สรียาภา คันธวัลย์, ญัฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์, 2566) พบว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันใช้เวลาบนโลกออนไลน์มากขึ้นทำให้เข้าถึงการสื่อสารที่เจ้าของสินค้าและบริการต้องการสื่อได้ง่าย และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อตามมาในที่สุด และการศึกษาอิทธิพลการสื่อสารต่อพฤติกรรมทางเพศ พบว่าสื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเรียนรู้พฤติกรรมทางเพศของเยาวชน ทั้งในด้านบวกและลบ (อัศววัฒน์ รัตริสวัสดิ์ และศุภฤกษ์ โพธิไพรัตนา, 2564) เยาวชนสามารถเรียนรู้วิธีปฏิบัติตนต่อเพศตรงข้ามอย่างเหมาะสม หรืออาจได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจนนำไปสู่พฤติกรรมทางเพศที่ไม่พึงประสงค์ได้ จากการศึกษาพลังของการสื่อสารต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ อย่างไรก็ตาม สื่อมีทั้งด้านบวกและด้านลบ และการเปิดรับสื่อบางประเภทอาจนำไปสู่พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ได้เช่นกัน

รูปแบบการสื่อสารก็อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งรูปแบบการสื่อสารสามารถแบ่งออก 3 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (Mass Communication) และ การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ (New Media Communication) รูปแบบแรก การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้สึก และทัศนคติซึ่งกันและกัน ทำให้ความสำคัญอยู่ที่บุคคลที่สื่อสารเป็นใคร เป็นผู้อิทธิพลต่อการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด เช่น สมาชิกในครอบครัวโดยเฉพาะพ่อแม่ เพื่อน อาจจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ และการแสดงพฤติกรรมของวัยรุ่น (วรธณี จันทร์มตรี, 2554) ในขณะเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญ เช่น แพทย์ ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ (สรียาภา คันธวัลย์, ญัฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์, 2566) รูปแบบที่สอง การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเป็นการสื่อสารที่ส่งสารจากผู้ส่งสารเพียงคนเดียวไปยังผู้รับสารจำนวนมากผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น รูปแบบการสื่อสารแบบนี้เนื้อหาและวิธีการ

นำเสนอมีความสำคัญในการเพิ่มพลังของการสื่อสารมากยิ่งขึ้น เนื้อหาของสื่อมวลชนในรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือโฆษณา มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร อาจทำให้เกิดการเลียนแบบได้ (Wu & Li, 2017) สำหรับวิธีการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนนั้น อาจเป็นการใช้ภาพ เสียง หรือตัวหนังสือที่สามารถดึงดูดความสนใจ กระตุ้นอารมณ์ และมีอิทธิพลต่อการจดจำข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร (สรียาภา คันธวัลย์, ฌัญฐพงษ์ สายพิณ แล เมทยา ปรียานนท์, 2566) และรูปแบบที่สาม การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ เป็นการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางหลักที่ผู้คนใช้ในการติดต่อสื่อสาร รับรู้ข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผ่านแพลตฟอร์มอย่าง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ (สรียาภา คันธวัลย์, ฌัญฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์, 2566) สื่อสังคมออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้คนในวงกว้าง เช่น การตัดสินใจซื้อสินค้า การเลือกรับประทานอาหาร และการใช้ชีวิต (สรียาภา คันธวัลย์, ฌัญฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์, 2566; นีออน ศรีสมยง, โรจนศักดิ์ โคมวิไลลักษณ์, อัศวิน ปสุธรรม และจินตจุฬา อีสริยภัทร์, 2566) นอกจากนี้ เนื้อหาบนสื่อใหม่ เช่น บทความ บล็อก วิดีโอ หรือการรีวิวสินค้า ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและค้นหาได้ง่าย (สรียาภา คันธวัลย์, ฌัญฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์, 2566)

อย่างไรก็ตามจากประเภทรูปแบบการสื่อสารข้างต้น รูปแบบการสื่อสารทั้งสามแบบจะมีพลังในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้นั้นสิ่งที่สำคัญ คือ การสื่อสารนั้นจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งรวมถึงการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารกับกลุ่มวัยรุ่น หรือการใช้สื่อโทรทัศน์ในการสื่อสารกับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น การสื่อสารนั้นจะต้องใช้เนื้อหาที่น่าสนใจ การใช้เนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาที่ให้ความรู้ หรือเนื้อหาที่ให้ความบันเทิง จะทำให้ผู้รับสารเปิดรับและจดจำข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น (สรียาภา คันธวัลย์, ฌัญฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์, 2566) และสิ่งที่สำคัญอีกประการคือ การสื่อสารที่ใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ทันสมัย และเข้าใจง่าย ผ่านการใช้ภาพ เสียง หรือวิดีโอ จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจ ความน่าเชื่อถือ และดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้มากขึ้น (สรียาภา คันธวัลย์, ฌัญฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์, 2566)

จากที่กล่าวมาข้างต้นรูปแบบการสื่อสารที่มีอำนาจต่อการผลักดันพฤติกรรมในปัจจุบันน่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล และ การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ เนื่องจากเหตุผลที่ว่ารูปแบบการสื่อสารทั้งสองแบบมีลักษณะการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบ แสดงความคิดเห็น และแสดงทัศนคติต่อสารนั้น ๆ ได้ ซึ่งในสังคมปัจจุบันผู้รับสารไม่ได้ต้องการเป็นเพียงผู้รับสารเพียงฝ่ายเดียว ผู้รับสารต้องการสะท้อนถึงความต้องการ ความคิดเห็น และทัศนะของผู้รับสารไปยังผู้ส่งสารด้วย และเชื่อว่ารูปแบบการสื่อสารลักษณะนี้เป็น การสร้างพลังที่แข็งแกร่งนำไปสู่การแสดงออกเชิงพฤติกรรมของบุคคล มากไปกว่านั้นรูปแบบการสื่อสารทั้งสองแบบเมื่อมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนกันทั้งสองฝ่ายย่อมทำให้เกิดการพัฒนาเนื้อหาและวิธีการในการสื่อสารให้ตรงและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นหากองค์กรใดต้องการใช้การสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจ หรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบของการสื่อสารทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยอาศัยบุคคลที่มีอิทธิพล เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือผู้เชี่ยวชาญ และรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อใหม่นี้ น่าจะเครื่องมือที่สำคัญที่ต้องใช้ในการสื่อสารและให้ผลที่มีประสิทธิภาพในปัจจุบัน ในทางการจัดการธุรกิจก็เช่นกันการสื่อสาร

มีความสำคัญอย่างมากด้วยวัตถุประสงค์คือการกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภค และในลำดับต่อไปจะกล่าวถึงการทำงานร่วมกันระหว่างทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และการสื่อสารว่าอิทธิพลของการสื่อสารสามารถเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ

### การประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับการจัดการธุรกิจ

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับการจัดการธุรกิจทั้งในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อการสื่อสารการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ มากไปกว่านั้นทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนี้ยังนำไปใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคลในองค์กรได้อีกด้วย โดยในส่วนของ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นภาคธุรกิจสามารถใช้หลักคิดของทฤษฎีนี้เริ่มตั้งแต่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ของผู้บริโภคโดยทำให้เข้าใจถึงปัจจัยที่กระตุ้นความตั้งใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ภาคธุรกิจสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม (Shalender & Sharma, 2021) เป็นต้น และในกระบวนการสื่อสารการตลาด ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและสื่อสารการตลาดให้กับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นกลยุทธ์และการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติบรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภค (Shalender & Sharma, 2021; ภาณุมาศ แสนหล้า และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2563) เช่น การโฆษณาเพื่อเน้นย้ำถึงประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ (ทัศนคติ) หรือแสดงให้เห็นว่าคนอื่น ๆ กำลังใช้ผลิตภัณฑ์นี้อยู่ (บรรทัดฐานทางสังคม) และเน้นย้ำถึงความสะดวกในการใช้งานผลิตภัณฑ์ (การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม) (ภาณุมาศ แสนหล้า และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2563) เป็นต้น

สำหรับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ทฤษฎีนี้สามารถใช้เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรที่จะส่งผลถึงประสิทธิภาพในการทำงาน การทำงานเป็นทีม และความพึงพอใจของพนักงานต่องานที่ทำ ตัวอย่างเช่น องค์กรสามารถใช้ทฤษฎีนี้เพื่อออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมที่เพิ่มความมั่นใจของพนักงานในการทำงานนั้นได้สำเร็จและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เป็นการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงานได้ (Knauder & Koschmieder, 2019)

นอกจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่นำมาประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์ด้านการจัดการธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังพบว่าการสื่อสารเป็นตัวแปรที่น่าสนใจที่ทำงานร่วมกันกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนแล้วอาจจะเพิ่มอำนาจในการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ซึ่งจากที่ได้กล่าวรายละเอียดของการสื่อสารมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารจะมีส่วนในกระตุ้นทั้งตัวแปรทัศนคติของผู้บริโภคหากสามารถนำเสนอข้อมูล เนื้อหา และเรื่องราวที่กระตุ้นให้เกิดทัศนคติกับผู้บริโภคได้ เช่นกันในตัวแปรบรรทัดฐานทางสังคมหรืออิทธิพลการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง สื่อมีบทบาทจากการรีวิวสินค้า และการแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยว เป็นต้น และสื่อสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากร โอกาส หรือวิธีการที่ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกว่ามันเองมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้มากขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารยังมีอิทธิพลในการกระตุ้นผู้บริโภคที่มีความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการอยู่แล้วให้มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสื่อต่าง ๆ ในฐานะเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) : ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ

โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทางโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพราะสามารถเข้าถึงและค้นหาได้ง่าย และที่สำคัญเป็นการสื่อสารที่ผู้บริโภคสามารถตอบโต้ และแสดงความคิดเห็นได้ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้รับสารหรือผู้บริโภคในยุคปัจจุบันอย่างมาก ดังนั้นหากผู้ประกอบการทางธุรกิจสามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาช่วยในการทำนายแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย นำไปสู่การวางกลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมากไปกว่านั้นหากอิทธิพลของการสื่อสารสามารถเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ก็สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านสื่อที่เหมาะสมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในที่สุด

### บทสรุป

อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจของการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้นจะเห็นว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการชี้แนะและกระตุ้นพฤติกรรมของมนุษย์ และสามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำนายและสามารถโน้มน้าวพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ โดยสามารถส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภค บรรทัดฐานทางสังคมหรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การสื่อสารที่มีบทบาทต่อทัศนคติของบริโภค โดยการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าและบริการได้ผ่านการนำเสนอข้อมูลเนื้อหา และเรื่องราวที่น่าสนใจ เช่น การโฆษณาที่เน้นย้ำถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ หรือการใช้ภาพลักษณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง การสื่อสารที่มีบทบาทต่อบรรทัดฐานทางสังคม โน้มน้าวผู้บริโภคคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรีวิวสินค้า หรือการแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นดารา หรืออินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง และสุดท้ายบทบาทของการสื่อสารต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากร โอกาส หรือวิธีการที่ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมได้มากขึ้น เช่น การสื่อสารถึงความสะดวกในการใช้งานผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

นอกจากนี้แล้วอำนาจของการสื่อสารยังมีผลในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคที่มีความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการอยู่แล้วตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับสื่อผ่านสื่อใหม่ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทางโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งจากบทบาทของการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนี้แล้วจะเห็นได้ว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจในปัจจุบันได้ โดยผู้ประกอบการ หรือนักการตลาดสามารถนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และหลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และสื่อสารการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค และยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่พึงประสงค์ได้

มากไปกว่านั้นในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้านเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ ในฐานะนักการตลาดและผู้ประกอบการควรมีการนำ AI เข้ามาสนับสนุนการทำงานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมผ่านข้อมูลเชิงลึก และการสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจงตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ได้แก่ การใช้ AI วิเคราะห์ความคิดเห็นทั้งเชิงบวกและลบในโซเชียลมีเดียและการรีวิว เพื่อสามารถวางแผนออกแบบแคมเปญเพื่อสื่อถึงความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด เช่น หากวิเคราะห์แล้วว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้สึกกังวลเกี่ยวกับราคาสินค้า

การออกแบบแคมเปญที่สื่อถึงความคุ้มค่าย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามากขึ้น หรือใช้ AI ในการสร้างข้อความที่เหมาะสมกับทัศนคติของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เช่น การส่งโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติไปยังกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น หรือในส่วนของ การใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เช่น ผู้บริโภคบางคนอาจกังวลเรื่องความยุ่งยากในขั้นตอนการใช้ผลิตภัณฑ์ เราสามารถใช้ AI Chatbots ในการช่วยตอบคำถามและอธิบายขั้นตอนการใช้งานแบบเรียลไทม์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถควบคุมและจัดการพฤติกรรมได้ง่ายขึ้น เป็นต้น จากข้อเสนอแนะดังกล่าวจะเห็นว่าการใช้ AI ในการสื่อสารควบคู่กับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มความแม่นยำในการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมแล้ว ยังช่วยสร้างการสื่อสารที่ตรงจุดและปรับเปลี่ยนได้ทันทีตามข้อมูลปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเป็นการกระตุ้นพฤติกรรมเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าการสื่อสารจะมีบทบาทอย่างมากต่อการโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ประเด็นที่น่าสนใจคือ ในอนาคตอาจมีเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ เข้ามาที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสื่อสารข้อมูลที่มากเกินไป (Information Overload) ของผู้บริโภค จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการโน้มน้าวพฤติกรรมผู้บริโภคได้อีกหรือไม่ในอนาคต ทั้งนี้แล้วมีข้อพึงระวังว่ายิ่งการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการชี้นำพฤติกรรมของมนุษย์มากขึ้นเท่าใด ผู้ประกอบการ นักการตลาด และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อ จะต้องตระหนักถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวมอย่างแท้จริง

## เอกสารอ้างอิง

- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และปวันสา บุญภูพิพัฒน์. (2564). การศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผนและตัวแปรส่วนขยายที่มีผลต่อความตั้งใจบริโภคกราฟท์เบียร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 11(2), 32-45.
- เจริญชัย เอกมาไพศาล สิริพร เขตเจนการ และสุพัฒนา เตโชชลาสัย. (2563). การศึกษาการบริโภคอาหารริมทางในกรุงเทพมหานครและผลกระทบต่อทัศนคติและความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(1), 21-42.
- ชิตชนก อนันตมงคลกุล และทวีพงศ์ คงมา. (2564). แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในอาเซียน: การประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 16(2), 3-17.
- นลินี พานสายตา. (2563). ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 28(1), 168-194.
- นิออน ศรีสมยง, โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์, อัครวิณ ปสุธรรม และจินต์จุฑา อิศริยภัทร์. (2566). ความต้องการและการรับรู้ภาพลักษณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมการตลาด และพฤติกรรมสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อความตั้งใจมาใช้บริการการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 43(3), 1-25.

อิทธิพลของการสื่อสารในการเพิ่มอำนาจการทำนายแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมให้กับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) : ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจ

- ปพิชญา วิศาลโกศล. (2563). อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อกระบวนการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว. *วารสารบริหารธุรกิจ นิด้า*, 27(2), 162-182.
- ปรียาภรณ์ ประยงค์กุล และสุจรรยา โลหาชีวะ. (2563). แนวทางในการป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นไทยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. *วารสารพยาบาลสภาวิชาชีพไทย*, 13(2), 39-46.
- พงษ์พันธ์ แทนเกษม, ปิยณัฐ จันทโสฤทธิ์, ธเนศ เสถียรนาม และชัยชาญ ยุวนะศิริ. (2561). ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการฝ่าฝืนสัญญาณไฟแดง ณ ทางแยกที่มีการตรวจจับการฝ่าฝืนสัญญาณไฟแดง: พื้นที่ศึกษา สามแยกท่าพระ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 20(1), 143-157.
- พิมพ์พิศา พันธมณี และสมคิด ปราบภัย. (2560). ผลของโปรแกรมการส่งเสริมพฤติกรรมลดความอ้วนโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนต่อพฤติกรรมลดน้ำหนักของเด็กวัยเรียนที่มีภาวะน้ำหนักเกิน. *วารสารการพยาบาล*, 19(2), 13-23.
- ภาณุมาศ แสนหล้า และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2563). การทำนายความตั้งใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรีตามกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 9(2), 104-127.
- มณีนรัตน์ แสงบุญไทย สุขุมาล เกิดนอก และวราญา โรจนาภภาพร. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิกของผู้บริโภคในประเทศไทย. *วารสารศิลปการจัดการ*, 6(2), 621-636.
- วรรณิ์ จันทรมิตร์. (2554). *การเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะของกลุ่มวัยรุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศจีมาศ ชาญฐิติเวช และชวลิต จินอนันต์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แพลตฟอร์มตลาดกลางซื้อขายพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 15(1), 1-15.
- สมรภัช ชื่นอร่าม. (2565). การพัฒนารูปแบบการบริหารตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อส่งเสริมสมรรถภาพการจัดการเรียนรู้ของครูที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการคิดตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับนักเรียนโรงเรียนเทศบาล 1 วัดแก่นเหล็ก (รัตนกมลสุนทรณ์). *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 12(1), 46-59.
- สรียาภา คันธวัลย์ ณ์รัฐพงษ์ สายพิณ และเมทยา ปรียานนท์. (2566). พฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มผู้สูงอายุกับการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 11(2), 179-193.
- สิตลา เขมะภักตะพันธ์. (2558). *การเปิดรับสื่อและการรับรู้ภาพลักษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน* (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาพร สิทธิโกศล, ศรีณัยธร ศศิณานกรแก้ว และวราพรธณ อภิศุภะโชค. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*, 8(4), 203-217.
- สุภาวิตา อินทรพาดิษฐ์, ฉัฐวัฒน์ ลิ้มปัสร์พงษ์ และธัญญา พากเพียร. (2566). การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการเดินทางตามแผนและรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีนที่มีต่อความตั้งใจเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางด้วยรถไฟความเร็วสูง. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 20(1), 166-189.



- อนุวัตร จุลินทร ดุษฎี โยเหลา และพีชรัตน์ ไสยสมบัติ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความรับผิดชอบ ต่อสังคมขององค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย. *วารสารวิชาการ และวิจัยสังคมศาสตร์*, 14(2), 87-98.
- อัศวรัตน์ ราตรีสวัสดิ์ และศุภฤกษ์ โพธิ์ไพโรตนา. (2564). พฤติกรรมการสื่อสารและการเรียนรู้พฤติกรรมทาง เพศของเยาวชนในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 9(1), 26-51.
- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y.-N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing*, 25(2), 280-307.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ajzen. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Mamary, Y. H. & Alraja, M. M. (2022). Understanding entrepreneurship intention and behavior in the light of TPB model from the digital entrepreneurship perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2, 1-8.
- Baker, E. W., Al-Gahtani, S. S., & Hubona, G. S. (2007). The effects of gender and age on new technology implementation in a developing country: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Information Technology & People*, 20(4), 352-375.
- Emekci, S. (2019). Green consumption behaviours of consumers within the scope of TPB. *Journal of Consumer Marketing*, 36(3), 410-417.
- Fischer, P., Greitemeyer, T., Kastenmuller, A., Vogrincic, C., & Sauer, A. (2011). The Effects of Risk-Glorifying Media Exposure on Risk-Positive Cognitions, Emotions, and Behaviors: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, 137(3), 367-390.
- Groot, J. d. & Steg, L. (2007). General Beliefs and the Theory of Planned Behavior: The Role of Environmental Concerns in the TPB. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(8), 1817-1836.
- Hassan, L. M, Shiu, E. M, & Parry, S. (2016). Addressing the cross-country applicability of the theory of planned behaviour (TPB). *Journal of Consumer Behaviour*, 15(1), 72-86.
- Jalilvand, M. R. & Samiei, N. (2012). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice Testing the theory of planned behavior (TPB). *Internet Research*, 22(5), 591-612.
- Robledo, J. L. R., Arán, M. V., Sanchez, M. V., & Molina, M. A. R. (2015). The moderating role of gender on entrepreneurial intentions:A TPB perspective. *Intangible Capital*, 11(1), 92-117.

- Juschten, M., Jiricka-Pürner, A., Unbehaun, W., & Hössinger, R. (2019). The mountains are calling! An extended TPB model for understanding metropolitan residents intentions to visit nearby alpine destinations in summer. *Tourism Management, 75*, 293-306.
- Knauder, H. & Koschmieder, C. (2019). Individualized student support in primary school teaching: A review of influencing factors using the Theory of Planned Behavior (TPB). *Teaching and Teacher Education, 77*, 66-76.
- Shalender, K. & Sharma, N. (2021). Using extended theory of planned behaviour (TPB) to predict adoption intention of electric vehicles in India. *Environment, Development and Sustainability, 23*, 665-681.
- Shrestha, U. R. & Thanabordeekij, P. (2017). Factors Affecting Tourist Travel Intention to Nepal after Natural Disaster. *Panyapiwat Journal Editorial Division, 9*(2), 232-243.
- Wu, X., & Li, X. (2017). Effects of Mass Media Exposure and Social Network Site Involvement on Risk Perception of and Precautionary Behavior Toward the Haze Issue in China. *International Journal of Communication, 11*, 3975-3997.
- Yastica, T. V., Salma, S. A., Caesaron, D., Safrudin, Y. N., & Pramadya, A. R. (2020). Application of Theory Planned Behavior (TPB) and Health Belief Model (HBM) in COVID-19 Prevention: A Literature Review. In *6 th International Conference on Interactive Digital Media, ICIDM 2020* (pp. 1-4). New York City: Electrical and Electronics Engineers. doi: 10.1109/ICIDM51048.2020.9339605

## ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดี อย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 8 กันยายน 2567

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 8 กุมภาพันธ์ 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 13 มีนาคม 2568

สร้อยเพชร ลิสนี และ

จิตติพร พระโพธิ์\*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการวางแผนทางการเงิน และวิเคราะห์ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 กลุ่มตัวอย่างการวิจัยคือ ผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงด้วยเครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถาม ทั้งนี้สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน ทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ภาระค่าใช้จ่าย และภาระหนี้สิน ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน ประกอบด้วย รูปแบบการออมและการลงทุน ผลตอบแทน ระยะเวลา ความเสี่ยง และความรู้ความเข้าใจ และปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ ประกอบด้วย การจัดสรรเงิน การออมและการลงทุน การวางแผนรายรับ-รายจ่าย การจัดการภาระหนี้สิน และการสะสมเงินใช้จ่ายฉุกเฉิน ขณะที่ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ และอาชีพหลังเข้าสู่วัยสูงอายุ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**คำสำคัญ:** การวางแผนทางการเงิน คุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดี ผู้สูงอายุ ภาคกลางตอนล่าง 1

### วิธีการอ้างอิง:

สร้อยเพชร ลิสนี และจิตติพร พระโพธิ์. (2568). ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 7(2), 87-101.

\* ผู้ประสานงานหลัก: amthi18@gmail.com

## Financial Planning Factors Affecting the Financial and Valuable Quality of Life of the Elderly in Lower Central Provinces

Received: September 8, 2024

Revised: February 8, 2024

Accepted: March 13, 2025

*Sroypet Lissani and*

*Thitiporn Prapho\**

Faculty of Management Sciences of,  
Kanchanaburi Rajabhat University

### Abstract

This research aimed at investigating factors influencing financial life planning and factors affecting quality of financial life in a meaningful way in the lower central region. The sample consisted of 400 elderly individuals selected by purposive sampling. The data were collected by using a questionnaire. The statistical analyses included descriptive statistics and inferential statistics, and hypothesis testing through component analysis. The research findings indicated that the factors that having a positive correlation with good financial quality of life were personal factors such as gender, education, monthly income, expenses, and debt obligations; savings and investment factors: savings and investment forms, returns, duration, risks, and financial knowledge; asset preparation factors: money allocation, savings and investments, income-expense planning, debt management, and emergency fund accumulation. While the factors having a negative correlation with good and valuable financial quality of life were age and occupation after entering old age, with statistical significance at the .01 level.

**Keywords:** Financial Planning, Quality of Financial Life, Elderly Persons, Lower Central Region  
Part

### Cite this article as:

Lissani, S. & Prapho, T. (2025). Financial Planning Factors Affecting the Financial and Valuable Quality of Life of the Elderly in Lower Central Provinces. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 87-101.

---

\* Corresponding Author: amthi18@gmail.com

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโดยภาวะเจริญพันธุ์ลดลงคนมีอายุยืนขึ้น ทำให้ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก คือ การสูงอายุของประชากรทำให้เกิดสังคมผู้สูงอายุ แนวโน้มของดัชนีการสูงอายุของประเทศไทยในช่วง 20 ปี เพิ่มสูงขึ้นเกือบ 6 เท่าตัว โดยปี 2537-2560 มีค่าดัชนีการสูงอายุต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าประชากรสูงอายุน้อยกว่าประชากรเด็ก ในปี 2564 ดัชนีการสูงอายุมีค่าเท่ากับ 120.50 ซึ่งมากกว่า 100 นั่นคือ ประชากรวัยสูงอายุ 120.50 คนต่อประชากรวัยเด็ก 100 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ในปี 2564 มีผู้สูงอายุในประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมดและคาดการณ์ว่าปี 2574 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสุดยอด คือ มีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) การเข้าสู่สังคมสูงอายุส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ ด้านงบประมาณ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการบริหารประเทศ และด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยรวม อาทิ โครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลงทั้งระบบ สัดส่วนของประชากรในวัยแรงงานที่ลดลงซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการผลิต ส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุกำลังเพิ่มจำนวนมากขึ้น ขณะที่ภาพรวมของประชากรวัยอื่นลดน้อยลงภาครัฐต้องใช้งบประมาณจำนวนมากขึ้นและต้องเฉลี่ยเงินส่วนนี้เพื่อช่วยเหลือผู้สูงอายุให้ได้รับเงินอย่างทั่วถึงซึ่งอาจทำให้ผู้สูงอายุแต่ละรายได้รับความช่วยเหลือน้อยลง ไม่เพียงพอในการดำรงชีพจนอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตโดยรวมของประชากรที่อาจไม่ได้รับสวัสดิการของภาครัฐอย่างเพียงพอ (สมคิด ยาเคน, 2564) โดยเงินยังชีพของผู้สูงอายุในประเทศไทยเกือบร้อยละ 75 มาจาก 2 แหล่ง คือ เงินสะสมจากการทำงาน และเงินช่วยเหลือจากลูกหลาน จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ 1 ใน 3 ของผู้สูงอายุ มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจน ผู้สูงอายุร้อยละ 40 ยังทำงานอยู่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) แม้ว่าผู้สูงอายุร้อยละ 80 ได้รับเบี้ยยังชีพแต่ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ เมื่อรายได้ไม่เพียงพอก็จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตโดยรวมโดยจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มี 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดราชบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี ตามการแบ่งพื้นที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่ผ่านมาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ดำเนินการจัดบริการสาธารณสุขในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ สร้างหลักประกันด้านรายได้ ส่งเสริมการออมวัยหลังเกษียณ จากบริการสาธารณสุขขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้แก่ผู้สูงอายุที่ผ่านมา พบว่า ยังประสบปัญหาหลายประการที่จะช่วยสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง (ชมภูษุช หุนนาค และปภาวดี มนตรีวัต, 2565) ผู้สูงอายุยังต้องวางแผนการเงินเพราะเป็นวัยที่มีรายได้ลดลงแต่ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มักคงอยู่หรืออาจสูงขึ้น เช่น การรักษาพยาบาล ซึ่งหากไม่มีการวางแผนที่ดีอาจเกิดปัญหาได้ ดังนั้น ควรมีการวางแผนทางการเงิน การหารายได้เพิ่มเติมหรือนำไปลงทุน โดยจัดสรรระยะเวลาให้สัมพันธ์กับรายได้และภาระทางการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567) การวางแผนทางการเงินของผู้สูงอายุเป็นเรื่องสำคัญ ผู้สูงอายุควรมีความรู้ ความเข้าใจการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า (Adam, Frimpong, & Boadu, 2017) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการเงินด้านการออมและการลงทุน การเตรียมตัว ด้านสินทรัพย์

ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าจึงมีความสำคัญที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการวางแผนทางการเงินของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผลการศึกษาสามารถนำไปกำหนดแนวทางและ

ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

เป้าหมายในการวางแผนทางการเงิน และบุคคลทุกช่วงวัยสามารถนำผลการศึกษามาเตรียมความพร้อมสำหรับการวางแผนทางการเงินในวัยเกษียณอายุเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการวางแผนทางการเงินของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

### ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา ได้แก่ การวางแผนทางการเงิน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ และคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า ประกอบด้วย ด้านสภาพคล่อง ด้านหนี้สิน ด้านโอกาสสร้างความมั่งคั่งทางการเงิน

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปถึง 70 ปี ที่มีข้อมูลผู้สูงอายุทางทะเบียนราษฎร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 จำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม กาญจนบุรี ราชบุรี และสุพรรณบุรี จำนวนประชากรทั้งสิ้น 677,071 คน (กระทรวงมหาดไทย, 2564) ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากจำนวนประชากรเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ด้านพื้นที่ เฉพาะพื้นที่ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดราชบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี

ด้านเวลา ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2566

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ผู้สูงอายุ บุคคลทุกช่วงวัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดแนวทางและเป้าหมายในการตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องการเงิน เช่น การออม รายได้ และค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. บุคคลทุกช่วงวัยสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมสำหรับการวางแผนทางการเงินในวัยเกษียณอายุเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี
3. หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนเพื่อให้ความรู้และส่งเสริมให้ข้าราชการ/ลูกจ้าง เตรียมความพร้อมไว้ใช้หลังจากเกษียณ
4. ประโยชน์ด้านวิชาการ เพื่อขยายองค์ความรู้ด้านวิชาการ โดยผู้ที่สนใจในการทำวิจัยสามารถนำผลการศึกษาไปใช้อ้างอิง รวมถึงใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยที่เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุต่อไป

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงิน

งานวิจัยนี้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 2 ทฤษฎีคือ 1) ทฤษฎีการวางแผนทางการเงิน อธิบายปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงิน และนำมาใช้กับการดำเนินชีวิตหรือทฤษฎีพีระมิดทางการเงิน โดยทฤษฎีหลักการวางแผนการเงินระดับสากลกล่าวถึงการเริ่มต้นการวางแผนจากฐานรากของสามเหลี่ยมการเงิน ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ความจำเป็นพื้นฐานและการจัดการความเสี่ยง เป็นส่วนล่างสุดของพีระมิดและจุดเริ่มต้นของการวางแผนการเงิน เป็นส่วนสำคัญและควรมีความพร้อมอยู่เสมอเพราะหากส่วนนี้ล้มเหลวจะทำให้ส่วนอื่น ๆ ที่สูงขึ้นมีโอกาสผิดพลาดตามไปด้วย ส่วนที่ 2 การสะสมความมั่งคั่ง เป็นส่วนของการลงทุนสำหรับเป้าหมายการเงินในอนาคตคือ การวางแผนเพื่อการเกษียณอายุ การทำธุรกิจใหม่ การเก็บเงินไว้นิยามฉุกเฉินหรือเก็บเงินไว้นิยามเกษียณอายุ ส่วนที่ 3 การลงทุน เป็นขั้นบนสุดของพีระมิดคือ การลงทุนตามความต้องการส่วนบุคคล โดยพิจารณาจากความถนัด รับผิดชอบต่อ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2563) และ 2) ทฤษฎีคุณภาพชีวิต อธิบายคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเป็นการรับรู้และความพึงพอใจในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุที่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างเหมาะสมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดย WHOQOL Group (1994) กล่าวว่า เครื่องมือวัดคุณภาพชีวิตประกอบด้วยองค์ประกอบของคุณภาพชีวิต 4 ด้าน ประกอบด้วย 1. ด้านร่างกาย 2. ด้านจิตใจ 3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม และ 4. ด้านสิ่งแวดล้อม

### ความหมายของการวางแผนทางการเงิน

การวางแผนการเงิน คือ การกำหนดเงินรวมทั้งที่สอดคล้องและนำไปปฏิบัติเพื่อให้ไปถึงจุดหมายทางการเงินของแต่ละคน การกำหนดการวางแผนการเงินให้สอดคล้องกับการเงินของบุคคลและอยู่ในพื้นฐานของเป้าหมายของบุคคลนั้น ๆ ส่วนใหญ่จะใช้เครื่องมือทางการเงินที่มี เช่น การซื้อประกันต่าง ๆ เงินปันผลจากหุ้นหรือการลงทุน สิ่งเหล่านี้จำเป็นสำหรับการวางแผนการเงินอย่างมาก (Hallman & Rosenbloom, 2000)

การวางแผนการเงิน คือ กระบวนการในการจัดทำแผนบริหารจัดการเรื่องการเงินส่วนบุคคลอย่างเหมาะสมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายชีวิตตามที่ต้องการได้ โดยแผนการเงินจะประกอบด้วย แผนการใช้จ่าย แผนการซื้อสินทรัพย์ แผนประกันภัย แผนการออมและการลงทุน แผนภาษี แผนเกษียณ และแผนมรดก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565)

### แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

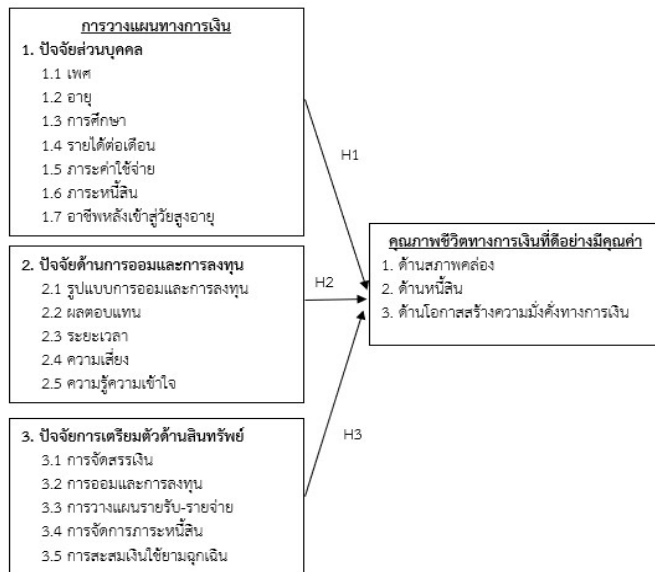
กรมกิจการผู้สูงอายุ ให้ความหมายของผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) กลุ่มผู้สูงอายุสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม (กรจงรักษ์ ชาตรูปภิวิน, 2561) คือ กลุ่มผู้สูงอายุติดเตียง กลุ่มผู้สูงอายุติดบ้าน (ไม่เข้าร่วมกิจกรรมชุมชน ชอบเก็บตัว ขาดการปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน) และกลุ่มผู้สูงอายุติดสังคม (เข้าร่วมกิจกรรมชุมชน มีความสามารถในการทำงาน) ช่วงวัยของผู้สูงอายุสามารถแบ่งได้ 4 ช่วง (ศรีเรือน แก้วกังวาน, 2549) คือ ไม่ค่อยแก่ ช่วงอายุประมาณ 60-69 ปี ช่วงที่ผู้สูงอายุต้องเผชิญกับภาวะเกษียณอายุ แก่ปานกลางคือ ช่วงอายุประมาณ 70-79 ปี ช่วงที่คนเริ่มเจ็บป่วย แก่จริงคือ ช่วงอายุประมาณ 80-90 ปี ช่วงวัยที่ต้องการความช่วยเหลือจากคนรอบข้างมากกว่าวัยอื่น และแก่มาก ๆ คือ ช่วงอายุประมาณ 90-99 ปี ผู้สูงอายุมีจำนวนน้อยที่จะอายุถึง 90 ปี เป็นช่วงที่มีปัญหาสุขภาพมากต้องทำกิจกรรมที่ตนเองพอใจและอยากทำ โดยปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในวัยผู้สูงอายุ นอกจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย ทางด้านจิตใจ ทางด้านสังคมแล้ว ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่เกษียณอายุ

นอกจากราชการ รัฐวิสาหกิจหรืองานเอกชน แต่ยังคงดำรงชีวิตต่อไปในสังคม ต้องจับจ่ายใช้สอยเพื่อการดำรงชีพ เพื่อการดูแลสุขภาพและคำรักษาพยาบาล ทำให้ผู้สูงอายุต้องเผชิญกับปัญหาด้านเศรษฐกิจ

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ งานวิจัยของชนิษฐา ต้นสกลวีรัฐ และธฤตพน อุสวัสดิ์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา ช่องทางการวางแผนทางการเงิน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้การวางแผนการเงิน ช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะเศรษฐกิจ วัตถุประสงค์การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและรูปแบบการวางแผนทางการเงิน มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของสมบูรณ์ สารพัด, ศิริรุช อินละคร และชไมพร ชินโชติ (2564) พบว่า ประเภทของการวางแผนบริหารการเงินส่วนบุคคลที่กลุ่มวัยทำงานในจังหวัดชลบุรีเลือกใช้มากที่สุดคือการสร้างความมั่งคั่ง (ผ่านการวางแผนเงินออม วางแผนใช้จ่ายเงิน วางแผนหนี้สิน) สอดคล้องกับงานวิจัยของสมคิด ยาเคน (2564) พบว่า ปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทน ปัจจัยด้านทัศนคติในการวางแผนทางการเงิน และปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยง มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเตรียมพร้อมสู่วัยเกษียณระดับมาก ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและปัจจัยด้านความรู้เรื่องเครื่องมือทางการเงินมีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee, Arumugam and Arfin (2019) พบว่า ปัจจัยด้านสังคมประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านความรู้การเงิน ปัจจัยด้านทัศนคติทางการเงิน และปัจจัยด้านนักวางแผนทางการเงินส่งผลกระทบบนเชิงบวกต่อการวางแผนทางการเงิน

**กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย**

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยตามแนวคิดและทฤษฎีการวางแผนทางการเงิน ที่อธิบายปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินและนำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตได้คือ ทฤษฎีพีระมิตทางการเงิน (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2563) และทฤษฎีคุณภาพชีวิต (Quality of Life) ของ WHOQOL Group (1994) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



## สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต้อยลงมีคุณค่า  
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการออมและการลงทุนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต้อยลงมีคุณค่า

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต้อยลงมีคุณค่า

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปถึง 70 ปี ที่มีข้อมูลผู้สูงอายุทางทะเบียนราษฎร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 จำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม กาญจนบุรี ราชบุรี และสุพรรณบุรี จำนวนประชากรทั้งสิ้น 677,071 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากจำนวนประชากรเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่าง ใช้สูตรของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 400 คน โดยแบ่งตามสัดส่วนจำนวนประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จำนวน 103 คน จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 86 คน จังหวัดราชบุรี จำนวน 103 คน และจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 108 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย คำถามแบบปลายปิด ทั้งแบบเลือกตอบและแบบแสดงความคิดเห็นเป็นระดับตามเกณฑ์ที่กำหนด และคำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ แบ่งเป็น 5 ตอนคือ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน ตอนที่ 3 ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ ตอนที่ 4 คุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต้อยลงมีคุณค่า เป็นอันดับสเกล (Ordinal Scale) 3 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ของ Best (1977) และตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน โดยแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ .92 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างการวิจัยจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบรัช (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออมและการลงทุนโดยรวมมีค่าความเชื่อมั่น .951 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์โดยรวม มีค่าความเชื่อมั่น .952 และข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต้อยลงมีคุณค่าโดยรวม มีค่าความเชื่อมั่น .954 โดยข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ตั้งแต่ .70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น (Nunnally & Bernstein, 1994)

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้น ได้แก่ แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้

จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และร้อยละ นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน ตอนที่ 3 ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ และ ตอนที่ 4 คุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับ การบรรยายและสรุปผลการวิจัย โดยเกณฑ์การให้คะแนนระดับพฤติกรรมเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออมและ การลงทุน ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ และคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า วัดโดยการตั้ง คำถามเชิงบวกและเชิงลบ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า ปฏิบัติเป็นประจำ ปฏิบัติบางครั้ง และไม่ปฏิบัติ เลย การแปลผลคะแนนแบ่งระดับพฤติกรรมเกี่ยวกับปัจจัยโดยนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามมาแบ่งกลุ่ม คะแนนเป็นอันดับสเกล (Ordinal Scale) 3 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ของ Best (1977)

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า ของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 โดยสามารถอธิบายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยการวางแผนทางการเงินของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาคือ เพศชาย มีอายุ 65-70 ปี รองลงมา คือ อายุ 60-64 ปี การศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช., มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ 10,000-20,000 บาท มีภาระค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ 10,000-20,000 บาท, ไม่มีภาระหนี้สิน รองลงมาคือ มี 40,000 บาทขึ้นไป และประกอบ อาชีพหลังเข้าวัยสูงอายุ อื่น ๆ เช่น ทำนา ค้าขาย รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไป

ด้านการศึกษาระดับพฤติกรรมเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออมและการลงทุน ปัจจัยการเตรียมตัว ด้านสินทรัพย์ และคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า สรุปได้ดังนี้

**ตารางที่ 1** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมเกี่ยวกับปัจจัย โดยรวม

| ข้อคำถาม                           | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|------------------------------------|-----------|------|----------|
| <b>ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน</b> |           |      |          |
| 1. รูปแบบการออมและการลงทุน         | 1.40      | 0.64 | ระดับต่ำ |
| 2. ผลตอบแทน                        | 1.37      | 0.62 | ระดับต่ำ |
| 3. ระยะเวลา                        | 1.40      | 0.65 | ระดับต่ำ |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ข้อความ   | $\bar{X}$   | S.D.        | การแปลผล        |
|---|-------------|-------------|-----------------|
| 4. ความเสี่ยง                                   | 1.38        | 0.65        | ระดับต่ำ        |
| 5. ความรู้ความเข้าใจ                            | 1.57        | 0.73        | ระดับต่ำ        |
| <b>รวม</b>                                      | <b>1.42</b> | <b>0.66</b> | <b>ระดับต่ำ</b> |
| <b>ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์</b>          |             |             |                 |
| 1. การจัดสรรเงิน                                | 1.51        | .68         | ระดับต่ำ        |
| 2. การออมและการลงทุน                            | 1.47        | 0.68        | ระดับต่ำ        |
| 3. การวางแผนรายรับ-รายจ่าย                      | 1.50        | 0.70        | ระดับต่ำ        |
| 4. การจัดการภาระหนี้สิน                         | 1.45        | 0.68        | ระดับต่ำ        |
| 5. การสะสมเงินใช้ยามฉุกเฉิน                     | 1.84        | 0.77        | ระดับปานกลาง    |
| <b>รวม</b>                                      | <b>1.55</b> | <b>0.70</b> | <b>ระดับต่ำ</b> |
| <b>คุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า</b> |             |             |                 |
| 1. ด้านสภาพคล่อง                                | 1.66        | 0.72        | ระดับต่ำ        |
| 2. ด้านหนี้สิน                                  | 1.53        | 0.71        | ระดับต่ำ        |
| 3. ด้านโอกาสสร้างความมั่นคงทางการเงิน           | 1.72        | 0.79        | ระดับปานกลาง    |
| <b>รวม</b>                                      | <b>1.64</b> | <b>0.74</b> | <b>ระดับต่ำ</b> |

จากตารางที่ 1 พฤติกรรมเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออมและการลงทุน ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ และคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า โดยรวม พบว่า

ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ( $\bar{X}=1.42$ , S.D.=0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำทุกข้อ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ( $\bar{X}=1.57$ , S.D.=0.73) รองลงมาคือรูปแบบการออมและการลงทุนและระยะเวลา ( $\bar{X}=1.40$ , S.D.=0.65) ความเสี่ยง ( $\bar{X}=1.38$ , S.D.=0.65) และผลตอบแทน ( $\bar{X}=1.37$ , S.D.=0.62) ตามลำดับ

ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ( $\bar{X}=1.55$ , S.D.=0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การสะสมเงินใช้ยามฉุกเฉิน ( $\bar{X}=1.84$ , S.D.=0.77) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การจัดสรรเงิน ( $\bar{X}=1.51$ ) รองลงมาคือ การวางแผนรายรับ-รายจ่าย ( $\bar{X}=1.50$ , S.D.=0.70) การออมและการลงทุน ( $\bar{X}=1.47$ , S.D.=0.68) และการจัดการภาระหนี้สิน ( $\bar{X}=1.45$ , S.D.=0.68) ตามลำดับ

คุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ( $\bar{X}=1.64$ , S.D.=0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านโอกาสสร้างความมั่นคงทางการเงิน ( $\bar{X}=1.72$ , S.D.=0.79) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสภาพคล่อง ( $\bar{X}=1.66$ , S.D.=0.72) รองลงมาคือ ด้านหนี้สิน ( $\bar{X}=1.53$ , S.D.=0.71) ตามลำดับ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Extraction) โดยใช้วิธี Principal Component Analysis (PCA) และหมุนแกนองค์ประกอบ โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันและพิจารณาจากค่า KMO and Bartlett's Test โดยค่า

ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) อยู่ระหว่าง 0-1 และสถิติทดสอบที่ 2 คือ Bartlett's Test of Sphericity ใช้ทดสอบตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า พบว่าอายุและอาชีพหลังเข้าสู่วัยสูงอายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า ในทิศทางลบ คือ อายุและอาชีพหลังเข้าสู่วัยสูงอายุไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า เพศ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ภาระค่าใช้จ่าย และภาระหนี้สิน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า ในทิศทางบวก คือ เพศ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ภาระค่าใช้จ่าย ภาระหนี้สินมีผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า สรุปได้ดังนี้

### ตารางที่ 2 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test

|  |                    |         |
|--|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                    | .659    |
| Bartlett's Test of Sphericity                    | Approx. Chi-Square | 522.685 |
|  | df                 | 21      |
|  | Sig.               | .000    |

จากตารางที่ 2 พบว่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .659 มีค่าใกล้ 1.00 แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและเพียงพอของข้อมูล สามารถนำมาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ และจาก Bartlett's Test of Sphericity ยังพบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 522.685 มีนัยสำคัญทางสถิติระดับน้อยกว่า .05 (Sig.<.05) แสดงว่าแมทริกซ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2** ปัจจัยด้านการออมและการลงทุนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการออมและการลงทุนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า พบว่า รูปแบบการออมและการลงทุน ผลตอบแทน ระยะเวลา ความเสี่ยง และความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า ในทิศทางบวก คือ รูปแบบการออมและการลงทุน ผลตอบแทน ระยะเวลา ความเสี่ยง และความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยด้านการออมและการลงทุนที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า สรุปได้ดังนี้

### ตารางที่ 3 KMO and Bartlett's Test

|  |                    |           |
|--|--------------------|-----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                    | .957      |
| Bartlett's Test of Sphericity                    | Approx. Chi-Square | 10602.281 |
|  | df                 | 300       |
|  | Sig.               | .000      |

จากตารางที่ 3 พบว่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .957 มีค่าใกล้ 1.00 แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและเพียงพอของข้อมูล สามารถนำมาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ และจาก Bartlett's Test of Sphericity ยังพบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 10602. มีนัยสำคัญทางสถิติระดับน้อยกว่า .05 (Sig.<.05) แสดงว่าแมทริกซ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง มีความสัมพันธ์กัน 281

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3** ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดี อย่างมีคุณค่า พบว่า การจัดสรรเงิน การออมและการลงทุน การวางแผนรายรับ-รายจ่าย การจัดการภาระหนี้สิน และการสะสมเงินใช้ยามฉุกเฉิน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่าในทิศทางบวก คือ การจัดสรรเงิน การออมและการลงทุน การวางแผนรายรับ-รายจ่าย การจัดการภาระหนี้สิน และการสะสมเงินใช้ยามฉุกเฉิน มีผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า สรุปได้ดังนี้

#### ตารางที่ 4 KMO and Bartlett's Test

|  |                    |          |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                    | .940     |
| Bartlett's Test of Sphericity                    | Approx. Chi-Square | 9792.299 |
|  | df                 | 190      |
|  | Sig.               | .000     |

จากตารางที่ 4 พบว่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .940 มีค่าใกล้ 1.00 แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมและเพียงพอของข้อมูล สามารถนำมาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ และจาก Bartlett's Test of Sphericity ยังพบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 9792. มีนัยสำคัญทางสถิติระดับน้อยกว่า .05 (Sig.<.05) แสดงว่าแมทริกซ์สหสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง มีความสัมพันธ์กัน 299

#### ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

| สมมติฐานงานวิจัย  | Sig. | ผลการทดสอบสมมติฐาน |
|---|------|--------------------|
| H <sub>1</sub> ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า                 | .000 | ยอมรับสมมติฐาน     |
| H <sub>2</sub> ปัจจัยด้านการออมและการลงทุนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า     | .000 | ยอมรับสมมติฐาน     |
| H <sub>3</sub> ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า | .000 | ยอมรับสมมติฐาน     |

\*\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน และปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ดีอย่างมีคุณค่า

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยการวางแผนทางการเงินของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

ปัจจัยด้านการออมและการลงทุน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ผู้สูงอายุไม่มีความรู้ความเข้าใจ รองลงมาคือ ไม่ทราบรูปแบบการออมและการลงทุนและระยะเวลา ความเสี่ยง และผลตอบแทน ตามลำดับ สอดคล้องกับวันธนี สุดศิริ, ภัทรพร ปุณณะตุง และวารีย์ ศรีสุรพล (2563) พบว่า ปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดปัญหาหรือทำให้ไม่สามารถวางแผนทางการเงินได้ ประกอบด้วย การประกอบอาชีพ รายได้หลัก ค่าใช้จ่ายประจำ ภาระหนี้สินที่เกิดจากเงินกู้สถาบันการเงิน และกองทุนต่าง ๆ และการนำเงินฝากธนาคารหรือซื้อสลากออมสิน ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ การวางแผนทางการเงินคือ การให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน รวมถึงส่งเสริมสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของการออมและการลงทุน สอดคล้องกับวิมลพร สมัครเขตรการ และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) พบว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการเงินเพื่อความมั่นคงยามเกษียณอายุคือ ด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน และด้านภาวะทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับชนิตา ชำนาญเหาะ (2564) พบว่า กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการเงิน ด้านความรู้ ความเข้าใจเรื่อง การวางแผนทางการเงิน มีผลต่อพฤติกรรมกรวางแผนการเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสอดคล้องกับ Adam et al. (2017) พบว่า ความรู้ทางการเงิน การวางแผนทางการเงิน การวางแผนเกษียณอายุและการสนับสนุนของครอบครัว ส่งผลกระทบบ่อย่างมีนัยสำคัญต่อสุขภาวะทางการเงินของผู้เกษียณอายุ และผลการวิจัยบ่งชี้ว่า ควรส่งเสริมความรู้ทางการเงินและการวางแผนทางการเงินของผู้เกษียณอายุให้สูงสุด

ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การสะสมเงินใช้ยามฉุกเฉิน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ การจัดสรรเงิน รองลงมาคือ การวางแผนรายรับ-รายจ่าย การออมและการลงทุน และการจัดการภาระหนี้สิน ตามลำดับ สอดคล้องกับวันธนี สุดศิริ และคณะ (2563) พบว่า ปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดปัญหาหรือทำให้ไม่สามารถวางแผนทางการเงินได้ ประกอบด้วย การประกอบอาชีพ รายได้หลัก ค่าใช้จ่ายประจำ (ค่าใช้จ่ายจากการประกอบอาชีพ และค่าใช้จ่ายในการผ่อนชำระหนี้) ภาระหนี้สินที่เกิดจากเงินกู้สถาบันการเงิน และกองทุนต่าง ๆ และการนำเงินฝากธนาคารหรือซื้อสลากออมสิน ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการวางแผนทางการเงินคือ การให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน รวมถึงส่งเสริมสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของการออมและการลงทุน

คุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านโอกาสสร้างความมั่งคั่งทางการเงิน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ ด้านสภาพคล่อง รองลงมาคือ ด้านหนี้สิน ตามลำดับ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมบุรณ์ สารพัด และคณะ (2564) พบว่า ประเภทของการวางแผนบริหารการเงินส่วนบุคคลที่กลุ่มวัยทำงานในจังหวัดชลบุรีเลือกใช้มากที่สุดคือ การสร้างความมั่งคั่ง (ผ่านการวางแผนเงินออม วางแผนใช้จ่ายเงิน วางแผนหนี้สิน)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า พบว่า อายุและอาชีพหลังเข้าสู่วัยสูงอายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าในทิศทางลบ คือ อายุและอาชีพหลังเข้าสู่วัยสูงอายุไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า เพศ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ภาระค่าใช้จ่าย และภาระหนี้สิน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าในทิศทางบวก คือ เพศ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ภาระค่าใช้จ่าย ภาระหนี้สินมีผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมบูรณ์ สารพัด และคณะ (2564) พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้ประเภทการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการออมและการลงทุนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า พบว่า รูปแบบการออมและการลงทุน ผลตอบแทน ระยะเวลา ความเสี่ยง และความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าในทิศทางบวก คือ รูปแบบการออมและการลงทุน ผลตอบแทน ระยะเวลา ความเสี่ยง และความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนิษฐา ต้นสถาวิรัฐ และธฤตพน อุ่สวัสดิ์ (2560) พบว่า ด้านรูปแบบการวางแผนทางการเงินมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Lee et al. (2019) พบว่า ปัจจัยด้านความรู้การเงินส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงต่อการวางแผนทางการเงิน และ Adam et al. (2017) พบว่า ความรู้ทางการเงิน การวางแผนทางการเงินส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อสุขภาวะทางการเงินของผู้เกษียณอายุ และผลการวิจัยบ่งชี้ว่าควรส่งเสริมความรู้ทางการเงินและการวางแผนทางการเงินของผู้เกษียณอายุให้สูงสุด

ปัจจัยการเตรียมตัวด้านสินทรัพย์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า พบว่า การจัดสรรเงิน การออมและการลงทุน การวางแผนรายรับ-รายจ่าย การจัดการภาระหนี้สิน และการสะสมเงินใช้ยามฉุกเฉิน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าในทิศทางบวก คือ การจัดสรรเงิน การออมและการลงทุน การวางแผนรายรับ-รายจ่าย การจัดการภาระหนี้สิน และการสะสมเงินใช้ยามฉุกเฉิน มีผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนราวัลลภ ศุภวงศ์ (2564) พบว่า คนวัยทำงานให้ความสำคัญและมีการวางแผนทางการเงินในอนาคต

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าการวางแผนทางการเงินขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง อันจะนำไปสู่การให้ความรู้ที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงการวางแผนทางการเงินที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่า

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการนำตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ไปใช้กับกลุ่มประชากรในจังหวัดอื่น เพื่อยืนยันผลการวิจัย
2. การศึกษาครั้งต่อไปอาจเพิ่มปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทางการเงินที่ต่ออย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ เช่น ปัจจัยภายนอกด้านนโยบายต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ

## เอกสารอ้างอิง

- กรจรรย์กษ ชาติรุปฏิวิน. (2561). ปัญหาของผู้สูงอายุกับการจัดสวัสดิการชุมชนในเขตเมือง: ศึกษากรณี 2 ชุมชน ในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยสังคม*, 41(2), 67-96.
- กระทรวงมหาดไทย. (2564). *สถิติผู้สูงอายุไทย สัญชาติไทย และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านมกราคม 2565*. สืบค้น 17 พฤษภาคม 2565, จาก [https://www.dopa.go.th/main/web\\_index](https://www.dopa.go.th/main/web_index)
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *มาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่อง สังคมสูงอายุ (ฉบับปรับปรุง) (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชนิษฐา ตันสลาวิรัฐ และธฤตพน อยู่สวัสดิ. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานเครือข่ายหน้าเขียน ในเขตกรุงเทพมหานคร (รายงานการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชนิตา ชำนาญเหมา. (2564). *พฤติกรรมกรวางแผนการเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชมภูษ หุ่นาค และปภาวดี มนตรีวัต. (2565). การบริการสาธารณะสำหรับพลเมืองผู้สูงอายุในพื้นที่เทศบาลเมืองในเขตจังหวัด ภาคกลางตอนล่าง 1. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน*, 15(1), 35-75.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *การวางแผนการเงิน*. สืบค้น 20 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.set.or.th/th/education-research/education/happymoney/glossary/financial-planning?lang=th>
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2563). *5 ขั้นตอนการวางแผนทางการเงินให้มั่นคง เห็นผลเป็นรูปธรรม*. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/planyourmoney/must-stories/life-plan/5-steps->
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *การวางแผนการเงิน*. สืบค้น 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/money-plan/planning-steps.html>
- นราวัลลภ ศุภวงศ์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินในคนวัยทำงาน*. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- วันฉวี สุดศิริ, ภัทราพร ปุณะตุง และวารีย์ ศรีสุพล. (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการวางแผนทางการเงินสำหรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์* 11(2), 18-34.
- วิมลพร สมัครเขตการ และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนการเงินเพื่อความมั่นคงตอนเกษียณอายุ กรณีศึกษา ลูกค้ายูโอบี สาขานนศรีวิภา. *วารสารศิลปการจัดการ*. 4(3), 567-581.
- ศรีเรือน แก้วกังวาน. (2549). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย วัยรุ่น-วัยสูงอายุ (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมคิด ยาเคน. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเตรียมความพร้อมสู่วัยเกษียณของพนักงานเทศบาลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 10(2), 25-40.



- 
- สมบูรณ์ สารพัด, ศิริสุข อินละคร และชไมพร ชินโชติ. (2564). การวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชากรวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 7(3), 218-234.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564 (บทสรุปสำหรับผู้บริหาร)*. สืบค้น 18 พฤษภาคม 2564, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/สำรวจ/ด้านสังคม/ประชากรสูงอายุ>.
- Adam, A. M., Frimpong, S., & Boadu, M. O. (2017). Financial literacy and financial planning: Implication for financial well-being of retirees. *Business and Economic Horizons*, 13(2), 224-236.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Hallman, V. G. & Rosenbloom, J. S. (2000). *Personal Financial Planning* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Lee, D., Arumugam, D., & Arfin, N. B. (2019). A study of factors influencing personal financial planning among young working adults in Kuala Lumpur, Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 7(5S), 114-119.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- WHOQOL group. (1994). The World Health Organization Quality of Life assessment (WHOQOL): Position paper from the World Health Organization. *Social Science & Medicine*, 41(10), 1403-1409.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

## บทความวิจัย

# ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 13 ตุลาคม 2567  
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 15 มีนาคม 2568  
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 31 มีนาคม 2568

*สุนิศา แซ่แต้,*

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

*จิรพงษ์ มหนิชวงศ์ และ*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

*จิระ บุรีคำ\**

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 60 แห่ง โดยใช้ฐานข้อมูลแบบรายงานเดียว (แบบ 56-1 One Report) รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และใช้การวิเคราะห์การถดถอยในภาวะประมาณแบบจำลอง ผลการศึกษาพบว่าผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทต่างๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกและสอดคล้องกับสมมติฐานการศึกษาที่กำหนด

**คำสำคัญ:** การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) การพัฒนาอย่างยั่งยืน ผลการดำเนินงานทางการเงิน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

## วิธีการอ้างอิง:

สุนิศา แซ่แต้, จิรพงษ์ มหนิชวงศ์ และจิระ บุรีคำ. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้าน

สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาด  
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร. *วารสารวิทยาการ  
จัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(2), 102-116.

\* ผู้ประสานงานหลัก: chira\_b@payap.ac.th

## Relationship between Environmental, Social and Governance (ESG) and Financial Performance of Companies in Agro & Food Industry of the Stock Exchange of Thailand

Received: October 13, 2024

Revised: March 15, 2025

Accepted: March 15, 2025

*Sunisa Saetae*

Faculty of Business Administration, Payap University

*Jiraphong Mahanithiwong and*

Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

*Chira Bureecam\**

Faculty of Business Administration, Payap University

### Abstract

This study examined the relationship between environmental, social and governance (ESG) performance and financial performance of 60 companies of agricultural & food industry in the Stock Exchange of Thailand (SET). The data were gathered from “the 56-1 One Report” of SET database in which the accounting period ended on December 31, 2021, by using regression technique for investigation. The results of the study revealed that the environmental, social and governance (ESG) performance and the financial performance of companies in the agricultural and food industry groups are positively related and consistent with the hypotheses.

**Keywords:** ESG Performance, Sustainable Development, Financial Performance, Stock Exchange of Thailand

### Cite this article as:

Saetae, S., Mahanithiwong, J., & Bureecam, C. (2025). Relationship between Environmental, Social and Governance (ESG) and Financial Performance of Companies in Agro & Food Industry of the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 102-116.

---

\* Corresponding Author: [chira\\_b@payap.ac.th](mailto:chira_b@payap.ac.th)

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

## บทนำ

ตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1970 เป็นต้นมาได้มีความสนใจของนักวิชาการจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environment, Social and Governance: ESG) (Huijgevoort, 2017) กอปรกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals; SDGs) ของสหประชาชาติได้รับการยอมรับจากประเทศต่าง ๆ 196 ประเทศทั่วโลกโดยบรรลุข้อตกลงเมื่อปี พ.ศ. 2558 ในการลดการปล่อยคาร์บอนและจำกัดภาวะโลกร้อนให้ไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ในขณะที่เดียวกันสหภาพยุโรป (EU) ได้พยายามส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยบังคับให้บริษัทต่าง ๆ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น เช่น การลดการปล่อยคาร์บอน การส่งเสริมสหภาพแรงงาน การออกระเบียบในการกำกับดูแลเพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีการนำหลัก ESG มาใช้ในการพัฒนาของมาตรฐานการบัญชีให้เป็นระบบการรายงานหลายมิติที่เรียกว่า สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ซึ่งเป็นกรอบในการประเมินแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัท (Wei & Zhu, 2023)

อนึ่งการลงทุนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมเป็นต้นกำเนิดของแนวคิด ESG (Wang & Sarkis, 2017) โดยเป็นแนวทางสำหรับการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาสีเขียว สังคมคาร์บอนต่ำ ที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้แนวคิดดังกล่าวกลายเป็นศูนย์กลางของการศึกษาด้านเศรษฐกิจและการจัดการระดับโลก (Finger & Rosenboim, 2022)

ในประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดทำ “รายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI (Thailand Sustainability Investment)” ซึ่งเป็นหุ้นของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักลงทุนใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยในการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ปี 2567 มี บจ. ที่ผ่านเกณฑ์และได้รับการประกาศผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings รวม 228 บริษัท (ระดับ AAA 56 บริษัท ระดับ AA 80 บริษัท ระดับ A 71 บริษัท และระดับ BBB 21 บริษัท) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567)

อนึ่งในการศึกษานี้ได้มุ่งพิจารณาบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับแนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) มากขึ้น เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อความยั่งยืนของธุรกิจและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ลูกค้า หน่วยงานกำกับดูแล หรือชุมชนโดยรอบ กล่าวคือ การปฏิบัติตามแนวทางการสร้างความยั่งยืนขององค์กร ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยปกติแล้วบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารมักใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก เช่น น้ำ ดิน และพลังงาน การดำเนินงานตามแนวทาง ESG จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการน้ำเสีย การลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร และการใช้พลังงานหมุนเวียน นอกจากนี้อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารมีส่วนสำคัญในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านกระบวนการผลิตและโลจิสติกส์ การปรับใช้แนวทาง ESG เช่น การพัฒนา

กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการลดขยะอาหาร (Food Waste) สามารถช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุน ในมิติด้านสังคมเนื่องจากอุตสาหกรรมมีการพึ่งพาแรงงานจำนวนมาก การดำเนินงานตามแนวทาง ESG ช่วยลดความเสี่ยงด้านแรงงานบังคับ การใช้แรงงานเด็ก และสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นธรรม นอกจากนี้บริษัทในอุตสาหกรรมนี้มักตั้งอยู่ในพื้นที่เกษตรกรรมและมีผลกระทบโดยตรงต่อชุมชน การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับเกษตรกรและชุมชนจะช่วยสร้างห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็งและลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น สำหรับมิติด้านการกำกับดูแลที่ดี นักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล ลดปัญหาคอร์รัปชัน และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ซึ่งจะสร้างสร้างความไว้วางใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อสรุปที่แตกต่างกันในการศึกษาก่อนหน้านี้ว่าผลการดำเนินงาน ESG ในด้านใดที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงิน อาทิ ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด (Hou, Liu, Fan, & Wei, 2016) หรือผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นองค์ประกอบสำคัญ (Barnett & Salomon, 2012) หรือองค์ประกอบทั้งสามของ ESG ล้วนมีความสัมพันธ์กัน (Zahid, Khan, Anwar, & Maqsood, 2022) ดังนั้นการศึกษานี้จะพิจารณาผลการดำเนินงานทั้งสามด้านว่ามีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร โดยทำการทดสอบความสัมพันธ์ของ ESG กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารเป็นหลัก

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environment, Social and Governance: ESG) ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งพิจารณาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environment: E) ด้านสังคม (Social: S) และด้านการกำกับดูแล (Governance: G) ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 60 บริษัท โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบรายงานเดียว (แบบ 56-1 One Report) รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ประโยชน์สำหรับบริษัทจดทะเบียนในการสร้างโอกาสและเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับจากนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันรวมถึงการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และประโยชน์สำหรับนักลงทุนเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการติดตามและสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมให้บริษัทคำนึงถึงประเด็น ESG และเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจลงทุน

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดคลาสสิกเดิมการลงทุนในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะเพิ่มต้นทุนให้กับบริษัท (Palmer, Oates, & Portey, 1995) ซึ่งต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นนี้จะทำให้ผลกำไรของบริษัทลดลงภายใต้การแข่งขันในตลาด (William, 1991) และการลดลงของกำไรอันเนื่องมาจากผลกระทบของต้นทุนที่สูงขึ้นจะทำลายการแข่งขันในระยะยาว ดังนั้นความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่สำคัญคือการเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นให้สูงสุด (Friedman, 1970)

ในเวลาต่อมาได้นำเสนอประเด็นของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ที่กล่าวถึงการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับภายในและภายนอก ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข ซึ่งเป็นการประกันความเสี่ยงในด้านชื่อเสียงของบริษัทโดยชื่อเสียงในเชิงบวกจะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจในเชิงบวก ผลที่ตามมาอีกประการหนึ่งของชื่อเสียงที่ดีจะช่วยเพิ่มความมุ่งมั่นของผู้ถือผลประโยชน์กลุ่มต่าง ๆ (Godfrey, 2005) โดยแนวคิดดังกล่าวได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social and Governance: ESG)

การดำเนินงานของบริษัทต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ที่ส่งผลกระทบในเชิงบวกที่แย้งกับแนวคิดคลาสสิกเดิม คือการศึกษาองค์ประกอบของด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรที่พบความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับมูลค่าของบริษัท (McGuire, Sundgren and Schneeweis, 1988) โดยพบว่าต้นทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมจะถูกชดเชยด้วยการลดต้นทุนอื่นๆ หรือด้วยการเพิ่มรายได้ ดังนั้นต้นทุนในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรนั้นไม่มากนักและสามารถสร้างผลประโยชน์ด้านการจัดการอื่น ๆ อาทิ ขวัญกำลังใจที่สูงขึ้นหรือผลผลิตที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ แนวโน้มความสนใจในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ของสหประชาชาติ ที่นำไปสู่ความตกลงปารีส (The Paris Agreement, 2015) อันเป็นความตกลงตามกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อกำหนดมาตรการลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ตั้งแต่ พ.ศ. 2563 ความตกลงดังกล่าวเจรจากันในช่วงการประชุมภาคีสมาชิกของกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) ครั้งที่ 21 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส และได้รับความเห็นชอบในวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ทำให้องค์กรธุรกิจให้ความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน และมีการลงทุนเพื่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) เพิ่มขึ้น (Ermakova & Vildanova, 2022) ในเวลาเดียวกัน เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ยังดึงดูดความสนใจจากทั่วโลกควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากความสำคัญของแนวคิดความสำคัญกับปัจจัยในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ในการสร้างผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดี ทำให้เกิดความแพร่หลายในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินและความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยผลการศึกษาความสัมพันธ์ที่เป็นไปในเชิงบวก อาทิ ความสัมพันธ์ในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) กับผลการดำเนินงานทางการเงินโดยผลการศึกษาลงมาให้เห็นว่าบริษัทที่มีรูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืนจะมีความเสี่ยงน้อยกว่า (Inderst &

Stewart, 2018) ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) และผลการดำเนินงานทางการเงิน (McWilliams & Siegel, 2000; Fu & Li, 2023; Siwiec & Karkowska, 2024) หรือผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ส่งผลดีไม่เพียงแต่ในระดับการเงินเท่านั้น แต่ยังมีส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัท ภาพลักษณ์ขององค์กร และความได้เปรียบในการแข่งขันอีกด้วย (Tamimi & Sebastianelli, 2017) นอกจากนี้การศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ไม่เพียงแต่ช่วยปรับปรุงการดำเนินงานทางการเงินแต่ยังส่งผลดีต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทอีกด้วย (Kumar & Firoz, 2022)

ในขณะที่ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ที่เป็นไปในเชิงลบ อาทิ การลงทุนที่เพิ่มขึ้นในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) จะทำให้เกิดต้นทุนเพิ่มเติมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ต้นทุนการลงทุนเพื่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมจะนำไปสู่ความเสียหายเปรียบในการแข่งขัน (McWilliams & Siegel, 2000) หรือค่าใช้จ่ายในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ที่เพิ่มขึ้นจะทำให้การสร้างมูลค่าและผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทลดลง (Jensen, 2002)

การเปิดเผยผลการดำเนินงานด้าน ESG ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่ครอบคลุมองค์ประกอบทางด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล มีความสำคัญมากขึ้นนอกจากเป็นการแสดงถึงความมุ่งมั่นของการดำเนินงานในระยะยาว ความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้บรรลุถึงการพัฒนายั่งยืนแล้ว บริษัทที่มีประสิทธิภาพ ESG ที่ดีกว่าสามารถปรับปรุงปัญหาข้อจำกัดทางการเงินได้อย่างมีนัยสำคัญ และมีผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีกว่าอีกด้วย (Zhang, Wang, & Dong, 2023)

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดแบบจำลองเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ที่ตั้งสมมติฐานไว้ระหว่างผลการดำเนินงานด้าน ESG ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม (Env) ด้านสังคม (Soc) และด้านการกำกับดูแล (Gov) กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณของข้อมูลโดยใช้แบบจำลองการถดถอยแบบหลายตัวแปรต่อไปนี้

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \varepsilon \quad \dots (1)$$

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \beta_3Env + \varepsilon \quad \dots (2)$$

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \beta_3Soc + \varepsilon \quad \dots (3)$$

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \beta_3Gov + \varepsilon \quad \dots (4)$$

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \beta_3Env + \beta_4Soc + \varepsilon \quad \dots (5)$$

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \beta_3Env + \beta_4Gov + \varepsilon \quad \dots (6)$$

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \beta_3Soc + \beta_4Gov + \varepsilon \quad \dots (7)$$

$$ROA = \beta_0 + \beta_1Lev + \beta_2Share + \beta_3Env + \beta_4Soc + \beta_5Gov + \varepsilon \quad \dots (8)$$

โดยที่ตัวแปรตามในแบบจำลอง ROA คือ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้เพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์สามารถสะท้อนประสิทธิภาพการจัดการในการสร้างรายได้ตามสินทรัพย์ โดยคำนวณโดยการหารรายได้ประจำปีของบริษัทด้วยสินทรัพย์รวม (Kumar &

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

Firoz, 2022) ซึ่งในการศึกษาที่ผ่านมาได้มีการใช้ตัวแปรนี้ในการวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน เช่น Galant and Cadez (2017); Okafor, Adeleye and Adusei (2021); Zahid et al., (2022) เป็นต้น

ส่วนตัวแปรอิสระในแบบจำลองประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรควบคุมทางการเงิน ประกอบด้วย Lev คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ Share คือมูลค่าของส่วนผู้ถือหุ้น และกลุ่มตัวแปรด้านผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ประกอบด้วย Env คือ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้ค่าการแจ้งปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรทั้ง 3 ขอบเขต เป็นตัวแทนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ขอบเขต 1 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรงจากส่วนการผลิต และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท ขอบเขต 2 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากแหล่งพลังงานที่บริษัทซื้อจากภายนอก เช่น ไฟฟ้า และไอน้ำ เป็นต้น และ ขอบเขต 3 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ Soc คือปัจจัยทางด้านสังคมโดยใช้การลาออกโดยสมัครใจของพนักงานเป็นตัวแทน และ Gov คือปัจจัยด้านปัจจัยการกำกับดูแลโดยใช้สัดส่วนของจำนวนกรรมการอิสระต่อกรรมการบริหารเป็นตัวแทนแสดงถึงการสร้างโปร่งใสในการกำกับดูแลการดำเนินการ

สำหรับ  $\beta_0$  คือเงื่อนไขคงที่ซึ่งแสดงถึงค่าของตัวแปรตามเมื่อตัวแปรอิสระทั้งหมดถูกตั้งค่าเป็นศูนย์  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  คือค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโดยประมาณซึ่งแสดงถึงขนาดและทิศทางของผลกระทบที่ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีต่อตัวแปรตามโดยที่ตัวแปรอื่นคงที่ และ  $\varepsilon$  คือค่าเทอมรบกวน (Disturbance Term) รายละเอียดการวัดค่าของตัวแปรแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความหมายและรายละเอียดตัวแปรในแบบจำลอง

| ตัวแปร | ความหมาย  | รายละเอียด  |
|--------|---|---|
| ROA    | อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return On Asset: ROA)                | ตัวแปรตาม (Dependent Variable) สะท้อนถึงผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท โดยใช้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวมเป็นตัวแทน (Proxy) ในการศึกษาซึ่งสอดคล้องกับงานของ Kumar and Firoz (2022)                                |
| Lev    | อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Liabilities To Assets Ratio: L/A) | อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ อัตราส่วนนี้สามารถสะท้อนถึงความมั่นคงทางการเงินของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Siwiec and Karkowska (2024)   |
| Share  | ส่วนของผู้ถือหุ้น (Share holders)                               | ส่วนของผู้ถือหุ้น คือมูลค่าในส่วนของเจ้าของของบริษัทเป็นองค์ประกอบทางการเงินที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดรายได้ โดยจะคำนวณจากกำไรที่มูลค่าของส่วนผู้ถือหุ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Wei and Zhu (2023)           |
| Env    | ตัวแทนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)                       | การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรรวมทั้ง 3 ขอบเขต การศึกษานี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy) เป็นตัวแทน(Proxy) โดยมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อบริษัทมีการรายงานในแบบรายงานเดียว (แบบ 56-1 One Report) และมีค่าเท่ากับ 0 ในกรณีอื่นนอกจากนี้ |



---

**ตารางที่ 1 (ต่อ)**


---

| ตัวแปร | ความหมาย                                  | รายละเอียด   |
|--------|---|--|
| Soc    | ตัวแทนปัจจัยด้านสังคม (Social)            | สัดส่วนพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ (Turnover Rate) การศึกษานี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy) เป็นตัวแทน (Proxy) โดยมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อบริษัทมีพนักงานลาออกโดยสมัครใจเท่ากับหรือต่ำกว่าร้อยละ 20 และและมีค่าเท่ากับ 0 ในกรณีอื่นนอกจากนี้ |
| Gov    | ตัวแทนปัจจัยด้านการกำกับดูแล (Governance) | สัดส่วนของจำนวนกรรมการอิสระ (Independent Directors) เทียบกับจำนวนคณะกรรมการบริษัท (Board of Directors) แสดงถึงการสร้างความโปร่งใสในการกำกับดูแลการดำเนินงาน  |

---

**สมมติฐานการวิจัย**

สมมติฐานการศึกษาคือ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านการกำกับดูแลของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารส่งผลบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท

**วิธีดำเนินการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลของบริษัทที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารนับจนถึงรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 จำนวนทั้งสิ้น 68 บริษัท ส่วนกลุ่มตัวอย่างคือบริษัทที่ส่งรายงานที่เป็นแบบรายงานเดี่ยว (แบบ 56-1 One Report) รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ที่มีข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล จำนวนทั้งสิ้น 60 บริษัท เหตุผลเบื้องต้นในการใช้ข้อมูลรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ปรับเกณฑ์รวมแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปี (แบบ 56-2) ให้เป็นแบบรายงานเดี่ยว (แบบ 56-1 One Report) เพื่อลดภาระการจัดทำและจัดส่งรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียน โดยบริษัทจดทะเบียนต้องนำส่งแบบ 56-1 One Report' ต่อ ก.ล.ต. ภายใน 3 เดือนนับแต่วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชี ทั้งนี้แบบ 56-1 One Report จะเริ่มใช้บังคับกับรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ที่บริษัทจดทะเบียนต้องจัดทำและเผยแพร่ในปี 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การสร้างแบบจำลองเชิงเส้น (Linear Equation) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลของบริษัทที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินเป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบรายงานเดี่ยว (แบบ 56-1 One Report) รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2567)

---

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่กำหนดในแบบจำลองจะทำการทดสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ที่เกิดจากตัวแปรอิสระ (Independent Variables) มีความสัมพันธ์กันทำให้ไม่สามารถบ่งชี้ได้ถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่กำหนดในแบบจำลองที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร หลังจากนั้นจะนำตัวแปรอิสระที่ไม่มีปัญหาดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการถดถอยเชิงเส้นเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่กำหนดโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

## ผลการวิจัย

ลักษณะของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารมีขนาดที่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาจากขนาดของสินทรัพย์รวมพบว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24,533.68 ล้านบาท และเมื่อเปรียบเทียบขนาดของบริษัทจากสินทรัพย์รวมพบว่าบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมน้อยที่สุดเท่ากับ 726.54 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทที่มีขนาดใหญ่ที่สุดมีสินทรัพย์รวมสูงถึง 842,680.62 ล้านบาท ในขณะที่หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นมูลค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมพบว่ามีค่าเฉลี่ยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงถึง 247,210.63 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า การดำเนินงานด้านสังคมตามตัวบ่งชี้แนวทางการมุ่งใจและรักษาบุคคลที่มีความสามารถพบว่าค่าเฉลี่ยในการลาออกของแรงงานโดยสมัครใจมีค่าสูงถึงร้อยละ 21.80 เมื่อเทียบกับจำนวนแรงงานทั้งหมดของบริษัท สำหรับการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของกรรมการอิสระและต่อกรรมการรวมพบว่ามีส่วนของกรรมการอิสระต่อกรรมการรวมทั้งหมดสูงร้อยละ 40 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ลักษณะทั่วไปผลการดำเนินงานด้านการเงิน สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล

| ผลการดำเนินงาน                                | $\bar{X}$  | ค่าต่ำสุด | ค่าสูงสุด    | S.D.       |
|---|------------|-----------|--------------|------------|
| -กำไรสุทธิ (ล้านบาท)                          | 861.20     | 9.29      | 13,028.26    | 1,986.15   |
| -สินทรัพย์ (ล้านบาท)                          | 24,533.68  | 726.54    | 842,680.62   | 109,803.79 |
| -หนี้สินรวม (ล้านบาท)                         | 9,393.98   | 6.25      | 256,052.65   | 34,982.16  |
| -ส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)                  | 8,556.79   | 275.44    | 215,066.99   | 28,430.71  |
| -การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (tCO <sub>2</sub> eq) | 247,210.63 | 75.39     | 4,995,761.00 | 954,242.19 |
| -สัดส่วนพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ (%)         | 21.80      | 1.00      | 61.32        | 14.93      |
| -จำนวนกรรมการอิสระ (คน)                       | 4.22       | 3         | 7            | 0.99       |
| -จำนวนกรรมการรวม (คน)                         | 9.90       | 7         | 15           | 2.06       |

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) กับผลการดำเนินงานทางการเงินตามแบบจำลองที่กำหนดนั้น ในเบื้องต้นได้ทำการทดสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระในแบบจำลอง ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของตัวแปรอิสระอยู่ในระดับต่ำ (Correlation<0.8) จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่กำหนดในแบบจำลองไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เมตริกซ์สหสัมพันธ์ตัวแปรอิสระของแบบจำลอง

|       | L/A     | Share  | Env    | Soc   | Gov   |
|-------|---------|--------|--------|-------|-------|
| L/A   | 1.000   |        |        |       |       |
| Share | -0.1.80 | 1.000  |        |       |       |
| Env   | -0.288* | 0.229  | 1.000  |       |       |
| Soc   | 0.040   | -0.098 | 0.000  | 1.000 |       |
| Gov   | -0.289* | -0.240 | 0.282* | 0.154 | 1.000 |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์การถดถอยของแบบจำลอง กำหนดให้แบบจำลองที่ 1 พิจารณาการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการเงินที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทโดยใช้ ส่วนแบบจำลองที่ 2 ถึงแบบจำลองที่ 8 เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางด้านการเงินร่วมกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) โดยพิจารณาองค์ประกอบในแต่ละด้านของ ESG และองค์ประกอบทั้งหมดว่ามีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทในทิศทางใดโดยใช้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เป็นตัวแทน (proxy) สะท้อนความมีผลการดำเนินงานทางการเงิน

ผลการศึกษาจากค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (Coefficient of Determination) หรือค่า  $R^2$  พบว่าตัวแปรอิสระในแบบจำลองสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินได้ตั้งแต่ร้อยละ 20.5 (แบบจำลองที่ 1) จนถึงร้อยละ 56.6 (แบบจำลองที่ 8) ดังตารางที่ 4

การพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรทางการเงินที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (L/A) ที่เพิ่มสูงขึ้นจะทำให้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ลดลง เนื่องจากการมีหนี้สินที่มากขึ้นอาจส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินของบริษัทสูงขึ้น ซึ่งลดกำไรสุทธิของบริษัทเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ทั้งหมด ในขณะที่ตัวแปรมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้น (Share) เพิ่มสูงขึ้นจะทำให้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ลดลง ซึ่งปรากฏในแบบจำลองที่ 2 และ แบบจำลองที่ 5 ทั้งนี้เป็นไปได้ว่าหากส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นโดยมาจากการออกหุ้นใหม่ การเพิ่มทุน หรือผลกำไรที่สะสมมา แต่ไม่มีการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ที่สร้างรายได้หรือกำไรเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่า การเพิ่มทุนนี้อาจทำให้ผลตอบแทนที่ได้จากสินทรัพย์ลดลง ส่วนในแบบจำลองอื่นนั้นตัวแปรดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยปัจจัยกำหนดผลการดำเนินงานทางการเงิน

| ตัวแปร        | แบบจำลอง  |           |           |           |           |          |           |          |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|
|               | 1         | 2         | 3         | 4         | 5         | 6        | 7         | 8        |
| ค่าคงที่      | 23.597    | 23.221    | 17.785    | 14.077    | 17.549    | 15.476   | 10.378    | 11.781   |
| (Constant)    | (4.145)   | (4.354)   | (3.445)   | (2.449)   | (3.696)   | (2.762)  | (2.015)   | (2.387)  |
| อัตราส่วน     | -15.054** | -12.051** | -15.399** | -10.067** | -12.507** | -8.811** | -11.127** | -9.846** |
| หนี้สินต่อ    | (-3.758)  | (-3.104)  | (-4.392)  | (-2.607)  | (-3.748)  | (-2.329) | (-3.258)  | (-2.992) |
| สินทรัพย์     |           |           |           |           |           |          |           |          |
| (L/A)         |           |           |           |           |           |          |           |          |
| ส่วนของผู้ถือ | -0.924    | -1.266*   | -0.701    | -0.226    | -1.035*   | -0.591   | -0.135    | -0.509   |
| หุ้น (Share)  | (-1.452)  | (-2.087)  | (-1.255)  | (-0.374)  | (-1.977)  | (-0.970) | (-0.253)  | (-0.963) |

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| ตัวแปร                     | แบบจำลอง |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|----------------------------|----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                            | 1        | 2                  | 3                  | 4                  | 5                  | 6                  | 7                  | 8                  |
| สิ่งแวดล้อม<br>(Env)       |          | 4.757**<br>(2.998) |                    |                    | 4.569**<br>(3.350) | 3.373**<br>(2.174) |                    | 3.466**<br>(2.574) |
| สังคม(Soc)                 |          |                    | 6.254**<br>(4.294) |                    | 6.118**<br>(4.566) |                    | 5.529**<br>(4.118) | 5.581**<br>(4.364) |
| การกำกับ<br>ดูแล (Gov)     |          |                    |                    | 6.282**<br>(3.714) |                    | 5.182**<br>(3.023) | 5.331**<br>(3.531) | 4.193**<br>(2.787) |
| R <sup>2</sup>             | 0.205    | 0.315              | 0.402              | 0.362              | 0.503              | 0.413              | 0.512              | 0.566              |
| Adjusted<br>R <sup>2</sup> | 0.177    | 0.278              | 0.370              | 0.328              | 0.467              | 0.370              | 0.477              | 0.525              |
| F-Statistic                | 7.374    | 8.602              | 12.567             | 10.618             | 13.953             | 9.675              | 14.474             | 14.089             |
| Observatio                 | 60       | 60                 | 60                 | 60                 | 60                 | 60                 | 60                 | 60                 |

ns

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในแต่ละด้านของ ESG มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม (Env) ที่ใช้ตัวแปรการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท พบว่า การแจ้งผลการดำเนินงานในการจัดการก๊าซเรือนกระจกต่อสาธารณชนจะทำให้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เพิ่มขึ้น ในขณะที่องค์ประกอบทางด้านสังคม (Soc) ซึ่งใช้ตัวชี้วัดทางการเงินและรักษาบุคคลที่มีความสามารถโดยพิจารณาจากอัตราการลาออกโดยสมัครใจพบว่าหากอัตราการลาออกโดยสมัครใจอยู่ในระดับร้อยละ 20 หรือต่ำกว่าจะทำให้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับองค์ประกอบด้านการกำกับดูแล (Gov) ที่ใช้ค่าเฉลี่ยของกรรมการอิสระและต่อกรรมการรวมพบว่าสัดส่วนของกรรมการอิสระต่อกรรมการรวมที่เพิ่มสูงขึ้นจะทำให้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในด้านการมีธรรมาภิบาล โดยบริษัทต้องมีกรรมการอิสระอย่างน้อยหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมดแต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน และมีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 3 คน ซึ่งคุณสมบัติของกรรมการอิสระจะต้องถือหุ้นไม่เกิน 1% ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทพบว่าสอดคล้องกับสมมติฐานหลักของการศึกษาที่กำหนด

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การถดถอยของแบบจำลองที่พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ที่เพิ่มสูงขึ้นจะทำให้อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวมลดลงสอดคล้องกับการศึกษาของ Wei and Zhu (2023) นอกจากนี้ยังมีเหตุผลที่สำคัญคืออัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่ออัตราส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวมลดลงเนื่องมาจากหลายสาเหตุ อาทิ ต้นทุนดอกเบี้ยที่สูงขึ้นทำให้บริษัทต้องจ่ายดอกเบี้ยมากขึ้นเป็นผลให้กำไรสุทธิ

ของบริษัทลด รวมถึงการมีหนี้สินมากขึ้นอาจเพิ่มความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจหากบริษัทไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ตามเป้าหมายจะทำให้เกิดปัญหาการชำระหนี้ได้

ในส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีขึ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยการดำเนินงานทางด้านสิ่งแวดล้อมโดยการรายงานการจัดการก๊าซเรือนกระจกต่อสาธารณะเช่นเดียวกับการศึกษาของ Xu and Zhu (2024); Huijgevoort (2017) และมีความสอดคล้องกับ Wei and Zhu (2023) ที่อธิบายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยผ่านการใช้งลังงาน แสดงถึงความตั้งใจในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกันการจัดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมักมาพร้อมกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน และช่วยลดต้นทุนระยะยาว รวมถึงเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักลงทุนและลูกค้าที่คำนึงถึงความยั่งยืน ส่วนการดำเนินงานทางด้านสังคมโดยพยายามลดอัตราการลาออกของพนักงานโดยสมัครใจนั้นสอดคล้องกับการศึกษาของ Wei and Zhu (2023) ที่อธิบายการรักษาพนักงานด้วยการสร้างเพิ่มสวัสดิการและความพอใจของแรงงาน เนื่องจากการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและการลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการสรรหาและฝึกอบรมพนักงานใหม่ซึ่งส่งผลดีต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและกำไรสุทธิของบริษัท สำหรับการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลนั้นมีความสอดคล้องกับ Ramić (2019); Wei and Zhu (2023); Xu and Zhu (2024) ที่อธิบายการสร้างความปลอดภัยด้วยการปรับโครงสร้างของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ได้พบความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยการเพิ่มสัดส่วนของกรรมการอิสระต่อกรรมการรวมทั้งหมดย่อมเป็นผลดีต่อบริษัทเนื่องจากกรรมการอิสระมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการ ช่วยเพิ่มความโปร่งใส และลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการที่ไม่เหมาะสมหรือขัดผลประโยชน์ ซึ่งส่งผลดีต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและกำไรสุทธิของบริษัทในที่สุด

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการศึกษาที่แสดงถึงผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดีของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผลการดำเนินงาน ESG สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจากการที่ลูกค้าและผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีจริยธรรมมากขึ้น รวมถึงการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นเนื่องจากนักลงทุนสถาบันและกองทุน ESG สนใจลงทุนในบริษัทที่มีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน นอกจากนี้การใช้งลังงานหมุนเวียน ลดของเสีย และการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยลดต้นทุนและความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ ท้ายที่สุดยังสามารถสร้างความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทที่ได้เห็นถึงความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า นักลงทุน และชุมชน

ดังนั้นหากบริษัทต่างๆในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้มีการปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) ให้ได้อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ในระยะยาวกับองค์กรทั้งการสร้างโอกาสและเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับจากนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันรวมถึงการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมถึงเป็นการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทที่คำนึงถึงประเด็น ESG แก่ักลงทุนเพื่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลจากแบบรายงานเดี่ยว (แบบ 56-1 One Report) รอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ซึ่งเป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (cross sectional data) โดยข้อมูลประเภทนี้มีข้อจำกัดในการใช้พยากรณ์ (forecasting) เนื่องจากลักษณะเฉพาะของข้อมูลมีการเก็บข้อมูลจากจุดเวลาเดียวซึ่งทำให้ไม่สามารถทราบถึงความเปลี่ยนแปลงตามเวลาได้ เช่น การเติบโต การลดลง หรือแนวโน้มต่างๆ ที่สำคัญในการพยากรณ์แนวโน้มในอนาคต ดังนั้น การศึกษาในอนาคตหากมีข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีคาบเวลามากเพียงพอจากตลาดหลักทรัพย์โดยอาจใช้ระยะเวลา 5 ปี แล้วจะทำให้ลดความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ระยะยาวหรือการคาดการณ์ในอนาคตได้ นอกจากนี้ตัวชี้วัดในด้านการผลการดำเนินงานทางการเงินที่ใช้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) แล้ว ยังสามารถใช้ Tobin's Q หรือ อัตราส่วนระหว่างราคาหรือมูลค่าของบริษัทในตลาดหุ้นกับต้นทุนของสินทรัพย์เป็นตัวแปรตามในแบบจำลองได้

### เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2567). *SET ESG Ratings*, สืบค้น 28 มีนาคม พ.ศ. 2567 จาก <https://setsustainability.com/ESG-ratings>
- Barnett, M. L. & Salomon, R. M. (2012). Does it pay to be really good? addressing the shape of the relationship between social and financial performance. *Strategic Management Journal*, 33(11), 1304–1320.
- Ermakova, E. P. & Vildanova, M. M. (2022). *ESG Banking: A Fundamental Component of Sustainable Development, or Development Without Prejudice to the Future of Russia, Geo-Economy of the Future*. New York: Springer.
- Finger, M. & Rosenboim, M. (2022). Going ESG: The economic value of adopting an ESG policy. *Sustainability*, 14(21), 13917.
- Friedman, M. (1970, September 13). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 173–178.
- Fu, T. & Li, J. (2023). An empirical analysis of the impact of ESG on financial performance: the moderating role of digital transformation. *Front. Environ. Sci*, 11, 1256052. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1256052>
- Galant, A. & Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship: a review of measurement approaches. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 676–693. doi: 10.1080/1331677X.2017.1313122.
- Godfrey, P. C. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: a risk management perspective. *The Academy of Management Review*, 30(4), 777-798.
- Hou, M., Liu, H., Fan, P., & Wei, Z. (2016). Does CSR Practice Pay off in East Asian Firms? A Meta-Analytic Investigation. *Asia Pacific Journal of Management*, 33, 195-228. <https://doi.org/10.1007/s10490-015-9431-2>

- 
- Huijgevoort, J. V. (2017). *The relationship between ESG-factors and the corporate financial performance. A study for European small capitalization firms.* (Master Thesis). Netherland: Universiteit Van Tilburg.
- Inderst, G. & Stewart, F. (2018). *Incorporating Environmental, Social and Governance (ESG) Factors into Fixed Income Investment.* Washington: World Bank Group publication.
- Jensen, M. C. (2002). Value Maximization, Stakeholder Theory, and The Corporate objective Function. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 235–256.
- Kumar, P. & Firoz, M. (2022). Does Accounting-based Financial Performance Value Environmental, Social and Governance (ESG) Disclosures? A detailed note on a corporate sustainability perspective. *Australasian Business, Accounting and Finance Journal*, 16(1), 41–72.
- McGuire, J. B., Sundgren, A., & T. Schneeweis. (1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 31(4), 854–872.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?. *Strategic Management Journal*, 21(5), 603–609.
- Okafor, A., Adeleye, B. N. & Adusei, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from U.S tech firms'. *Journal of Cleaner Production*, 292, 126078. doi: 10.1016/j.jclepro.2021.126078.
- Palmer, K., Oates, W. E., & Portey, P.R., (1995). Tightening environmental standards: the benefit-cost or the no-cost paradigm?. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 119-132.
- Ramić, H. (2019). *Relationship between ESG performance and financial performance of companies: an overview of the issue.* (Master Thesis). Switzerland: University of Lausanne.
- Siwiec, K. & Karkowska, R. (2024). Relationship between ESG and Financial Performance of Companies in the Central and Eastern European Region. *Central European Economic Journal*, 11(58), 178-199.
- Tamimi, N. & Sebastianelli, R. (2017). Transparency among S&P 500 companies: an analysis of ESG disclosure scores. *Management Decision*, 55(8), 1660–1680.
- Wang, Z., & Sarkis, J. (2017). Corporate social responsibility governance, outcomes, and financial performance. *Journal of Cleaner Production*, 162, 1607-1616.
- William, J. (1991). *Perfect Markets and Easy Virtue: Business Ethics and the Invisible Hand (Mitsui Lectures in Economics).* Oxford: Blackwell.
- Xu, Y. & Zhu, N. (2024). The Effect of Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance on Corporate Financial Performance in China: Based on the Perspective of Innovation and Financial Constraints. *Sustainability*, 16(8), 3329. <https://doi.org/10.3390/su16083329>
-

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

---

Wei, Y & Zhu, B. (2023). *How Does ESG Impact Firms' Financial Performance: Empirical evidence from European companies*. (Master Thesis). Sweden: Lund University

Zahid, R. M. A., Khan, M. K., Anwar, W., & Maqsood, U. S. (2022). The role of audit quality in the ESG-corporate financial performance nexus: Empirical evidence from Western European companies. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 200–212.

Zhang, D., Wang, C., & Dong, Y. (2023). How Does Firm ESG Performance Impact Financial Constraints? An Experimental Exploration of the COVID-19 Pandemic. *The European Journal of Development Research*, 35(1), 219–239.



## การพัฒนาประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็น ของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตรและอาหารในประเทศไทย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 28 กุมภาพันธ์ 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 28 มีนาคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 21 เมษายน 2568

ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์\* และ

สรพล บุรณกุล

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

### บทคัดย่อ

โซ่อุปทานความเย็นมีความสำคัญต่อการลดความสูญเสียอาหาร ผักและผลไม้ ซึ่งเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย การสูญเสียเกิดขึ้นตั้งแต่การเพาะปลูกของเกษตรกร การขนส่ง และการบริโภค การสูญเสียอาหารรวมทั้งคุณภาพของสินค้าเกษตรที่ต่ำกว่ามาตรฐานโดยเฉพาะด้านโภชนาการส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการสูญเสียของทรัพยากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ระบบทำความเย็นจึงถูกนำมาใช้ตลอดโซ่อุปทานและมีการพัฒนาโซ่อุปทานความเย็นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตรและอาหารในประเทศไทยที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า วิธีการจัดเก็บและการกระจายสินค้าที่ดี ความร่วมมือในโซ่อุปทาน และการจัดการความยืดหยุ่นของโซ่อุปทานที่ดีจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานความเย็น ทั้งนี้แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันโดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจโซ่อุปทานความเย็นควรพัฒนาด้านการจัดเก็บและกระจายสินค้าที่ดี มีแนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามมาตรฐาน มีระบบการจัดการคุณภาพและมีการเฝ้าระวังที่ดี ความร่วมมือและความยืดหยุ่นของโซ่อุปทานควรกำหนดเป้าหมายชัดเจน รวมถึงการบูรณาการทางเทคโนโลยีที่จะสนับสนุนให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ขณะที่การดำเนินงานควรส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

**คำสำคัญ:** ประสิทธิภาพของโซ่อุปทานความเย็น ธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตรและอาหาร

### วิธีการอ้างอิง:

ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ และสรพล บุรณกุล. (2568). การพัฒนาประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตรและอาหารในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 7(2), 117-127.

\* ผู้ประสานงานหลัก: piyaj.2567@gmail.com

## Enhancing the Efficiency of Cold Supply Chain for Agricultural and Food Logistics Providers in Thailand

Received: February 28, 2025

Revised: March 28, 2025

Accepted: April 21, 2025

*Piyachat Jarutirasam* \* and

*Sorapol Buranakul*

Logistics and Supply Chain College, Sripatum University

### Abstract

The cold supply chain plays a crucial role in minimizing food losses, particularly for perishable goods such as fruits and vegetables. These losses occur throughout the supply chain, from agricultural production and transportation to final consumption. Food wastage, coupled with substandard agricultural product quality especially in terms of nutritional value negatively impacts the economy and leads to inefficient resource utilization. Consequently, cold chain logistics have been developed and continuously optimized to enhance supply chain efficiency. This study aimed to propose strategies for improving the efficiency of cold supply chains in Thailand's agricultural and food logistics sector, aligning with the current industry landscape. The findings revealed that effective storage and distribution practices, strong supply chain collaboration, and well-structured supply chain flexibility contributed significantly to overall performance enhancement. To achieve this, cold supply chain operators should focus on optimizing storage and distribution systems, implementing standardized operating procedures, establishing comprehensive quality management frameworks, and strengthening monitoring mechanisms. Moreover, supply chain collaboration and flexibility should be strategically defined with clear objectives, while the integration of advanced technologies can foster long-term business sustainability. Additionally, operations should be designed to minimize social and environmental impacts, ensuring a balance between business growth and sustainability.

**Keywords:** Cold supply chain efficiency, Agricultural and food logistics providers

### Cite this article as:

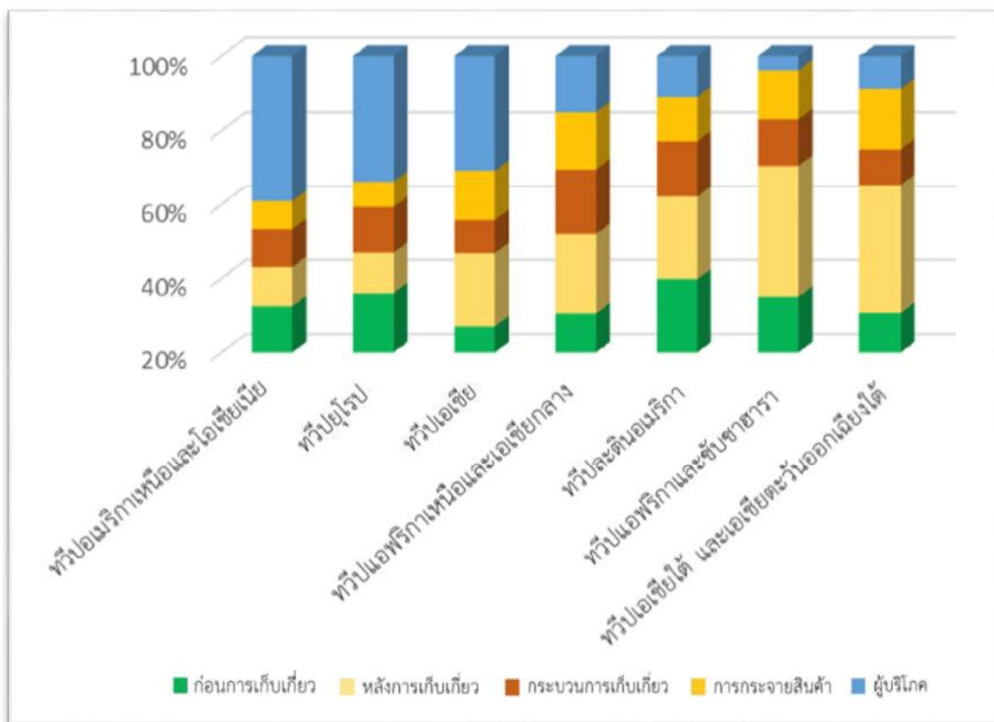
Jarutirasarn, P. & Buranakul, B. (2025). Enhancing the Efficiency of Cold Supply Chain for Agricultural and Food Logistics Providers in Thailand. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 117-127.

---

\* Corresponding Author: piyaj.2567@gmail.com

## บทนำ

ตลาดโซ่อุปทานความเย็นของประเทศไทยมีความพร้อมที่จะขยายตัวในอนาคตอันใกล้ ซึ่งคาดว่าจะระหว่างปีพุทธศักราช 2566 ถึง 2570 มีมูลค่าการตลาดมากขึ้น ประเมินได้ประมาณ 358.49 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (Reportlinker, 2023) แนวโน้มตลาดอาหารในประเทศไทยและการส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ผู้บริโภคต้องการอาหารที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น เพิ่มคุณภาพของการบริการด้านสุขภาพโดยเฉพาะการเก็บรักษาและวัคซีน รวมทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโซ่อุปทานความเย็น โดยที่เป้าหมายของโซ่อุปทานความเย็นคือลดการสูญเสียอาหารที่เกิดขึ้นกับทุกประเทศทั่วโลกโดยเฉพาะการสูญเสียและสูญเสียเปล่าของอาหารที่เกิดจากการกระจายสินค้า (ดังภาพที่ 1) ผู้ประกอบการจึงต้องวางแผนพัฒนางานและองค์กรให้มีความยืดหยุ่นสอดคล้องและรองรับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น



**ภาพที่ 1** การสูญเสียและสูญเสียเปล่าของอาหารต่อหัวต่อกิโลกรัมต่อปี จำแนกตามภูมิภาคทั่วโลก  
ที่มา: The Global Education Project (2024)

การจัดการโซ่อุปทานความเย็นสามารถเพิ่มโอกาสในการค้าและรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรม การส่งออก ช่วยยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตรและอาหารได้มากยิ่งขึ้น (Egilmez, 2018; Comes, Bergtora Sandvik, & Van de Walle, 2018) สอดคล้องกับศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) ที่กล่าวถึงความร่วมมือว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน พ.ศ. 2565-2569 ขององค์การสหประชาชาติ มีเป้าหมายหลักประการหนึ่งคือ การลดขยะอาหารที่เกิดจากการจำหน่ายและการบริโภคทั่วโลก เนื่องจากการสูญเสียอาหารมีความสำคัญต่อความมั่นคงทางด้านอาหารขณะที่ประชากรโลกบางกลุ่มขาดแคลนอาหาร

## วัตถุประสงค์ของบทความ

เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นของธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์สินค้าเกษตรและอาหารในประเทศไทยที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

## เนื้อหาของบทความ

การสูญเสียอาหารส่วนใหญ่เกิดขึ้นในประเทศที่ยังไม่พัฒนา เนื่องจากขาดความรู้ งบประมาณ และเทคโนโลยีที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพของการผลิต ขาดการปฏิบัติด้านการเก็บรักษาที่เป็นไปตามมาตรฐาน การขนส่งซึ่งมีต้นทุนสูง ทั้งนี้โซ่อุปทานความเย็นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สำหรับสินค้าอาหาร เช่น กล้วย พืชหัว ผลไม้และผัก เนื้อสัตว์ ปลา อาหารทะเลและนม มีการสูญเสียในอัตราร้อยละ 15-30 ระหว่างการเก็บเกี่ยว การแปรรูป การขนส่งและการจัดเก็บ (Fox & Peters, 2022) เนื่องจากอากาศร้อน เกษตรกรไม่มีระบบการควบคุมความเย็นและถูกกระทบและกีดกันจากการจัดเรียง การขนถ่าย การลำเลียงไม่เหมาะสม การจัดเก็บที่ไม่ดีพอ ขาดการอ่าน การบันทึกและการตรวจสอบอุณหภูมิ ไม่มีวัสดุปกคลุมหรือป้องกันแสงแดด อีกทั้งเกษตรกรและพ่อค้ามองว่าการทำระบบควบคุมความเย็นเป็นการเพิ่มต้นทุน (Mark Mitchell, 2021) ทำให้การจัดการโซ่อุปทานพืชผักไม่เป็นไปตามมาตรฐานส่งผลต่อคุณภาพสินค้า การผลิต การพยากรณ์ และการจัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้ ปัญหาของโซ่อุปทานความเย็นที่ขาดประสิทธิภาพ (Centobelli, Cerchione, & Ertz, 2021) ได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ขาดโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ จำนวนห้องเย็นไม่เพียงพอ ขาดแคลนผู้ให้บริการห้องเย็น ไฟฟ้าและน้ำไม่เพียงพอ 2) เทคโนโลยี เช่น ขาดความตระหนักเรื่องการใช้เทคโนโลยี 3) ความรู้ ได้แก่ ขาดวิธีการทางวิทยาศาสตร์ทางการเก็บเกี่ยว ขาดวิธีการแปรรูปและการบรรจุที่ทันสมัย ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านโซ่อุปทานความเย็น การศึกษาที่ไม่เพียงพอของเกษตรกร ขาดความรู้ด้านลูกค้า การฝึกอบรมที่ไม่เพียงพอ 4) การจัดการ เช่น ต้นทุนสูง การตรวจสอบย้อนกลับไม่เหมาะสม การจัดการที่ไม่เหมาะสม 5) ความร่วมมือ เช่น ขาดการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กรและระหว่างองค์กร 6) มาตรฐานกฎระเบียบ เช่น ขาดมาตรฐานและกฎระเบียบของรัฐบาล 7) โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นไม่ครอบคลุม และ 8) การจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารที่ไม่เหมาะสม

Xu and Tang (2022) ได้วิเคราะห์ประเมินช่องว่างของโซ่อุปทานความเย็นไว้หลายประเด็นซึ่งควรได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานความเย็น ได้แก่ 1) ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บและขนส่งสูงเกินไป ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานสูง 2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์และอายุการเก็บรักษาหลังการเก็บเกี่ยว มีข้อจำกัดในการตรวจสอบทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ 3) ทรัพยากรมนุษย์ ความรู้ด้านโซ่อุปทานความเย็นของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ พนักงานขาดความรู้ทางวิชาชีพเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานความเย็น เช่น การจัดการขนส่งที่ไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอ การวางแผนเส้นทางที่ไม่สมเหตุสมผล ความสามารถในการทำนายและป้องกันภัยพิบัติทางธรรมชาติส่งผลให้การบริการมีประสิทธิภาพต่ำ 4) การตรวจสอบย้อนกลับ ต้องพัฒนาการใช้งานด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจอัตโนมัติระหว่างองค์กร (Electronic Data Interchange: EDI), การประยุกต์การใช้ RFID (Radio Frequency Identification) 5) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการทำงานและช่วยตัดสินใจในการลงทุนใหม่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมจะเกี่ยวข้องกับต้นทุน ราคาขายและกำไร ซึ่งเป็นผลมาจากการวางแผนงาน การใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่า การลดค่าใช้จ่าย การรักษามาตรฐานลูกค้า 6) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก การควบคุมอุณหภูมิไม่เพียงพอ

การควบคุมอุณหภูมิการขนส่งที่ไม่เหมาะสม ขาดอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโซ่อุปทานความเย็น การบริการจากภาครัฐและที่เกี่ยวข้องจึงต้องมีการพัฒนาด้านนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือต่าง ๆ เช่น ระบบการควบคุม ติดตามและแจ้งเตือน เป็นต้น และ 7) การแบ่งปันข้อมูลไม่ราบรื่น ขาดความร่วมมือและการสื่อสารการตลาดต่ำซึ่งควรอาศัยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้าและพันธมิตร

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า โซ่อุปทานความเย็นต้องพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตามแรงผลักดันที่แวดล้อมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jorgen, Karin, Hanna and Tova (2021) กล่าวว่า การพัฒนาทางเทคโนโลยี การแข่งขันทางการตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น บรรลุจุดแข็งที่ทันสมัย ระบบการสั่งซื้อที่ได้รับการปรับปรุง ราคาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขนส่งที่รวดเร็วช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานความเย็น ทั้งนี้สิ่งที่ต้องพัฒนาของโซ่อุปทานความเย็น ได้แก่ วิธีการจัดเก็บและการกระจายสินค้าที่ดี ความร่วมมือและความยืดหยุ่นในโซ่อุปทาน เป็นต้น

#### แนวทางปฏิบัติงานที่ดีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานความเย็น

โซ่อุปทานความเย็นควรพัฒนาด้านการจัดเก็บสินค้า คลังสินค้าและการบรรจุภัณฑ์ การบำรุงรักษาสินค้าคงคลังที่เหมาะสมสิ่งเหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของคลังสินค้า (Feyisa, Jemal, Aferu, Ejeta, & Endeshaw, 2021) สอดคล้องกับ BRCGS (2024); Societe Generale de Surveillance SA (2024) ได้นำเสนอแนวทางปฏิบัติของโซ่อุปทานความเย็นที่ดีไว้ดังนี้ 1) มาตรฐานการจัดเก็บและการกระจายสินค้าได้ถูกปรับปรุงผ่านกระบวนการจัดการความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตามความเสี่ยง เช่น การจัดจำแนกสินค้าและจัดเก็บตามลักษณะเฉพาะของสินค้า 2) ระบบการจัดการคุณภาพ แบ่งการปฏิบัติงานตามเอกสารและมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีมาตรฐานการใช้งานตามวัตถุประสงค์ มีการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนของการเคลื่อนย้ายและการเก็บรักษาสินค้า 3) อาคารสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้จัดเก็บ ควรมีตำแหน่งที่ตั้งและสภาพแวดล้อมในคลังสินค้าเหมาะสม คลังสินค้าต้องออกแบบ บำรุงรักษาและปฏิบัติตามเอกสารกำกับของสินค้าแต่ละประเภท มีการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น การแสดงฉลากกำกับสินค้า การจัดวางทับซ้อน การป้องกันฝุ่น สิ่งสกปรก ควันของเครื่องยนต์ แมลงหรือสัตว์รบกวน มีพื้นที่ขนถ่ายสินค้าที่เหมาะสม 4) การขนส่งใช้ยานพาหนะเหมาะสมและมีมาตรฐานความปลอดภัย มีเอกสารกำกับสินค้าเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ และ 5) การเฝ้าระวังและควบคุม ควรมีการประเมิน ควบคุมเรื่องความปลอดภัยให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

การปฏิบัติงานด้านความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานความเย็นซึ่งความร่วมมือเป็นการประสานงานระหว่างบุคคลและองค์กรเพื่อให้เกิดความช่วยเหลือ การปฏิบัติงานร่วมกัน การตัดสินใจร่วมกัน การแบ่งปันทรัพยากรระหว่างองค์กรซึ่งเป็นที่พึงประสงค์ของเทคโนโลยี และใช้บุคลากรร่วมกันสร้างสรรค์การทำงานซึ่งอาจร่วมมือกันมากกว่า 2 องค์กร จุดมุ่งหมายของความร่วมมือคือ การเตรียมความพร้อมเพื่อแก้ไขและพัฒนางานหรือออกแบบการทำงานรูปแบบใหม่เพื่อให้องค์กรก้าวหน้าและมีผลกำไร (Nohrstedt & Bynander, 2019) ความร่วมมือช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความสมดุลในการทำงาน เกิดการสื่อสารที่ดี การทำงานเป็นทีม การร่วมกันแก้ปัญหาให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Anderson & Gehart, 2022)

การปฏิบัติงานด้านความยืดหยุ่นเป็นการปฏิบัติงานที่ไม่ยึดติดกับเงื่อนไขใดๆ เพื่อสนองตอบลูกค้าหรือความต้องการของตลาดเพื่อสร้างความก้าวหน้ามั่นคงให้กับองค์กร (Fox & Peters, 2022; Benaglia, Chen, Lu, Tsai, & Hung, 2024) ความยืดหยุ่นของโซ่อุปทานช่วยเตรียมความพร้อมต่อการเผชิญปัญหา รวมทั้งการฟื้นตัวเพื่อไม่ให้ธุรกิจหยุดชะงัก อาจกล่าวได้ว่าความคล่องตัวจะครอบคลุมทั้งเรื่องการทำงานที่รวดเร็ว

ความยืดหยุ่น นวัตกรรม คุณภาพ และการทำกำไร (Tse, Zhang, Akhtar, & Macbryde, 2016); (Ali, Nagalingam, & Gurd, 2018) ดังจะเห็นได้จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้หลายองค์กรหยุดการปฏิบัติงาน และต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเป็นรูปแบบใหม่ Tse et al. (2016) กล่าวว่าความยืดหยุ่นเป็นการเตรียมความพร้อมโดยนำความรู้ที่ทันสมัยมาแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับองค์กร Altexsoft (2024) นำเสนอว่า ความยืดหยุ่นเป็นความสามารถขององค์กรในการคาดการณ์ ตอบสนอง ปรับตัวเพื่อ การเปลี่ยนแปลงและฟื้นตัวจากการหยุดชะงักอันเป็นผลมาจากการเผชิญเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดจากเครือข่ายโซ่อุปทาน เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ วิกฤตเศรษฐกิจ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ หรือสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันอื่นๆ ที่ขัดขวางการไหลเวียนของสินค้า บริการหรือข้อมูล ซึ่งโซ่อุปทานความเย็นมีโอกาเผชิญกับความเสียหายในเรื่องต่างๆ ได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ Sadeghi, Khajeh, Pasban, & Rostamzadeh (2023) อธิบายว่า โซ่อุปทานที่คล่องตัวจะมีการตอบสนอง มีสมรรถนะ มีความเร็วต่อการเปลี่ยนแปลง มีความสามารถในการปรับตัว การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ความยืดหยุ่นในการจัดการขนส่งและการกระจาย ความปลอดภัยและทรัพยากรมนุษย์ การตอบสนองและความยืดหยุ่นต่อความต้องการของลูกค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น การผลิตแบบแยกส่วน (Modular Production) เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดต้นทุน

ดังนั้น การพัฒนาโซ่อุปทานจำเป็นต้องมีการประเมินและการพัฒนาโซ่อุปทานความเย็นแบบบูรณาการ โดยเฉพาะการจัดการโซ่อุปทานความเย็นในประเทศกำลังพัฒนาต้องทำการศึกษาเพื่อผลักดันให้นำโซ่อุปทานความเย็นไปใช้จริงอย่างต่อเนื่องในทุกกิจกรรมของโซ่อุปทาน (Bridgemohan, Mohammed, & Tokala, 2021) และมุ่งศึกษาหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพโซ่อุปทานความเย็นที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน เพื่อให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันรวมถึงการยกระดับการบริการโซ่อุปทานความเย็นให้ขยายขอบเขตได้กว้างขวางครอบคลุมทุกพื้นที่ Sanjivan Saini (2023) และ He (2023) กล่าวว่า การปรับปรุงการปฏิบัติงานใหม่ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีและระบบต่างๆ ในปัจจุบัน เช่น RFID (Radio Frequency Identification), WSN (Wireless Sensor Networks), SCCAF (Smart Cold Chain Automation Framework), BLE (Bluetooth Low Energy), Hardtop System, Spark system, HDFS (Hardtop Distributed File System), RPC (Remote Procedure Call) และ YARN (Yet Another Resource Negotiator) เทคโนโลยีเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพ การตรวจสอบและการควบคุมห้องเย็น และการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผู้ประกอบการอาจตัดแปลงกระบวนการจัดการโซ่อุปทานที่มีอยู่เพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมโซ่อุปทานความเย็น ทุกยุคสมัยจึงมีความคาดหวังต่อเทคโนโลยีในฐานะ “ผู้เล่นเกม” และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการรักษาโซ่อุปทานความเย็นให้คงสภาพได้ยาวนานขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Comes et al. (2018) กล่าวว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่มีศักยภาพในการสร้างเงื่อนไขที่ยืดหยุ่นมากขึ้นในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ตัวอย่าง โซ่อุปทานความเย็นของร้านขายของชำผ่านการเชื่อมต่อระบบเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ (ออนไลน์) ในออสเตรเลียพบว่าการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในกระบวนการตัดสินใจช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการระบุและประเมินความเสี่ยงของโซ่อุปทานความเย็นได้อย่างเป็นระบบทำให้การตัดสินใจง่ายมากขึ้น (Lau, Tsang, Nakandala, & Lee, 2021) ทั้งนี้เทคโนโลยีช่วยให้การปฏิบัติงานของบุคลากรมีความรวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดต้นทุนการดำเนินงาน (BRCS, 2024)

Li, Xie, Li, Cao, Leng and Li (2024) ศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานความเย็นเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหารและการใช้พลังงาน ปัจจุบันอุปกรณ์โลจิสติกส์โซ่อุปทาน

ความเย็นใช้ระบบทำความเย็นด้วยเครื่องยนต์ดีเซลเป็นหลัก ซึ่งมีการใช้พลังงานสูง ต้นทุนอุปกรณ์สูงและมีข้อบกพร่องอื่นๆ อีก ส่วนเทคโนโลยีห้องเย็นแบบเปลี่ยนเฟส (Phase Change Material-PCM Cooling Technology) การรวมกันของเทคโนโลยีห้องเย็นแบบเปลี่ยนเฟสและอุปกรณ์โลจิสติกส์โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็นสามารถลดต้นทุนการขนส่ง การใช้พลังงานและการปล่อยมลพิษได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยวิธีการรักษาอุณหภูมิให้คงที่ในระหว่างการเปลี่ยนเฟส ทำให้สามารถรักษาอุณหภูมิทั้งกระบวนการได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งส่งผลต่อการยืดเวลาการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์สดให้นานขึ้น ทำให้สรุปได้ว่า การพัฒนาของเทคโนโลยีห้องเย็นและโลจิสติกส์โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็น รวมทั้ง การนำเสนอปัญหาที่ต้องแก้ไขเพื่อส่งเสริมการพัฒนาประสิทธิภาพห้องเย็นมีความสำคัญจึงควรศึกษาวิจัยให้ต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่า มีการทบทวนการประยุกต์ใช้วัสดุเปลี่ยนเฟสในโลจิสติกส์ โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็นผลิตภัณฑ์สด คลังสินค้าแช่เย็น รถบรรทุกขนส่งโซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็น ตู้คอนเทนเนอร์เย็น และกล่องเก็บความเย็น ตามลำดับ โดยที่เทคโนโลยีห้องเย็นแบบพาสซีฟและแอคทีฟซึ่งทั้ง 2 แบบแตกต่างกันในเรื่องวัสดุที่ใช้ สำหรับอุปกรณ์โลจิสติกส์โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็นที่รวมวัสดุเปลี่ยนเฟสเข้าด้วยกันตามลำดับ สุดท้ายนี้ จะมีการสรุปและคาดการณ์จุดมุ่งเน้นการวิจัยในอนาคต บทความนี้มีความสำคัญและมีคุณค่าอย่างยิ่งในการส่งเสริมนวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีห้องเย็นแบบเปลี่ยนเฟสในโลจิสติกส์โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็น การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและคุณภาพของโลจิสติกส์โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็น และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนและต้นทุนของโลจิสติกส์โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็น โดยรวมแล้วการออกแบบ การปรับปรุงและการบำรุงรักษาห้องเย็นต้องมีการจัดการโซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็นที่ผสมผสานความรู้ทางทฤษฎีเข้ากับข้อมูลเชิงลึกเชิงปฏิบัติที่ทำให้โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการแบ่งปันผ่านการฝึกอบรมทั่วทั้งระบบและเป็นการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องจะช่วยเพิ่มระดับความไว้วางใจในโซ่อุณหภูมิตั้ง่อานทั่วโลก (Pullman & Wu, 2021)

Cao, Yan and Zhang (2017) ศึกษาการประเมินประสิทธิภาพขององค์กรโลจิสติกส์โซ่อุณหภูมิตั้งแต่อุปทานความเย็นของผลิตภัณฑ์การเกษตร ได้คัดเลือกตัวชี้วัดการประเมินผล 5 ด้าน ได้แก่ การเงิน การจัดการโลจิสติกส์ ระดับการให้ข้อมูล การบริการลูกค้าและการพัฒนาศักยภาพของทั้ง 5 ด้าน ทั้งนี้ Trang, Nguyen, Pham, Cao, Thi and Shahreki (2022) กล่าวว่า การวัดประสิทธิภาพของโซ่อุณหภูมิตั้ง่อานความเย็นสามารถวัดผลที่กำไร เน้นที่ลูกค้าและเน้นที่สิ่งแวดล้อม Centobelli et al. (2021) นำเสนอแนวทางปฏิบัติของโซ่อุณหภูมิตั้ง่อานความเย็นอาหารที่ยั่งยืนนั้นพบในประเทศที่พัฒนาแล้ว หน่วยงานสิ่งแวดล้อมโลกจำเป็นต้องประเมินแนวทางปฏิบัติและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบใหม่ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของโลจิสติกส์ และในขณะเดียวกันควรใช้เครื่องทำความเย็นที่ประหยัดพลังงานมากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานรักษาคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์ บริษัทควรให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุที่ลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ใช้แหล่งพลังงานเพื่อความยั่งยืน มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ เครื่องจักรเป็นประจำและทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุณหภูมิตั้ง่อานความเย็น อย่างไรก็ตาม Badia-Melis, Mc Carthy, Ruiz-Garcia, Garcia-Hierro and Villalba (2018) กล่าวว่า ไม่มีแนวทางการแก้ปัญหาเดียวที่เหมาะสมกับทุกคน เมื่อพูดถึงการจัดการกับความไร้ประสิทธิภาพของโซ่อุณหภูมิตั้ง่อานความเย็น อย่างไรก็ตามการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุณหภูมิตั้ง่อานความเย็นต้องรวมถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรและความยั่งยืนด้านอื่นๆ ด้วย ส่วนความยั่งยืนคือการพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบันให้คงอยู่เพื่อต่ออายุอนาคตและตอบสนองต่อความต้องการของคนในปัจจุบัน โดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคนรุ่นหลัง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรแบบหมุนเวียน เช่น พลังงาน เป็นต้น

2. ความยั่งยืนขององค์กร เป็นการพัฒนาองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์ พัฒนาการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมเพื่อให้องค์กรดำเนินงานได้เป็นอย่างดี สร้างสมดุลและเน้นการรับประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ต้องคาดการณ์ด้านความเสี่ยงที่แม่นยำและสามารถเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

4. ความยั่งยืนทางอาหาร คือ การหยุดความหิวโหยและความขาดแคลน โดยการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และปลอดภัยเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์และเพียงพอต่อร่างกาย รวมทั้งลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และการลดขยะเศษอาหาร (Food Waste)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบการโซ่อุปทานความยั่งยืนควรใช้กลยุทธ์ความยืดหยุ่นและความร่วมมือเพื่อร่วมกันพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานความยั่งยืน การพัฒนาเทคโนโลยีและใช้เทคโนโลยีร่วมกันตลอดโซ่อุปทานเพื่อให้มีการลงทุนต่ำลงในขณะที่ที่องค์กรเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น

## บทสรุป

การพัฒนาวิธีการจัดเก็บและการกระจายสินค้าที่ดี การพัฒนาความร่วมมือและการจัดการความยืดหยุ่นของโซ่อุปทานความยั่งยืนจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานความยั่งยืนได้มากขึ้น โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องจัดการโซ่อุปทานความยั่งยืนให้บรรลุเป้าหมายในเรื่องต้นทุน เวลา การบริการ และเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การพัฒนาวิธีการจัดเก็บและการกระจายสินค้าที่ดีควรประกอบด้วย การจัดการคุณภาพ อาคารสถานที่และอุปกรณ์ บุคลากร การจัดการเอกสาร การปฏิบัติงาน การขนส่งและการเผื่อระวังและการควบคุม

2. การพัฒนาความร่วมมือของโซ่อุปทานที่ดีควรประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ระหว่างองค์กร การประสานงานที่ดีด้วยความเต็มใจ การขนส่งร่วม

3. การพัฒนาการจัดการความยืดหยุ่นของโซ่อุปทานที่ดีควรประกอบด้วย ความคล่องตัวในการดำเนินงาน การจัดการความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ทั้งนี้ต้องกำหนดเป้าหมายองค์กรให้ชัดเจน ควรออกแบบเทคโนโลยีห้องเย็นให้ประหยัดพลังงานมากขึ้น มีระบบการควบคุมอุปกรณ์เพื่อลดการปล่อยมลพิษ สินค้าที่เน่าเสียง่ายควรนำกลับมาใช้ใหม่ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งนี้การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานต้องให้ความสนใจต่อการตอบสนองลูกค้าโดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่ทำกำไรให้กับองค์กรได้มากที่สุด ทั้งนี้ภาครัฐควรกำหนดนโยบายและมีงบประมาณสนับสนุนเพื่อช่วยสร้างประสิทธิภาพโซ่อุปทานความยั่งยืนให้กับธุรกิจโซ่อุปทาน

## เอกสารอ้างอิง

ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. (2567). *ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ SDGs*. สืบค้น 15 มกราคม 2567, จาก <https://www.sdgmove.com/intro-to-sdgs/>



- 
- Altexsoft. (2024). *Supply Chain Resilience: Strategies and Technologies That Help Manage Risks and Withstand Disruptions*. Retrieved September 26, 2024, <https://www.altexsoft.com/blog/supply-chain-resilience/>.
- Ali, I., Nagalingam, S., & Gurd, B. (2018). A resilience model for cold chain logistics of perishable products. *The International Journal of Logistics Management*, 29(3),922-941.
- Anderson, H. & Gehart, D. R. (2022). *Collaborative-dialogic practice: Relationships and conversations that make a difference across contexts and cultures*. England: Routledge
- Badia-Melis, R., Mc Carthy, U., Ruiz-Garcia, L., Garcia-Hierro, J., & Villalba, J. R. (2018). New trends in cold chain monitoring applications-A review. *Food Control*, 86, 170-182.
- Benaglia, M. F., Chen, M.-H., Lu, S.-H., Tsai, K.-M., & Hung, S.-H. (2024). Improving the pickingefficiency of a cold warehouse to avoid temperature abuse. *The International Journal of Logistics Management*, 35(23), doi: 10.1108/IJLM-01-2023-0044
- BRCGS. (2024). The BRCGS Global Standard for storage and distribution. Retrieved September 26, 2024, from <https://www.brcgs.com/product/global-standard-for-storage-and-distribution-issue-4/p-843/>
- Bridgemohan, P., Mohammed, M., & Tokala, V. Y. (2021). Cooling Requirements of Selected Perishable Crops During Storage. In *Cold Chain Management for the Fresh Produce Industry in the Developing World*. (pp. 19-30). United States: CRC Press.
- Centobelli, P., Cerchione, R., & Ertz, M. (2021). Food cold chain management: what we know and what we deserve. *Supply Chain Management: An International Journal*, 26(1), 102-135.
- Comes, T., Sandvik, K. B., & Van de Walle, B. (2018). Cold chains, interrupted: The use of technology and information for decisions that keep humanitarian vaccines cool. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 8(1), 49-69.
- Egilmez, G. (2018). *Agricultural Value Chain*. London: IntechOpen.
- Feyisa, D., Jemal, A., Aferu, T., Ejeta, F., & Endeshaw, A. (2021). Evaluation of Cold Chain Management Performance for Temperature-Sensitive Pharmaceuticals at Public Health Facilities Supplied by the Jimma Pharmaceuticals Supply Agency Hub, Southwest Ethiopia: Pharmaceuticals Logistic Management Perspective Using a Multicentered, Mixed-Method Approach. *Advances in pharmacological and pharmaceutical sciences*, 2021(11), 1-13
- Jorgen, H. O., Karin, O., Hanna, H., & Tova, A (2021). *Supply Chain and Logistics Management Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. New York: IGI Global.
- Lau, H., Tsang, Y. P., Nakandala, D., & Lee, K. M. C. (2021). Risk quantification in cold chain management: a federated learning-enabled multi-criteria decision-making methodology. *Industrial Management & Data Systems*, 121(7), 1684-1703.
-

- He, K. (2023). AP clustering algorithm for analysis of the impact of cold chain distribution center location on logistics costs. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 40(8), 661-676. <https://doi.org/10.1080/21681015.2023.2257211>
- Li, M., Xie, B., Li, Y., Cao, P., Leng, G., & Li, C. (2024). Emerging phase change cold storage technology for fresh products cold chain logistics. *Journal of Energy Storage*, 88, 111531. <https://doi.org/10.1016/j.est.2024.111531>
- Mark Mitchell. (2021). *APEC 2021 Workshop on services in the food system*. Retrieved April 6, 2024, from <https://www.apec.org> > publications > 2021/09 > services. Paolo Taticchi (2010)
- Tse, M., Zhang, M., Akhtar, P. A., & Macbryde, J. (2016). Embracing supply chain agility: an investigation in the electronics industry. *Supply Chain Management An International Journal* 21(1), 140-156.
- Trang, N. T. N., Nguyen, T. T., Pham, H. V., Cao, T. A., Thi, T. H. T., & Shahreki, J. (2022). Impacts of collaborative partnership on the performance of cold supply chains of agriculture and foods: literature review. *Sustainability*, 14(11), 6462. <https://doi.org/10.3390/su14116462>
- Nohrstedt, D. & Bynander, F. (2019). *Collaborative Crisis Management Inter-Organizational Approaches to Extreme Events*. New York: Taylor & Francis.
- Pullman, M. & Wu, Z. (2021). *Food supply chain management: building a sustainable future*. London: Routledge.
- Reportlinker (2023.). *Cold Chain in Thailand Market Overview 2023-2027*. Retrieved August 2023, From <https://www.reportlinker.com/market-report/Logistics-And-Freight/490297/Cold-Chain>
- Sadeghi, A., R., Khajeh, M. B., Pasban, M., & Rostamzadeh, R. (2023). A systematic literature review on supply chain approaches. *Journal of Modelling in Management*, 18(2), 372-415.
- Saini, S. (2023). *Cold chain Business Planning and Strategy: Design, Retrofit And Maintenance Of Cold Storages And Pack Houses (Business Strategy Books)*. Sanjivan Saini
- Societe Generale de Surveillance SA. (2024). *WHO GDP & GSDP : ข้อกำหนดพื้นฐาน*. Retrieved April 6, 2024, from <https://www.sgs.com/en-th/news/2024/02/gdp-gsdp-basic-requirements>
- The Global Education Project. (2024). *Chart of Food Loss and Waste*. Retrieved April 9, 2024, from <https://www.theglobaleducationproject.org/earth/agriculture-food/food-loss-and-waste>.
- Fox, T. & Peters, T. (2022). *Sustainable and Resilient Cold-Chains: The 2050 Imperative*. England: Centre for Sustainable cooling.

- 
- Cao, W., Yan, M., & Zhang, L. (2017). Cold Chain Logistics Enterprise Performance Evaluation Based on DEA-AHP and Its Improved Method. In *3rd International Conference on Innovation Development of E-commerce and Logistics (ICIDEL 2017)* (pp.172-178).
- Xu, L., & Tang, Q. (2022). Cold chain vulnerability assessment through two-stage grey comprehensive measurement of intuitionistic fuzzy entropy. *Kybernetes*, *51*(2), 694-714.

ความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว  
จังหวัดเชียงใหม่

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 12 กุมภาพันธ์ 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 30 มีนาคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 21 เมษายน 2568

มยุริญ สอนบาลี\*

สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

## บทคัดย่อ

ผู้สูงอายุที่มีความรู้ด้านสุขภาพที่ดีจะช่วยให้สามารถดูแลสุขภาพตนเองได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ด้านสุขภาพและปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในหมู่ 5 ตำบลปึงโค้ง จำนวน 121 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีคุณสมบัติ ได้แก่ เป็นประชาชนสัญชาติไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สามารถสื่อสารภาษาไทย มีการรู้คิดปกติ ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันได้ และยินยอมเข้าร่วมการศึกษาด้วยความสมัครใจ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

จากผลการศึกษา พบว่า 1. ความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่โดยรวมคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่เพียงพอ โดยคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านพบว่า ความรู้ด้านสุขภาพระดับเข้าถึง อยู่ในระดับต้องสงสัยว่าไม่เพียงพอ ส่วนระดับเข้าใจ ระดับทบทวน/โต้ตอบ/ซักถาม และระดับตัดสินใจ อยู่ในระดับไม่เพียงพอ และพบว่าระดับเปลี่ยนพฤติกรรม อยู่ในระดับเพียงพอ และ 2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและความรู้ด้านสุขภาพ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสุขภาพ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และแหล่งข้อมูลสุขภาพในขณะเดียวกัน และปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่พบความสัมพันธ์กับความรู้ด้านสุขภาพ ได้แก่ เพศ ความเพียงพอของรายได้ และลักษณะที่อยู่อาศัย

คำสำคัญ: ความรู้ด้านสุขภาพ, ผู้สูงอายุ

## วิธีการอ้างอิง:

มยุริญ สอนบาลี. (2568). ความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่.

วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 7(2), 128-145.

\*ผู้ประสานงานหลัก: mayurin.son@gmail.com

## Health Literacy of the Elderly in Ping Khong Subdistrict, Chiang Dao District, Chiang Mai Province

Received: February 12, 2025

Revised: March 30, 2025

Accepted: April 21, 2025

*Mayurin Sonbalee* \*

Chiang Dao District Public Health Office, Chiang Mai Province

### Abstract

The elderly with good health literacy are better equipped to manage their health appropriately and achieve an improved quality of life. This descriptive research aimed to investigate the level of health literacy and the personal factors related to health literacy among the elderly residing in Ping Khong Subdistrict, Chiang Dao District, Chiang Mai Province. The study involved 121 elderly participants from Village 5, Ping Khong Subdistrict. The participants were purposively selected between September and November 2024 based on criteria including Thai nationality, aged over 60, ability to communicate in Thai, normal cognition, ability to perform daily activities, and voluntary consent. The data were collected by using a questionnaire and analyzed by using a statistical software program. The results showed that the mean of health literacy of older adults in Ping Khong Subdistrict was at the low level. In terms of "access" to knowledge, it was suspected to be inadequate, while "understanding," "appraising/interacting," and "decision-making" were clearly inadequate. Only the "behavior change" was at an adequate level. It was also found that personal factors: age, marital status, education, income, occupation, and sources of health information were significantly associated with health literacy. No association was found in terms of gender, income sufficiency, or living arrangement.

**Keywords:** Health literacy, Older persons

### Cite this article as:

Sonbalee, M. (2025). Health Literacy of the Elderly in Ping Khong Subdistrict, Chiang Dao District, Chiang Mai Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 128-145.

---

\* Corresponding Author: mayurin.son@gmail.com

## บทนำ

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยมีผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด (ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2556) สาเหตุหลักเกิดจากอัตราการเกิดที่ลดลงจาก 6.3 คนต่อผู้หญิงในปี พ.ศ. 2506 เหลือเพียง 1.5 คนในปี พ.ศ. 2563 (UNFPA, 2020) และอายุขัยเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นจาก 55 ปี (ชาย) และ 62 ปี (หญิง) ในปี พ.ศ. 2510 เป็น 74.8 ปีและ 80.5 ปีในปี พ.ศ. 2563 (World Bank, 2021) ส่งผลให้จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดย ณ ปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุประมาณ 12 ล้านคน หรือร้อยละ 18 ของประชากร (กรมการปกครอง, 2565) และคาดว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2574 เมื่อสัดส่วนผู้สูงอายุเกินร้อยละ 28 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจ สังคม และสาธารณสุข ทำให้การเตรียมพร้อมเพื่อดูแลสุขภาพผู้สูงอายุมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายจากกระบวนการชราภาพตามธรรมชาติ ส่งผลให้ระบบต่าง ๆ ทำงานลดลงและเสี่ยงต่อโรคเรื้อรังหลายชนิด เช่น กล้ามเนื้อและกระดูกเสื่อมสภาพ เพิ่มความเสี่ยงต่อการหกล้มและกระดูกหัก (กรมอนามัย, 2563) ระบบหัวใจและหลอดเลือดเสื่อมถอย ทำให้เกิดความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ และหลอดเลือดสมอง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) การทำงานของระบบประสาทและสมองลดลง เกิดปัญหาด้านความจำ สมองเสื่อม และโรคอัลไซเมอร์ (กรมสุขภาพจิต, 2562) รวมถึงระบบทางเดินอาหารและขับถ่ายทำงานแย่ลง ส่งผลให้เกิดท้องผูกและริดสีดวงทวาร นอกจากนี้ยังพบโรคเบาหวาน โรคข้อเสื่อม โรคไตเรื้อรัง และโรคทางเดินหายใจเรื้อรัง เช่น ภาวะถุงลมโป่งพอง โรคหืด (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพในอดีต เช่น สูบบุหรี่ ดื่มแอลกอฮอล์ อาหารไขมัน น้ำตาล เกลือสูง และขาดการออกกำลังกาย (องค์การอนามัยโลก, 2018) ผู้สูงอายุยังเผชิญกับปัญหาสุขภาพจิต เช่น ซึมเศร้า วิดกกังวล เหงา และแยกตัวจากสังคม เนื่องจากสูญเสียคู่ชีวิต เกษียณอายุ และขาดการสนับสนุนจากครอบครัว (กรมสุขภาพจิต, 2562) ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและการพึ่งพาข้อมูลสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น ความรอบรู้ด้านสุขภาพจึงจำเป็นอย่างยิ่ง (กรมอนามัย, 2560)

ความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) เป็นความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ และประเมินข้อมูลสุขภาพเพื่อใช้ในการตัดสินใจดูแลตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ (Nutbeam, 2008) โดยครอบคลุมการอ่านข้อมูลสุขภาพพื้นฐาน การสื่อสารกับผู้ให้บริการ การใช้บริการสุขภาพที่เหมาะสม และจัดการสุขภาพตนเองระยะยาว (กรมอนามัย, 2560) ในผู้สูงอายุ ความรอบรู้ด้านสุขภาพช่วยลดความเสี่ยงภาวะแทรกซ้อน ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี และช่วยในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายจากกระบวนการชราภาพ ดังนั้น การพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพในผู้สูงอายุจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรได้รับความสำคัญในนโยบายสาธารณสุข

ความรอบรู้ด้านสุขภาพมีความสำคัญต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง ตัดสินใจและจัดการกับปัญหาสุขภาพได้ดีขึ้น Berkman, Sheridan, Donahue, Halpern, and Crotty (2011) พบว่าผู้สูงอายุที่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพสูงปฏิบัติตามคำแนะนำทางการแพทย์ได้ดี ลดภาวะแทรกซ้อนจากโรคเรื้อรัง ขณะที่ Sudore et al. (2009) รายงานว่ากลุ่มที่มีความรอบรู้สูงสามารถจัดการโรคเรื้อรังได้มีประสิทธิภาพ ลดการรักษาในโรงพยาบาล และมีคุณภาพชีวิตดีกว่า นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพที่ดี เช่น ออกกำลังกาย ทานอาหารสมดุล และสื่อสารกับผู้ให้บริการทาง

สุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพในผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง (กรมอนามัย, 2560)

การพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพในผู้สูงอายุเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2563-2582) และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ (พ.ศ. 2548-2570) เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีแก่ผู้สูงอายุ โดยเน้นการให้ความรู้และเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้อง (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) รวมถึงการจัดอบรม การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการศึกษาสุขภาพ (สำนักงานสถาบันผู้สูงอายุ, 2565) ยุทธศาสตร์เหล่านี้ช่วยให้ผู้สูงอายุดูแลสุขภาพได้ดีขึ้น ลดภาระทางการแพทย์ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชุมชนในการตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง (Nutbeam, 2008) การสนับสนุนจากแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในสังคมไทย

แม้ว่าจะมีการศึกษาความรู้ด้านสุขภาพในผู้สูงอายุทั้งในระดับชาติและนานาชาติ แต่ยังมีช่องว่างในการวิจัยกลุ่มผู้สูงอายุในชนบท โดยเฉพาะในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นชุมชนกึ่งภูเขา มีลักษณะทางกายภาพที่ซับซ้อน ส่งผลต่อการเข้าถึงบริการสุขภาพ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและแรงงานรับจ้างรายวัน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดเชียงใหม่ (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านไตรสรวาคาม, 2567) นอกจากนี้ สภาพสังคมของตำบลปึงโค้งยังคงมีความเป็นชุมชนชนบทแบบดั้งเดิม มีการพึ่งพากันเองระหว่างครอบครัวและชุมชนสูง อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุในพื้นที่ยังประสบปัญหาด้านการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการทางการแพทย์ โดยเฉพาะกลุ่มที่อยู่ห่างไกลจากสถานพยาบาลหลัก ข้อมูลจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านไตรสรวาคาม (2567) ระบุว่าผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้งมีจำนวน 1,201 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.41 ของประชากรทั้งหมด โดยในรายงานสุขภาพประจำปีพบว่าโรคที่พบบ่อยในกลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่ ความดันโลหิตสูง เบาหวาน และโรคระบบทางเดินหายใจ ซึ่งล้วนต้องอาศัยการดูแลตนเองอย่างต่อเนื่อง ความรู้ด้านสุขภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการจัดการโรคเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้จึงมีความจำเป็นในการสำรวจระดับความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่ชนบท เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาสุขภาพที่ตอบสนองต่อสภาพปัญหาและข้อจำกัดของพื้นที่อย่างเหมาะสม โดยในจำนวนนี้มากกว่าร้อยละ 60 มีการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษา และกว่าร้อยละ 40 ไม่เคยได้รับข้อมูลด้านสุขภาพจากแหล่งที่เป็นทางการ ทำให้มีข้อจำกัดในการประเมินและตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างทางความรู้เกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพในผู้สูงอายุในบริบทของชนบท อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนานโยบายสุขภาพที่เหมาะสมกับพื้นที่ห่างไกล ซึ่งมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรด้านสาธารณสุข

การศึกษาความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลปึงโค้งมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุในชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และชุมชนชนบทนี้ยังขาดการเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรด้านสุขภาพที่จำเป็น การสำรวจระดับความรู้ด้านสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่นี้จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น ระดับการศึกษา การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ และการสนับสนุนจากครอบครัวและชุมชน การขาดแคลนข้อมูลเฉพาะในพื้นที่นี้ทำให้มาตรการและโครงการที่ส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพยังไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของประชากรได้ (ศูนย์สุขภาพชุมชนตำบลปึงโค้ง, 2567) การศึกษานี้จึงมีบทบาทสำคัญในการประเมินสถานการณ์ปัจจุบันและเป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายและโครงการที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ การพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มคุณภาพ

ชีวิตของผู้สูงอายุ แต่ยังคงภาระทางสาธารณสุข และช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพของตนเองอย่างยั่งยืนในอนาคต

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้เป็นการศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในหมู่ 5 ตำบลปึงโค้ง จำนวน 121 คน เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน 2567 ถึงพฤศจิกายน 2567 โดยประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดในตำบลปึงโค้งมีจำนวน 1,201 คน คิดเป็นร้อยละ 8.41 ของประชากรทั้งหมด (เทศบาลปึงโค้ง, 2567) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็นข้อมูลส่วนบุคคลและคะแนนความรอบรู้ด้านสุขภาพ ซึ่งประเมินผ่านแบบสอบถามที่ครอบคลุมมิติการเข้าถึง ความเข้าใจ การทบทวน การตัดสินใจ และการเปลี่ยนพฤติกรรม ตามกรอบแนวคิดของ Sørensen et al. (2012) ซึ่งถูกประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแบบสอบถาม HLS-TH-Q87 ที่ใช้ในการศึกษานอกจากนี้ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความรอบรู้ด้านสุขภาพจะใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติไคสแควร์ในการวิเคราะห์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

การวิจัยนี้จะช่วยการประเมินสถานการณ์ปัจจุบันและเป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายและโครงการที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ การพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ แต่ยังคงภาระทางสาธารณสุข และช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพของตนเองอย่างยั่งยืนในอนาคต

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) อธิบายว่าความสามารถของบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ประเมิน และใช้ข้อมูลสุขภาพมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมสุขภาพและคุณภาพชีวิต (Sørensen et al., 2015) โดย Nutbeam (2000) แบ่งความรอบรู้ด้านสุขภาพออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพื้นฐาน (Functional Literacy) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอ่านและเข้าใจข้อมูลสุขภาพทั่วไป ระดับการสื่อสาร (Communicative Literacy) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่น และระดับวิพากษ์ (Critical Literacy) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการประเมินและใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านสุขภาพอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ Rootman (2009) ยังชี้ให้เห็นว่าทักษะทางภาษา การรู้เท่าทันสื่อ และระดับการศึกษาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพ ขณะที่ Edwards, Wood, Davies and Edwards (2012) เสนอว่าการพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพควรผ่านกระบวนการเข้าถึงข้อมูล การสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดการตนเองอย่างมีระบบ

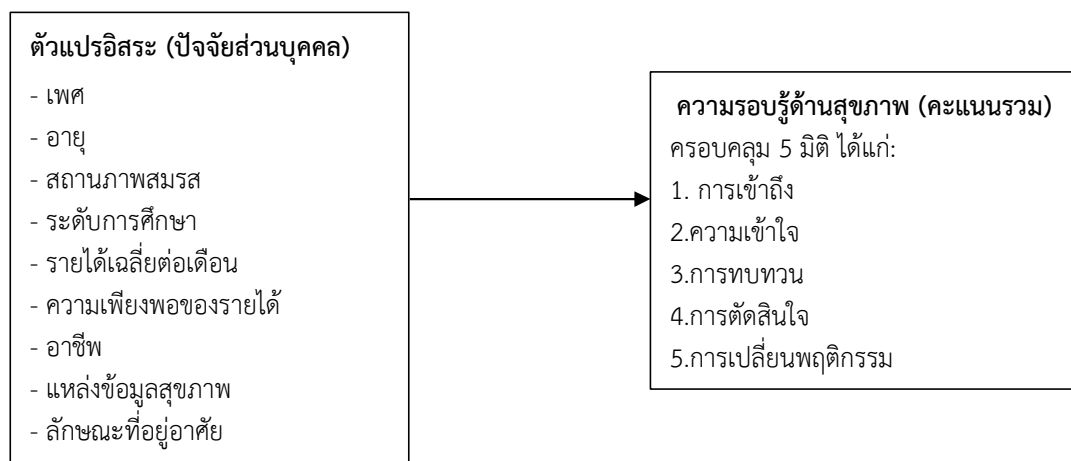


จากการศึกษาของ Sørensen et al. (2015) พบว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพมีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมสุขภาพ การใช้บริการสุขภาพ และการส่งเสริมสุขภาพในระดับบุคคลและสังคม ซึ่งถือเป็นกรอบแนวทางที่สำคัญในการพัฒนานโยบายด้านสาธารณสุข โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนี้ Shooou-Yih D. Lee et al. (2004) ยังระบุว่า ความรู้เกี่ยวกับโรค พฤติกรรมสุขภาพ การดูแลตนเอง และการปฏิบัติตามคำแนะนำทางการแพทย์ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญ โดยทั้งหมดล้วนส่งผลต่อการมีสุขภาพที่ดีและการใช้บริการสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และแหล่งข้อมูลสุขภาพ งานวิจัยพบว่าผู้ที่มีอายุมากขึ้นมักมีความรอบรู้ด้านสุขภาพต่ำลง เนื่องจากการเสื่อมของความสามารถทางกายภาพและการรับรู้ (Gazmararian et al., 1999; Kobayashi, Wardle, & von Wagner, 2015) รายได้และระดับการศึกษาที่สูงขึ้นสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ดีขึ้น (Howard, Gazmararian, & Parker, 2006; Palumbo, Annarumma, Adinolfi, Musella, & Piscopo, 2016; Sørensen et al., 2015) ขณะที่สถานภาพสมรสช่วยเพิ่มการสนับสนุนทางสังคม ส่งผลให้มีความรอบรู้ด้านสุขภาพที่สูงขึ้น (Gellert, Häusler, Suhr, Gholami, Rapp, & Kuhlmeier, 2018; Lee, Arozullah, & Cho, 2015) ส่วนอาชีพส่งผลเชิงบวกต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพจากการมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น (Van der Heide, Wang, Droomers, Spreuwenberg, Rademakers, & Uiters, 2013; Sentell & Halpin, 2006) รวมทั้งแหล่งข้อมูลสุขภาพที่หลากหลายยังสัมพันธ์กับระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่สูงขึ้นเช่นกัน (Cutilli & Bennett, 2018; Rudd, Kirsch, & Yamamoto, 2004)

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวัดความรอบรู้ทางสุขภาพ ผู้สูงอายุต้องมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ ประกอบด้วยความสามารถของผู้สูงอายุในการอ่าน เข้าใจ เข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการติดต่อสื่อสารกับทีมสุขภาพหรือบุคคลอื่น สามารถคัดสรรข้อมูลจากสื่อต่างๆ เพื่อสามารถตัดสินใจในการเลือกปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมและดีขึ้นได้ โดยในการวิจัยนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ แหล่งข้อมูลสุขภาพ ความเพียงพอของรายได้ และลักษณะที่อยู่อาศัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุ



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนกันยายน ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

### 1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าถึง การเข้าใจ การวิเคราะห์ และการประยุกต์ใช้ข้อมูลด้านสุขภาพ

1.2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรอบรู้ด้านสุขภาพกับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และพฤติกรรมสุขภาพ

### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากประชากรผู้สูงอายุทั้งหมด 1,201 คน ในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คัดเลือกผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่ 5 ของตำบลปึงโค้ง รวมทั้งคำนึงถึงความพร้อมในการให้ข้อมูลและความสะดวกในการเข้าถึง ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสุดท้ายจำนวน 121 คน ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และข้อจำกัดในการดำเนินการวิจัย

2.2 ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพยาบาลผู้สูงอายุ 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ 1 ท่าน เพื่อให้ข้อเสนอแนะ จากนั้นผู้ศึกษาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะและคำนวณค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index, CVI) ได้ค่าในระดับที่ยอมรับได้ คือ 0.99 และผ่านการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ KR-20 เท่ากับ 0.90

2.3 ข้อมูลที่รวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างจะถูกจัดเก็บเป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามดำเนินการระหว่างเดือนกันยายน ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้เข้าพื้นที่เพื่อแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างแบบรายบุคคล พร้อมอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถอ่านหรือเขียนได้ ผู้วิจัยจะทำการอ่านคำถามและบันทึกคำตอบให้ตามคำชี้แจงจากผู้ให้ข้อมูล โดยยึดหลักจริยธรรมและการไม่ชี้นำคำตอบ การเก็บข้อมูลใช้เวลาเฉลี่ยคนละ 25-30 นาที และดำเนินการในสถานที่ที่ผู้สูงอายุสะดวก เช่น บ้านพักส่วนตัว ศูนย์ชุมชน หรือศาสนสถานในพื้นที่

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากข้อมูลมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ (Normal Distribution) จากการทดสอบด้วย Kolmogorov-Smirnov Test และการแปลผลคะแนนความรอบรู้ด้านสุขภาพใช้เกณฑ์ตามแบบประเมิน HLS-TH-Q87 แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ (1) ต้องสงสัยว่าไม่เพียงพอ (ต่ำกว่า 60 คะแนน), (2) ไม่เพียงพอ (60-74 คะแนน), และ (3) เพียงพอ (75 คะแนนขึ้นไป)

3.2 ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) และการทดสอบของฟิชเชอร์ (Fisher's Exact Test) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรอบรู้ด้านสุขภาพกับปัจจัยส่วนบุคคล

3.3 ทดสอบการแจกแจงของข้อมูลด้วย Kolmogorov-Smirnov Test (KS) ก่อนทำการวิเคราะห์เพิ่มเติม

#### 4. จริยธรรมในการวิจัย

4.1 ผู้วิจัยได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ (REC NO. CM 46/2567)

4.2 ผู้เข้าร่วมการศึกษาจะได้รับการชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และให้ลงนามในแบบฟอร์มยินยอมเข้าร่วมการศึกษา (Informed Consent)

4.3 ข้อมูลทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และถูกทำลายภายใน 1 ปีหลังจากเผยแพร่ผลการศึกษา

### ผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.81 โดยมีอายุระหว่าง 60-69 ปี มากที่สุด ร้อยละ 50.41 (อายุอยู่ระหว่าง 60-95 ปี,  $\bar{X}=71.51$ , S.D.=8.67, Med=69) ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 46.3 จบการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 85.95 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 87.60 (รายได้อยู่ในช่วง 600-20,000 บาท,  $\bar{X}=2,067.09$ , S.D.=3,078.60, Median=900) ส่วนใหญ่มีรายได้พอใช้ ร้อยละ 97.52 อาศัยอยู่ร่วมกับครอบครัว ร้อยละ 76.86 ส่วนใหญ่ไม่ประกอบอาชีพ ร้อยละ 73.55 ได้รับข้อมูลสุขภาพส่วนใหญ่จากบุคลากรทางการแพทย์ ร้อยละ 64.46

#### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปิงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ระดับคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามความรอบรู้ด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับไม่เพียงพอ ( $\bar{X}=249.46$ , S.D.=32.85) โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามรายด้านดังนี้ ความรอบรู้ด้านสุขภาพระดับเข้าถึงอยู่ในระดับต้องสงสัยว่าไม่เพียงพอ ( $\bar{X}=61.47$ , S.D.=15.36) ความรอบรู้ด้านสุขภาพระดับเข้าใจอยู่ในระดับไม่เพียงพอ ( $\bar{X}=74.00$ , S.D.=10.19) ความรอบรู้ด้านสุขภาพระดับทบทวน / โต้ตอบ / ซักถามอยู่ในระดับไม่เพียงพอ ( $\bar{X}=69.20$ , S.D.=9.77) ความรอบรู้ด้านสุขภาพระดับตัดสินใจอยู่ในระดับไม่เพียงพอ ( $\bar{X}=72.11$ , S.D.=9.81) ความรอบรู้ด้านสุขภาพระดับเปลี่ยนพฤติกรรมอยู่ในระดับเพียงพอ ( $\bar{X}=74.08$ , S.D.=9.49) ดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปิงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกเป็นรายด้านและโดยรวม (n=121)

| ความรอบรู้ด้านสุขภาพ   | ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพ |       |                        |
|------------------------|---------------------------|-------|------------------------|
|                        | $\bar{X}$                 | S.D.  | การแปลผล               |
| ด้านสุขภาพระดับเข้าถึง | 61.47                     | 15.36 | ต้องสงสัยว่าไม่เพียงพอ |
| ด้านสุขภาพระดับเข้าใจ  | 74.00                     | 10.19 | ไม่เพียงพอ             |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ความรอบรู้ด้านสุขภาพ                   | ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพ |       |            |
|--|---------------------------|-------|------------|
|  | $\bar{X}$                 | S.D.  | การแปลผล   |
| ด้านสุขภาพระดับทบทวน / โต้ตอบ / ซักถาม | 69.20                     | 9.77  | ไม่เพียงพอ |
| ด้านสุขภาพระดับตัดสินใจ                | 72.11                     | 9.81  | ไม่เพียงพอ |
| ด้านสุขภาพระดับเปลี่ยนพฤติกรรม         | 74.08                     | 9.49  | เพียงพอ    |
| ด้านสุขภาพโดยรวม                       | 249.46                    | 32.85 | ไม่เพียงพอ |

### 3. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลและความรอบรู้ด้านสุขภาพ

คุณลักษณะส่วนบุคคล คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และแหล่งข้อมูลสุขภาพที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) และพบว่า เพศ ความเพียงพอของรายได้ และลักษณะที่อยู่อาศัย ไม่มีความสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลและความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ( $n=121$ )

| คุณลักษณะส่วนบุคคล          | ความรอบรู้ด้านสุขภาพ |                        | รวมจำนวน<br>(ร้อยละ) | Value<br>(df) | Asymp<br>Sig. |
|-----------------------------|----------------------|------------------------|----------------------|---------------|---------------|
|                             | เพียงพอ<br>(ร้อยละ)  | ไม่เพียงพอ<br>(ร้อยละ) |                      |               |               |
| <b>เพศ</b>                  |                      |                        |                      |               |               |
| ชาย                         | 20 (45.50)           | 25 (32.50)             | 45 (37.20)           | 2.022         | 0.155         |
| หญิง                        | 24 (54.50)           | 52 (67.50)             | 76 (62.80)           | (1)           |               |
| <b>ช่วงอายุ</b>             |                      |                        |                      |               |               |
| น้อยกว่า 70                 | 31 (70.45)           | 30 (38.96)             | 61 (50.41)           | 11.704        | 0.003*        |
| 70-79                       | 9 (20.45)            | 26 (33.77)             | 35 (28.93)           | (2)           |               |
| 80 ปีขึ้นไป                 | 4 (9.10)             | 21 (27.27)             | 25 (20.66)           |               |               |
| <b>สถานภาพ</b>              |                      |                        |                      |               |               |
| โสด                         | 3 (6.82)             | 8 (10.39)              | 11 (9.09)            | 6.334         | 0.042*        |
| สมรส                        | 27 (61.36)           | 29 (37.66)             | 56 (46.28)           | (2)           |               |
| หม้าย/หย่า                  | 14 (31.82)           | 40 (51.95)             | 54 (44.63)           |               |               |
| <b>ระดับการศึกษา</b>        |                      |                        |                      |               |               |
| ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า       | 31 (70.45)           | 73 (94.81)             | 104 (85.95)          | 13.749        | <0.001**      |
| สูงกว่าประถมศึกษา           | 13 (29.55)           | 4 (5.19)               | 17 (14.05)           | (1)           |               |
| <b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b> |                      |                        |                      |               |               |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท           | 34 (77.27)           | 72 (93.51)             | 106 (87.60)          | 6.795         | 0.009*        |
| 5,000 บาทขึ้นไป             | 10 (22.73)           | 5 (6.49)               | 15 (12.40)           | (1)           |               |

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| คุณลักษณะส่วนบุคคล                  | ความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพ |                        | รวมจำนวน<br>(ร้อยละ) | Value<br>(df) | Asymp<br>Sig.      |
|-------------------------------------|-------------------------|------------------------|----------------------|---------------|--------------------|
|                                     | เพียงพอ<br>(ร้อยละ)     | ไม่เพียงพอ<br>(ร้อยละ) |                      |               |                    |
| ความเพียงพอของรายได้                | 2 (4.55)                | 1 (1.30)               | 2 (2.48)             |               |                    |
| ไม่เพียงพอ                          | 42 (95.45)              | 76 (98.70)             | 118 (97.52)          | -             | 0.299 <sup>a</sup> |
| เพียงพอ                             | 8 (18.18)               | 20 (25.97)             | 28 (23.14)           |               |                    |
| ลักษณะการอยู่อาศัย                  | 36 (81.82)              | 57 (74.03)             | 93 (76.86)           | 0.956<br>(1)  | 0.328              |
| อยู่คนเดียว                         |                         |                        |                      |               |                    |
| อยู่ร่วมกับครอบครัว                 | 26 (59.09)              | 63 (81.82)             | 89 (73.55)           |               |                    |
| อาชีพ                               | 18 (40.91)              | 14 (18.18)             | 32 (26.45)           | 7.435<br>(1)  | 0.006*             |
| ไม่ประกอบอาชีพ                      |                         |                        |                      |               |                    |
| ประกอบอาชีพ                         |                         |                        |                      |               |                    |
| แหล่งข้อมูลสุขภาพที่ได้รับ          |                         |                        |                      |               |                    |
| บุคลากรทางการแพทย์                  | 19 (43.18)              | 59 (76.62)             | 78 (64.46)           | 14.592<br>(2) | <0.001**           |
| แหล่งอื่น ๆ                         | 21 (47.73)              | 13 (16.88)             | 34 (28.10)           |               |                    |
| ทั้งบุคลากรทางการแพทย์<br>และอื่น ๆ | 4 (9.09)                | 5 (6.49)               | 9 (7.44)             |               |                    |

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.001$ , a. Fisher's Exact Test with Exact Sig. (2-sided)

### สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในมิติของการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ ความเข้าใจข้อมูลสุขภาพ การทบทวน/โต้ตอบ/ซักถาม และการตัดสินใจด้านสุขภาพ ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการเข้าถึงและใช้ข้อมูลสุขภาพเพื่อการดูแลตนเอง

ทั้งนี้ มิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพอยู่ในระดับเพียงพอ แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุสามารถนำข้อมูลสุขภาพที่ได้รับไปปรับใช้ในการดูแลตนเองได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ความไม่เพียงพอในมิติอื่น ๆ อาจส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไม่ยั่งยืนหรือไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ การศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และแหล่งข้อมูลสุขภาพ โดยผู้สูงอายุที่อายุน้อยกว่ามีระดับความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพที่สูงกว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า ประถมศึกษา รายได้สูงกว่า และมีแหล่งข้อมูลสุขภาพที่หลากหลายมีแนวโน้มที่จะมีความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพสูงขึ้น ในขณะที่ ปัจจัยเพศ ความเพียงพอของรายได้ และลักษณะที่อยู่อาศัย ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาและส่งเสริมความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่เหมาะสม สนับสนุนการเรียนรู้ และเสริมสร้างช่อง

ทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถดูแลสุขภาพของตนเองได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

## อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพบว่าระดับความรู้ด้านสุขภาพโดยรวมของผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับไม่เพียงพอ ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการปรับปรุงความรู้และทักษะด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถดูแลสุขภาพของตนเองได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shwe and Laohasiriwong (2022) ที่ศึกษากลุ่มผู้สูงอายุในเขตชนบทของประเทศเมียนมาและพบว่าประมาณ 39 เปอร์เซ็นต์ของกลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้ด้านสุขภาพไม่เพียงพอ ส่งผลให้เสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพเพิ่มขึ้น ในส่วนของมิติการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ ค่าเฉลี่ยของมิติการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพอยู่ที่ 61.47 (S.D.=15.36) ซึ่งอยู่ในระดับ "ต้องสงสัยว่าไม่เพียงพอ" แสดงว่าผู้สูงอายุมีปัญหาในการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม สาเหตุหนึ่งคือระดับการศึกษาที่ต่ำ โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 85.95) ระดับการศึกษาที่ต่ำอาจทำให้ขาดทักษะในการอ่านและเขียน ส่งผลให้การค้นหาข้อมูลสุขภาพจากสื่อสิ่งพิมพ์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 87.60) ทำให้ผู้สูงอายุอาจไม่มีทรัพยากรในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสุขภาพที่สำคัญในปัจจุบัน ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือผู้สูงอายุอาจไม่ได้รับข้อมูลสุขภาพที่ทันสมัยและถูกต้อง ทำให้ไม่สามารถป้องกันหรือจัดการกับปัญหาสุขภาพได้อย่างเหมาะสม ซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดโรคเรื้อรังหรือภาวะแทรกซ้อนที่รุนแรงขึ้น งานวิจัยของ Zhang, Terry and McHorney (2014) สนับสนุนว่าการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่จำกัดสัมพันธ์กับการดูแลสุขภาพที่ไม่เพียงพอในผู้สูงอายุ ในส่วนของมิติความเข้าใจ ค่าเฉลี่ยของมิติความเข้าใจอยู่ที่ 74.00 (S.D.=10.19) อยู่ในระดับ "ไม่เพียงพอ" แสดงว่าผู้สูงอายุมีความยากลำบากในการทำความเข้าใจข้อมูลสุขภาพที่ได้รับ ระดับการศึกษาที่ต่ำเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากส่งผลต่อความสามารถในการประมวลผลและตีความข้อมูลสุขภาพ รายได้ต่ำก็มีส่วนร่วม เนื่องจากอาจจำกัดโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้หรืออบรมด้านสุขภาพ เมื่อผู้สูงอายุไม่สามารถเข้าใจข้อมูลสุขภาพ พวกเขาอาจไม่สามารถปฏิบัติตามคำแนะนำทางการแพทย์ได้อย่างถูกต้อง หรืออาจเข้าใจผิดเกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพของตนเอง งานวิจัยของ Berkman et al. (2011) ระบุว่าความเข้าใจที่ไม่เพียงพอเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมและผลลัพธ์ทางสุขภาพที่ไม่ดี ส่วนมิติการทบทวน/โต้ตอบ/ซักถาม ค่าเฉลี่ยของมิติการทบทวน/โต้ตอบ/ซักถามอยู่ที่ 69.20 (S.D.=9.77) อยู่ในระดับ "ไม่เพียงพอ" ซึ่งแสดงว่าผู้สูงอายุอาจขาดความมั่นใจหรือทักษะในการสื่อสารกับบุคลากรทางการแพทย์ ระดับการศึกษาที่ต่ำและประสบการณ์ชีวิตที่จำกัดอาจทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกไม่สบายใจในการซักถามหรือแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ วัฒนธรรมที่เคารพผู้มีอำนาจอาจทำให้ผู้สูงอายุไม่กล้าซักถามแพทย์หรือพยาบาล ผลที่ตามมาคือการขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้สูงอายุไม่ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนหรือไม่เข้าใจแนวทางการรักษา ซึ่งอาจนำไปสู่การปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องหรือการไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำ งานวิจัยของ Schillinger, Bindman, Wang, Stewart and Piette (2004) ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารที่ไม่เพียงพอระหว่างผู้ป่วยและแพทย์สัมพันธ์กับผลลัพธ์ทางสุขภาพที่ไม่ดี ในมิติการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ยของมิติการตัดสินใจอยู่ที่ 72.11 (S.D.=9.81) อยู่ในระดับ "ไม่เพียงพอ" การที่ผู้สูงอายุมีความยากลำบากในการตัดสินใจด้านสุขภาพอาจเกิดจากการขาดข้อมูลที่เพียงพอและความเข้าใจที่จำกัด รายได้ต่ำและการศึกษาต่ำอาจทำให้ผู้สูงอายุไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจ เช่น การปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือ

การศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม เมื่อผู้สูงอายุไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม อาจนำไปสู่การเลือกวิธีการรักษาที่ไม่เหมาะสม หรือการละเลยการดูแลสุขภาพของตนเอง ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและสุขภาพโดยรวม งานวิจัยของ Volandes and Paasche-Orlow (2007) ระบุว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ต่ำสัมพันธ์กับการตัดสินใจที่ไม่เหมาะสมในการดูแลสุขภาพ และในมิติการเปลี่ยนพฤติกรรม ค่าเฉลี่ยของมิติการเปลี่ยนพฤติกรรมอยู่ที่ 74.08 (S.D.=9.49) อยู่ในระดับ "เพียงพอ" แสดงว่าผู้สูงอายุมีความสามารถในการนำความรู้ไปปรับใช้ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ การที่ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลสุขภาพจากบุคลากรทางการแพทย์เป็นหลัก (ร้อยละ 64.46) อาจมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม แม้ว่ารายได้และการศึกษาจะต่ำ แต่การมีปฏิสัมพันธ์ที่ต่อกับบุคลากรทางการแพทย์อาจเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญ อย่างไรก็ตาม หากมิติอื่น ๆ ยังอยู่ในระดับไม่เพียงพอ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอาจไม่ยั่งยืนหรือไม่เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม การสนับสนุนเพิ่มเติมในด้านการเข้าถึงและความเข้าใจข้อมูลสุขภาพจะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้คะแนนความรอบรู้ด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ที่ 249.46 (S.D.=32.85) ซึ่งอยู่ในระดับ "ไม่เพียงพอ" แสดงว่าผู้สูงอายุในพื้นที่นี้มีความต้องการในการพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพ รายได้ต่ำและระดับการศึกษาที่จำกัดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ต่ำ รายได้ต่ำอาจทำให้ผู้สูงอายุขาดทรัพยากรในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ เช่น ไม่มีเงินสำหรับซื้อหนังสือสุขภาพ หรือไม่มีอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม อาจส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุอาจมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรังหรือภาวะแทรกซ้อนที่รุนแรงขึ้น เนื่องจากไม่สามารถดูแลสุขภาพของตนเองได้อย่างเหมาะสม ซึ่งอาจเพิ่มภาระทางเศรษฐกิจและสังคมต่อครอบครัวและชุมชน ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาโปรแกรมส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพที่คำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ระดับการศึกษาและรายได้ การเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่เหมาะสม การส่งเสริมการสื่อสารระหว่างผู้สูงอายุและบุคลากรทางการแพทย์ และการสนับสนุนการตัดสินใจด้านสุขภาพ จะช่วยปรับปรุงความรอบรู้ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชน

2. ผลการศึกษานี้พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลบางประการมีความสัมพันธ์กับระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และแหล่งข้อมูลสุขภาพ ขณะเดียวกัน ยังพบว่าปัจจัยบางประการ เช่น เพศ ความเพียงพอของรายได้ และลักษณะที่อยู่อาศัย ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความรอบรู้ด้านสุขภาพ ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความแตกต่างของอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคลแต่ละด้าน ซึ่งสมควรได้รับการพิจารณาในเชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจกลไกและบริบทที่เกี่ยวข้อง

ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\chi^2 = 11.704, p = 0.003$ ). ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า 70 ปีมีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพียงพอมากกว่า (70.45%) เมื่อเทียบกับผู้ที่มีอายุ 70-79 ปี (20.45%) และ 80 ปีขึ้นไป (9.10%) การที่ผู้สูงอายุที่อายุน้อยกว่ามีความรอบรู้ด้านสุขภาพสูงกว่าอาจเนื่องมาจากความสามารถทางกายภาพและการรับรู้ที่ยังคงดีอยู่ ทำให้สามารถเข้าถึงและประมวลผลข้อมูลสุขภาพได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ พวกเขาอาจมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและสื่อสารมวลชนมากกว่า ซึ่งส่งผลให้สามารถเข้าถึงข้อมูลสุขภาพได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kobayashi et al. (2015) ที่พบว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพมีแนวโน้มลดลงเมื่ออายุเพิ่มขึ้นเนื่องจากการเสื่อมของความสามารถทางการรับรู้และปัญหาสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ในทำนองเดียวกัน Gazmararian et al. (1999) รายงานว่าอายุมากขึ้นสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ต่ำลง ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการเข้าใจข้อมูลสุขภาพ

สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\chi^2=6.334$ ,  $p=0.042$ ). ผู้สูงอายุที่สมรสมีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพียงพอมากที่สุด (61.36%) เมื่อเทียบกับผู้ที่หม้าย/หย่า (31.82%) และโสด (6.82%) การมีคู่สมรสอาจเป็นแหล่งสนับสนุนทางอารมณ์และข้อมูลสุขภาพ ช่วยในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและกระตุ้นให้มีการดูแลสุขภาพที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Gellert et al. (2018) ที่พบว่า การมีคู่สมรสสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพที่ดีขึ้นและความรอบรู้ด้านสุขภาพที่สูงขึ้น เช่นเดียวกับ Lee, Arozullah and Cho (2015) ที่ระบุว่า การสนับสนุนทางสังคมจากคู่สมรสมีส่วนช่วยให้ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพสูงขึ้น

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความรอบรู้ด้านสุขภาพ ( $\chi^2=13.749$ ,  $p<0.001$ ) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษา มีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพียงพอมากกว่า (29.55%) เมื่อเทียบกับผู้ที่จบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า (70.45%) การศึกษาที่สูงขึ้นช่วยเพิ่มทักษะในการอ่าน เขียน และประมวลผลข้อมูลสุขภาพ ทำให้สามารถเข้าใจและประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sørensen et al. (2015) ที่พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรอบรู้ด้านสุขภาพ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงมีความสามารถในการค้นหาและตีความข้อมูลสุขภาพได้ดีกว่า นอกจากนี้ Berkman et al. (2011) ยังระบุว่าระดับการศึกษาต่ำสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ต่ำ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการเข้าใจและใช้ข้อมูลสุขภาพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\chi^2=6.795$ ,  $p=0.009$ ) แม้ว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทจะมีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพียงพอมากกว่า (77.27%) แต่ก็มีผู้ที่ไม่เพียงพอเช่นกัน (93.51%) รายได้ที่ต่ำอาจจำกัดการเข้าถึงทรัพยากรและข้อมูลสุขภาพ เช่น การซื้อสื่อสุขภาพหรือการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Palumbo et al. (2016) ที่พบว่าผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะมีความรอบรู้ด้านสุขภาพสูงกว่าเนื่องจากมีทรัพยากรในการเข้าถึงและใช้บริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ในทำนองเดียวกัน Howard et al. (2006) พบว่ารายได้ต่ำสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ต่ำ ทำให้จำกัดความสามารถในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสุขภาพ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\chi^2=7.435$ ,  $p=0.006$ ) ผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพมีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพียงพอมากกว่า (40.91%) เมื่อเทียบกับผู้ที่ไม่ประกอบอาชีพ การประกอบอาชีพทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ได้รับข้อมูลข่าวสารและความรู้ใหม่ ๆ รวมถึงมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Van der Heide et al. (2013) ที่พบว่า การมีสถานะการจ้างงานสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่สูงขึ้น เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่มากกว่า Sentell and Halpin (2006) ยังระบุว่าผู้ที่มีสถานะการจ้างงานมีแนวโน้มที่จะมีความรอบรู้ด้านสุขภาพสูงกว่า

แหล่งข้อมูลสุขภาพที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสูง ( $\chi^2=14.592$ ,  $p < 0.001$ ) ผู้สูงอายุที่ได้รับข้อมูลสุขภาพจากแหล่งอื่น ๆ นอกเหนือจากบุคลากรทางการแพทย์ มีความรอบรู้ด้านสุขภาพเพียงพอมากกว่า (47.73%) เมื่อเทียบกับผู้ที่ได้รับข้อมูลจากบุคลากรทางการแพทย์เท่านั้น การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลายช่วยให้ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Cutilli and Bennett (2018) ที่พบว่า การใช้แหล่งข้อมูลสุขภาพที่หลากหลายสัมพันธ์กับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่สูงขึ้น นอกจากนี้ Rudd, Kirsch, & Yamamoto (2004) ระบุว่า การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากแหล่งข้อมูลสุขภาพต่าง ๆ มีผลต่อระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพ โดยเฉพาะในผู้สูงอายุ



อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างเพศกับระดับความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลปึงโค้ง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าในบริบทของชุมชนชนบท เพศอาจไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการเข้าถึง ทำความเข้าใจ และใช้ข้อมูลสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ แสงโสม ศิริพานิช (2563) และ ศศิพิมพ์ คำวงศ์ (2564) ที่พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่และเขตบริการสุขภาพที่ 8 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยบางฉบับในต่างประเทศ เช่น Chakraverty (2022) พบว่าเพศหญิงมีระดับความรู้ด้านสุขภาพสูงกว่าเพศชาย โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงและประมวลผลข้อมูลสุขภาพ ซึ่งอธิบายว่าเพศหญิงมักมีบทบาทในการดูแลครอบครัวและใส่ใจสุขภาพมากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายอาจมีแนวโน้มหลีกเลี่ยงการขอความช่วยเหลือทางสุขภาพ ในขณะที่การศึกษาของ Schaeffer et al. (2021) กลับเสนอว่าความแตกต่างด้านเพศในเรื่องความรู้ด้านสุขภาพมีแนวโน้มลดลงในกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากข้อจำกัดด้านร่างกาย ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ที่คล้ายคลึงกันระหว่างเพศทั้งสอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเราที่ดำเนินการในพื้นที่ชนบทซึ่งผู้สูงอายุชายและหญิงมีลักษณะการดำเนินชีวิตคล้ายกัน เข้าถึงแหล่งข้อมูลสุขภาพจากช่องทางเดียวกัน เช่น อสม. หรือโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จึงทำให้ปัจจัยด้านเพศไม่ได้ส่งผลต่อระดับความรู้ด้านสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญในกลุ่มประชากรนี้

แม้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ด้านสุขภาพ แต่ผลการศึกษาพบว่า "ความเพียงพอของรายได้" ซึ่งสะท้อนการประเมินเชิงอัตวิสัยของผู้สูงอายุเกี่ยวกับความมั่นคงทางการเงิน กลับไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความรู้ด้านสุขภาพ แนวคิดของ Nutbeam (2008) ชี้ให้เห็นว่า ความรู้ด้านสุขภาพเป็นผลรวมของปัจจัยหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้สูงอายุ การรับรู้ส่วนบุคคลเกี่ยวกับ "ความเพียงพอ" อาจไม่ได้สะท้อนศักยภาพในการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลสุขภาพจริงเสมอไป เนื่องจากขึ้นอยู่กับบริบททางครอบครัว วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของ สุธาสนี พรหมมา (2565) ซึ่งพบว่า ความเพียงพอของรายได้มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำแต่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $r=0.236, p < 0.05$ ) กับระดับความรู้ด้านสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยให้เหตุผลว่า ผู้ที่รู้สึกว่ารายได้เพียงพอมีแนวโน้มจะเข้าถึงบริการสุขภาพและแหล่งข้อมูลที่หลากหลายได้ดีกว่า อย่างไรก็ตาม บริบทของตำบลปึงโค้งซึ่งเป็นพื้นที่ชนบทที่ประชากรส่วนใหญ่อยู่ร่วมกับครอบครัว และมีการพึ่งพาทรัพยากรในชุมชนหรือสวัสดิการรัฐมากกว่ารายได้ส่วนตัว อาจทำให้การประเมิน "ความเพียงพอ" มีความหมายที่แตกต่างไปจากเขตเมือง และส่งผลให้อิทธิพลของตัวแปรนี้ต่อความรู้ด้านสุขภาพลดลงหรือไม่ปรากฏในเชิงสถิติ

ผลการศึกษาครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างลักษณะที่อยู่อาศัย เช่น การอยู่คนเดียวหรืออยู่ร่วมกับครอบครัว กับระดับความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่ศึกษา ซึ่งอาจเนื่องจากการอยู่ร่วมกับครอบครัวหรือการอาศัยอยู่คนเดียวไม่ใช่ตัวบ่งชี้ที่ชัดเจนของการสนับสนุนหรือการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพเสมอไป ทั้งนี้ การสนับสนุนทางสังคมที่แท้จริงขึ้นอยู่กับคุณภาพของปฏิสัมพันธ์ การสื่อสาร และความสัมพันธ์ภายในครอบครัวมากกว่าการอยู่ร่วมกันในเชิงกายภาพเพียงอย่างเดียว Chakraverty (2022) ซึ่งการศึกษานี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศิริพร คำสะอาด, พิไลพร บูรณประเสริฐ และมนต์ทิพา วรณไชย (2563) ที่พบว่าลักษณะที่อยู่อาศัยไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อระดับความรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท ซึ่งอธิบายว่าปัจจัยอื่น เช่น ระดับการศึกษา และรายได้ มีบทบาทสำคัญมากกว่าในการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ และประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม (2563) พบว่าผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่กับคู่สมรสมีระดับความรู้ด้านสุขภาพสูงกว่าผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวหรืออยู่

กับลูกหลาน โดยอธิบายว่าการมีคู่สมรสช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลสุขภาพและการสนับสนุนด้านจิตใจในชีวิตประจำวัน ซึ่งความแตกต่างนี้อาจสะท้อนให้เห็นถึงบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน โดยในชุมชนเมืองหรือเขตที่มีทรัพยากรสุขภาพพร้อม การสนับสนุนจากคู่สมรสหรือครอบครัวอาจมีบทบาทชัดเจนกว่า ขณะที่ในพื้นที่ชนบท เช่น ตำบลปึงโค้ง ผู้สูงอายุอาจมีการเข้าถึงแหล่งสนับสนุนทางสังคมอื่นๆ เช่น ชุมชน เพื่อนบ้าน หรืออาสาสมัครสาธารณสุข ทำให้การอยู่ร่วมกับครอบครัวเพียงอย่างเดียวอาจไม่แสดงผลอย่างชัดเจนในการวิเคราะห์เชิงสถิติ

งานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนชนบท ซึ่งยังมีข้อมูลวิชาการรองรับค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของพื้นที่ห่างไกลอย่างตำบลปึงโค้ง ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนหรือออกแบบโครงการส่งเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับลักษณะประชากรจริงในพื้นที่ ทั้งสำหรับหน่วยบริการสุขภาพระดับปฐมภูมิ เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในชุมชนอย่างยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

ควรพัฒนาโครงการส่งเสริมความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในชุมชน โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงข้อมูล ความเข้าใจ การประเมิน และการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ รวมถึงพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และแหล่งข้อมูลสุขภาพ เพื่อให้การดำเนินงานตรงกับบริบทเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดทำสื่อที่เหมาะสมกับช่วงอายุและระดับการศึกษา การพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายสำหรับผู้มีรายได้น้อย และการส่งเสริมบทบาทของครอบครัวและชุมชนในการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ ทั้งนี้ เพื่อยกระดับความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย และการใช้บริการสุขภาพ การศึกษานี้จะช่วยชี้ให้เห็นถึงผลกระทบของการพัฒนาความรู้รอบรู้ในแต่ละด้าน และช่วยกำหนดเป้าหมายของโปรแกรมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (2565). สถิติจำนวนประชากร. สืบค้น 31 ธันวาคม 2565, จาก

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData>

กรมสุขภาพจิต. (2562). รายงานสุขภาพจิตผู้สูงอายุในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2565, จาก

[https://dmh.go.th/report/dmh/rpt\\_year/view.asp?id=457](https://dmh.go.th/report/dmh/rpt_year/view.asp?id=457)

กรมอนามัย. (2560). แนวทางการพัฒนาความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพสำหรับบุคลากรสาธารณสุข. สืบค้นเมื่อ 31

ธันวาคม 2565, จาก [https://hp.anamai.moph.go.th/web-](https://hp.anamai.moph.go.th/web-upload/4xceb3b571ddb70741ad132d75876bc41d/tinymce/OPDC/OPDC2565-F/IDC1_18/opdc_2565_idc1-18_10.pdf)

[upload/4xceb3b571ddb70741ad132d75876bc41d/tinymce/OPDC/OPDC2565-](https://hp.anamai.moph.go.th/web-upload/4xceb3b571ddb70741ad132d75876bc41d/tinymce/OPDC/OPDC2565-F/IDC1_18/opdc_2565_idc1-18_10.pdf)

[F/IDC1\\_18/opdc\\_2565\\_idc1-18\\_10.pdf](https://hp.anamai.moph.go.th/web-upload/4xceb3b571ddb70741ad132d75876bc41d/tinymce/OPDC/OPDC2565-F/IDC1_18/opdc_2565_idc1-18_10.pdf)

- กรมอนามัย. (2563). *รายงานภาวะสุขภาพผู้สูงอายุ*. สืบค้น สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2565, จาก <https://eh.anamai.moph.go.th/web-upload/10x2f8665bc5c6742a30312c81435ca284e/filecenter/Annual%20report%20file/Annual%20report%202020.pdf>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2563–2582)*. สืบค้น 28 ธันวาคม 2566, จาก <https://spd.moph.go.th/20-year-national-strategy-public-health/>
- ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2556). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2556*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- เทศบาลปึงโค้ง. (2567). *ข้อมูลประชากรและสถิติพื้นฐานตำบลปึงโค้ง ปี 2567*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2568, จาก [https://3doctor.hss.moph.go.th/main/rp\\_village?region=1&prov=NTA=&provn=4LmA4LiK4Li14Lii4LiH4LmD4Lir4Lih4Lml&amid=5004&amprn=4LmA4LiK4Li14Lii4LiH4LiU4Liy4Lin&tamid=500406&tamname=4Lib4Li04LiH4LmC4LiE4LmJ4LiH](https://3doctor.hss.moph.go.th/main/rp_village?region=1&prov=NTA=&provn=4LmA4LiK4Li14Lii4LiH4LmD4Lir4Lih4Lml&amid=5004&amprn=4LmA4LiK4Li14Lii4LiH4LiU4Liy4Lin&tamid=500406&tamname=4Lib4Li04LiH4LmC4LiE4LmJ4LiH)
- ศูนย์สุขภาพชุมชนตำบลปึงโค้ง. (2567). *รายงานสถานการณ์สุขภาพผู้สูงอายุและข้อเสนอเชิงนโยบายตำบลปึงโค้ง ปีงบประมาณ 2567*. เชียงใหม่: ชุมชนตำบลปึงโค้ง.
- ศศิพิมพ์ คำวงศ์. (2564). *ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตสุขภาพที่ 8*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริพร คำสะอาด, พิไลพร บุรณประเสริฐ และมนต์ทิพา วรธรไชย. (2563). ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตชนบท จังหวัดสกลนคร. *วารสารการพยาบาลและสุขภาพ*, 14(3), 89–100.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2563). *รายงานสุขภาพผู้สูงอายุไทย ปี 2563*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- แสงโสม ศิริพานิช. (2563). ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสาธารณสุขชุมชน*, 16(2), 45–56.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570)*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2568, จาก [https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13\\_DraftFinal.pdf](https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_DraftFinal.pdf)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *รายงานสถิติสุขภาพผู้สูงอายุ*. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2568, จาก [https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey\\_detail/2023/20230731140458\\_26870.pdf](https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2023/20230731140458_26870.pdf)
- โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านไทรสภาวะคาม. (2567). *รายงานสถิติประชากรและสุขภาพผู้สูงอายุในตำบลปึงโค้ง ประจำปี 2567*. เชียงใหม่: โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านไทรสภาวะคาม.
- Berkman, N. D., Sheridan, S. L., Donahue, K. E., Halpern, D. J., & Crotty, K. (2011). Low health literacy and health outcomes: An updated systematic review. *Annals of Internal Medicine*, 155(2), 97–107. <https://doi.org/10.7326/0003-4819-155-2-201107190-00005>
- Chakraverty, D., Baumeister, A., Aldin, A., Seven, Ü. S., Monsef, I., Skoetz, N., Woopen, C., & Kalbe, E. (2022). *Gender differences of health literacy in persons with a migration background: A systematic review and meta-analysis*. *BMJ Open*, 12(7), e056090. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2021-056090>

- Edwards, M., Wood, F., Davies, M., & Edwards, A. (2012). The development of health literacy in patients with a long-term health condition: The health literacy pathway model. *BMC Public Health, 12*, 130. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-130>
- Gazmararian, J. A., Baker, D. W., Williams, M. V., Parker, R. M., Scott, T. L., Green, D. C., ... & Koplan, J. P. (1999). Health literacy among Medicare enrollees in a managed care organization. *JAMA, 281*(6), 545–551.
- Gellert, P., Häusler, A., Suhr, R., Gholami, M., Rapp, M., & Kuhlmeier, A. (2018). Testing the stress-buffering effects of social resources on depressive symptoms in older adults diagnosed with cancer. *Journal of Geriatric Oncology, 9*(1), 26–34.
- Howard, D. H., Gazmararian, J., & Parker, R. M. (2006). The impact of low health literacy on the medical costs of Medicare managed care enrollees. *The American Journal of Medicine, 118*(4), 371–377.
- Kobayashi, L. C., Wardle, J., & von Wagner, C. (2015). Internet use, social engagement and health literacy decline during ageing in a longitudinal cohort of older English adults. *Journal of Epidemiology and Community Health, 69*(3), 278–283.
- Lee, S. Y., Arozullah, A. M., & Cho, Y. I. (2015). Health literacy, social support, and health: A research agenda. *Social Science & Medicine, 58*(7), 1309–1321.
- Nutbeam, D. (2008). The evolving concept of health literacy. *Social Science & Medicine, 67*(12), 2072–2078.
- Palumbo, R., Annarumma, C., Adinolfi, P., Musella, M., & Piscopo, G. (2016). The Italian Health Literacy Project: Insights from the assessment of health literacy skills in Italy. *Health Policy, 120*(9), 1087–1094.
- Rootman, I. (2009). *Health literacy: A new agenda. Canadian Journal of Public Health, 100*(4), 243–244.
- Rudd, R. E., Kirsch, I., & Yamamoto, K. (2004). *Literacy and Health in America. Policy Information Report*. New Jersey: Educational Testing Service
- Schillinger, D., Bindman, A., Wang, F., Stewart, A., & Piette, J. (2004). Functional health literacy and the quality of physician–patient communication among diabetes patients. *Patient Education and Counseling, 52*(3), 315–323.
- Sentell, T., & Halpin, H. A. (2006). Importance of adult literacy in understanding health disparities. *Journal of General Internal Medicine, 21*(8), 862–866. <https://doi.org/10.1111/j.1525-1497.2006.00538.x>
- Shwe, N. K., & Laohasiriwong, W. (2022). *Health literacy and hypertension among middle and elderly aged population in Myanmar: A cross-sectional study*. *International Journal of Public Health Asia Pacific, 1*(1). <https://doi.org/10.62992/ijphap.v1i1.13>

- 
- Sørensen, K., Pelikan, J. M., Röthlin, F., Ganahl, K., Slonska, Z., Doyle, G., ... & Brand, H. (2015). Health literacy in Europe: Comparative results of the European health literacy survey (HLS-EU). *European Journal of Public Health, 25*(6), 1053–1058.
- Sudore, R. L., Yaffe, K., Satterfield, S., Harris, T. B., Mehta, K. M., Simonsick, E. M., ... & Schillinger, D. (2009). Limited literacy and mortality in the elderly: The health, aging, and body composition study. *Journal of General Internal Medicine, 24*(3), 302–307. <https://doi.org/10.1007/s11606-008-0898-4>
- UNFPA. (2020). *Thailand ageing population projections 2010–2040*. Bangkok: United Nations Population Fund.
- Van der Heide, I., Wang, J., Droomers, M., Spreeuwenberg, P., Rademakers, J., & Uiters, E. (2013). The relationship between health, education, and health literacy: Results from the Dutch Adult Literacy and Life Skills Survey. *Journal of Health Communication, 18*(1), 172–184.
- Volandes, A. E., & Paasche-Orlow, M. K. (2007). Health literacy, health inequality and a just healthcare system. *The American Journal of Bioethics, 7*(11), 5–10.
- World Bank. (2021). *Life expectancy at birth: Thailand*. Retrieved June 26, 2022, from <https://data.worldbank.org/>
- Zhang, N. J., Terry, A., & McHorney, C. A. (2014). Impact of health literacy on medication adherence: A systematic review and meta-analysis. *Annals of Pharmacotherapy, 48*(6), 741–751. <https://doi.org/10.1177/1060028014526562>

ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้า  
ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs)  
ในประเทศไทย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 27 กุมภาพันธ์ 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 18 เมษายน 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 20 พฤษภาคม 2568

กิตติภพ กันทา,

ฤทธิ์เดชา ตาบุญใจ\* และ

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก

สิริพร สีใจคำ

นักวิจัยอิสระ

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ เปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ประกอบการ จำแนกโดยปัจจัยประชากรศาสตร์ และเพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย จำนวน 396 ราย ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านคน ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของบุคลากรในองค์กรในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ส่วนปัจจัยด้านผลการดำเนินงาน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับด้านลูกค้ามากที่สุด ซึ่งแสดงถึงการมุ่งเน้นความพึงพอใจและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อส่งเสริมความภักดีและเพิ่มยอดขาย การเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงาน คือ ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนากระบวนการทำงานมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ

**คำสำคัญ:** ธุรกิจ MSMEs ผลกระทบนวัตกรรมทางธุรกิจ ผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้า

### วิธีการอ้างอิง:

กิตติภพ กันทา, ฤทธิ์เดชา ตาบุญใจ และสิริพร สีใจคำ. (2568). ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(2), 146-162.

\* ผู้ประสานงานหลัก: Ritdacha@gmail.com

## The Impact of Business Innovation on the Business Performance of Medium, Small and Micro Enterprises (MSMEs) in Thailand

Received: February 27, 2025

Revised: April 18, 2025

Accepted: May 20, 2025

*Kittipop Kanta,*

*Ritdacha Taboonjai\* and*

Faculty of Business Administration and Liberal Arts  
Rajamangala University of Technology Lanna Phitsanulok

*Sriporn Srijaikam*

Independent Researcher

### Abstract

This research aimed to examine the factors related to business innovation and the performance of entrepreneurs, compare the differences among entrepreneurs classified by demographic factors, and investigate the influence of business innovation on the business performance of entrepreneurs in the medium, small, and micro-sized enterprises (MSMEs) sectors in Thailand. The sample of this quantitative research consisted of 396 MSME entrepreneurs in Thailand selected by purposive sampling method, specifically targeting business entrepreneurs who were clients or engaged in SME business loans with financial institutions. The data were collected by using a questionnaire. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The results revealed that the most important factor in business innovation was the "people" factor, which reflected the significance of human resources within organizations in driving innovation. In terms of the business performance factor, entrepreneurs placed the most importance on the customers, emphasizing customer satisfaction and building good relationships to foster loyalty and increase sales. The comparison of differences among entrepreneurs revealed that demographic factors did not have a significant impact on business performance. Furthermore, the study found that the business innovation factor related to processes had a positive and statistically significant influence on business performance at the 0.01 level. This highlighted the importance of process development in contributing to business success.

**Keywords:** MSMEs, Business Innovation Impact, Business Performance

---

\* Corresponding Author: Ritdacha@gmail.com

**Cite this article as:**

Kanta, K., Taboonjai, R, & Srijaikam, S. (2025). The Impact of Business Innovation on the Business Performance of Medium, Small and Micro Enterprises (MSMEs) in Thailand. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 146-162.



## บทนำ

จากข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามประกาศกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2566 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่าในปี 2566 จำนวน Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) ของภาคธุรกิจการค้าทั้งหมด 1,346,641 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดย่อยถึง 1,174,479 ราย คิดเป็น 87% ของจำนวน MSMEs ทั้งหมด ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุดของ MSMEs และแม้ว่าจะมี MSMEs อยู่จำนวนมากแต่เกือบทั้งหมดเป็นวิสาหกิจขนาดย่อยในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วจะมีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางอยู่ที่ 5-10% ซึ่งสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดมากมายที่ทำให้วิสาหกิจขนาดย่อยไม่สามารถเติบโตไปเป็นขนาดย่อมและขนาดกลางได้ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงเงินทุนเพื่อขยายกิจการ ข้อจำกัดด้านผลิตภัณฑ์ และระบบบริหารจัดการหรือปัญหาด้านการขยายตลาด ทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น การส่งเสริมให้เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารของธุรกิจ MSMEs มีความรู้ทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจที่เพียงพอเป็นเรื่องที่สำคัญและมีผลโดยตรงต่อความอยู่รอดของธุรกิจ ดังนั้น เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจ MSMEs ควรต้องมีความรู้และความเข้าใจในหลากหลายด้านสามารถใช้ความรู้ในแต่ละด้านมาใช้ตัดสินใจนำธุรกิจไปในทิศทางที่วางแผนไว้รวมถึงการที่ตัดสินใจภายใต้ปัจจัยภายนอกที่ก่อให้เกิดวิกฤติต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ในช่วงวิกฤติ และด้วยเหตุผลที่ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจมีความหลากหลาย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

ธุรกิจ MSMEs ส่วนใหญ่ยังคงเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ความผันผวนของเศรษฐกิจ และความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สามารถปรับตัวและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจได้ คือ การนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิดและแนวทางใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น การใช้ระบบจัดการข้อมูลผ่านคลาวด์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) หรือการพัฒนาระบบขายหน้าร้าน (POS) เพื่อลดต้นทุน เพิ่มความสะดวก และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ MSMEs ขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์กรที่แตกต่างกันไป ธุรกิจแห่งนวัตกรรมจึงกลายเป็นแนวคิดใหม่ในการบริหารจัดการองค์กร โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนลักษณะหรือพฤติกรรมขององค์กรที่ไม่เคยมีการเปลี่ยนแปลงมาก่อน เพื่อให้ตอบสนองต่อแรงกระตุ้นจากบริบทโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่า พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันในตลาดการค้าโลกที่เสรี การพัฒนาธุรกิจให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเริ่มต้นจากความตั้งใจของผู้บริหารในการส่งเสริมธุรกิจไปในทิศทางดังกล่าว โดยธุรกิจที่มีนวัตกรรมสูงจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ภาวะผู้นำ (Leadership) การวางแผน (Planning) สารสนเทศ (Information) คน (People) และกระบวนการทำงาน (Processes) (दनัย เทียนพุดิ, 2550) ซึ่งปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจ โดยผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องมีทักษะความเป็นผู้นำที่เป็นมืออาชีพในการบริหารองค์กร (นิตินันต์ วรรณเสริมสกุล, ดวงเดือน อาจสมบูรณ์, สิริจันทร์ ทอจเงิน, พรพิชา โสตา และวนิดา อ่อนละมัย, 2565)

ในปัจจุบันการวัดผลการดำเนินงานมีเกณฑ์ที่หลากหลาย บางแนวทางเน้นการวัดผลด้านการเงินเพียงอย่างเดียว สำหรับงานวิจัยครั้งนี้เพื่อให้สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างครอบคลุม จึงนำแนวคิดที่ได้รับการยอมรับและนำมาใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน คือ แนวคิดการวัดผลแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยวัดและประเมินผลองค์กรจากมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่

ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (Kaplan & Norton, 1996) คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและรายย่อย ให้ก้าวสู่การเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพการดำเนินงานของธุรกิจ และยังเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ และเป็นการช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตโดยรวม

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมธุรกิจ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย จำแนกโดยปัจจัยประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ MSMEs

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2563) ที่ได้กำหนดนิยามใหม่ของ MSME ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563) ที่กำหนดให้ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ให้หมายรวมถึง “วิสาหกิจรายย่อย (Micro)” ด้วย จึงได้เปลี่ยนชื่อตัวย่อภาษาอังกฤษจาก “SME” เป็น “MSME” โดยใช้เกณฑ์ รายได้ต่อปีและการจ้างงานเป็นตัวกำหนดขนาดของ MSME ทั้งนี้ หากการจ้างงานและรายได้เข้าลักษณะของ วิสาหกิจต่างกัน ให้ยึดรายได้เป็นหลัก (ภาพที่ 1)

| วิสาหกิจรายย่อย<br>Micro Enterprise                  | วิสาหกิจขนาดย่อม<br>Small Enterprise                 | วิสาหกิจขนาดกลาง<br>Medium Enterprise                |
|--|--|--|
| การผลิต<br>รายได้ไม่เกิน (ล้านบาท)                   | การผลิต<br>รายได้ไม่เกิน (ล้านบาท)                   | การผลิต<br>รายได้ไม่เกิน (ล้านบาท)                   |
| <b>18</b>  | <b>100</b>   | <b>100-500</b>                                       |
| การจ้างงานไม่เกิน (คน)                               | การจ้างงานไม่เกิน (คน)                               | การจ้างงานไม่เกิน (คน)                               |
| <b>5</b>   | <b>50</b>  | <b>50-200</b>  |
| บริการ/ค้าส่ง/หรือค้าปลีก<br>รายได้ไม่เกิน (ล้านบาท) | บริการ/ค้าส่ง/หรือค้าปลีก<br>รายได้ไม่เกิน (ล้านบาท) | บริการ/ค้าส่ง/หรือค้าปลีก<br>รายได้ไม่เกิน (ล้านบาท) |
| <b>18</b>  | <b>50</b>  | <b>50-300</b>  |
| การจ้างงานไม่เกิน (คน)                               | การจ้างงานไม่เกิน (คน)                               | การจ้างงานไม่เกิน (คน)                               |
| <b>5</b>   | <b>30</b>  | <b>30-100</b>  |

ภาพที่ 1 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (2566)

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation)

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation) ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในแวดวงการบริหารจัดการ โดย Damanpour (1996) ระบุว่าพัฒนานวัตกรรมภายในธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวข้องจากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การปรับโครงสร้างองค์กร การนำระบบการบริหารจัดการรูปแบบใหม่มาใช้ การปรับปรุงกระบวนการทางเทคโนโลยี รวมถึงการจัดทำแผนงานที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

Zou (2022) กล่าวว่า รูปแบบธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีศักยภาพในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยใช้เวลาและทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด ทั้งนี้ การผลักดันให้ธุรกิจเติบโตสู่ธุรกิจแห่งนวัตกรรมจำเป็นต้องอาศัยความมุ่งมั่นจากผู้บริหารที่พร้อมขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การพัฒนาธุรกิจในประเทศไทยให้ก้าวสู่ธุรกิจแห่งนวัตกรรม จำเป็นต้องเริ่มต้นจากความมุ่งมั่นของผู้บริหารที่พร้อมผลักดันองค์กรไปในทิศทางดังกล่าว ธุรกิจที่ได้รับการยอมรับว่ามีความเป็นนวัตกรรมสูงนั้น ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ภาวะผู้นำ การวางแผน สารสนเทศ คน และกระบวนการทำงาน (ดนัย เทียนพุฒ, 2550)

1. ด้านภาวะผู้นำ ผู้บริหารในทุกระดับมีบทบาทในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กร รวมถึงผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ความเป็นพลเมืองดีในองค์กร

2. ด้านการวางแผน เป็นการสนับสนุนเป้าหมายทางธุรกิจอย่างชัดเจน โดยการนำเป้าหมายกลยุทธ์สร้างเป็นแผนที่ทางกลยุทธ์ รวมถึงการปรับใช้นวัตกรรมที่เคยประสบความสำเร็จช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ดีขึ้น

3. ด้านสารสนเทศ การที่องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานเพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการให้มีความทันสมัย

4. ด้านคน เป็นการพัฒนามูลค่าในองค์กรให้มีความสามารถในการทำงานเพิ่มขึ้นโดยบุคลากรเหล่านั้นต้องรู้จักสร้างสรรค์ ต้องมีความพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้า ปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด

5. ด้านกระบวนการ คือ แนวทางการดำเนินงานอย่างมีขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผนการส่งมอบงาน ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงานในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง จะช่วยลดความขัดแย้งและเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี

โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านสารสนเทศ ด้านคน และด้านกระบวนการ

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานขององค์กร นักวิชาการหลายท่านมีมุมมองที่แตกต่างกันไป เช่น

Ramsey (2008) ได้กล่าวว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง การบรรลุความต้องการที่ตั้งไว้โดยการใช้ทรัพยากรและความสามารถต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ ขณะที่ Singer and Edmondson (2008) มองว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร คือ การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งมักจะประกอบด้วย การชีวิตในหลายมิติ เช่น การประหยัดต้นทุน ความมีประสิทธิภาพ และความประสิทธิผลในทำนองเดียวกัน รัชณี เล่าโรจนถาวร,

ดาสัตถมา คุณสิริสิน, กรรณิการ์ มานะกล้า และพรธมพิทย์ อย่างกลิ่น (2564) ได้อธิบายว่า ผลการดำเนินงานสามารถประเมินได้จากหลายมิติ เช่น ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ และความมีประสิทธิภาพ ซึ่งแต่ละมิติมีความสำคัญแตกต่างกันไปในแต่ละองค์กร ผลการดำเนินงานจึงสะท้อนถึงความสามารถของผู้บริหารในการจัดการองค์กร การวางโครงสร้าง และการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในอนาคต

Mandeep and Thompson (2003) ได้เสนอแนวทางในการประเมินผลการดำเนินงานที่แตกต่างจากการใช้ตัวชี้วัดทางการเงินเพียงอย่างเดียว โดยแนะนำให้ใช้ตัวชี้วัดในสี่มุมมองหลัก ได้แก่ มุมมองทางการเงิน, มุมมองด้านลูกค้า, มุมมองกระบวนการภายในองค์กร, และมุมมองการเรียนรู้และการพัฒนา ซึ่งช่วยให้การประเมินผลการดำเนินงานมีความหลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ทฤษฎีนี้ยังเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาบุคลากรและนวัตกรรม ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ในขณะที่แนวคิดของ Balanced Scorecard (BSC) ที่พัฒนาโดย Kaplan and Norton (1996) ได้รับการยอมรับและนำมาใช้ในองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก BSC เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การประเมินผลขององค์กรมีความสมดุล โดยการมุ่งเน้นทั้งในด้านการเงินและด้านอื่น ๆ ที่สำคัญ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การพัฒนากระบวนการภายใน และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร แนวคิดนี้ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการประเมินผลการดำเนินงานจากแบบดั้งเดิมที่มุ่งเน้นการวัดผลทางการเงินเท่านั้นไปสู่การมุ่งเน้นในทุกมิติที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร

การใช้ Balanced Scorecard (BSC) ในการบริหารจัดการองค์กรทำให้คณะผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์และวัดผลการดำเนินงานจากการบรรลุวัตถุประสงค์ในสี่มุมมองที่สำคัญ คือ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการพัฒนา การใช้เครื่องมือนี้ช่วยให้การวางกลยุทธ์และการประเมินผลมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยสามารถติดตามและประเมินผลได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การประเมินผลการดำเนินงานยังสามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนากลยุทธ์และการกำหนดแผนงานต่าง ๆ โดยการนำแนวคิดจาก BSC ไปใช้ในองค์กรช่วยให้การดำเนินงานทุกระดับมีความสอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวขององค์กรกฤษณี มหาวิรุฬห์ (2546) อธิบายว่า การใช้ BSC ทำให้การกำหนดตัวชี้วัดสำคัญ (KPIs) ที่สัมพันธ์กับกลยุทธ์ขององค์กรชัดเจนและสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรไปสู่การปฏิบัติจริง ซึ่งกระบวนการจัดทำ Balanced Scorecard จะต้องเริ่มจากการวิเคราะห์และวางกลยุทธ์ขององค์กร โดยกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร (Strategic Themes) และสร้างแผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy Map) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของวัตถุประสงค์ในแต่ละมุมมองของ BSC ทั้ง 4 ด้าน วัตถุประสงค์เหล่านี้จะต้องสอดคล้องและสนับสนุนวิสัยทัศน์และกลยุทธ์หลักขององค์กร จากนั้นจึงกำหนดตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนงาน โครงการ กิจกรรม ของวัตถุประสงค์แต่ละประการจึงจะถือว่าเสร็จสิ้นกระบวนการในการพัฒนา BSC (พสุ เตชะรินทร์, 2544)

รายละเอียดตัวชี้วัดแต่ละมุมมองของ Balanced Scorecard (BSC)

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองนี้พิจารณาผลลัพธ์จากกลยุทธ์ขององค์กรผ่านผลประกอบการ โดยวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญภายใต้มุมมองนี้ คือ 1) การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) 2) การลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity) และ 3) ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพย์สิน (Asset Utilization)

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองนี้เน้นการเข้าใจลูกค้าหลักและการเสนอคุณค่าที่สร้างความพึงพอใจโดยวัตถุประสงค์หลัก คือ 1) ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) 2) การรักษาลูกค้า

เก่า (Customer Retention) 3) การเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) 4) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และ 5) กำไรต่อลูกค้า (Customer Profitability)

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) เน้นการปรับปรุงกระบวนการที่สำคัญในองค์กร โดยกระบวนการที่สำคัญภายใต้มุมมองนี้คือ 1) นวัตกรรม (Innovation) 2) กระบวนการ (Operation) และ 3) การบริการหลังการขาย (Post Sale Service)

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) มุมมองนี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร ต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์องค์กรต้องมีการเรียนรู้พัฒนา และเตรียมตัวอย่างไรบ้าง โดยวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ ภายใต้มุมมองนี้คือ 1) บุคลากรภายในองค์กร (People) 2) ระบบข้อมูลสารสนเทศ (Information System) และ 3) ระเบียบวิธีการปฏิบัติขององค์กร (Organization Procedures) (Kaplan & Norton, 1996; พสุ เตชะรินทร์, 2546)

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

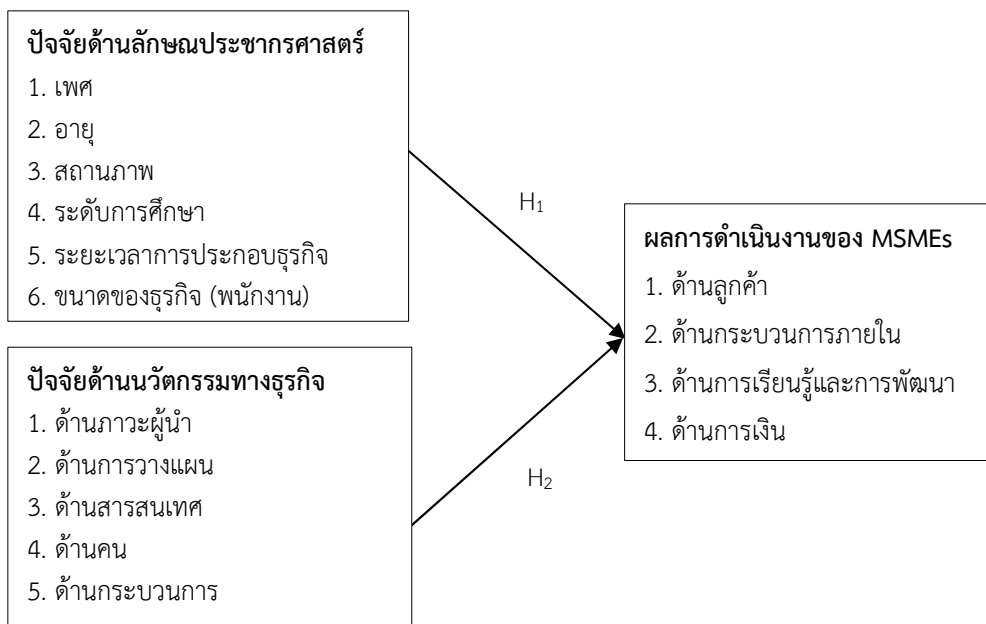
จากการศึกษาของวารุณี กุลรัตน์วิจิตร (2560); อิริยา ผ่องพิทยา, ภัทลัญชญ์ ภาณีพิเชษฐวงศ์, ณัฏชา ธาตรีรานนท์, กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล และลาวัลย์ ต้นสกุลรุ่งเรือง (2566) พบว่าปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทั้งสองงานวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรมด้านภาวะผู้นำและด้านคนต่อการพัฒนาผลการดำเนินงานในมิติการเรียนรู้และพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วารุณี กุลรัตน์วิจิตร (2560) ศึกษาธุรกิจประเภทบริการทั่วประเทศไทย ขณะที่อิริยา ผ่องพิทยา และคณะ (2566) มุ่งเน้นธุรกิจค้าส่งในจังหวัดนนทบุรี แม้ว่าประเภทธุรกิจและพื้นที่ศึกษาแตกต่างกัน แต่ทั้งสองงานวิจัยสะท้อนประเด็นร่วมกันว่า การพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำและการเสริมสร้างศักยภาพพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาภายในองค์กร ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

นอกจากนี้ งานวิจัยของอิริยา ผ่องพิทยา และคณะ (2566) ยังเน้นถึงความสำคัญของนวัตกรรมด้านสารสนเทศ กระบวนการ และการวางแผน ซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนากระบวนการดำเนินงานและการให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการนำนวัตกรรมที่ครอบคลุมหลายมิติสามารถเพิ่มโอกาสความสำเร็จของธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

ดังนั้น ทั้ง 2 งานวิจัยชี้ให้เห็นว่า การนำแนวคิดนวัตกรรมมาปรับใช้ในองค์กร โดยเฉพาะการเสริมสร้างทักษะผู้นำและพัฒนาศักยภาพพนักงาน ควบคู่กับการปรับปรุงกระบวนการและระบบสารสนเทศ จะเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

### สมมติฐานงานวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ที่มุ่งเน้นการศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน เพราะไม่ทราบจำนวนผู้ประกอบการที่ใช้นวัตกรรมทางธุรกิจว่ามีจำนวนเท่าใดจากผู้ประกอบการทั้งหมด คณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตร (Cochran, 1977 อ้างใน จีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 5% ดังนั้น จากการคำนวณ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทยจำนวน 385 คน เพื่อรองรับความคลาดเคลื่อนหรือความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูล

จำนวน 400 ชุด และเพื่อแบ่งสัดส่วนที่จะศึกษาตามแต่ละภาคในประเทศไทยจำนวน 6 ภาค เท่า ๆ กัน จึงได้ 67 ชุดต่อภาคได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันตก ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีรูปแบบเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบบสัมภาษณ์มี 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ และขนาดของธุรกิจ (พนักงาน) มีจำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามที่ให้เลือกเพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านสารสนเทศ ด้านคน และด้านกระบวนการ มีจำนวน 19 ข้อ เป็นคำถามมีลักษณะการให้ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และด้านการเงิน มีจำนวน 15 ข้อ เป็นคำถามมีลักษณะการให้ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ และ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย

## 3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและความสอดคล้องกันกับวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาโดยมีการกำหนดเกณฑ์ค่า IOC คือ ตั้งแต่ 0.50-1.00 แสดงว่าแบบสัมภาษณ์มีความเที่ยงตรงที่ใช้ได้ หากข้อคำถามมีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงคำถาม (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งค่า IOC ของแบบสอบถามได้ 0.75 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ค่าความเที่ยงตรงที่ใช้ได้ ส่วนการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนั้น คณะผู้วิจัยได้คำนวณค่าอัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งค่าอัลฟาของครอนบาคที่มีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง ผลการคำนวณค่าอัลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 ของแบบสอบถามได้ค่าอัลฟาอยู่ที่ 0.85 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด ทำให้สามารถยืนยันได้ว่าเครื่องมือวิจัยนี้มีความเชื่อมั่นในการวัดข้อมูลที่สูงและเหมาะสมสำหรับการใช้งาน

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจการค้าที่เป็นลูกค้าหรือเข้ามาติดต่อสินค้าธุรกิจ SME ในสถาบันการเงินแห่งหนึ่งในแต่ละภาค ซึ่งกลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะมีการแยกกลุ่มประเภทธุรกิจได้อย่างชัดเจน โดยส่งให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่านทาง Google Form ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามจำนวน 402 ชุด เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการตอบกลับ และได้รับการตอบกลับจำนวน 396 ชุด

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการประมวลผลตามหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 และ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้เพียงคำตอบเดียว มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย โดยใช้การสรุปใจความสำคัญของข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

#### 6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ 2.1. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย โดยใช้การทดสอบแบบ t-test และ One-way ANOVA และ 2.2. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการค้า MSMEs ในประเทศไทย โดยใช้การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

7. การรับรองจริยธรรมในมนุษย์ บทความวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ตามเอกสารเลขที่ UTCCEC/Exemp076/2024 เพื่อเป็นการปกป้องและคุ้มครองสิทธิการให้ข้อมูลจากอาสาสมัครที่เข้าร่วมการวิจัยเป็นที่เรียบร้อย

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมด จำนวน 396 คน มีรายละเอียดดังนี้

#### 1. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 213 คน ร้อยละ 46.21 มีระหว่างอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 134 คน ร้อยละ 33.84 และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 206 คน ร้อยละ 52.02 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 273 คน ร้อยละ 68.93 มีระยะเวลาการประกอบธุรกิจ 4 - 6 ปี จำนวน 149 คน ร้อยละ 37.63 และมีขนาดของธุรกิจที่มีพนักงาน 5 - 10 คน จำนวน 276 คน ร้อยละ 69.70

#### 2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการ MSMEs ในประเทศไทย

| นวัตกรรมทางธุรกิจ | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความคิดเห็น |
|-------------------|-----------|-------|------------------|
| 1. ด้านภาวะผู้นำ  | 4.47      | 0.156 | มาก              |
| 2. ด้านการวางแผน  | 4.43      | 0.099 | มาก              |
| 3. ด้านสารสนเทศ   | 4.41      | 0.144 | มาก              |
| 4. ด้านคน         | 4.58      | 0.120 | มากที่สุด        |
| 5. ด้านกระบวนการ  | 4.28      | 0.067 | มาก              |



ตารางที่ 1 (ต่อ)

| นวัตกรรมทางธุรกิจ | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความคิดเห็น |
|-------------------|-----------|-------|------------------|
| รวม               | 4.43      | 0.065 | มาก              |

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.43$ , S.D.=0.065) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านคน มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ( $\bar{X}=4.58$ , S.D.=0.120) รองลงมา คือ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านสารสนเทศ และ ด้านกระบวนการ ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการ MSMEs ในประเทศ

| ผลการดำเนินงาน                | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความคิดเห็น |
|-------------------------------|-----------|-------|------------------|
| 1. ด้านลูกค้า                 | 4.55      | 0.065 | มากที่สุด        |
| 2. ด้านกระบวนการภายใน         | 4.35      | 0.149 | มาก              |
| 3. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา | 4.46      | 0.126 | มาก              |
| 4. ด้านการเงิน                | 4.45      | 0.078 | มาก              |
| รวม                           | 4.45      | 0.037 | มาก              |

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.45$ , S.D.=0.037) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านลูกค้า มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ( $\bar{X}=4.55$ , S.D.=0.065) รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และด้านกระบวนการภายใน ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ธุรกิจการค้า วิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการ MSMEs ในประเทศ ที่จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

| ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ | สถิติที่ใช้ | ค่าสถิติ | Sig.  |
|-------------------------|-------------|----------|-------|
| เพศ                     | t-test      | 1.281    | 0.258 |
| อายุ                    | F-test      | 1.031    | 0.424 |
| สถานภาพ                 | F-test      | 1.288    | 0.183 |
| ระดับการศึกษา           | F-test      | 1.132    | 0.314 |
| ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ | F-test      | 0.449    | 0.982 |
| ขนาดของธุรกิจ (พนักงาน) | F-test      | 0.816    | 0.695 |

\* p < 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านเพศ (t=1.281, Sig.=0.0258) อายุ (F=1.031, Sig.=0.424) สถานภาพ (F=1.288, Sig.=0.183) ระดับการศึกษา (F=1.132, Sig.=0.314) ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ (F=.449, Sig.=0.982) และขนาดของธุรกิจ (พนักงาน) (F=0.816, Sig.=0.695)

ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจ  
ขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

ของผู้ประกอบการธุรกิจ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับ  
นัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยทางด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของ  
ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการ MSMEs ในประเทศ

**ตารางที่ 4** ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

| ตัวแปร                              | ด้าน<br>ภาวะ<br>ผู้นำ<br>( $x_1$ ) | ด้านการ<br>วางแผน<br>( $x_2$ ) | ด้าน<br>สารสนเทศ<br>( $x_3$ ) | ด้าน<br>คน<br>( $x_4$ ) | ด้าน<br>กระบวนการ<br>( $x_5$ ) | ผลการ<br>ดำเนินงาน<br>ของธุรกิจ<br>( $y$ ) |
|-------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------|--|
| ด้านภาวะผู้นำ ( $x_1$ )             | 1                                  |                                |                               |                         |                                |  |
| ด้านการวางแผน ( $x_2$ )             | -0.021                             | 1                              |                               |                         |                                |  |
| ด้านสารสนเทศ ( $x_3$ )              | -0.020                             | 0.053                          | 1                             |                         |                                |  |
| ด้านคน ( $x_4$ )                    | 0.104*                             | 0.056                          | 0.237**                       | 1                       |                                |  |
| ด้านกระบวนการ ( $x_5$ )             | 0.056                              | 0.013                          | 0.068                         | 0.153**                 | 1                              |  |
| ผลการดำเนินงาน<br>ของธุรกิจ ( $y$ ) | -0.063                             | 0.126*                         | 0.097                         | 0.134*                  | 0.030                          | 1  |

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

จากตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัว  
แปรอิสระด้วยกันเองของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านภาวะผู้นำ ( $x_1$ )  
ด้านการวางแผน ( $x_2$ ) ด้านสารสนเทศ ( $x_3$ ) ด้านคน ( $x_4$ ) และด้านกระบวนการ ( $x_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์  
อยู่ระหว่าง -0.021 ถึง 0.237 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair, Black,  
Babin, & Anderson, 2010)

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

| ปัจจัยด้าน<br>นวัตกรรมทางธุรกิจ  | Unstandardized<br>Coefficients |               | Standardized<br>Coefficients | t      | Sig.   | Collinearity<br>Statistics |       |
|--|--------------------------------|---------------|------------------------------|--------|--------|----------------------------|-------|
|  | B                              | Std.<br>Error | Beta                         |        |        | Tolerance                  | VIF   |
| (ค่าคงที่)   | 3.746                          | .247          |                              | 15.182 | 0.001* |                            |       |
| ด้านภาวะผู้นำ ( $x_1$ )  | -                              | 0.039         | -0.009                       | -0.180 | 0.857  | 0.971                      | 1.029 |
| ด้านการวางแผน ( $x_2$ )  | 0.033                          | 0.027         | 0.062                        | 1.259  | 0.209  | 0.976                      | 1.024 |
| ด้านสารสนเทศ ( $x_3$ )   | 0.023                          | 0.025         | 0.047                        | 0.930  | 0.353  | 0.918                      | 1.089 |
| ด้านคน ( $x_4$ )   | 0.004                          | 0.026         | 0.009                        | 0.172  | 0.863  | 0.869                      | 1.151 |
| ด้านกระบวนการ ( $x_5$ )  | 0.109                          | 0.023         | 0.242                        | 4.804  | 0.001* | 0.936                      | 1.069 |
| Durbin-Watson = 2.059, F-value = 5.981, R = 0.267, R <sup>2</sup> = 0.071, Adj.R <sup>2</sup> =0.072 |                                |               |                              |        |        |                            |       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p<0.01)

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ มีเพียงด้านกระบวนการเพียงด้านเดียว ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 0.27 และสามารถอธิบาย ความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 7.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.109 ค่าสหสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานธุรกิจและตัวพยากรณ์ ( $X_5$ ) มีค่าเท่ากับ 0.27 มีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 7.2 โดยสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้  $\hat{y} = 3.746 + 0.109 (X_5)$

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมธุรกิจ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ MSMEs ในประเทศไทยมีความคิดเห็นในระดับมากเกี่ยวกับทั้งปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจและปัจจัยด้านผลการดำเนินงาน โดยปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ด้านคน ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของบุคลากรในองค์กรในการขับเคลื่อนนวัตกรรม และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เช่นเดียวกับที่ต้นย เทียนพุ่ม (2550) ระบุว่า นวัตกรรมทางธุรกิจด้านคน เป็นการพัฒนาบุคลากรให้มีความคิดสร้างสรรค์ พร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ รองลงมาคือ ด้านภาวะผู้นำ ที่เน้นบทบาทของผู้นำในการวางแผนและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Eden, Rizky and Willya (2023) ที่กล่าวว่าผู้นำมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร โดยตัวบ่งชี้ความสามารถขององค์กรขึ้นอยู่กับการบริหาร การสื่อสาร และการสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่ผู้นำเลือกปฏิบัติต่อทีมงาน และในส่วนของปัจจัยด้านผลการดำเนินงาน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญสูงสุดกับ ด้านลูกค้า ซึ่งแสดงถึงการมุ่งเน้นความพึงพอใจและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อส่งเสริมความภักดีและเพิ่มยอดขายตามมาด้วย รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ที่ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวและพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด สอดคล้องกับอิริยา ผ่องพิทยา และคณะ (2566) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจค้าส่งในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านลูกค้า การเรียนรู้และพัฒนาด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน ทั้งนี้ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของ MSMEs ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญกับบุคลากรการพัฒนาภาวะผู้นำ และการมุ่งเน้นลูกค้า ควบคู่ไปกับการปรับปรุงกระบวนการภายในและการพัฒนาองค์ความรู้ภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย จำแนกโดยปัจจัยประชากรศาสตร์

ผลการวิจัย พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ และขนาดของธุรกิจ (พนักงาน) ไม่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อยในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับจรัญภัทร์ จุฑาธน์ญญ, นัทธ์หทัย อัครธนเดชสิทธิ์, เตือนใจ แสงทอง และสุภษฎ์ ทะเส (2567) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการบริหารจัดการ การปรับตัวทางธุรกิจ และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมากกว่า สอดคล้องกับ Maier (2007) ที่ระบุว่าแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่เน้นความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มากกว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของเจ้าของกิจการ และยังสะท้อนถึงแนวโน้มของภาคธุรกิจที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการทุกกลุ่มสามารถประสบความสำเร็จมากกว่าการอาศัยปัจจัยทางประชากรศาสตร์เป็นตัวกำหนดผลลัพธ์หรือผลการดำเนินงานของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นเพียงปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนากระบวนการทำงานมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพและความคล่องตัวในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kaplan and Norton (1996) ที่ระบุว่า Balanced Scorecard (BSC) เป็นเครื่องมือประเมินประสิทธิภาพองค์กร โดยมีมิติด้านกระบวนการภายในถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่ MSMEs ต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อเพิ่มผลิตภาพ ลดต้นทุน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ตลอดจนปรับตัวได้อย่างเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ประกอบการ MSMEs ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากระบวนการภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงาน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว ในทางกลับกัน ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ การวางแผน สารสนเทศ และคน ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ MSMEs ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับแนวความคิดหรือสมมุติฐานที่มีอยู่โดยทั่วไปในเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ คณะผู้วิจัยมองว่าความแตกต่างที่เกิดขึ้นอาจสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของบริษัทที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เช่น ลักษณะของธุรกิจที่มีขนาดเล็ก โครงสร้างองค์กรที่ไม่ซับซ้อน หรือการดำเนินธุรกิจในลักษณะครอบครัว ซึ่งอาจทำให้ปัจจัยเชิงกลยุทธ์เหล่านี้ยังไม่ได้รับการให้ความสำคัญหรือพัฒนาอย่างเป็นระบบ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ประกอบการควรได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการบริหารธุรกิจที่มุ่งเน้นการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด รวมถึงการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ
2. MSMEs ควรมุ่งเน้นปรับปรุงกระบวนการภายในอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยในการจัดการสินค้า คลังสินค้า และการให้บริการลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

3. MSMEs ควรสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ หรือ บริษัทเทคโนโลยี เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และรับคำแนะนำในการพัฒนานวัตกรรมและปรับปรุงกระบวนการทำงาน

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือ Internet of Things (IoT) สามารถส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของ MSMEs ได้อย่างไร

2. ควรวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะของผู้นำที่สามารถขับเคลื่อนการนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มธุรกิจประเภทต่าง ๆ เพื่อระบุปัจจัยเฉพาะที่มีผลต่อความสำเร็จของแต่ละอุตสาหกรรม

#### เอกสารอ้างอิง

- กฤษณี มหาวิทยาลัย. (2546). แนวคิดการบริหารแบบ Balanced Scorecard กลุ่มงานวิจัยและพัฒนาสถาบันดำรงราชานุภาพ. *วารสารจดหมายข่าว สป.มท*, 16(55), 28-33
- จริย์ภัสร์ จุฑาชนัญญ์, นภัทรหทัย อัครชนนเดชสิทธิ์, เตือนใจ แสงทอง และสฤกษ์ ทัศเส. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 387-399
- दनัย เทียนพุด. (2550). *ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: ราชภัฏอุบลราชธานี
- นธิกานต์ วรรณเสริมสกุล, ดวงเดือน อาจสมบูรณ์, สิริจันทรา ทองจีน, พรพิชา โสดา และวนิดา อ่อนละมัย. (2565). *แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน*. สืบค้น 25 ธันวาคม 2567, จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/article/view/257579/173119>
- พสุ เตชะรินทร์. (2544). *เส้นทางกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicator*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พสุ เตชะรินทร์. (2546). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicators* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รัชณี เล่าโรจนถาวร, ดาลัดมลา คุณสิริสิน, กรรณิการ์ มานะกล้า และพรธมทิพย์ อย่างกลิ่น. (2564). ระบบการควบคุมภายในส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แห่งรัตนโกสินทร์*, 3(3), 13-24
- วารุณี กุรัตนาวิจิตรา. (2560). *ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจประเภทบริการของประเทศไทย*. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *นิยาม SME*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.smebigdata.com/msme/sme-definition>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *โครงสร้างธุรกิจ MSME*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.smebigdata.com/msme/dashboard-b?g=7>

ผลกระทบของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและรายย่อย (MSMEs) ในประเทศไทย

- อิริยา ผ่องพิทยา, ภัควลัญชญ์ ภาณิตพิเชษฐวงศ์, ณัชชา ธาตรีนรานนท์, กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล และลาวัลย์ ต้นสกุลรุ่งเรือง. (2566). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจในยุคดิจิทัลส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(2), 353-364.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Damanpour, F. (1996). Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models. *Management Science*, 42(5), 693-716.
- Eden, S. K., Rizky, I., & Willya, A. (2023). The role of leadership in the development of public organizations. *Journal of Governance*, 7(4), 877-884.
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, E. R. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business School Press
- Maier, R. (2007). *Knowledge Management System Information and Communication Technologies for knowledge Management* (3rd ed.). Berlin Heidelberg: Springer
- Mandeep, K. & Thompson, B. (2003). *An evaluation of a service line's Balanced Scorecard process*. (Master thesis). Ohio: University of Cincinnati
- Ramsey, P. (2008). *Learning and performance: Rethinking the dance*. Singapore: World scientific.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). Introduction to the special issue on assessment of the content validity of tests. *Applied Psychological Measurement*, 1(3), 301-307.
- Singer, S. J. & Edmondson, A. C. (2008). *When learning and performance are at odds: confronting the tension*. Singapore: World Scientific
- Zou, Z. (2022). Research on New Media Marketing of Credit Card Business. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*, 6(2), 197-233.

## การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 9 เมษายน 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 28 เมษายน 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 20 พฤษภาคม 2568

ธนพร รังสิกรรพม\* และ

ชาตรี ปรีดาอนันตสุข

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นขนาดใหญ่ในประเทศไทย และเสนอแนวทางการปรับใช้รูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อที่เหมาะสม การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นขนาดใหญ่ที่มีผลประกอบการที่ดี จากการจัดอันดับรายได้สูงสุด 8 แห่งที่อยู่ในหมวด G รหัส 47111 ที่ส่งมอบกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นข้างต้น รวมจำนวนลูกค้าทั้งสิ้น 394 คน ทั้งนี้ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่ามีเพียง 2 รายที่ให้ความสำคัญกับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อครบทั้ง 6 ด้าน และเมื่อวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณตามทฤษฎีโมเดล S-O-R พบว่า “สิ่งเร้า” ที่เกี่ยวกับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ ทั้ง 6 มิติ ไม่ส่งผลทางตรงต่อ “การตอบสนอง” ที่มีต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้า แต่ถ้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อจะส่งผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้า ก็ต่อเมื่อผ่าน “กลไก” ที่ประกอบไปด้วย การรับรู้ความเสี่ยง, การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม, ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นตัวแปรต้นกลางตัวใดตัวหนึ่ง หรือ ทั้งสามตัว จึงจะทำให้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อส่งผลทางตรงต่อของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้

**คำสำคัญ:** การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

### วิธีการอ้างอิง:

ธนพร รังสิกรรพม และชาตรี ปรีดาอนันตสุข. (2568). การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 7(2), 163-185.

\*ผู้ประสานงานหลัก: Thanaphorn.r@psru.ac.th

# Omnichannel Integration Affecting Purchase Intention of Customers Using Local Retailing Business Service in Large Supermarkets in Thailand.

Received: April 9, 2025

Revised: April 28, 2025

Accepted: May 20, 2025

*Thanaphorn Rangikanpum*<sup>\*</sup> and

*Chatree Preedaanathasuk*

Faculty of Business, Economics and Communications,  
Naresuan University

## Abstract

This research investigated the impact of omnichannel integration on purchase intention among customers of large local supermarkets in Thailand. It also proposed suitable adaptability guidelines in terms of omnichannel to enhance the competitiveness of large local supermarkets. The study employed a mixed-methods approach, incorporating both qualitative and quantitative research. Through in-depth interviews, the data were collected from eight owners of high-performing local retail businesses categorized as large-scale supermarkets (Size L), classified under Category G, Code 47111, which submitted financial statements to the Department of Business Development. The selection was based on revenue rankings. Additionally, the quantitative data were gathered through a questionnaire distributed to 394 customers who used the services of these local retailers. The qualitative findings indicate that only two businesses emphasized the full integration of all six dimensions of Omni channel strategies. The quantitative analysis, guided by the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model, revealed that the "stimuli" related to the six dimensions of OCI did not directly affect customers' "responses" regarding their purchase intentions. However, OCI had a statistically significant direct impact on PI when mediated by the "organism" mechanisms, which included perceived risk, perceived behavioral control, and customer satisfaction. The mediation could occur through any one of these factors or a combination of all three to yield a significant effect.

**Keywords:** Omnichannel Integration, Local Retail Business, Large Supermarkets in Thailand

## Cite this article as:

Rangikanpum, T & Preedaanathasuk, C. (2025). Omnichannel Integration Affecting Purchase Intention of Customers Using Local Retailing Business Service in Large Supermarkets in Thailand. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 163-185.

---

\*Corresponding Author: Thanaphorn.r@psru.ac.th



## บทนำ

“การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ (Omnichannel Retailing)” เข้ามามีบทบาทสำคัญและถูกนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเป็นจำนวนมาก เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (Omnichannel Integration) ได้รับความยอมรับว่าเป็นวิธีการประสานการใช้งานปฏิสัมพันธ์หลายรูปแบบ เพื่อปรับปรุงปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างช่องทางต่างๆ ธุรกิจค้าปลีกที่บูรณาการอย่างนี้จะพยายามประสานช่องทางทั้งในด้านการดำเนินงานและการบริหารจัดการ (Oh, Teo, & Sambamurthy, 2012; Jiang, Xu, & Bao, 2015) สอดคล้องกับบริบทของสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้และเพิ่มขีดความสามารถมากขึ้น จนทำให้เกิดความไว้วางใจและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อสินค้ามากขึ้น (Zhang, Ren, Wang, & He, 2018)

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2560) ได้ทำการศึกษาธุรกิจค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ในประเทศไทย พบว่าประกอบไปด้วยผู้แข่งขันหลัก 2 กลุ่ม อันได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แบบทุนนิยม (Capitalism Modern Trade Business) และผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (Local Retail Business) หรือ ที่เรียกว่า “ค้าปลีกภูธร” ทั้งนี้แนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ (Omnichannel Retailing) ในประเทศไทยถูกนำมาใช้ในการดำเนินของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แบบทุนนิยมตั้งแต่ในช่วงปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา ซึ่งที่ผ่านมา การศึกษาเรื่องการดำเนินธุรกิจด้วยการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อมักจะเน้นแต่เฉพาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แบบทุนนิยม (กิตติพงศ์ คงชนาทรัพย์ และอิสราภรณ์ ลาดละคร, 2560; วาสิตา ชัยเสรี, 2561; บุญชมศรีสะอาด, 2556; ภัทรภรณ์ ปัญญาใหญ่ และอายุส หยูเย็น, 2563; ศรีบุญ ฑิยะมูขุ, 2022) ทั้งนี้บริบทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แบบทุนนิยมอาจไม่สามารถอธิบายบริบทของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นได้ เนื่องจากวิธีการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน รวมไปถึงความพร้อมและศักยภาพที่ไม่ทัดเทียม ปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาในเรื่องการดำเนินธุรกิจค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ทำให้ไม่ทราบรูปแบบการดำเนินธุรกิจด้วยการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ความรู้เรื่องพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในมิติต่างๆของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นค่อนข้างจำกัด หากจะต้องสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นจริงแก่ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ผลของการศึกษาเรื่องนี้จะสามารถพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อและนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับรูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อที่เหมาะสมในบริบทของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นได้

## วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้า ของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

4. เพื่อนำเสนอรูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อที่เหมาะสมต่อผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

## ขอบเขตของการวิจัย

### ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- การวิจัยเชิงคุณภาพ อันได้แก่ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ / ผู้จัดการร้าน / หัวหน้าส่วน ที่เป็นผู้พัฒนาหรือรับผิดชอบหรือดูแลงานที่มีความเกี่ยวข้องกับงานฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด ฝ่ายกลยุทธ์ช่องทางการขาย หรือที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาช่องทางการขาย จากธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่มีผลประกอบการที่ดี ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวนธุรกิจละ 1 ราย รวมทั้งสิ้น 8 ราย

- การวิจัยเชิงปริมาณ อันได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการในธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่มีผลประกอบการที่ดีตามเกณฑ์เงื่อนไขที่กำหนด โดยดำเนินการเก็บข้อมูลลูกค้าจากธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นแต่ละแห่งเท่ากันทุกแห่ง ธุรกิจค้าปลีกละ 60 ราย รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 480 ราย

**ด้านพื้นที่** ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่ทำการจดทะเบียนนิติบุคคลและส่งกับทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ หมวด G รหัส 47111 กลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ (Size L) ที่ตั้งอยู่ใน 7 ภูมิภาคของประเทศไทย

**ด้านเวลา** ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กันยายน-พฤศจิกายน พ.ศ.2566

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

**ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี** (Contribution to Theory) 1) งานวิจัยนี้ได้เสนอโมเดลธุรกิจค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ: ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย แสดงดังภาพที่ 3 โดยแสดงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อนภายใต้บริบทของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น โดยโมเดลจะอธิบายถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งพบว่าในบริบทของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นยังมีการศึกษาน้อยมากในด้านนี้ 2) ผลการศึกษาในครั้งนี้ได้ช่วยยืนยันการศึกษาหรืองานวิจัยที่ผ่านมาที่ใช้แนวคิดและทฤษฎีเดียวกันได้ว่าปัจจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อเป็นส่วนสำคัญและจุดเริ่มต้นสู่กลยุทธ์การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และพิสูจน์ได้ว่าแนวคิดการศึกษานี้เป็นหลักการทั่วไปที่สามารถยอมรับได้และสามารถนำไปเป็นตัวอย่างในการศึกษาบริบทต่างๆ ได้

**ประโยชน์ในเชิงธุรกิจ** (Contribution to Business) 1) งานวิจัยนี้สามารถเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันด้านช่องทางการขายให้กับธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น เพื่อประเมินการเริ่มต้นหรือปรับใช้การค้าปลีกไร้รอยต่อที่สอดคล้องกับศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น อีกทั้งช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านยอดขายและขอบเขตในการทำกำไรของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นของประเทศไทยให้สูงขึ้น 2) ผลจากการวิจัยช่วยให้เจ้าของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นสามารถประเมินรูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อตามบริบทและความพร้อมของธุรกิจได้ โดยสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกในบริบทปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม และ 3) ผลจากการวิจัยนี้สามารถช่วยให้ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นสร้างโอกาสทางการแข่งขันที่มาจากลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

(Customer Centric) โดยสามารถนำผลการวิเคราะห์ 6 มิติของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่เหมาะสมตามบริบทของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นได้

**ประโยชน์ในเชิงนโยบาย (Contribution to Policy and Stakeholders)** ภาครัฐควรให้ความสำคัญและสนับสนุนด้านช่องทางการขายแบบไร้รอยต่อให้กับธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่อาจมีข้อจำกัดทางการแข่งขัน หากส่งเสริมการเติบโตให้กับเจ้าของธุรกิจในระดับท้องถิ่นที่มีศักยภาพให้สามารถแข่งขันได้ทัดเทียมธุรกิจรายใหญ่จะช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และสร้างรายได้ในระดับท้องถิ่นและชุมชน เพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างยั่งยืน

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทย

จากข้อมูลนิติบุคคลและประเภทธุรกิจในประเทศไทย (Data Warehouse) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดธุรกิจค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarkets) อยู่ในหมวด G การขายส่งและการขายปลีกการช้อปปิ้งและจักรยานยนต์ และจักรยานยนต์ รหัสประเภทธุรกิจ 47111 โดยกล่าวว่า “ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarkets)” เป็นร้านค้าที่ดำเนินการขายปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน สินค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ อาหารแห้ง อาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ อาหารสำเร็จรูปต่างๆ ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่ไม่ใช่อาหาร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) ซึ่งธุรกิจค้าปลีกในหมวดนี้พบว่า มีทั้งผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่แบบทุนนิยม (Capitalism Modern Trade Business) และผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (Local Retail Business) จำนวนมาก จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) พบว่า บริษัท ธนพิริยะ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นแต่สามารถทำรายได้สูงเป็นอันดับที่ 5 ของธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด นอกจากนี้มีธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นจำนวนมากที่มีรายได้สูงและสามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกแบบทุนนิยมได้ดี สะท้อนถึงโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในอนาคต ความน่าสนใจของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในหมวดรหัสประเภทธุรกิจ 47111 ที่สามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกแบบทุนนิยมได้ดี จึงถูกเลือกเป็นกลุ่มในการศึกษาของงานวิจัยนี้ โดยงานวิจัยนี้ทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อเพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิดการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อและแนวคิดเกี่ยวกับโมเดล S-O-R (Stimulus-Organism-Response Model)

### แนวคิดการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (Omnichannel Integration)

การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ (Omnichannel Retailing) เป็นรูปแบบการพัฒนาจากการค้าปลีกแบบข้ามช่องทาง (Cross Channel) และการค้าปลีกแบบหลายช่องทาง (Multi-Channel) โดยจะเน้นเฉพาะวิธีการบูรณาการและการประสานงานของแต่ละช่องทาง ทำให้การตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการเปลี่ยนช่องทางเป็นไปอย่างราบรื่น (Lazaris & Vrechopoulos, 2014) โดยบูรณาการกิจกรรมภายในและระหว่างช่องทางต่างๆ เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าและยอดขายทั้งหมดในขณะเดียวกันก็ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Ailawadi & Farris, 2017) เป็นการผสมผสานระหว่างช่องทางทางกายภาพและดิจิทัลทั้งหมดด้วยนวัตกรรมที่เป็นหนึ่งเดียวเพื่อทำให้เกิดการสร้างประสบการณ์ของลูกค้าที่ดีขึ้น และยังรวมถึงความต้องการที่จะสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า แบรินด์ และผู้ค้าปลีกเข้าด้วยกันด้วย (Verhoef, Kannan, & Inman, 2015) จึงอาจกล่าวได้ว่า การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อเป็นรูปแบบการขายแบบหนึ่งของร้านค้าปลีกซึ่งผสมผสานทั้งรูปแบบหน้าร้าน (Offline) และรูปแบบออนไลน์ (Online) โดยการผสมผสานแบบ

การขายทั้ง 2 รูปแบบเข้าด้วยกันเป็นหนึ่งในเดียวอย่างไร้รอยต่อ เพื่อให้การขายสามารถเข้าไปอยู่ในทุกจุดสัมผัสของลูกค้า (Touch Points) (Heuchert, Barann, Cordes, & Becker, 2018) ตั้งแต่ขั้นตอนการหาข้อมูลจนถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยมุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับธุรกิจ ทั้งนี้ไม่ได้เจาะจงไปที่ช่องทางใดช่องทางหนึ่งเป็นหลัก ดังนั้นจึงเป็นรูปแบบการขายที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience) ในการซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก เพื่อมุ่งสร้างประสบการณ์การซื้อที่ก่อให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้าโดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันทั้งระบบข้อมูล และระบบปฏิบัติการของทุกช่องทางเข้าด้วยกันเป็นหนึ่งเดียว

ภายใต้สภาพแวดล้อมแบบช่องทางไร้รอยต่อ (Omnichannel Environment) ช่วยทำให้ผู้ค้าปลีกสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าผ่านจุดสัมผัสของลูกค้าและเพิ่มการซื้อสินค้าของลูกค้าโดยใช้ช่องทางต่าง ๆ โดยนำเอาเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการซื้อของลูกค้าในทุกช่องทางช่วยให้ผู้ค้าปลีกก้าวข้ามอุปสรรคในการใช้โมเดลค้าปลีกแบบหลายช่องทางผ่านการผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ซึ่งความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงองค์กรและการปรับใช้วิธีการที่เหมาะสมสอดคล้องกับความคิดเห็นของลูกค้าจะช่วยทำให้บรรลุตัวชี้ทางธุรกิจในเชิงบวก อันได้แก่ ยอดขายที่เพิ่มขึ้น (Barbosa & Casais, 2022) ซึ่งการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (Omnichannel Integration) หรือ OCI เป็นการบูรณาการรูปแบบการขายทั้ง 2 รูปแบบเข้าด้วยกันครบวงจรไร้รอยต่อ ทำให้การขายเกิดขึ้นได้ทุกจุดสัมผัสของลูกค้า (Touch Points) ตั้งแต่ขั้นตอนที่ลูกค้าค้นหาข้อมูลจนถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ การขายในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางในการขายแต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่เน้นการมีประสบการณ์ร่วมและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับแบรนด์สินค้า (Customer Journey) โดยรูปแบบที่ไม่ได้เฉพาะเจาะจงไปที่ช่องทางใดช่องทางหนึ่งเป็นหลัก (Piotrowicz & Cuthbertson, 2014) สำหรับแนวคิดการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ มีนักวิจัยหลายท่าน (Oh et al., 2012; Jiang et al., 2015; Zhang et al., 2018; Lee, 2020; Chen & Chi, 2021; Udén & Andersson, 2021; Cattapan & Pongsakornrungsilp, 2022; Yunita, Adam, Wahab, Andriana, Maulana, & Iisnawati, 2022; Yen, 2023) ได้นำเสนอมิติแนวคิดนี้ไว้ 6 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ผลิตภัณฑ์และราคาแบบบูรณาการ (Integrated Product and Price: IPP) แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์และราคาที่สุดอดคล้องกันผ่านช่องทางต่างๆ ผู้บริโภคควรได้รับสิทธิพิเศษเดียวกันในทุกกรณีของ เพื่อลดความสับสนของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และราคาในแต่ละช่องทาง 2) การส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Promotion: IP) แสดงความสามารถค้นหาข้อมูลโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ของช่องทางใดช่องทางหนึ่งในอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเพิ่มการรับรู้ในแต่ละช่องทางและนำมาซึ่งการกระตุ้นการซื้อของลูกค้า 3) ข้อมูลการทำธุรกรรมแบบบูรณาการ (Integrated Transaction Information: ITI) แสดงการใช้ข้อมูลเดียวเพื่อติดตามและเก็บรักษาบันทึกการซื้อทั้งหมดช่องทางต่างๆของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าใช้บัญชีข้อมูลเดียวในการซื้อสินค้าทุกช่องทางของร้านค้า อีกทั้งร้านค้าสามารถจัดการบันทึกการซื้อทั้งหมดได้สะดวกยิ่งขึ้นทาง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีกับลูกค้าได้ 4) การเข้าถึงข้อมูลแบบบูรณาการ (Integrated Information Access: IIA) แสดงความสามารถในการค้นหาการเข้าถึงข้อมูลที่มีอยู่ในช่องทางต่างๆ และช่วยในการเปลี่ยนหรือเข้าถึงการใช้ช่องทางอื่นได้ง่ายมากขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อให้ลูกค้าได้ 5) การเติมเต็มคำสั่งซื้อแบบบูรณาการ (Integrated Order Fulfilment: IOF) แสดงความสามารถดำเนินการขั้นตอนการทำธุรกรรมทั้งหมดได้ด้วยตนเองของลูกค้า ตั้งแต่กระบวนการสั่งซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งและส่งคืน โดยใช้ช่องทางใดช่องทางหนึ่งหรือหลายช่องทางในการดำเนินการนั้น และ 6) การบริการลูกค้าแบบบูรณาการ (Integrated Customer Service: ICS) แสดง

การบริการลูกค้าแบบเบ็ดเสร็จเน้นการให้บริการที่เป็นมาตรฐานและสม่ำเสมอในทุกช่องทางและทุกช่องทางต่างก็ให้บริการหลังการขายซึ่งกันและกัน

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Berman and Thelen (2018) ที่เสนอแนวคิดขั้นตอนของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การเสนอรูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อที่เหมาะสมได้

### แนวคิดเกี่ยวกับโมเดล S-O-R (Stimulus-Organism-Response Model)

ทฤษฎี Stimulus-Organism-Response (SOR Theory) ถูกพัฒนาโดย Mehrabian and Russell (1974) ซึ่งได้กล่าวถึงส่วนประกอบ 3 ส่วนด้วยกัน คือ สิ่งเร้า (Stimulus), กลไก (Organism) และการตอบสนอง (Response) โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการอธิบายพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ซึ่งเริ่มต้นจากสิ่งเร้า (Stimulus) ที่เกิดจากการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อทั้ง 6 มิติที่อาจส่งผลกระทบต่อกลไก (Organism) หรือสถานะภายในของลูกค้าแต่ละบุคคลจนทำให้เกิดประสบการณ์ของลูกค้า ซึ่งมีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง (Response) ผ่านการตั้งใจซื้อของลูกค้าผ่านช่องทางไร้รอยต่อ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในที่สุด โดยสามารถอธิบายแนวคิดเกี่ยวกับโมเดล S-O-R ซึ่งนำไปใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดของการวิจัยนี้ ดังนี้

1) สิ่งเร้า (Stimulus) เป็นปัจจัยกระตุ้นในระดับปัจเจกบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อสถานะภายในของแต่ละบุคคล (Change et al., 2011) สำหรับงานวิจัยนี้ สิ่งเร้า (Stimulus) เกิดจากองค์ประกอบที่มีอยู่ในบริบทการขายที่เชื่อมโยงกับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ ซึ่งเป็นการบูรณาการช่องทางติดต่อต่างๆกับกลยุทธ์การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ (Beck & Rygl, 2015; Neslin, 2022) เข้าด้วยกันโดยเน้นที่ความสะดวกสบายของลูกค้าก่อนตัดสินใจเลือกช่องทางในการซื้อสินค้า (Zhang et al., 2018; Gao, Fan, Li, & Wang 2021)

2) กลไก (Organism) เป็นสภาวะตามธรรมชาติภายในระดับปัจเจกบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นทำให้เกิดการรับรู้ อารมณ์ ต่อสิ่งที่มากระตุ้น (Chang, Yan, & Eckman, 2014) โดยที่ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience) มีความสำคัญ เนื่องจากทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางต่างๆที่เคยติดต่อมา ดังนั้นเพื่อที่จะบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อของเส้นทางในการซื้อสินค้าของลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจำเป็นต้องสร้างประสบการณ์ซื้อสินค้าของลูกค้าผ่านรูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ เนื่องจากรูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อเกี่ยวเนื่องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า และประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าจะเกิดขึ้นมาได้ลูกค้าต้องเกิดการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งนี้ การสร้างประสบการณ์ซื้อสินค้าของลูกค้าที่ถูกนำมาใช้ในการงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 3 ด้านคือ การรับรู้ความเสี่ยง, การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความพึงพอใจ ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีใหม่หรือช่องทางการซื้อสินค้าในรูปแบบใหม่ของลูกค้า (Chang & Chen, 2008; Chen & Chi, 2021) ซึ่งอาจส่งผลต่อการตอบสนองของลูกค้าในการตั้งใจซื้อสินค้าในบริบทช่องทางไร้รอยต่อของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น

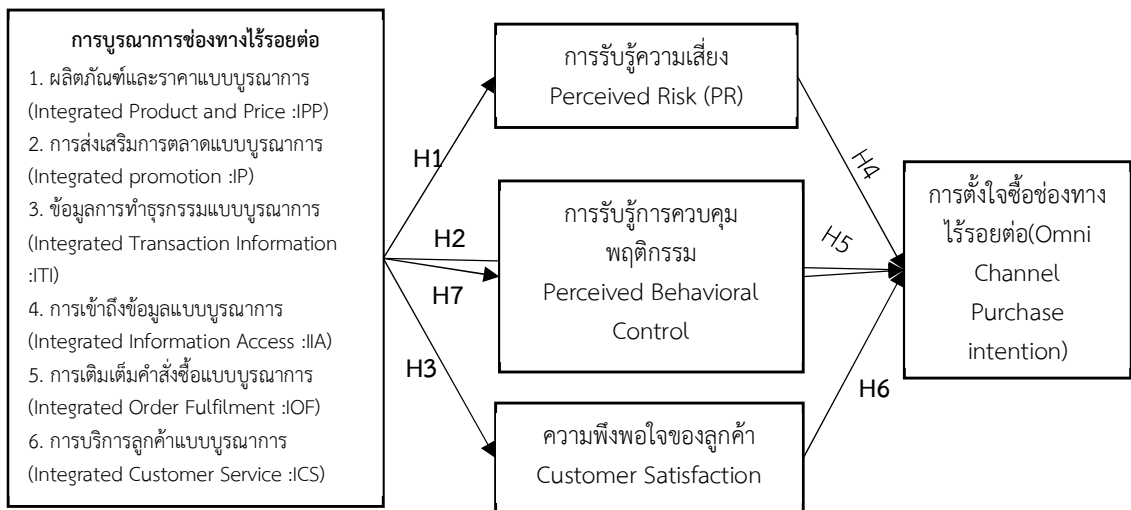
3) การตอบสนอง (Response) เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า (Stimulus) และกลไก (Organism) ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมตอบสนอง (Response) (Goi, Kalidas, & Zeeshan, 2014) สำหรับงานวิจัยนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะเป็นปฏิกิริยาทางพฤติกรรมของลูกค้าที่นำมาสู่การตั้งใจซื้อสินค้าของลูกค้าผ่านช่องทางการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ โดยที่การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่ออาจส่งผลต่อการเพิ่มอำนาจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะเพิ่มความไว้วางใจและความพึงพอใจ รวมถึงเพิ่มความตั้งใจซื้อให้เกิดขึ้น (Zhang et al., 2018)

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

จากแนวคิดเกี่ยวกับโมเดล S-O-R จึงมีบทบาทสำคัญต่อการช่วยทำให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรม การตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น อีกทั้งช่วยให้เข้าใจว่าลูกค้าตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างไร และประสบการณ์ของลูกค้ามีผลต่อความรู้สึกและการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างไร ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดข้างต้นนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการทำวิจัยและนำไปสู่การตั้งสมมติฐานดังนี้

## กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้นำเสนอกรอบแนวคิดการทำวิจัย แสดงดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

- H1: การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยง  
 H2: การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม  
 H3: การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า  
 H4: การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น  
 H5: การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น  
 H6: ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น  
 H7: การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น

## วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้แบบแผน ซึ่งมี 2 ระยะที่เรียกว่า แบบแผนลำดับขั้น (Sequential Design) โดยออกแบบสำรวจผลตามลำดับ (Exploratory

Sequential Design) ซึ่งใช้วิธีใดวิธีหนึ่งเป็นวิธีหลักและอีกวิธีหนึ่งเป็นวิธีรอง หรือที่เรียกว่าแบบแผนไม่เท่าเทียมกัน (Dominant-less Dominant Design) ซึ่งการศึกษานี้จะเริ่มต้นด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีนี้เป็นวิธีรอง เพื่อค้นหาประเด็นหรือข้อค้นพบเป็นทักษะใหม่จากมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นต่อการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่สะท้อนการใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อในการปรับกลยุทธ์หรือวิธีการในปัจจุบันและอนาคต และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีหลัก เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลจากมุมมองของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นถึงปัจจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้า เพื่อช่วยให้เจ้าของธุรกิจค้าปลีกสามารถประเมินแนวทางในการใช้กลยุทธ์การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการอย่างแท้จริง และยิ่งเหมาะสมกับบริบทในการดำเนินของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของธุรกิจ หรือผู้จัดการที่เป็นผู้พัฒนาหรือรับผิดชอบหรือดูแลงานที่มีความเกี่ยวข้องกับงานฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด ฝ่ายกลยุทธ์ช่องทางการขาย หรือที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาช่องทางการขายจากธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่มีผลประกอบการที่ดี โดยวัดจากการส่งกับทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ด้วยวิธีการจัดลำดับจากรายได้สูงสุดของธุรกิจค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ (Size L) หมวด G รหัส 47111 ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวนธุรกิจละ 1 ราย รวมทั้งสิ้น 8 ราย

เครื่องมือการวิจัย คือ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลในรูปแบบแบบการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) อันได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลในประเด็นเดียวกันที่ได้จากเจ้าของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นทั้ง 8 แห่ง เพื่อสะท้อนวิธีการที่ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นใช้ในการดำเนินธุรกิจด้านการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Method Triangulation) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกับศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วยกัน โดยแจ้งข้อคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมทั้งแจ้งวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ล่วงหน้า ซึ่งใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์โดยประมาณไม่เกิน 2 ชั่วโมงต่อ 1 ท่าน และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยผู้วิจัยจะทำการสรุปเชื่อมโยงดัชนีคำหลักเข้าด้วยกันจะเห็นว่าทำให้ข้อมูลในส่วนที่เป็นบันทึกละเอียดที่มีอยู่เหลือเฉพาะประเด็นหลักๆ ที่นำมาผูกโยงกัน และการสร้างการสร้างบทสรุปต่อไป

### 2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามความน่าจะเป็นทางสถิติ (Non-Probability Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้บริการในธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่มีผลประกอบการที่ดีตามเกณฑ์เงื่อนไขที่กำหนด เช่นเดียวกับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจะต้องเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นนั้นๆ ไม่ต่ำกว่า 1 ปี และเป็นลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านช่องทางแบบมีหน้าร้าน (Offline) และไม่มีหน้าร้าน (Online) จากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ทั้งนี้ ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลลูกค้าจากธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นแต่ละแห่งเท่ากันทุกแห่ง ธุรกิจค้าปลีกละ 60 ราย รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 480 ราย

โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เกณฑ์ที่ใช้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการของ Kline (2011) คือ 5 ตัวอย่าง ต่อ 1 ข้อคำถาม แต่ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ควรน้อยกว่า 200 ตัวอย่าง (Iacobucci, 2010) โดยจะได้เท่ากับ 245 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่าผิดปกติ (Assessment of Outlier) ของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลที่พัฒนาขึ้น ด้วยวิธีการของ Mahalanobis Distance โดยพิจารณาที่ตัว Mahalanobis Distance นี้ ถ้าหากพบว่าค่า P-value น้อยกว่า 0.001 แสดงว่า Distance Square ของแบบสอบถามนั้นแตกต่างจาก Centroid อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการนับว่าสถานการณ์นั้นเป็นค่าผิดปกติ (Outlier) ซึ่งงานวิจัยนี้ขุดข้อมูลที่มีค่าความผิดปกติทางสถิติมีทั้ง 86 ชุด จากชุดข้อมูลทั้งหมด 480 ชุด ทำให้ชุดข้อมูลถูกตัดออกไป 86 ชุด จึงเหลือชุดข้อมูล 394 ชุด สำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในงานวิจัยนี้ ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลได้

เครื่องมือของการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น อีกทั้ง ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยทำการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดพร้อมกันหลายแบบจำลอง อันได้แก่

- การประเมินความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ของงานวิจัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) โดยพิจารณาจาก (1) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ( $\lambda$ ) มีค่ามากกว่า 0.70 และมีนัยสำคัญทางสถิติ (2) ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ (Indicator reliability: R2) มีค่ามากกว่า 0.50 (3) ค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบของตัวแปรแฝง (CR) มีค่ามากกว่า 0.70 และ (4) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) มีค่ามากกว่า 0.50 (Hair, Ortinau, & Harrison, 2010) โดยพบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Index) โมเดลผ่านเกณฑ์เงื่อนไข และมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ และความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปร (Construct Validity) ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้มีความเหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาโมเดลงานวิจัยนี้ได้

- การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านนี้ จำนวน 3 ราย นำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามเพื่อตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคือ ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ถือว่ามีความเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปรที่ทำการศึกษาได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977; Ismail & Zubairi, 2022) ผลการทดสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าดัชนีความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถามอยู่ระหว่างค่า 0.60 -1.00

- การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ผลการทดสอบพบว่า ภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.973 เมื่อพิจารณารายด้าน มีค่าอยู่ในช่วง 0.713-0.976 โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้



การเก็บรวบรวมข้อมูล ทีมผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ ณ ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นแต่ละแห่งตามเงื่อนไขข้างต้น จำนวน 8 แห่ง และทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบสาเหตุและผลลัพธ์ของการวิจัย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้นกลาง โดยวิธีการประมาณค่าวิธีการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) (Baron & Kenny, 1986) และ สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง แบบจำลองการวิจัยที่วิเคราะห์ด้วยวิธีการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผู้วิจัยใช้แนวทางสองขั้นตอนของ Anderson and Gerbing (1988) ได้เสนอแนะวิธีการพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างแบบสองขั้นตอน (Two Step Approach to Modeling) ประกอบด้วย การวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Measurement Model) และการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model)

## ผลการวิจัย

### 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เจ้าของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ (Size L) ที่มีผลประกอบการที่ดี ส่วนใหญ่จะสืบทอดธุรกิจในลักษณะธุรกิจครอบครัว (Family Business) โดยพบว่า ผู้สืบทอดธุรกิจในปัจจุบันส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจโดยรุ่นที่ 2 และ 3 อีกทั้งยังเป็นธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงซึ่งดำเนินธุรกิจกับคนในพื้นที่มาอย่างยาวนาน โดยดำเนินธุรกิจมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ผลการวิจัย พบว่า ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญและขยายช่องทางการขายออนไลน์ จำนวน 5 แห่ง อันได้แก่ ธุรกิจ A/B/C/D/G ถึงแม้ว่าสัดส่วนของช่องทางการขายออนไลน์สูงสุดจะอยู่ที่ร้อยละ 20 (ธุรกิจ C/G) และต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 1 (ธุรกิจ A) แต่ก็สามารถสะท้อนการปรับปรุงรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มีความตื่นตัวกับการให้ความสำคัญในด้านการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ รูปแบบการปรับใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่นั้น ธุรกิจ A และธุรกิจ C เป็นธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นจำนวน 2 แห่ง ที่ให้ความสำคัญกับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อโดยมีการปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจครบทั้ง 6 ด้าน แม้สัดส่วนในการดำเนินธุรกิจช่องทางออนไลน์ของธุรกิจ A จะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1 แต่จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า เจ้าของธุรกิจ A มีแนวทางในการขยายช่องทางออนไลน์แบบครบวงจรของตนเอง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างระบบการขายออนไลน์ที่สร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าแบบไร้รอยต่อควบคู่กับการขยายช่องทางหน้าร้านที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของธุรกิจค้าปลีก C ที่มีการสร้างระบบการขายช่องทางออนไลน์ของตนเองเรียบร้อยแล้วพร้อมการบูรณาการช่องทางการขายที่ครอบคลุมมากขึ้น จึงสะท้อนมุมมองและแนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยการปรับใช้การ บูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ของเจ้าของธุรกิจ A และ C ได้ รองลงมา คือ ธุรกิจ B/E/G โดยทั้ง 3 ธุรกิจ มีการปรับใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อเกิน 3 ด้านขึ้นไป เมื่อทำการจัดลำดับการปรับใช้การ บูรณาการช่องทางไร้รอยต่อในการดำเนินธุรกิจจากทั้ง 8 แห่ง พบว่า ด้านการทำธุรกรรมแบบบูรณาการ (ITI) มีธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด จำนวน 7 แห่ง (ธุรกิจ A/B/C/E/F/G/H) รองลงมาคือ การบริการลูกค้าแบบบูรณาการ(ICS) จำนวน 5 แห่ง (ธุรกิจ A/B/D/E/G) และการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ (IP) จำนวน 5 แห่ง (ธุรกิจ A/C/D/E/G) โดยอาจจะสันนิษฐานได้ว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อทั้งสามด้านเป็นด้านที่ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นให้ความสำคัญและมีความพร้อมในการปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี แสดงดังตารางที่ 1

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

ตารางที่ 1 สรุปภาพรวมรูปแบบการปรับใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ของธุรกิจค้าปลีก ท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่

| ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น<br>ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต<br>ขนาดใหญ่ | รูปแบบการปรับใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ<br>(Omni Channel Integration) |   |  |  |   |   |
|--|---|---|--|--|---|---|
|  | ผลิตภัณฑ์<br>และราคา<br>แบบ<br>บูรณาการ<br>(IPP)                          | การ<br>ส่งเสริม<br>การตลาด<br>แบบ<br>บูรณาการ<br>(IP) | การทำ<br>ธุรกรรม<br>แบบ<br>บูรณาการ<br>(ITI) | การเข้าถึง<br>ข้อมูล<br>แบบ<br>บูรณาการ<br>(IIA) | การเติม<br>เต็มคำ<br>สั่งซื้อ<br>แบบ<br>บูรณาการ<br>(IOF) | การ<br>บริการ<br>ลูกค้า<br>แบบ<br>บูรณาการ<br>(ICS) |
| ธุรกิจ A จังหวัดเชียงราย                                   | ✓   | ✓   | ✓  | ✓  | ✓   | ✓   |
| ธุรกิจ B จังหวัดเพชรบูรณ์                                  | ×   | ×   | ✓  | ✓  | ✓   | ✓   |
| ธุรกิจ C จังหวัดสระบุรี                                    | ✓   | ✓   | ✓  | ✓  | ✓   | ✓   |
| ธุรกิจ D จังหวัดสมุทรสาคร                                  | ×   | ✓   | ×  | ×  | ×   | ×   |
| ธุรกิจ E จังหวัดสมุทรสาคร                                  | ×   | ✓   | ✓  | ×  | ×   | ✓   |
| ธุรกิจ F จังหวัดจันทบุรี                                   | ×   | ×   | ✓  | ×  | ×   | ×   |
| ธุรกิจ G จังหวัดระยอง                                      | ✓   | ✓   | ✓  | ×  | ✓   | ✓   |
| ธุรกิจ H จังหวัดอุตรดิตถ์                                  | ×   | ×   | ✓  | ×  | ×   | ×   |

ข้อมูลในตารางที่ 1 ชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจ A และ ธุรกิจ C เป็นธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ โดยมีแนวทางในการเชื่อมโยงทุกมิติของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อในการดำเนินธุรกิจ และยังพบอีกว่ามีธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นจำนวน 4 แห่ง อันได้แก่ ธุรกิจ B/D/E/G ให้ความสำคัญกับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่ออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมโยงบางมิติของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ และมีธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น 2 แห่ง ที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย คือ ธุรกิจ F และธุรกิจ H ทั้งนี้พบข้อจำกัด อุปสรรคและปัญหาของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นต่อการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ โดยพบว่า ธุรกิจต้องเผชิญปัญหาความไม่คุ้มทุน และรูปแบบในการดำเนินการทำที่มีขนาดเล็ก ทำให้ผลตอบแทนจากกำไรมีน้อย (ธุรกิจ A/B/D/E/F/H) อีกทั้ง ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นบางแห่งยังมีข้อจำกัดด้านบุคลากรในการพัฒนาระบบ ทั้งในด้านเทคโนโลยี ไอที รวมไปถึงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่ออย่างสมบูรณ์ทั้ง 6 ด้าน (ธุรกิจ A/B/C/D/G) นอกจากนี้ยังพบว่า มีธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่ยังคงยึดติดกับระบบจัดการรูปแบบเก่า จึงส่งผลทำให้เกิดปัญหาด้านระบบจัดการ (หลังร้าน) เนื่องจากการใช้ระบบเก่ามาอย่างยาวนาน จึงทำให้การเริ่มต้นวางระบบใหม่เพื่อเข้าสู่การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อจนนำไปสู่การใช้ช่องทางไร้รอยต่ออย่างสมบูรณ์นั้น มีข้อจำกัด (ธุรกิจ A/D/F/H) โดยธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นมีการวางแผนระยะสั้นในการดำเนินธุรกิจ โดยส่วนใหญ่ยังคงดำเนินการเน้นการขายหน้าร้าน พร้อมกับช่องทางออนไลน์เพื่อให้มีสัดส่วนในการทำตลาดช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

โดยมีเจ้าของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นกว่า 6 แห่ง ที่มุ่งเน้นการปรับปรุงระบบที่เชื่อมโยงต่อการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ เพื่อให้ระบบการดำเนินการในทุกด้านรองรับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อทั้ง 6 ด้านมากขึ้น

## 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ลูกค้าส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 20-30 ปี มีรายได้ 5,001-15,000 บาท ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นส่วนใหญ่พบว่าเป็นลูกค้าที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/เอกชน โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น 1 - 5 ปี กลุ่มสินค้าที่ลูกค้ามีประสบการณ์การซื้อสินค้าทั้งสองช่องทาง(หน้าร้านและออนไลน์)มากที่สุด พบว่า เป็นกลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค (ของใช้ในบ้าน)

ผลการวิเคราะห์การศึกษากการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น เนื่องจากดัชนีวัดความสอดคล้องของโมเดลไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดลใหม่ (Model Modification) โดยอาศัยเหตุผลเชิงทฤษฎีประกอบค่าดัชนีปรับแต่งโมเดล (MI) ผลการปรับโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ 1) ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 1108.421 2) ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) มีค่าเท่ากับ 0.311 3) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) มีค่าเท่ากับ 1.021 4) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.901 5) ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 (6) ค่าดัชนีที่แสดงการยอมรับของโมเดล (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.999 (7) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.007 และ(8) ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.030 ซึ่งทุกค่าดัชนีผ่านเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่า โมเดลการศึกษากการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย (หลังปรับโมเดล) ถือได้ว่า โมเดลนี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบและตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** เพื่อศึกษาปัจจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในงานวิจัยนี้ยังไม่ได้ใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ครบทุกมิติในแต่ละแห่ง แต่มีการใช้บางมิติตามบริบทที่มีความพร้อมและมีแนวโน้มปรับตัวการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อเพื่อเพิ่มการบริหารการขายแก่ลูกค้า ส่วนผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้า ซึ่งมีค่า P-value เท่ากับ 0.384 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.058 จึงทำให้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 7 (H7) แต่เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลทางตรงรายด้านของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ทั้ง 6 ด้าน กลับพบว่าไม่มีค่า P-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.001 แสดงว่ามีค่าสำคัญที่ระดับ 0.001 อาจสะท้อนได้ว่า ตัวแปรรายด้านของตัวแปรย่อยของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากแนวคิดของ Baron and Kenny (1986) เมื่อพิจารณาเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง (Mediator) (เส้นทาง C') พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อทดสอบเส้นทางความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม กลับมีผลต่อกันอย่างมี

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

นัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรต้นกลางส่งผลอย่างสมบูรณ์ต่อตัวแปรตาม (Full/Complete Mediation) ดังนั้น จึงสะท้อนได้ว่าหากการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) จะส่งผลอย่างสมบูรณ์ต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) นั้นจะต้องมีอิทธิพลของตัวแปรต้นกลาง (Mediator) อันได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง (PR), การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) และด้านความพึงพอใจของลูกค้า (CS)

ทั้งนี้อาจสรุปได้ว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญในการบูรณาการช่องทางทุกมิติ และต้องให้ความสำคัญกับการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าจึงจะมีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าได้

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** เพื่อศึกษาปัจจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยง (PR) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 (H1) และสมมติฐานที่ 2 (H2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.376 และ 0.319 ตามลำดับ สำหรับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า (CS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 (H3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.178

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3** เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยปริมาณพบว่า การรับรู้ความเสี่ยง (PR), การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) และความพึงพอใจของลูกค้า (CS) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.294 , 0.288 และ 0.314 ตามลำดับ ดังนั้นผลการวิจัยจึงสอดคล้องกับการทดสอบสมมติฐานที่ 4-6 (H4-H6)

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงในตารางที่ 2 และภาพที่ 2

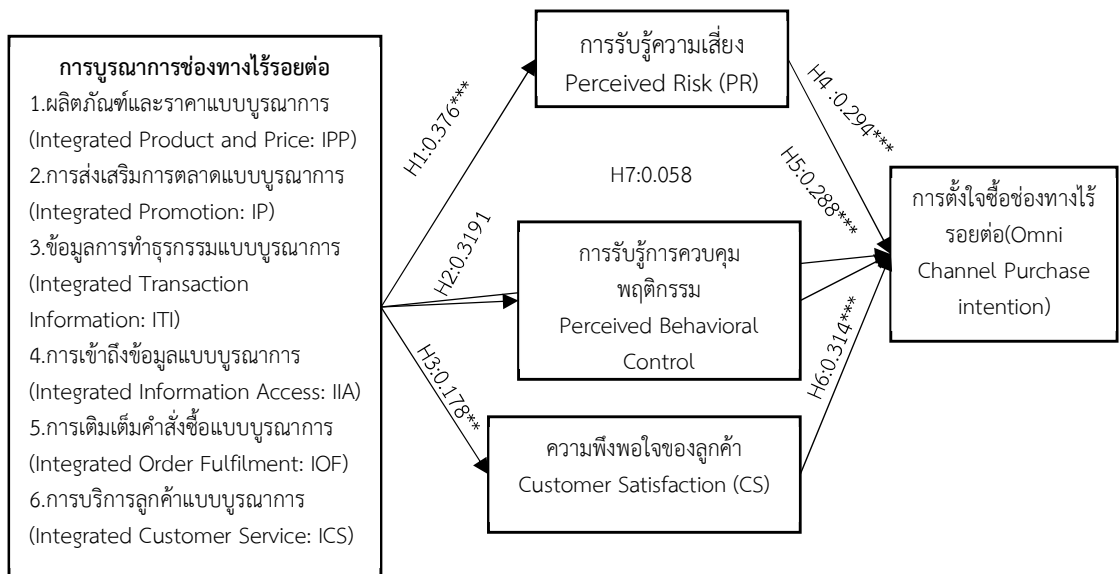
**ตารางที่ 2 ผลการทดสอบและข้อค้นพบใหม่จากสมมติฐานการวิจัย**

| สมมติฐานการวิจัย | การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าอิทธิพลตามสมมติฐานการวิจัย |    |          | p-value | มีนัยสำคัญที่ระดับ | ผลการทดสอบ |
|------------------|--|----|----------|---------|--------------------|------------|
|                  | DE   | IE | TE       |         |                    |            |
| H1: OCI → PR     | 0.376***   | -  | 0.376*** | <0.001  | ***                | สนับสนุน   |
| H2: OCI → PBC    | 0.319***   | -  | 0.319*** | <0.001  | ***                | สนับสนุน   |
| H3: OCI → CS     | 0.563***   | -  | 0.563*** | <0.01   | **                 | สนับสนุน   |
| H4: PR → PI      | 0.294***   | -  | 0.294*** | <0.001  | ***                | สนับสนุน   |

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| สมมติฐานการวิจัย               | การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ<br>ของค่าอิทธิพลตามสมมติฐานการ<br>วิจัย |          |          | p-<br>value | มี<br>นัยสำคัญ<br>ที่ระดับ       | ผลการ<br>ทดสอบ  |
|--------------------------------|--|----------|----------|-------------|----------------------------------|-----------------|
|                                | DE   | IE       | TE       |             |                                  |                 |
| H5: PBC → PI                   | 0.288***   | -        | 0.288*** | <0.001      | ***                              | สนับสนุน        |
| H6: CS → PI                    | 0.314***   | -        | 0.314*** | <0.001      | ***                              | สนับสนุน        |
| H7: OCI → PI                   | 0.058  | 0.258*** | 0.317*** | 0.384       | ไม่มีค่า<br>นัยสำคัญ<br>ทางสถิติ | ไม่<br>สนับสนุน |
| <b>ข้อค้นพบใหม่จากสมมติฐาน</b> |  |          |          |             |                                  |                 |
| H7A: OCI → PR → PI             | -  | 0.174*** | -        | <0.001      | ***                              | สนับสนุน        |
| H7B: OCI → PBC → PI            | -  | 0.144*** | -        | <0.001      | ***                              | สนับสนุน        |
| H7C: OCI → CS → PI             | -  | 0.088**  | -        | <0.01       | **                               | สนับสนุน        |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ p<0.01 \*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติ p<0.001



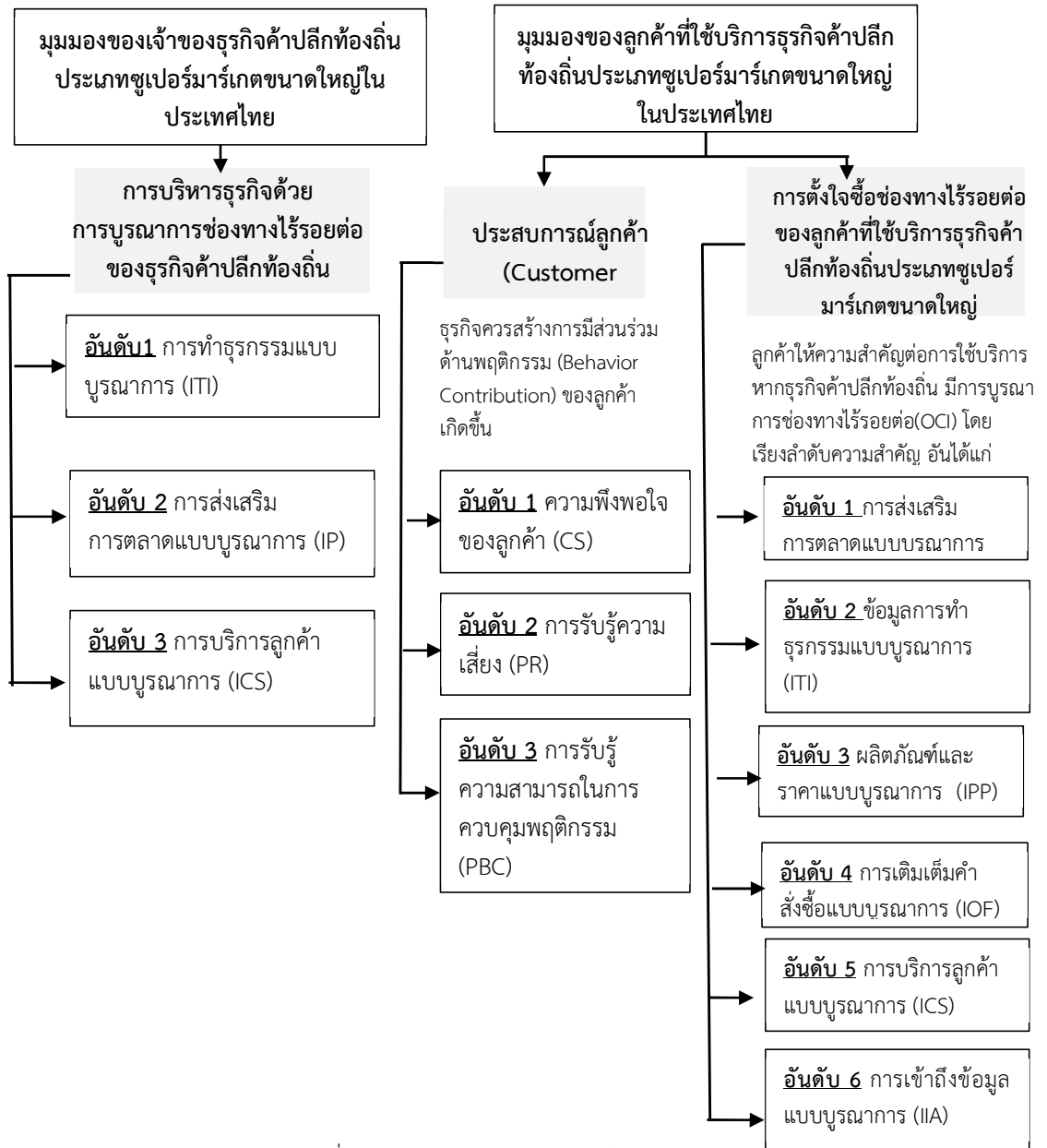
ภาพที่ 2 ผลการศึกษาการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอรูปแบบการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อที่เหมาะสมต่อผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทั้งในส่วนของมิติจากมุมมองของเจ้าของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น แม้มีการปรับตัวในการขยายช่องทางแบบบูรณาการเพิ่มมากขึ้นแต่

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

ยังคงมีส่วนที่น้อย เมื่อเทียบกับช่องทางหลักจากหน้าร้าน โดยธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ในทุกด้านกับการดำเนินธุรกิจ เมื่อเทียบกับมิติมุมมองของลูกค้าที่ใช้บริการได้ให้ความสำคัญการค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อในทุกมิติ โดยมีสัดส่วนการให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ จากการศึกษาจึงนำไปสู่การนำเสนอโมเดลธุรกิจค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ:ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โมเดลธุรกิจค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ:  
ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

จากภาพที่ 3 แสดงโมเดลธุรกิจค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อซึ่งงานวิจัยนี้ค้นพบจากหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สามารถอธิบายทั้ง 2 มุมมอง โดยจากการวิจัยสามารถสะท้อนมุมมองของเจ้าของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในการบริหารธุรกิจด้วยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ สะท้อนได้ว่า ศักยภาพและความพร้อมในการดำเนินธุรกิจด้วยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อยังไม่ถูกให้ความสำคัญในทุกมิติ โดยมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจตามความถนัดและความพร้อมที่จำกัด โดยแสดงอันดับการบริหารธุรกิจด้วยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อเพียง 3 ด้าน อีกทั้งให้ความสำคัญไม่เท่ากัน จึงไม่สามารถทำให้เกิดโอกาสทางการแข่งขันครบทุกช่องทางได้ แต่กลับพบว่า มุมมองของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นนั้นกลับให้ความสำคัญในแต่ละด้านของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่แตกต่างไป โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทยสามารถจัดอันดับความสำคัญรายด้านของการตั้งใจซื้อช่องทางไร้รอยต่อ โดยพบว่า 3 อันดับที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อช่องทางไร้รอยต่อนั้น จะเกิดจากการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ (IP), ข้อมูลการทำธุรกรรมแบบบูรณาการ (ITI) และผลิตภัณฑ์และราคาแบบบูรณาการ (IPP) ตามลำดับ (แสดงในภาพที่ 2)

งานวิจัยนี้ จึงเสนอโมเดลธุรกิจค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย ที่สอดคล้องกับศักยภาพของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ทั้งนี้หากจะก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อของลูกค้าผ่านช่องทางไร้รอยต่อธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ของลูกค้า โดยมีส่วนร่วมในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า รับรู้ความเสี่ยงที่ลูกค้าจะได้รับจากการตัดสินใจซื้อ รวมถึงสร้างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีในการตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางไร้รอยต่อ ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญกับมิติของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่แตกต่างจากมุมมองของเจ้าของธุรกิจ หากสามารถปรับแนวทางการใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการ อาจนำมาสู่ความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางไร้รอยต่อของลูกค้าในที่สุด และเกิดโอกาสในการสร้างข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันแก่ธุรกิจต่อไป

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลของการศึกษา สามารถสรุปการอภิปราย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1): การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ผลการวิจัยพบว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยง (PR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cattapan and Pongsakornrungsilp (2022); Chen and Chi (2021) ที่พบว่า ผลลัพธ์บ่งชี้ว่าลักษณะ 6 ประการของการบูรณาการช่องทางการค้าปลีก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้าได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 (H2): การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) ผลการวิจัยพบว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก การวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นได้มีการใช้การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในธุรกิจค้าปลีก

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภท ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

ท้องถิ่น มีแนวโน้มที่จะรับรู้ถึงความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) มากขึ้น อาจส่งผลที่ดีต่อผลลัพธ์ที่ ธุรกิจคาดหวังไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen and Chi (2021)

สมมติฐานที่ 3 (H3): การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า(CS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ของ Lee (2020); Cattapan and Pongsakornrunsilp (2022); Zhang et al. (2022) ที่พบว่ามาตรฐานวัด 6 มิติเพื่อประเมินคุณภาพบริการในร้านค้าในการค้าปลีกแบบช่องทางไร้รอยต่อ รวมถึงสภาพแวดล้อมในร้านค้า เทคโนโลยีในร้านค้า จากการศึกษาพบว่า มิติทั้งหมดเหล่านี้ส่งผลดีต่อความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิง บวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 4 (H4): การรับรู้ความเสี่ยง (PR) ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการ ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยง (PR) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของ ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ ถึงแม้ว่างานวิจัยในครั้งนี้จะไม่สอดคล้องกับงานวิจัยอื่นๆ ที่พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง (PR) มีผลทางตรง เชิงลบต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Xu & Jackson, 2019; Ha, 2020; Shi, Wang, Chen, & Zhang, 2020; Rimsha, 2021; Ongko & Hati, 2021; Song & Liu, 2021; Truong, 2021; Rahmi, Ilyas, Tamsah, & Munir, 2021)

สมมติฐานที่ 5 (H5): การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) ส่งผลทางตรงต่อ ความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถใน การควบคุมพฤติกรรม (PBC) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้อง กับงานวิจัยของ Thaworn, Wei and Wiriyawit (2021); Sombultawee and Wattanatorn (2022) , Xu and Jackson (2019); Rosa and Jorgensen (2021) ที่พบว่า พื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยเฉพาะการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม ส่งผลเชิงบวกและมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อของ ผู้บริโภคทางออนไลน์ ช่องทางการตลาดและ กลยุทธ์ทางการตลาดมีผลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 6 (H6): ความพึงพอใจของลูกค้า (CS) ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการ ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (CS) มีผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจ ซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang et al. (2018); Cattapan and Pongsakornrunsilp (2022); Maharsi, Njotoprajitno, Hadianto and Wiraatmaja, (2021); Yeo, Moh and Low (2021) ที่พบว่า ผลกระทบของคุณภาพบริการที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของ นักช้อปปิ้งมือถือและความตั้งใจในการซื้อต่อการค้าทางมือถือ ผลลัพธ์สะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจส่งผล ทางบวกต่อความตั้งใจในการซื้อต่อการค้าทางมือถือ ทั้งนี้ยืนยันได้ว่าความพึงพอใจของนักช้อปปิ้งมือถือเป็น ตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความตั้งใจในการซื้อ

สมมติฐานที่ 7 (H7): การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้ บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) ผลการวิจัยพบว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ (OCI) ไม่ส่งผลทางตรง ต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น (PI) โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำให้ไม่



สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 7 ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัย Saghiri, Wilding, Mena and Bourlakis (2017) ที่กล่าวว่า การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อจะมุ่งเน้นการจัดการกระบวนการและเทคโนโลยีให้สอดคล้องกันในช่องทางต่าง ๆ สิ่งนี้สอดคล้องกับการประสานงานของการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อ ซึ่งการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่ออาจไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่ออาจไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการซื้อของ Hasan (2023) ที่พบว่าในช่วงการระบาด COVID-19 ปัจจัยต่าง ๆ เช่น การโต้ตอบแบบหลายช่องทางและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าไม่ได้เสริมสร้างประสบการณ์การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1) ยังมีตัวแปรคั่นกลางหรือตัวชี้วัดอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้า เช่น การรับรู้คุณค่า (Perceived value), ความเชื่อถือ (Trust), การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) เป็นต้น ซึ่งหากทำการศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรดังกล่าวอาจส่งผลที่แตกต่างกัน และอาจจะมีส่วนในการช่วยอธิบายผลลัพธ์ของการศึกษาที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

2) การศึกษาในอนาคตควรนำแบบจำลองของการวิจัยการบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตไปทดสอบใช้กับกลุ่มธุรกิจให้บริการหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ในระดับท้องถิ่นที่ยังไม่ได้มีการพัฒนาช่องทางทางการขายด้วยการค้าปลีกไร้รอยต่อเพื่อเป็นการยืนยันว่าผลจากการศึกษานี้สามารถอ้างอิงไปยังบริบทธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาและวิจัยเพิ่มเติม เพื่อเป็นการติดตามหรือวัดผลลัพธ์แนวทางหรือกลยุทธ์การค้าปลีกไร้รอยต่อที่เจ้าของธุรกิจค้าปลีกแต่ละแห่งได้มีการปรับใช้แนวทางจากการวิจัยไปปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อศึกษาผลลัพธ์ที่จะได้ว่ามีทิศทางในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อธุรกิจเป็นอย่างไร

## เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *DBD DataWarehouse*. สืบค้น 9 เมษายน 2567, จาก

<https://datawarehouse.dbd.go.th/index>

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กิตติพงศ์ คงธนทรัพย์ และอิสราภรณ์ ลาดละคร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่าง Omni Channel Marketing กับพฤติกรรมผู้บริโภคธุรกิจค้าปลีก. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 7(2), 78-83.

วาสิตา ชัยเสรี. (2561). *แนวทางการทำการตลาดของห้างสรรพสินค้าเพื่อรองรับกลยุทธ์ omni-channel ในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ชมรมเพื่อเด็ก.

ภัทรภรณ์ ปัญญาใหญ่ และอายุส หยูเย็น. (2563). *อิทธิพลของการตลาดแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel Market Marketing) ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าร้าน O ในจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

การบูรณาการช่องทางไร้รอยต่อที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นประเภท ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในประเทศไทย

- ศรัณยู ทิยะมุข. (2565). ปัจจัยการตลาดแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel Marketing) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคร้าน Watsons ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2560). รายงานผลการศึกษา โครงการศึกษาศูรกิจค้าปลีกคาสงเพื่อเตรียมความพร้อม ในการยกวางกฎหมายการประกอบธุรกิจค้าปลีกคาสง ที่เหมาะสมกับประเทศไทย. สืบค้น 29 เมษายน 2567, จาก <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2018/08/%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A1%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1.pdf>
- Ailawadi, K. L. & Farris, P. W. (2017). Managing multi-and omni-channel distribution: metrics and research directions. *Journal of retailing*, 93(1), 120-135.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411-423.
- Barbosa, J. & Casais, B. (2022). The transformative and evolutionary approach of omnichannel in retail companies: insights from multi-case studies in Portugal. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(7), 799-815.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Beck, N. & Rygl, D. (2015). Categorization of multiple channel retailing in Multi-, Cross-, and Omni-Channel Retailing for retailers and retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 170-178.
- Berman, B. & Thelen, S. (2018). Planning and implementing an effective omnichannel marketing program. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(7), 598-614.
- Cattapan, T. & Pongsakomrungsilp, S. (2022). Impact of omnichannel integration on Millennials' purchase intention for fashion retailer. *Cogent Business & Management*, 9(1). doi:10.1080/23311975.2022.2087460
- Chang, H. H. & Chen, S. W. (2008). The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator. *Online information review*, 32(6), 818-841.
- Chen, Y. & Chi, T. (2021). How does channel integration affect consumers' selection of omnichannel shopping methods? An empirical study of US consumers. *Sustainability*, 13(16), 8983.

- .....
- Gao, W., Fan, H., Li, W., & Wang, H. (2021). Crafting customer experience in omnichannel contexts: The role of channel integration. *Journal of Business Research*, 126(2), 12-22.
- Goi, M. T., Kalidas, V., & Zeeshan, M. (2014). Comparison of Stimulus-Organism-Response Framework between International and Local Retailer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 461-468.
- Hair, J. F., Ortinau, D. J., & Harrison, D. E. (2010). *Essentials of Marketing Research* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin
- Hasan, D. G. (2023). Impact of COVID-19 Pandemic on Adoption of Omni-Channel in Millennial Consumers Through Omni-Interaction. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 147-165.
- Heuchert, M., Barann, B., Cordes, A.-K., & Becker, J. (2018). An IS perspective on omni-channel management along the customer journey: Development of an entity-relationship-model and a linkage concept. In *Proceedings of Multikonferenz Wirtschaftsinformatik*, March (p.6-9), Lüneburg: Germany.
- Iacobucci, D. (2010). Structural Equation Modeling: Fit Indices, Sample Size and Advanced Topics. *Journal of Consumer Psychology*, 20, 90-98.
- Ismail, F. K. M. & Zubairi, A. M. B. (2022). Item objective congruence analysis for multidimensional items: content validation of a reading test in Sri Lankan University. *English Language Teaching*, 15(1), 106-117.
- Jiang, K., Xu, L. & Bao, X. (2015). The Impact of Channel Integration on channel reciprocity in the multi-channel retailing context. In *2015 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM) (1840-1844)*. Washington: IEEE Computer Society Press. doi: 10.1109/IEEM.2015.7385966
- Chang, H. J., Yan, R. N., & Eckman, M. (2014). Moderating effects of situational characteristics on impulse buying. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(4), 298-314.
- Rimsha, K. (2021). Impact of perceived risk on consumer purchase intention towards luxury brands in case of pandemic: The moderating role of fear. *International Review*, 10(1), 216-226.
- Kline, R. B. (2011). *Convergence of Structural Equation Modeling and Multilevel Modeling*. In *The SAGE Handbook of Innovation in Social Research Methods* (pp. 562-589). New York: SAGE Publications.
- Rosa, A. L. & Jorgensen, J. J. (2021). Influences on consumer engagement with sustainability and the purchase intention of apparel products. *Sustainability*, 13(19), 10655.
- Lazaris, C. & Vrechopoulos, A. (2014). Human-Computer vs. Consumer-Store Interaction in a Multichannel Retail Environment: Some Multidisciplinary Research Directions. In *HCIB*
- .....

2014. *Lecture Notes in Computer Science* (pp.339-349). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-07293-7\\_33](https://doi.org/10.1007/978-3-319-07293-7_33)
- Lee, W. j. (2020). Unravelling consumer responses to omni-channel approach. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 15(3), 37-49.
- Maharsi, A. R., Njotoprajitno, R. S., Hadiano, B., & Wiraatmaja, J. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction on purchasing intention: A case study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 475-482.
- Mehrabian, A. & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge: the MIT Press.
- Neslin, S. A. (2022). The omnichannel continuum: Integrating online and offline channels along the customer journey. *Journal of retailing*, 98(1), 111-132.
- Oh, L.-B., Teo, H.-H., & Sambamurthy, V. (2012). The effects of retail channel integration through the use of information technologies on firm performance. *Journal of Operations Management*, 30(5), 368-381.
- Ongko, M. E. & Hati, S. R. H. (2021). Analysis of Omnichannel Consumer Behavior: Purchase Intention on Omni-channel Restaurants in Indonesia. *1<sup>st</sup> ICEMAC 2020: International Conference on Economics, Management, and Accounting* (pp.321-333). Indonesia: University of Indonesia
- Piotrowicz, W. & Cuthbertson, R. (2014). Introduction to the special issue information technology in retail: Toward omnichannel retailing. *International Journal of Electronic Commerce*, 18(4), 5-16.
- Rahmi, S., Ilyas, G. B., Tamsah, H., & Munir, A. R. (2021). Perceived risk and its role in the influence of brand awareness on purchase intention: study of Shopee users. *Journal Siasat Bisnis*, 26(1), 97-109.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(2), 49-60.
- Saghiri, S., Wilding, R., Mena, C., & Bourlakis, M. (2017). Toward a three-dimensional framework for omni-channel. *Journal of Business Research*, 77, 53-67.
- Shi, S., Wang, Y., Chen, X., & Zhang, Q. (2020). Conceptualization of omnichannel customers experience and its impact on shopping intention: A mixed-method approach. *International Journal of Information Management*, 50, 325-336.
- Sombultawee, K. & Wattanatorn, W. (2022). The impact of trust on purchase intention through omnichannel retailing. *Journal of Advances in Management Research*, 19(4), 513-532.
- Song, C. & Liu, Y. l. (2021). The effect of live-streaming shopping on the consumer's perceived risk and purchase intention in China. *23<sup>rd</sup> Biennial Conference of the International*

- 
- Telecommunications Society (ITS): "Digital societies and industrial transformations: Policies, markets, and technologies in a post-Covid world"*, Online Conference (pp.1-18). Sweden: Gothenburg.
- Thaworn, P., Wei, X., & Wiriyawit, V. (2021). Analyzing consumers' buying behavior regarding online purchasing in Thailand. *Journal of global business review*, 23(1), 13-32. [in Thai]
- Truong, T. H. H. (2021). The drivers of omni-channel shopping intention: a case study for fashionretailing sector in Danang, Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(2), 143-159.
- Udén, M. & Andersson, L. (2021). *Resilient Retailing: The effects of sustainability and omnichannel practices on resilience for retailers in Gothenburg*. (Master thesis). Sweden: Gothenburg University.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of retailing*, 91(2), 174-181.
- Xu, X. & Jackson, J. E. (2019). Examining customer channel selection intention in the omni-channel retail environment. *International Journal of Production Economics*, 208, 434-445.
- Yen, Y. S. (2023). Channel integration affects usage intention in food delivery platform services: The mediating effect of perceived value. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(1), 54-73.
- Yeo, A. C. M., Moh, X. L., & Low, B. T. (2021). The influence of e-servicescape on mobile shopping intention: The mediating role of customer satisfaction. *HOLISTICA–Journal of Business and Public Administration*, 12(2), 64-92.
- Yunita, D., Adam, M., Wahab, Z., Andriana, I., Maulana, A., & Iisnawati, I. (2022). Assessing Consumers Perception on Multi-Channel Integration: A Study at Department Store in Palembang. *7<sup>th</sup> Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2021)* (pp.340-345). Indonesia: Universitas Sriwijaya.
- Zhang, M., Ren, C., Wang, G. A., & He, Z. (2018). The impact of channel integration on consumer responses in omni-channel retailing: The mediating effect of consumer empowerment. *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 181-193.
-

แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร  
ผ่านแอปพลิเคชัน:กรณีศึกษา แดงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว  
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 2 มีนาคม 2568  
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 17 เมษายน 2568  
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 20 พฤษภาคม 2568

พรเพ็ญ สุขหนู

ภัทรวดี อินทปັນตี\* และ จิราภรณ์ จันทร์วงศ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการคำนวณต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแดงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว 2) พัฒนารูปแบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแดงโมผ่านแอปพลิเคชัน 3) ศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบการวิเคราะห์ผ่านการใช้แอปพลิเคชัน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้ปลูกแดงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 52 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 คน โดยสุ่มแบบเจาะจงจากความสมัครใจ รวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก กึ่งมีโครงสร้างและการประชุมกลุ่มย่อย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ปริมาณผลผลิตแดงโมมีจำนวน 1,500 กิโลกรัมต่อไร่ รายได้ 30,750 บาทต่อไร่ ต้นทุน 18,046 บาทต่อไร่ จุดคุ้มทุน 880.29 กิโลกรัมต่อไร่ 2) รูปแบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร พัฒนารูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชันจากโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากเป็นช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย กลุ่มเกษตรกรมีความคุ้นเคยกับอุปกรณ์และไม่ต้องการจัดหาหรือลงทุนเพิ่ม 3) กลุ่มเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชัน ใช้งานง่าย มีข้อมูลในการตัดสินใจบริหารการผลิตและลดต้นทุนการผลิตแดงโม มีประโยชน์และตอบสนองการใช้งานได้ดีมีความจำเพาะเจาะจงสอดคล้องกับบริบทพื้นที่

**คำสำคัญ :** เกษตรยั่งยืน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร แอปพลิเคชัน บ้านทุ่งอ่าว

### วิธีการอ้างอิง:

พรเพ็ญ สุขหนู, ภัทรวดี อินทปันตี และจิราภรณ์ จันทร์วงศ์. (2568). แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่านแอปพลิเคชัน:กรณีศึกษา แดงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 7(2), 186-204.

\*ผู้ประสานงานหลัก: Thanaphorn.r@psru.ac.th

# Guidelines for Sustainable Agricultural Development through The Analysis of Cost, Volume, and Profit via an Application: A Case Study of Pesticide-Free Watermelon in Ban Tung Ao, Surat Thani Province

Received: March 2, 2025

Revised: April 17, 2025

Accepted: May 20, 2025

*Pornpen Suknhu.*

*Patharawadee Inthapantee* \* and

*Jiraporn Jantrawong*

Faculty of Management Science, Surat thani Rajabhat University

## Abstract

This research aimed to 1) study the factors involved in calculating costs, quantity, and profits from growing pesticide-free watermelons in Ban Thung Ao, 2) develop a model for analyzing costs, quantity, and profits from watermelon cultivation through an application, and 3) examine the satisfaction towards the analysis model using the application. This research was a mixed-method: quantitative and qualitative. The sample consisted of members of the community enterprise of pesticide-free watermelon farmers in Ban Thung Ao. In the quantitative study, the data were collected from 52 participants through purposive sampling using a questionnaire and analyzed by using mean and standard deviation. In the qualitative research, 30 key informants were selected based on voluntary participation. The data were collected using semi-structured in-depth interviews and focus group discussions, followed by content analysis. The results revealed that: the watermelon yield was 1,500 kilograms per rai, with revenue of 30,750 baht per rai, total cost of 18,046 baht per rai, break- even point 880.29 kilograms per rai. Also, the analysis model for costs, quantity, and profits was developed through the use of a mobile application, as it was an easy-to-access channel that farmers were familiar with and required no additional investment or procurement. Additionally, farmers were satisfied with the application, finding it easy to use, providing valuable data for making production management decisions, reducing production costs, and being beneficial and well-suited to the context of the area.

**Keywords:** Sustainable Agriculture, Cost Volume Profit Analysis, Application, Ban Tung Ao

## Cite this article as:

Suknhu., P., Inthapantee, P., & Jantrawong, J. (2025). Guidelines for Sustainable Agricultural Development through the Analysis of Cost, Volume, and Profit via an Application: A Case Study of Pesticide-Free Watermelon in Ban Tung Ao, Surat Thani Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(2), 186-204.

---

\* Corresponding Author: ppatha77@hotmail.com

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม แรงงานส่วนใหญ่ในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 อยู่ในภาคการเกษตร ประชากรมากกว่า 11.63 ล้านคนหรือประมาณ 8 ล้านครัวเรือนเป็นผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) ภาคการเกษตรจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านเกษตรกรรมของประเทศไทยจึงมีความจำเป็นที่ต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในภาคการเกษตรให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ให้บรรลุผลตามความต้องการของเกษตรกรอย่างตรงเป้าหมายสอดคล้องกับบริบทในพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มผลผลิตจากการพัฒนาฐานข้อมูล Big Data และเพิ่มช่องทางให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพ ยกกระดับเกษตรกรสู่มูลค่าที่สูงขึ้น สร้างรายได้ และความมั่นคงในอาชีพให้กับเกษตรกรได้ จากงานวิจัยของ วิษณุ อรรถวานิช, โสมรัตน์ จันทรัตน์, จิรัฐ เจนพิงพรม, ภูมิสิทธิ์ มหาสุวีระชัย และกรรณิการ์ ธรรมพานิชวงศ์ (2562) พบว่า ภาคการเกษตรกำลังประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งพบว่าแรงงานสำคัญในภาคการเกษตรเป็นผู้สูงอายุซึ่งมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีและฐานข้อมูลที่สำคัญในการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และการแข่งขันที่สูงขึ้น (Forst & Sullivan, 2017) การสร้างศักยภาพในการแข่งขันภาคการเกษตรด้วยการส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีจึงเป็นกลไกสำคัญ การพัฒนาแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันจึงเป็นเครื่องมือช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและฐานข้อมูลสำคัญได้สะดวกและง่ายขึ้น จากการศึกษาของ Kwanmuang et al. (2022) พบว่า เกษตรกรไทยร้อยละ 96.8 สามารถเข้าถึงการใช้บริการโทรศัพท์มือถือและเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตและร้อยละ 64.4 สามารถใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้เป็นอย่างดีการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการเกษตรจึงเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาภาคการเกษตรของไทยให้ยั่งยืนได้

บ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นแหล่งปลูกแตงโมคุณภาพดี จินตนาพร โคตรสมบัติ (2564) พบว่าพื้นที่มีศักยภาพความเหมาะสมในการปลูกแตงโม เนื่องจากสภาพพื้นที่บ้านทุ่งอ่าวเป็นที่ราบเรียบและราบลุ่มเกิดจากตะกอนน้ำกร่อยพามาทับถมอยู่บริเวณที่ราบชายฝั่งทะเล มีลักษณะเป็นดินร่วนหรือดินร่วนปนทรายซึ่งมีค่าความเป็นกรดสูง จึงทำให้ผลผลิตแตงโมจากบ้านทุ่งอ่าวมีรสชาติ หวาน กรอบ โดยค่าความหวานเฉลี่ยเท่ากับ 12.40 องศาบริกซ์ อยู่ในเกณฑ์ดีมากสูงกว่าค่ามาตรฐานทั่วไป แสดงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะในพื้นที่บ้านทุ่งอ่าว สามารถนำไปขอรับรองแตงโมทุ่งอ่าวเป็นพืชบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ได้ ในปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตแตงโมปลอดภัยบ้านทุ่งอ่าว ประสบปัญหาการใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืชในปริมาณที่มากขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตทางเกษตรที่สูงขึ้น ทำให้ประสบปัญหาขาดทุนจากการผลิต(เพาะปลูก)และขายแตงโมอย่างต่อเนื่อง กลุ่มวิสาหกิจแตงโมบ้านทุ่งอ่าวเป็นการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกแตงโม ขาดความรู้และทักษะในการจัดทำบัญชีเชิงขาดโอกาสในการใช้ประโยชน์ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการตัดสินใจและบริหารการดำเนินงานได้ ข้อมูลทางการบัญชีมีความสำคัญต่อการบริหารงานของกิจการทุกประเภท สามารถนำมาใช้ในการวางแผนกำไร บริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยเฉพาะการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตด้วยการจัดประเภทต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรเป็นหัวใจสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดราคาขาย ซึ่งสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ (วิชณีพร เศรษฐสุสัฎโก และชวิตา ตงศิริ, 2566) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแตงโมปลอดภัยบ้านทุ่งอ่าว จึงมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการวางแผนการเพาะปลูก และการกำหนดราคาขาย เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นเกษตร



ทางเลือก หรือเกษตรแนวใหม่ ต้นทุนการเพาะปลูกที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจึงส่งผลต่อการตัดสินใจเพื่อวางแผนจำนวนผลผลิต และราคาขายที่สามารถกำหนดได้จากมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของแตงโมปลอดสารพิษ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ต้นทุน ปริมาณ และกำไรที่ถูกต้องแม่นยำจะช่วยวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เปิดโอกาสในการสร้างผลกำไร ช่วยให้เกษตรกรมีข้อมูลสำคัญต่อการตัดสินใจในการผลิต Yosoff (2016); Tulvinschi and Chirita (2020) พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดองค์ความรู้ด้านบัญชี ไม่สามารถจัดทำบัญชีต้นทุนได้ แต่มีความตระหนักถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชี และมีความต้องการพัฒนาความรู้และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำมากำหนดราคาขาย และวางแผนกำไรที่ต้องการ ลลิตา พิมทา (2562) พบว่าเกษตรกรมีความต้องการเครื่องมือที่เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิต เข้าถึงง่าย และต้นทุนไม่สูงมากนัก เพื่อให้เข้าถึงการใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชีได้

จากปัญหาดังกล่าวพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแตงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว มีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ในการปลูกแตงโมที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และมีวิถีเกษตรกรรมทางเลือกใหม่ที่มุ่งเน้นการลดใช้สารเคมีเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งผู้ผลิต และผู้บริโภค ซึ่งกลุ่มเกษตรกรประสบปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และผลขาดทุนอย่างต่อเนื่อง กลุ่มเกษตรกรจึงมีความต้องการพัฒนาแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร จากการผลิตแตงโม ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ควบคุมต้นทุนการผลิต และใช้ตัดสินใจเลือกแนวทางการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์เพื่อลดการใช้สารเคมีลง เพิ่มผลผลิต กำหนดเป้าหมายกำไรและรายได้ที่ยั่งยืน และเหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการคำนวณต้นทุน ปริมาณ และกำไรจากการปลูกแตงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรจากการปลูกแตงโมปลอดสารพิษผ่านแอปพลิเคชัน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ผ่านการใช้แอปพลิเคชัน

### ขอบเขตของการวิจัย

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** ได้แก่ ศึกษาปัจจัยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแตงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว โดยการศึกษาเกี่ยวกับรายได้จากการปลูกแตงโม และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง โดยจัดประเภทค่าใช้จ่ายจากการผลิตเป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร และใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือที่สามารถวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร ที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน ความต้องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการทำงาน

**ขอบเขตด้านประชากร** การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรผู้ปลูกแตงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว ซึ่งมีรวมกลุ่มสมาชิกจำนวน 60 คน (จินตนาพร โคตรสมบัติ, 2564)

**ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง** ในงานวิจัยนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีเจาะจงโดยคัดเลือกจากผู้ที่ยินยอมให้ข้อมูล สมัครใจเข้าร่วมโครงการและมีความพร้อมในอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือจำนวน 52 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์จำนวน 30 คนคัดเลือกจากผู้ยินยอมเปิดเผยข้อมูล มีความพร้อมในอุปกรณ์และการใช้งานโทรศัพท์มือถือและมีประสบการณ์ในการปลูกแตงโมมากกว่า 3 ปี

**ขอบเขตพื้นที่วิจัย** บ้านทุ่งอ่าว ตำบลศรีวิชัย อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

**ขอบเขตระยะเวลาในการวิจัย** ระหว่าง ตุลาคม 2565 ถึง กันยายน 2566

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เกษตรกรมีข้อมูลบัญชีต้นทุนผลิต รายได้ ปริมาณการขายเพื่อวางแผนในการผลิตแปลงโม
2. เกษตรกรมีแอปพลิเคชันในการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแปลงโมที่สอดคล้องกับความต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการบัญชี
3. เกษตรกรสามารถนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ไปวางแผนการผลิต ควบคุมต้นทุนผลิต กำหนดรายได้ และกำไรได้อย่างชัดเจน ส่งผลต่อความยั่งยืนในการประกอบอาชีพเกษตรกรกรมได้

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**วรรณกรรมและแนวความคิดที่ 1** ด้านระบบเกษตรกรรมยั่งยืน สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2563) คือ ระบบการผลิตสินค้าเกษตร ที่คำนึงถึงวิถีการดำเนินชีวิตของเกษตรกร และการรักษา สภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อให้เกิดความมั่นคงและความปลอดภัยอาหาร สร้างความสมดุลและความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของเกษตรกรและผู้บริโภค อธิบายตัวชี้วัดเกษตรยั่งยืน มีหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) ความยั่งยืนทาง เศรษฐกิจ การสร้างราคาเป็นแรงจูงใจ 2) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการผลิตสินค้า เกษตรที่รักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) ความยั่งยืนทางด้านสังคมเกษตรกร สภาพความเป็นอยู่ของ เกษตรกรดีขึ้น ซึ่งมี 6 มาตรการสนับสนุนการเกษตรยั่งยืน ดังนี้ 1) มาตรการแก้ปัญหาทุกรุกป่า สนับสนุนให้ ปลูกพืชผสมผสานลดใช้สารเคมี เพื่อทำเกษตรกรรมบนผืนป่าได้ 2) มาตรการพักชำระหนี้ 3) มาตรการสินเชื่อ สี่เขียว ให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษ 4) มาตรการเก็บภาษีสารเคมีอันตราย เพื่อจูงใจให้เกษตรกรเลิกใช้สารเคมีและ เปลี่ยนมาใช้แบบชีวภาพ 5) มาตรการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรเพื่อสร้างการยอมรับในระดับสากล และ 6) มาตรการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรยั่งยืน (วาสนา สุรีย์เดชะกุล, ชินวัฒน์ ศาสนนันท์ และ สุจริตรา ริมดุสิต, 2565)

**วรรณกรรมและแนวความคิดที่ 2** ด้านต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร และการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร (Cost Volume Profit Analysis) สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2563) ต้นทุน หมายถึง การได้มา ซึ่งสินทรัพย์หรือบริการเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ ซึ่งต้นทุนที่จ่ายไปแล้วสามารถใช้ ประโยชน์มากกว่าหนึ่งปีจัดเป็นสินทรัพย์ สามารถตัดค่าสึกหรือและค่าเสื่อมราคาเป็นค่าใช้จ่าย และต้นทุนที่ใช้ ประโยชน์เพียง 1 ปีถือเป็นค่าใช้จ่าย (วิชนิพร เศรษฐสุสัโก และชวีศา ตงศิริ, 2566) การคำนวณและบันทึก ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตรใช้แนวคิดเดียวกับการคำนวณและบันทึกต้นทุนอุตสาหกรรม เช่น ต้นทุนที่จ่าย เพื่อซื้อเครื่องฉีดพ่นยากำจัดวัชพืชและเครื่องฉีดพ่นยากำจัดศัตรูพืช เครื่องปั้มน้ำและอุปกรณ์ เครื่องตัดหญ้า อุปกรณ์เกษตร บันทึกเป็นสินทรัพย์เมื่อสามารถใช้งานได้นานกว่า 1 ปี และคำนวณตัดค่าเสื่อมราคาเป็น ค่าใช้จ่ายตามอายุการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์นั้นซึ่งต้นทุนเหล่านี้จัดประเภทเป็นต้นทุนคงที่ในการผลิต สำหรับค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าแรงงานคนงานไร่ ค่าแรงงานคนงานเก็บเกี่ยว ค่าปุ๋ยอินทรีย์ ค่าปุ๋ยเคมี ค่ายากำจัด ศัตรูพืช ยากำจัดวัชพืช บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายประจำงวดในการผลิตซึ่งจัดประเภทเป็นต้นทุนผันแปรในการผลิต ซึ่งการวิเคราะห์ต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร จำนวนปริมาณผลผลิต และความสามารถในการทำกำไร เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการผลิตทางการเกษตร เกษตรกรสามารถพิจารณาต้นทุนและ วิเคราะห์เพื่อลดต้นทุนในการผลิตได้ เช่น สารเคมีที่ใช้ในการกำจัดวัชพืชและศัตรูพืช และใช้วิธีการเพาะปลูก แบบอินทรีย์แทน การลดค่าแรงงานจากการจ้างเป็นการช่วยแรงงานแบบลงแขกสลับหมุนเวียนกัน เป็นต้น

ผลจากการใช้ข้อมูลต้นทุน ปริมาณ กำไรทำให้ต้นทุนผลผลิตทางเกษตรลดลง เกษตรกรมีกำไรเพิ่มขึ้น มีการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ในขณะที่ผลผลิตจากการเกษตรอินทรีย์สามารถกำหนดราคาขายได้สูงกว่า มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่มากกว่า สามารถเข้าถึงร้านค้าและห้างขนาดใหญ่ได้ มีกลุ่มลูกค้าขยายไปยังกลุ่มผู้ที่รักสุขภาพและต้องการสินค้าบริโภคที่ปลอดภัย

**วรรณกรรมและแนวความคิดที่ 3** ด้านการพัฒนาการใช้แอปพลิเคชันด้านการเกษตร เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) โดยนำเทคโนโลยีมาเพื่อใช้ในการสื่อสาร ตั้งแต่การรวบรวม จัดบันทึก จัดเก็บ ประมวลผล การพิมพ์ นำเสนอเพื่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ความสามารถ และศักยภาพของเกษตรกร ซึ่งเป็นความจำเป็นที่ต้องสร้างช่องทางเพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ นั้น ๆ ผ่านเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องในยุคสมัยปัจจุบัน องค์กรเพื่อการพัฒนา ระหว่างประเทศของสหรัฐฯ (USAID) ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีและการสื่อสารในการพัฒนา 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ การแชร์ข้อมูล (Information sharing) การวิเคราะห์ข้อมูล (Information Analysis) การเข้าถึงการตลาด (Access to Markets) การเข้าถึงการเงิน (Financial Access) และกระบวนการ ตรวจสอบย้อนกลับ จากการศึกษาของ Costopoulou, Ntaliani and Karetsos (2016) ได้ศึกษากลุ่มผู้มีส่วน ได้เสียในภาคเกษตรที่สนใจและมีความเต็มใจใช้งานแอปพลิเคชันทางการเกษตร พบว่า ในปัจจุบันจำนวนแอปพลิเคชันที่ถูกนำมาใช้เพื่อตอบโจทย์การใช้งานด้านการเกษตรยังมีจำนวนที่น้อยมาก และไม่ครอบคลุมกิจกรรม ทางด้านการเกษตร จึงควรมีการสนับสนุนให้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ถูกต้อง แม่นยำ และมีความจำเพาะ เจาะจงตามลักษณะของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้ใช้งาน และ Harry and Stanley (2022) ได้ศึกษาบทบาทการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรในชนบท พบว่า การสื่อสารด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) ในกลุ่มเกษตรกรควรมีการสร้างการรับรู้ในกลุ่ม เครือข่ายของเกษตรกร การประชาสัมพันธ์ สร้างความตระหนักในองค์ความรู้ โดยกำหนดการออกแบบ แอปพลิเคชันให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและการใช้งาน เพื่อสร้างศักยภาพและการพัฒนาทางการเกษตรเฉพาะ กลุ่ม

#### จากการทบทวน วรรณกรรมและแนวความคิด

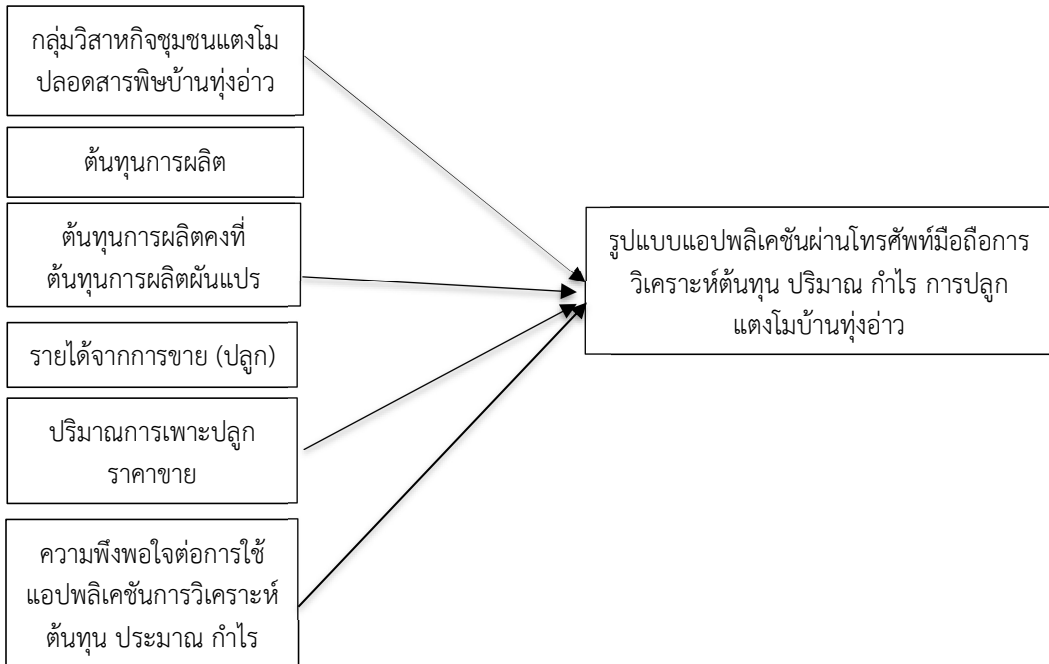
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรในการผลิตสินค้าเกษตร ทำให้เกษตรกรมีข้อมูลต้นทุนผลิตสินค้า เกษตร เป็นกรวิเคราะห์และจัดประเภทต้นทุนในการผลิต โดยเลือกใช้ช่องทางที่ทำให้เกษตรกรเข้าถึงง่าย และ เข้ากับบริบทการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม โดยผ่านการใช้แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ ทำให้เกิด ความสะดวก และง่ายต่อการบันทึกข้อมูล อีกทั้งการพัฒนาแอปพลิเคชันนั้นยังคำนึงถึงความจำเพาะของ การใช้เชิงพื้นที่ตามแนวคิดดังกล่าว เกษตรกรผู้ปลูกแตงโมจึงมีข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ สามารถลดต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้าเกษตรได้อย่างทันท่วงที และใช้ข้อมูลวางแผนผลิตในครั้ง ต่อไปลดต้นทุน สร้างกำไร กำหนดเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เกิดศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตร ส่งผลต่อ คุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้เพาะปลูกและสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืน

#### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่านแอปพลิเคชัน กรณีศึกษา แตงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานีในครั้งนี้ จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลการปลูกแตงโมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแตงโมปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว ด้านต้นทุนการผลิต รายได้ ราคาขาย ปริมาณการขาย และความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ตัวแปร

แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาแปลงโม  
ปลอดสารพิษบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตามได้แก่ รูปแบบแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือ การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแปลงโมบ้าน  
ทุ่งอ่าว ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม ประกอบด้วย การวิจัย เชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการประชุมกลุ่มย่อย โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมผู้ปลูกแปลงโม  
ปลอดสารพิษ บ้านทุ่งอ่าว ตำบลศรีวิชัย อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 60 ราย (จินตนาพร  
โคตรสมบัติ, 2564)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดค่า  
ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 คำนวณได้จากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1970)  
ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 52 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเป็นผู้ที่สมัครใจและมีความพร้อมทั้ง  
ด้านอุปกรณ์และใช้งานโทรศัพท์มือถือ การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์และประชุม  
กลุ่มย่อยจำนวน 30 คน (อุทุมพร ศรียม และพรศิลป์ บัวงาม (2018); วัชนิพร เศรษฐลักโก และชวีศา ตงศิริ  
(2023) ใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจงโดยกำหนดคุณสมบัติคือ 1) เป็นผู้ที่ยินดีเปิดเผยข้อมูลเพื่อใช้ทำวิจัย  
2) มีประสบการณ์ในการปลูกแปลงโมมากกว่า 1 ปี และ 3) มีความพร้อมในอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่อง แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืน โดยการวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ตอน ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลการผลิต ต้นทุน รายได้ ปริมาณการผลิต และความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน (บุญยงช ภูระหงษ์, ธราริปี ภูระหงษ์ และภูมิินทร์ ฮงมา, 2564)

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Groups) (ระริน เกรื่อวรพันธุ์, สุปราณี วุ่นศรี และสุธีรา ปาน, 2567) ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ข้อมูลการเพาะปลูกแตงโม ข้อมูลด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ครอบคลุมแรงงาน ทรัพย์สินที่เกี่ยวข้อง เงินลงทุน ข้อมูลด้านรายได้ ปริมาณผลผลิตและการกำหนดราคาขาย ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค ข้อคิดเห็นเพื่อเสนอแนะ

2.3 โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และแบบประเมินประสิทธิภาพด้านการทำงานของแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานของแอปพลิเคชัน ความถูกต้อง การวิเคราะห์

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้ 1) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน แบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 4 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย 2) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) นำผลการพิจารณาไปวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective-Congruence : IOC) โดยทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 คำถามที่มีความเที่ยงตรง สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทดลองใช้ Try out กับตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) ซึ่งควรมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีความความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.826 แสดงว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ 3) ปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมกับความรู้และประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ภาษาที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และจัดอบรมผู้เก็บข้อมูลให้เกิดความเข้าใจก่อนดำเนินการจัดเก็บข้อมูล

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เลขที่ SRU-EC 2023/054

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ รายได้ จะใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การแจกแจงความถี่ และร้อยละ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการปลูกแตงโม รายได้จากการขายแตงโม นำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของ ต้นทุน ปริมาณ กำไร (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563) ด้วยระบบแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น ซึ่งมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\text{รายได้รวม} = \text{ราคาต่อหน่วย} \times \text{จำนวนหน่วยที่ขาย}$$

แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาแปลงโม  
ปลอดภัยบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

$$\begin{aligned}
 \text{ต้นทุนรวม} &= \text{ต้นทุนคงที่} + (\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \times \text{จำนวนหน่วยที่ผลิต}) \\
 \text{กำไร} &= \text{รายได้รวม} - \text{ต้นทุนรวม} \\
 \text{กำไรส่วนเกิน} &= \text{ยอดขาย} - \text{ต้นทุนผันแปรรวม} \\
 \text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} &= \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \\
 \text{จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}} \\
 \text{ส่วนเกินของความปลอดภัย} &= \text{ยอดขายจริง} - \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} \\
 \text{เป้าหมายกำไรที่ต้องการ} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่} + \text{กำไรที่ต้องการ}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}
 \end{aligned}$$

4.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ต่อรูปแบบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่าน  
แอปพลิเคชัน แผลผลดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 พึงพอใจระดับมากที่สุด/เห็นด้วยระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 พึงพอใจระดับมาก/เห็นด้วยระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 พึงพอใจระดับปานกลาง/เห็นด้วยระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 พึงพอใจระดับน้อย/เห็นด้วยระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 พึงพอใจระดับน้อยที่สุด/เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในรูปแบบของข้อเขียนหรือ  
เอกสารและคำพูดที่ได้จากการสัมภาษณ์ (นิตยา ชูโต, 2548) การวิเคราะห์เนื้อหาแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบ  
สนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ถอดความจากการบันทึกเสียง โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า  
(triangulation) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและผลการวิเคราะห์ เชื่อมโยงกับทฤษฎีและแนวคิด  
วัตถุประสงค์

## ผลการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 38 คน ร้อยละ 73.08 ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน  
18 คน ร้อยละ 34.62 ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา 20 คน ร้อยละ 38.46 สถานภาพสมรส ร้อยละ 92.31  
มีประสบการณ์ในการปลูกแตงโม 5-8 ปี ร้อยละ 55.77 ส่วนใหญ่มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 10 ไร่

ตารางที่ 1 ต้นทุนคงที่การปลูกแตงโมต่อพื้นที่ 10 ไร่

| รายการ (Item)             | สัดส่วนการใช้งาน (%) | ต้นทุน (บาท)  |
|---------------------------|----------------------|---------------|
| - ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ   | 20                   | 19,000        |
| - ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์    | 50                   | 1,920         |
| - ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือ | 100                  | 9,600         |
| - ค่าเช่าที่ดิน           | 100                  | 10,000        |
| - ค่าตรวจสอบสารเคมี       | 100                  | 1,500         |
| <b>รวม (10ไร่)</b>        |                      | <b>42,020</b> |
| <b>ต้นทุนต่อไร่</b>       |                      | <b>4,202</b>  |

จากตารางที่ 1 แสดงต้นทุนคงที่ในการปลูกแตงโม ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคายานพาหนะปันส่วนการใช้งาน 20% คิดต้นทุน 19,000 บาท ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ ปันส่วนการใช้งาน 50% คิดต้นทุน 1,920 บาท ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือเครื่องใช้ 9,600 บาท ค่าเช่าที่ดิน 10,000 บาท ค่าตรวจสอบเคมีตกค้างในแตงโมก่อนขาย 1,500 บาท รวมมีต้นทุนคงที่สำหรับการเพาะปลูก 10 ไร่ จำนวน 42,020 บาท ต้นทุนคงที่ต่อไร่ 4,202 บาท

### ตารางที่ 2 ต้นทุนผันแปรการปลูกแตงโมต่อพื้นที่ 10 ไร่

| รายการ                             | ต้นทุน (บาท)   |
|------------------------------------|----------------|
| - ค่าไถที่ดิน (3 ครั้ง)            | 14,500         |
| - ค่าเมล็ดพันธุ์                   | 1,560          |
| - ค่าปุ๋ย                          | 49,200         |
| - ค่าวัสดุ ฝ้ายางคลุมดิน สายน้ำหยด | 11,680         |
| - ค่ายาฆ่าแมลง ยาปราบศัตรูพืช      | 35,000         |
| - ค่าน้ำมันรถ ค่าไฟฟ้า             | 2,500          |
| - ค่าสติ๊กเกอร์                    | 1,000          |
| - ค่าเพาะต้นกล้า และอื่น ๆ         | 3,000          |
| - ค่าจ้างแรงงาน                    | 20,000         |
| <b>รวม 10 ไร่</b>                  | <b>138,440</b> |
| <b>ต้นทุนต่อไร่</b>                | <b>13,844</b>  |

จากตารางที่ 2 แสดงต้นทุนผันแปรในการปลูกแตงโมต่อพื้นที่ 10 ไร่ ประกอบด้วย ค่าไถดิน 14,500 บาท ค่าเมล็ดพันธุ์ 1,560 บาท ค่าปุ๋ย 49,200 บาท ค่าวัสดุ 11,680 บาท ค่ายาฆ่าแมลง 35,000 บาท ค่าน้ำมันรถ ค่าไฟฟ้า 2,500 บาท ค่าสติ๊กเกอร์ 1,000 บาท ค่าเพาะต้นกล้า 3,000 บาท ค่าจ้างแรงงาน 20,000 บาท รวมต้นทุนผันแปรในการปลูกแตงโม 1 ครั้ง ต่อพื้นที่ 10 ไร่ เป็นจำนวนเงิน 138,440 บาท คิดเป็นต้นทุนผันแปรต่อไร่ละ 13,844 บาท

### ตารางที่ 3 รายได้จากการปลูกแตงโม 10 ไร่

| รายการ               | ปริมาณผลผลิต<br>(กิโลกรัม) | ราคาขาย (บาทต่อ<br>กิโลกรัม) | จำนวนเงิน<br>(บาท) |
|----------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------|
| เก็บเกี่ยวครั้งที่ 1 | 5,000                      | 22                           | 110,000            |
| เก็บเกี่ยวครั้งที่ 2 | 7,500                      | 22                           | 165,000            |
| เก็บเกี่ยวครั้งที่ 3 | 2,500                      | 13                           | 32,500             |
| <b>รวมรายได้</b>     |                            |                              | <b>307,500</b>     |
| <b>รายได้ต่อไร่</b>  |                            |                              | <b>30,750</b>      |

ตารางที่ 3 แสดงรายได้จากการปลูกแตงโม 1 ครั้ง บนพื้นที่ประมาณ 10 ไร่ เกษตรกรปลูกแตงโมพันธ์กินรี ใช้เวลาตั้งแต่เริ่มเพาะเมล็ด และสามารถเก็บเกี่ยวได้ประมาณ 3 ครั้งซึ่งให้ผลผลิตดังนี้ เก็บเกี่ยวครั้งแรกผลผลิต 5,000 กิโลกรัม ราคา กิโลกรัมละ 22 บาท เป็นจำนวนเงิน 110,000 บาท เก็บเกี่ยวครั้งที่สองผลผลิต 7,500 กิโลกรัม ราคา กิโลกรัมละ 22 บาท จำนวนเงิน 165,000 บาท และการเก็บเกี่ยวครั้งที่สามเพื่อ

แนวทางการพัฒนาเกษตรยั่งยืนโดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่านแอปพลิเคชัน: กรณีศึกษาแตงโม  
ปลอดภัยบ้านทุ่งอ่าว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เก็บเอาและเคลียร์แปลงปลูก ขนาดแตงโมที่เก็บได้มีขนาดเล็ก ราคา กิโลกรัมละ 13 บาท จำนวน 2,500 กิโลกรัม จำนวน 32,500 บาท รวมระยะเวลาตั้งแต่การเพาะเมล็ดจนกระทั่งเก็บเกี่ยวรอบสุดท้ายประมาณ 65-72 วัน มีรายได้จากการขาย 307,500 บาท เฉลี่ยรายได้ต่อไร่ 30,750 บาท

**ตารางที่ 4** การคำนวณกำไรสุทธิจากการปลูกแตงโม 10 ไร่

| รายการ                          | กำไรสุทธิรวม     | กำไรเฉลี่ยต่อไร่ |
|---------------------------------|------------------|------------------|
| - ปริมาณการผลิต                 | 15,000 กิโลกรัม  | 1,500 กิโลกรัม   |
| - รายได้                        | 307,500 บาท      | 30,750 บาท       |
| - ต้นทุนคงที่                   | 42,020 บาท       | 4,202 บาท        |
| - ต้นทุนผันแปร                  | 138,440 บาท      | 13,844 บาท       |
| - ต้นทุนรวม                     | 180,460 บาท      | 18,046 บาท       |
| <b>ราคาขายเฉลี่ยต่อกิโลกรัม</b> | <b>20.50 บาท</b> | <b>20.50 บาท</b> |

จากตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของการวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณและกำไรสุทธิจากการปลูกแตงโม พบว่า ปริมาณการผลิตต่อไร่ 1,500 กิโลกรัม รายได้ 30,750 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่ 4,202 บาทต่อไร่ ต้นทุนผันแปร 13,844 บาทต่อไร่ กำไรสุทธิ 12,704 บาทต่อไร่

นำข้อมูลจากตารางที่ 4 มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร ดังนี้

$$1. \text{กำไรสุทธิ} = \text{รายได้รวม} - \text{ต้นทุนรวม} = 307,500 - 180,460 = 127,040 \text{ บาท}$$

$$1.1 \text{ กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่} = 127,040 / 10 = 12,704 \text{ บาท}$$

$$1.2 \text{ อัตรากำไรสุทธิ} = (\text{กำไรสุทธิ} \times 100) / \text{รายได้}$$

$$= (127,040 \times 100) / 307,500 = 41.31\%$$

ผลการวิเคราะห์กำไรสุทธิ พบว่า พื้นที่ปลูกแตงโมจำนวน 10 ไร่ มีกำไรสุทธิ 127,040 บาท เฉลี่ยกำไรสุทธิไร่ละ 12,704 บาท คิดเป็นกำไรสุทธิร้อยละ 41.31

$$2. \text{จุดคุ้มทุน} = \text{ต้นทุนรวม} / \text{ราคาเฉลี่ย} = 180,460 / 20.50 = 8,802.93 \text{ กิโลกรัม}$$

$$\text{หรือ} = 8,802.93 \times 20.50 = 180,460 \text{ บาท}$$

$$2.1 \text{ จุดคุ้มทุนต่อไร่} = 8,802.93 / 10 = 880.29 \text{ กิโลกรัม หรือ } 18,046 \text{ บาท}$$

ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พบว่า พื้นที่ปลูกแตงโม จำนวน 10 ไร่ได้ผลผลิตจำนวน 8,802.93 กิโลกรัม คิดเป็นรายได้จำนวน 180,460 บาท ซึ่งจุดคุ้มทุนต่อไร่ 880.29 กิโลกรัม คิดเป็นรายได้จำนวน 18,046 บาท

$$3. \text{ส่วนเกินที่ปลอดภัย} = \text{ยอดขายจริง} - \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน}$$

$$= 15,000 - 8,802.93 = 6,197.07 \text{ กิโลกรัม หรือ } 127,040 \text{ บาท}$$

$$3.1 \text{ ส่วนเกินที่ปลอดภัย (1ไร่)} = 6,197.07 / 10 = 619.71 \text{ กิโลกรัม หรือ } 12,704 \text{ บาท}$$

$$3.2 \text{ อัตราส่วนเกินที่ปลอดภัย} = (\text{ส่วนเกินความปลอดภัย} \times 100) / \text{ยอดขายจริง}$$

$$= (12,704 \times 100) / 307,500 = 41.31\%$$

ผลการวิเคราะห์ส่วนเกินที่ปลอดภัย พบว่า พื้นที่ปลูกแตงโมจำนวน 10 ไร่ มีส่วนเกินที่ปลอดภัยจำนวน 6,197.07 กิโลกรัม หรือ 127,040 บาท ส่วนเกินที่ปลอดภัยเฉลี่ยต่อไร่ จำนวน 619.71 กิโลกรัม หรือ 12,704 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.31



4. เป้าหมายกำไรที่ต้องการ = (ต้นทุนรวม + เป้าหมายกำไร) / ราคาเฉลี่ย

กำไรที่ต้องการ 200,000 บาท (10 ไร่) = (180,460 + 200,000) / 20.50

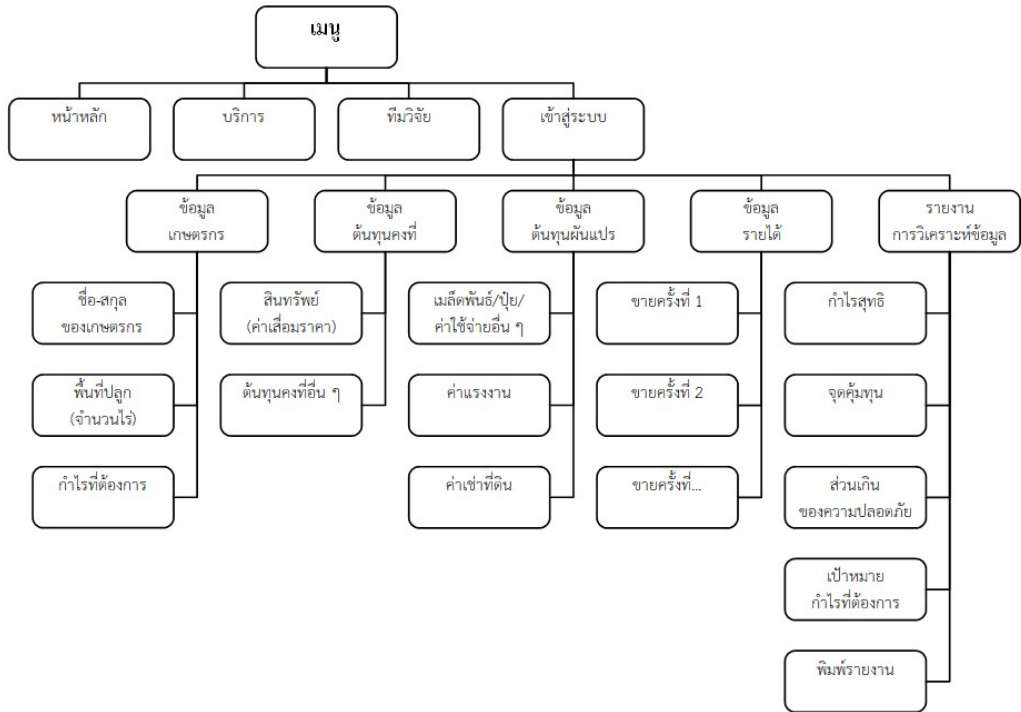
= 18,559.02 กิโลกรัม หรือ 380,459.91 บาท

กำไรที่ต้อง 20,000 บาท (1 ไร่) = 1,855.9 กิโลกรัม หรือ 38,045.95 บาท

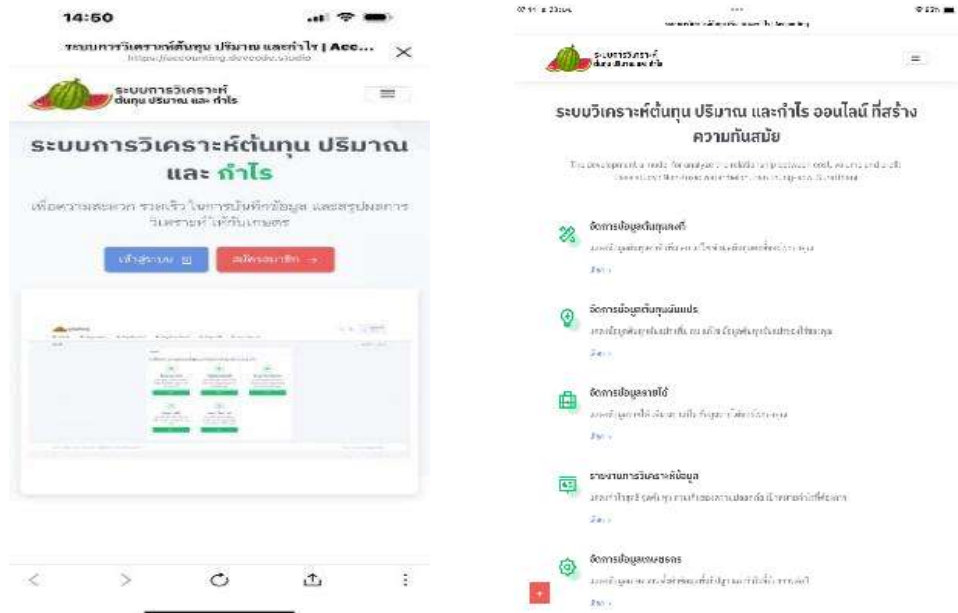
ผลการวิเคราะห์เป้าหมายกำไรที่ต้องการ เกษตรกรสามารถกำหนดเป้าหมายกำไรที่ต้องการไว้ล่วงหน้า จากการสำรวจพื้นที่ปลูกแตงโม จำนวน 10 ไร่ เกษตรกรต้องการกำไร 200,000 บาท ต้องได้ผลผลิตจำนวน 18,559.02 กิโลกรัม หรือขายได้เงินจำนวน 380,459.91 บาท หรือกำไรที่ต้องการต่อ 1 ไร่ จำนวน 20,000 บาท ต้องได้ผลผลิตจำนวน 1,855.9 กิโลกรัม หรือขายได้เงินจำนวน 38,045.95 บาท ซึ่งความต้องการกำไรที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนี้ เกษตรกรสามารถนำไปวางแผนในการเพาะปลูกต่อไป

ผลการศึกษาต่อบัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าการปัจจัยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรของการปลูกแตงโมมีรายละเอียดดังนี้ ปริมาณผลผลิตจำนวน 1,500 กิโลกรัมต่อไร่ รายได้จากการปลูกแตงโม 30,750 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่ในการปลูกแตงโม 4,202 บาท ต่อไร่ ต้นทุนผันแปรในการปลูกแตงโม 13,844 บาทต่อไร่ ต้นทุนรวมในการปลูกแตงโม 18,046 บาทต่อไร่ และกำไรสุทธิจากการปลูกแตงโม 12,704 บาทต่อไร่ กำไรสุทธิ 127,040 บาท กำไรสุทธิต่อไร่ 12,704 บาท อัตรากำไรสุทธิคิดเป็นร้อยละ 41.31 จุดคุ้มทุน 8,802.93 กิโลกรัมหรือ 180,460 บาท คิดเป็นจุดคุ้มทุนต่อไร่ 880.29 กิโลกรัมหรือ 18,046 บาทต่อไร่ ส่วนเกินที่ปลอดภัย 6,197.07 กิโลกรัมหรือ 127,040 บาท ส่วนเกินที่ปลอดภัยต่อไร่ 619.71 กิโลกรัมหรือ 12,704 บาทต่อไร่ คิดเป็นอัตราส่วนเกินที่ปลอดภัยร้อยละ 41.31% และหากเกษตรกรต้องการกำไรต่อการเพาะปลูกจำนวน 200,000 บาทต่อพื้นที่ 10 ไร่ ต้องผลิตให้ได้ 18,559.02 กิโลกรัม หรือ 380,459.91 บาทหากต้องการกำไร 20,000 บาทต่อไร่ ต้องผลิตให้ได้ 1,855.90 กิโลกรัมหรือ 38,045.95 บาท

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต้นทุน ปริมาณ กำไร นักวิจัยได้ออกแบบและพัฒนาระบบการจดบันทึกทางบัญชีเพื่อให้ง่ายต่อการใช้งานสำหรับเกษตรกร เรียกว่า “ระบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ต้นทุน ปริมาณและกำไรจากการปลูกแตงโม” โดยเกษตรกรสามารถบันทึกต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ข้อมูลรายได้เข้าสู่ระบบซึ่งระบบจะประมวลผลและแสดงรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลกำไรสุทธิ จุดคุ้มทุน ส่วนเกินที่ปลอดภัย และวางแผนกำไรที่ต้องการได้ ผ่านระบบแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือได้โดยไม่ต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพื่อความสะดวกของผู้ใช้งานและไม่เสียพื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูล ดังนี้



ภาพที่ 2 ระบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร



ภาพที่ 3 แอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร ผ่านโทรศัพท์มือถือ

ตารางที่ 5 ผลประเมินประสิทธิภาพแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรในการปลูกแตงโมจาก ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน

| เกณฑ์การประเมิน  | $\bar{X}$   | S.D.        | การแปลผล         |
|--|-------------|-------------|------------------|
| 1. ความสะดวกในการใช้งาน  | 4.61        | 0.63        | มากที่สุด        |
| 2. ขั้นตอนการใช้งานตรงตามแนวคิดการวิเคราะห์                        | 4.80        | 0.65        | มากที่สุด        |
| 3. ความถูกต้องของการเพิ่มข้อมูล                                    | 4.58        | 0.71        | มากที่สุด        |
| 4. ความถูกต้องของการวิเคราะห์ ค่าต้นทุนปริมาณและกำไร               | 4.72        | 0.66        | มากที่สุด        |
| 5. ความถูกต้องของการสรุปผลและรายงาน                                | 4.66        | 0.72        | มากที่สุด        |
| 6. ความเหมาะสมของการออกแบบหน้าจอ                                   | 4.31        | 0.61        | มากที่สุด        |
| 7. ความเหมาะสมในการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน                   | 4.48        | 0.54        | มาก              |
| 8. แอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรมีประโยชน์ต่อการใช้งาน | 4.74        | 0.63        | มากที่สุด        |
| <b>รวม</b>   | <b>4.61</b> | <b>0.58</b> | <b>มากที่สุด</b> |

จากตารางที่ 5 ผลการประเมินประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณกำไรการปลูกแตงโมพบว่า ความสะดวกในการใช้ ( $\bar{X}=4.61$ , S.D.=0.63) ระดับมากที่สุด การใช้งานตรงตามแนวคิดการวิเคราะห์ มีค่าเฉลี่ย 4.80 ระดับมากที่สุด ความถูกต้องในการเพิ่มข้อมูล มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.58$ , S.D.=0.71) ระดับมากที่สุด ความถูกต้องของการวิเคราะห์ ค่าต้นทุน ปริมาณ กำไร มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.72$ , S.D.=0.66) ระดับมากที่สุด ความถูกต้องของการสรุปผลและรายงาน มีค่าเฉลี่ย 4.66 ระดับมากที่สุด ความเหมาะสมในการออกแบบหน้าจอการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.61) ระดับมาก ความเหมาะสมในการโต้ตอบกับผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ย 4.48 ระดับมาก และแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ กำไรมีประโยชน์ต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.74$ , S.D.=0.63) ระดับมากที่สุด โดยผลการประเมินประสิทธิภาพแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแตงโมมีค่าเฉลี่ยรวม ( $\bar{X}=4.61$ , S.D.=0.58) ระดับมากที่สุด

ผลการศึกษาต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ข้อที่ 2 การพัฒนารูปแบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรการปลูกแตงโมผ่านแอปพลิเคชัน พบว่าผลการประเมินประสิทธิภาพรูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.61$ , S.D.=0.58) ระดับมากที่สุด

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้งานแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแตงโม

| เกณฑ์การประเมิน                                       | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล  |
|---|-----------|------|-----------|
| 1. ความเหมาะสมในการใช้ขนาดรูปแบบและสีของตัวอักษร      | 4.58      | 0.55 | มากที่สุด |
| 2. ความเหมาะสมในการใช้ขนาด รูปแบบและสีของสัญลักษณ์    | 4.66      | 0.62 | มากที่สุด |
| 3. ความเหมาะสมในการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้         | 4.57      | 0.71 | มากที่สุด |
| 4. ความเหมาะสมในการออกแบบหน้าจอการใช้งาน              | 4.64      | 0.63 | มากที่สุด |
| 5. การวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบคลุม ชัดเจน     | 4.71      | 0.81 | มากที่สุด |
| 6. ความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน                    | 4.81      | 0.65 | มากที่สุด |
| 7. การแสดงผล การเข้าถึงรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ       | 4.45      | 0.61 | มาก       |
| 8. การใช้งานง่าย สะดวก และมีความสวยงาม                | 4.77      | 0.58 | มากที่สุด |
| 9. แอปพลิเคชันมีประโยชน์ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน | 4.81      | 0.65 | มากที่สุด |

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

| เกณฑ์การประเมิน                               | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล  |
|---|-----------|------|-----------|
| 10.ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน | 4.74      | 0.72 | มากที่สุด |
| รวม   | 4.67      | 0.63 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้งานแอปพลิเคชัน พบว่า ความเหมาะสมของการใช้ขนาดรูปแบบ และสีตัวอักษร ( $\bar{X}$ =4.58, S.D.=0.55) และความเหมาะสมในการใช้ ขนาด รูปแบบและสีของสัญลักษณ์ ( $\bar{X}$ =4.66, S.D.=0.62) ในระดับมากที่สุด ความเหมาะสมในการโต้ตอบกับ ผู้ใช้มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.57, S.D.=0.71) ระดับมากที่สุด ความเหมาะสมในการออกแบบหน้าจอใช้งาน ( $\bar{X}$ =4.64, S.D.=0.63) ระดับมากที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลถูกต้อง ครบคลุม ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.71, S.D.=0.81) ระดับมากที่สุด ความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.81, S.D.=0.65) ระดับมากที่สุด การแสดงผล การเข้าถึง มีค่าเฉลี่ย 4.45 ระดับมาก การใช้งานง่าย สะดวก สวยงาม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.77, S.D.=0.58) ระดับมากที่สุด แอปพลิเคชันมีประโยชน์ตรงกับความต้องการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.81 ระดับมากที่สุด และความพึงพอใจภาพรวมต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.74, S.D.=0.72) ระดับมากที่สุด

ผลการศึกษาตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกแตงโมทุ่งอ่าวมีความพึงพอใจต่อ การใช้งานแอปพลิเคชันวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรมีค่าเฉลี่ยรวม ( $\bar{X}$ =4.57, S.D.=0.71) ระดับมากที่สุด

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้อที่ 1 ปัจจัยการคำนวณต้นทุน ปริมาณ และกำไรจากการปลูกแตงโมปลอดภัยบ้านทุ่งอ่าว ต้นทุนการปลูกแตงโมแบ่งตามพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับระดับกิจกรรมการผลิต เป็นต้นทุน คงที่และต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินและอุปกรณ์ ค่าเช่าที่ดิน ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย ค่าไถ ค่าเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ฝ้ายางคลุมดิน ยาฆ่าแมลง ยาปราบศัตรูพืช ค่าแรงงาน สอดคล้องกับ จินตนา จันทนนท์ และคณะ (2566) การวิเคราะห์ต้นทุนการปลูกแตงโมต้องจัดประเภทต้นทุนเป็นคงที่และผันแปร เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ กำไร พบว่า พื้นที่เพาะปลูก 1 ไร่ ต้องผลิตให้ได้ 880.29 กิโลกรัม มีรายได้ 18,046 บาท ถือเป็นจุดคุ้มทุนที่สามารถนำไปวางแผนการผลิตได้ วัชนิพร เศรษฐสุกโก และวิชา ตงศิริ (2566) พบว่าการคำนวณจุดคุ้มทุนนั้นทำให้ทราบว่ากิจกรรมต้องขายสินค้าเท่าใด จึงจะมีรายได้ครอบคลุมค่าใช้จ่าย ณ จุดนี้รายได้จึงเท่ากับต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร จุดคุ้มทุนจึงนำไป กำหนดกำไรเป้าหมายเพื่อวางแผนการผลิตได้ ปุณยอนุช ภูระหงษ์ และคณะ (2564) พบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต ส่วนใหญ่คำนวณต้นทุนไม่ครบทุกประเภท เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าขนส่ง ซึ่งเห็นว่าเป็นจำนวนเล็กน้อย และ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในบ้านใช้ทรัพย์สินร่วมกัน เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ จึงไม่ได้แยกหรือปันส่วน ค่าใช้จ่าย(ค่าเสื่อมราคา)เหล่านี้มาคำนวณต้นทุน ต้นทุนการผลิตที่คำนวณได้จึงต่ำกว่าความเป็นจริง ระริน เจริญพันธ์และคณะ (2567) พบว่า การจัดประเภทต้นทุนการผลิตเป็นต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ ทำให้เกษตรกรมีข้อมูลในการวิเคราะห์และวางแผนกำไรซึ่งส่งผลต่อการกำหนดราคาขาย การสร้างผลกำไรและ การวางแผนการเพาะปลูกได้อย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัยข้อที่ 2 การพัฒนารูปแบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร การปลูกแตงโมผ่าน แอปพลิเคชัน พบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกแตงโมทุ่งอ่าวมีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ขาดองค์ความรู้ในการจัดทำบัญชี และการคำนวณต้นทุน ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางบัญชี ลลิตา พิมหา

(2562); ปิยวรรณ ยางคำ, นาวา มาสวนจิก, อมร โทท่า, กชนิภา วาณิชกิตติกุล และธีระศักดิ์ เกียงขวา (2566) พบว่า กลุ่มเกษตรกรจึงไม่สามารถจัดบันทึกและใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตได้ การพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรสำหรับการเพาะปลูกแตงโม จึงเป็นเครื่องมือสำคัญทำให้กลุ่มเกษตรกรมีข้อมูลทางการบัญชี และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาแอปพลิเคชันต้องมีรูปแบบการใช้งานง่ายสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต และไม่ต้องลงทุนเพิ่ม อุทุมพร ศรีโยม และพรศิลป์ บัวงาม (2561) พบว่า แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเป็นเครื่องมือช่วยบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี ช่วยลดขั้นตอนการจดบันทึกและสามารถออกรายงานเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้ได้ทันที และเป็นรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่ายในสมัยปัจจุบัน ชวัญชนก ทานนิมิต, นุชจรินทร์ โลหะปาน และสายนที วงศ์คำดี (2561); พิมพ์วิมล มะณีวงศ์, อาริยา รุ่งเจริญ, เกวลิน นิลเขียว และสายสุนีย์ ทองแขก (2566) พบว่า การจัดทำบัญชีและการใช้ข้อมูลทางการบัญชี ทำให้กลุ่มเกษตรกรมีข้อมูลในการบริหารต้นทุนการผลิตและตัดสินใจ โดยเปลี่ยนมาใช้วิธีเกษตรกรอินทรีย์เพื่อลดต้นทุน ค่าสารเคมี ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงและสร้างมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร สร้างผลกำไรและคุณภาพชีวิตสังคมและสิ่งแวดล้อม วิโรจน์ สุวรรณคำ และเกษราวัลณ์ นีวรางกูร (2559); อินทุราภรณ์ อินทรประจบ, สมศักดิ์ จันผ่อง, ธรรมรัตน์ โพธิ์สุวรรณปัญญา และชูเกียรติ ผลาผล (2564) พบว่า การปลูกแตงโมต้องใช้ปริมาณสารเคมีปุ๋ย ยาฆ่าแมลงในปริมาณที่เพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่เพาะปลูกเดิม ซึ่งเป็นต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นทำให้เกิดผลขาดทุนจากการปลูกแตงโมอย่างต่อเนื่อง การใช้เกษตรกรอินทรีย์จึงลดการใช้สารเคมี ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง เป็นการแก้ปัญหาผลขาดทุนและสร้างกำไรจากสินค้าเกษตรปลอดภัย ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคส่งผลต่อวิถีเกษตรยั่งยืนทั้งชุมชนและสิ่งแวดล้อม เมื่อเกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลทางการบัญชีและต้นทุนได้ ทำให้เกิดสมรรถนะในการตัดสินใจบริหารต้นทุน กำหนดราคาขาย และวางแผนกำหนดเป้าหมายกำไรที่ต้องการได้อย่างชัดเจน การใช้แอปพลิเคชันทางการบัญชีทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลทางการบัญชีและใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตผลทางการเกษตร เกิดศักยภาพและความยั่งยืน

จากผลการวิจัยข้อที่ 3 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า รูปแบบแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรจากการปลูกแตงโมทุกอ่าว มีความเหมาะสมต่อผู้ใช้งาน สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2566) พบว่า การยอมรับและการใช้งานแอปพลิเคชันของเกษตรกรต้องเข้าถึงได้ง่าย มีการสื่อสารโดยใช้ภาษาที่เหมาะสมกับระดับความรู้ อายุและประสบการณ์การเพาะปลูก สามารถเพิ่มข้อมูลเพื่อตอบสนองการใช้งาน รูปแบบการนำเสนอ สี ขนาดอักษรและสัญลักษณ์ที่ใช้สื่อสารได้อย่างเหมาะสม ปุณยณัฐ ภูระหงษ์ และคณะ (2564) พบว่า การออกแบบแอปพลิเคชันต้องพิจารณาการใช้งานประกอบด้วย 1) ด้านส่วนนำการเข้าสู่ระบบ 2) ด้านส่วนเนื้อหาความถูกต้องและการเพิ่มข้อมูล 3) ด้านการออกแบบ ขนาด สี สัญลักษณ์ 4) ด้านมีลิตมีเดียการตอบโต้ 5) ด้านการจัดการแอปพลิเคชัน รูปแบบแอปพลิเคชันที่มีลักษณะการเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว การวิเคราะห์ข้อมูลต้องมีความถูกต้อง ภาษาที่ใช้ต้องเข้าใจง่าย และสามารถเพิ่มข้อมูลและรายละเอียดเพื่อตอบสนองการใช้งานในอนาคตได้ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการเพาะปลูก กำหนดกำไรที่ต้องการได้ตามเป้าหมาย สร้างความมั่นคงในรายได้และอาชีพ ชุมชนเกิดการจัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกรอย่างยั่งยืน (วาสนา สุรีย์เดชะกุล และคณะ, 2565).

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป ดังนี้

1. กลุ่มเกษตรกรควรให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูล การบันทึกบัญชี การคำนวณต้นทุนการผลิต โดยมีการจัดเก็บข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทราบผลกำไรที่ชัดเจน และใช้ในการวางแผนการผลิตในแต่ละรอบของการปลูกแตงโมได้

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร ในด้านความรู้ความเข้าใจและความสำคัญของการจัดทำบัญชี เพื่อให้เกิดความตระหนักในเรื่องการจดบันทึกและใช้ข้อมูลทางการบัญชี สนับสนุนการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อนำความรู้และข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าเกษตรต่อไป

3. ระบบการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร ผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือที่พัฒนาขึ้นนี้ เกษตรกรสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการปลูกพืชล้มลุกอื่น ๆ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำผลของงานวิจัยไปประยุกต์ในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายผลการพัฒนาแอปพลิเคชันการวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ กำไร ไปยังกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกพืชชนิดอื่น หรือพื้นที่อื่น เพื่อสร้างศักยภาพทางการผลิต ลดการใช้สารเคมี สนับสนุนการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนในวงกว้าง

2. จากผลการสำรวจความพึงพอใจด้านการแสดงผล การเข้าถึงรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ มีความพึงพอใจต่ำกว่าด้านอื่น จึงควรปรับปรุงและพัฒนาให้แอปพลิเคชันมีการแสดงผลและเข้าถึงอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- ขวัญชนก ห่านนิมิตกุลชัย, นุชจรินทร์ โลหะปาน และสายนที วงศ์คำดี. (2561). แนวทางการบริหารบัญชีเกษตรกรอินทรีย์สู่ความสำเร็จ กรณีศึกษา สวนจางูวรรณ. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 5(2), 33-45.
- จินตนา จันทนนท์, ศักดาเดช กุลากุล และนิรมล เนื่องสิทธิ. (2566). การวิเคราะห์ต้นทุนแลผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกแตงโมเกษตรกร กรณีศึกษา ตำบลท่ากอน อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(1), 37-50.
- จินตนาพร โคตรสมบัติ. (2564). *วิจัยและพัฒนาการผลิตแตงโมบ้านทุ่งอ่าว* (รายงานโครงการวิจัย). สุราษฎร์ธานี: กรมวิชาการเกษตร.
- นิตา ชูโต. (2548). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: พรินต์โพร
- ปิยวรรณ ยางคำ, นาวา มาสวนจิก, อมร โทท่า, กชนิภา วานิชิตติกุล และธีระศักดิ์ เกียงขวา. (2566). ผลกระทบของการจัดทำบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกร อุตสาหกรรมพื้นถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 42(4), 518-531.
- บุญยงษ์ ภูระหงษ์, ธราธิป ภูระหงษ์ และภูมินทร์ ฮงมา. (2564). การคำนวณต้นทุนการผลิตผ่านแอปพลิเคชัน กรณีศึกษา ปลายส้ม ตำบลไชยบุรี อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(2) 107-117.

- พิมพ์ปวีณ์ มะณีวงศ์, อารีญา รุ่งเจริญ, เกวลิน นิลเขียว และสายสุนีย์ ทองแซก. (2566). การประยุกต์ใช้วิชาชีพบัญชีเพื่อหาต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกร ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอยะอำ จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แห่งรัตนโกสินทร์*, 5(1), 1-14.
- ระริน เครือวรพันธุ์, สุปราณี วุ่นศรี และสุธีรา ปานแก้ว. (2567). การวิเคราะห์ต้นทุนและวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์จากเตยปาดหนันของชุมชนกลุ่มน้ำคลองอู่ตะเภา จังหวัดสงขลา. *วารสาร มจร.สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 13(6), 116-128.
- ลลิตา พิมพ์า. (2562). การพัฒนาการจัดทำบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพของกลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 14(1), 71-83.
- วัชนีพร เศรษฐสุกก และชวีศา ตงศิริ. (2566). การเปรียบเทียบต้นทุนผลผลิตทางการเกษตร ความสามารถในการทำกำไรและจุดคุ้มทุนของการปลูกผักเกษตรเคมี เกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์. *วารสารศิลปะศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 10(1), 72-91.
- วาสนา สุรีย์เดชะกุล, ชินวัฒน์ ศาสนนันท์ และสุจิตรา ริมดุสิต. (2565). แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของเกษตรกรในในกลุ่มบ้านโนนด ชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า กรณีศึกษาโรงสีชุมชน วิสาหกิจชุมชนบ้านโนนด ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 5(2), 102-117.
- วิโรจน์ สุวรรณคำ และเกษราวัลลภ นีวรังกูร. (2559). พัฒนาศักยภาพการดูแลตนเองของเกษตรกรปลูกแตงโมเพื่อป้องกันอันตรายจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช. *วารสารโรงพยาบาลมหาสารคาม*, 13(1), 124-135.
- วิชญ์ อรรถวานิช, โสมรัศมี จันทร์ตัน, จิรัฐ เจนพิงพรม, ภูมิสิทธิ์ มหาสุวีระชัย และกรรณิการ์ ธรรมพานิชวงศ์. (2562). *ฟาร์ม เกษตรกร และเกษตรกร มุมมองผ่านข้อมูลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม*. สืบค้น 10 มีนาคม 2566, จาก [http://www.pier.or.th/files/dp/pier\\_dp\\_122.pdf](http://www.pier.or.th/files/dp/pier_dp_122.pdf)
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2563). *ผลของการผลิตที่ส่งผลต่อการบริโภคที่ดีจากกระบวนการเกษตรที่ยั่งยืน*. สืบค้น 20 มีนาคม 2566, จาก <https://tdri.or.th/sustainable-agricultural-product/#sec4>
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). *การบัญชีบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ: แมคกรอฮิลล์.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ และการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการเกษตรของเกษตรกร*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- อินทราภรณ์ อินทรประจบ, สมศักดิ์ จันผ่อง, ธรรมรัตน์ โพธิ์สุวรรณปัญญา และชูเกียรติ ผลาผล. (2564). การพัฒนาเกษตรกรรมปลอดภัยของกลุ่มผู้ปลูกผักอินทรีย์บ้านนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่*, 7(1), 357-371.
- อุทุมพร ศรีโยม และพรศิลป์ บัวงาม. (2561). การพัฒนาแอปพลิเคชันระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์สำหรับบัญชีครัวเรือนในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12(2), 57-69.
- Costopoulou, C., Ntaliani, M., & Karetos, S. (2016). Study mobile apps for atriculture. *IOSR Journal of Mobile Computing and Application*, 3(6), 44-49.
- Cronbach, L. L. (1990). *Essentials of Psychological New York: Testing Haper Collins Publishers*

Frost & Sullivan. (2017). *Forecasting the Future of Digital Technology in Thailand 2035*.

Retrieved March 20, 2023, form <https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/Second%20Deliverable%20RevVer%20TH%20V12%20140819%20FIN.pdf>

Harry, A. T. & Stanley, O. (2022). Role of mobile phone use in enhancing agricultural productivity of farmers in Etche Local Government Area, Rivers State. *International Journal of Agriculture and Earth science*, 8(1), 1-19.

Kwanmuang, K. Chitchumnung, P., & Pongputhinan, T. (2022). Thai Farmers' Digital Literacy: Current State and Policy Implications. Retrieved March 20, 2023 form <https://ap.fftc.org.tw/article/3107>

Yamane, T. (1970). *Statistic: an Introduction Analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.

Tulvinschi, M. & Chirita, I. (2020). The Oppor30tunity and Need of the Cost Volume Profit Analysis in Agriculture. *Universitatea de Stinte Agricole si Medicina Veterinara lasi*, 52, 702-707.

Yosoff, N. (2016). Analysis on Cost and Profit in Farming Activity in Malaysia. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 12(4), 183-207.





พิมพ์ที่ ร้านเอกก๊อปปี้ เลขที่ 301/7-8 หมู่ 5 ต.พลายชุมพล อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000  
หมายเลขโทรศัพท์ 089-4363458, 089-7045488

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม  
เปิดสอนระดับปริญญาตรี โท เอก ดังนี้

---

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.)

สาขาวิชาการตลาดเชิงสร้างสรรค์และดิจิทัล  
สาขาวิชาการจัดการ  
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์และองค์การ  
สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ  
สาขาวิชาธุรกิจการค้าสมัยใหม่

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.)

สาขาวิชาการบัญชี

หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.)

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจและภาครัฐ

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.)

สาขาวิชานิเทศศาสตร์

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการท่องเที่ยวและบริการยุคดิจิทัล  
สาขาวิชาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

---

ระดับปริญญาโท

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการประยุกต์

---

ระดับปริญญาเอก

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

---

# JMS@PSRU

Journal of Management Science  
Pibulsongkram Rajabhat University

## ติดต่อ

วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม  
เลขที่ 156 หมู่5 ตำบลพลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000

### Principal Contact

รองศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร วุฒระพันธ์  
e-mail: [jms.psrุ.ac.th](mailto:jms.psrु.ac.th)

### Support Contact

นายสรารุฒิ กัทะจันท์  
Phone: 055-267103  
e-mail: [jms.psrุ.ac.th](mailto:jms.psrุ.ac.th)