

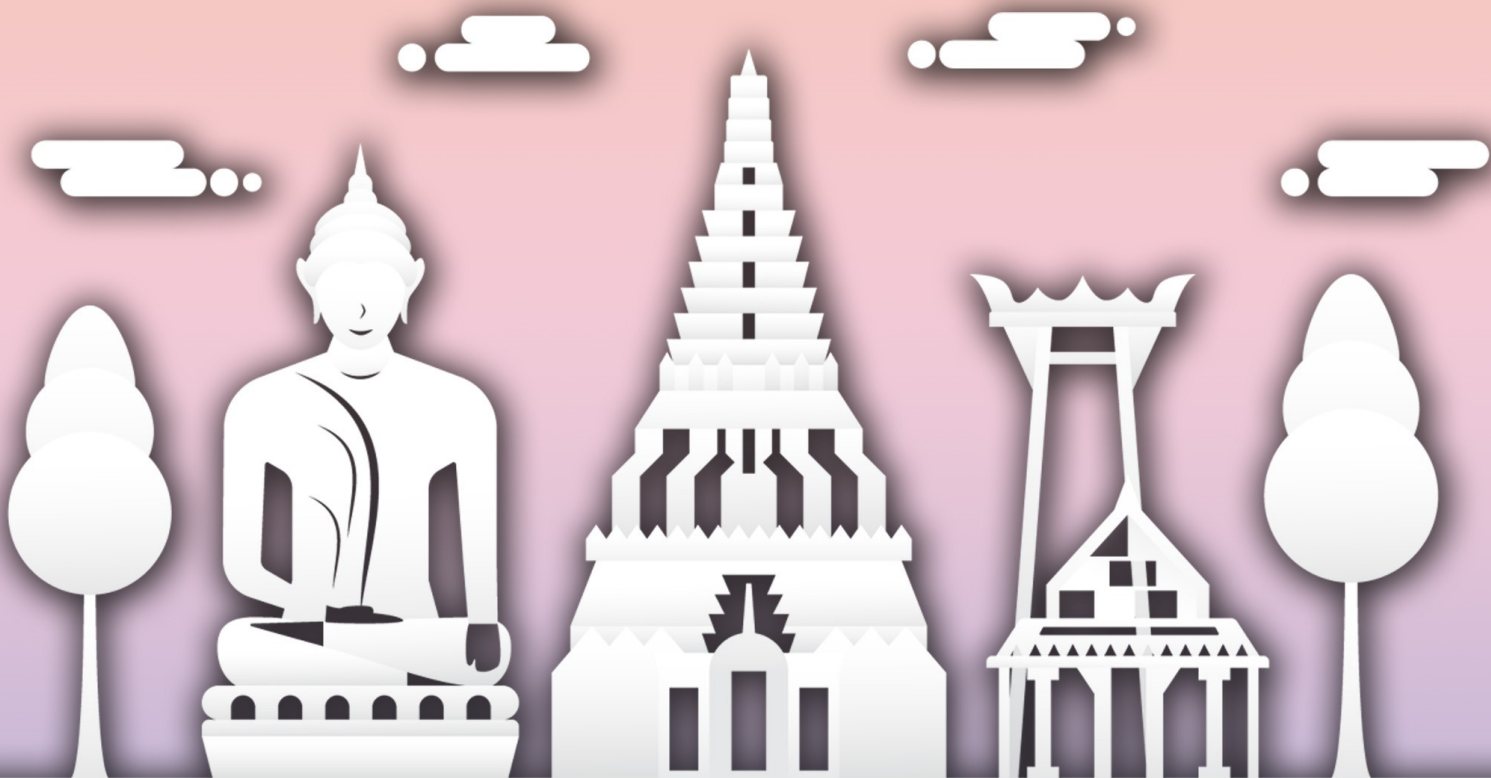


PCBU Journal

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565
(Vol. 5 No.2 July - December 2022)

วารสาร การบริหารและพัฒนา
วิทยาลัยพิชญบัณฑิต

Journal of Administration and Development
Pitchayabundit College



ISSN : 2651 - 091X



วารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพิชญบัณฑิต
Journal of Administration and Development
Pitchayabundit College
ISSN: 2651-091X (Print)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565 Vol.5 No.2 July – December 2022

กำหนดออกวารสารทุก 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ)

จำนวนพิมพ์ 300 เล่ม

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

วัตถุประสงค์

วารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพิชญบัณฑิต เป็นวารสารวิชาการ (ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน, ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม)

มีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เผยแพร่ผลงานทางด้านวิชาการและงานวิจัยของ คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิตนักศึกษาและบุคคลทั่วไป ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และ ผลงานวิจัยโดยครอบคลุมด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่น ๆ ในด้านสหวิทยาการด้าน มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขามานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เป็นต้น

บทความที่ส่งมารับการตีพิมพ์ในวารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพิชญบัณฑิต จะต้องไม่เคย ตีพิมพ์หรืออยู่ ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความ เพื่อตีพิมพ์ในวารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพิชญบัณฑิต อย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามเกณฑ์ของวารสารทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้รับการ ตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ท่านต่อบทความ ในลักษณะปกปิดรายชื่อ

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพิชญบัณฑิต ถือเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้นิพนธ์บทความ กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่มีความผูกพันด้วยประการใด ๆ ทั้งปวง

อัตราค่าสมาชิก

สามัญรายปี (ปีละ 2 ฉบับ) 500 บาท

เจ้าของวารสาร
วิทยาลัยพิษณุปัญฑิต

รูปแบบการดำเนินการกลั่นกรองบทความ

กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การคัดเลือกบทความและมีผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาการกลั่นกรองบทความ บทความละ 2 ท่าน ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาการ และในการประเมินใช้รูปแบบผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัยรัฐ หมื่นด้วง

วิทยาลัยพิษณุปัญฑิต

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ประสาธ	เนืองเฉลิม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ์	อุปฮาด	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รองศาสตราจารย์ ดร.ภมร	ชั้นระหัดถ์	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวี	สระน้ำคำ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิกร	ยาสมร	มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.นิราศ	จันทร์จิต	มหาวิทยาลัยนครพนม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ	ศิริสุทธิ	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยา	ภาวะบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์	จันทร์ณี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตหนองคาย

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความวารสาร (Peer Review)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญชม	ศรีสะอาด	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวิชาวัดและประเมินผล
รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ	คัมทรัพย์	มหาวิทยาลัยปทุมธานี สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา	ยศคำลือ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาคยา	หกพันนา	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณิชาภา	กันขุนทด	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร	เป้าธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณกร	ไท้ประยูร	สังกัดสมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงค์	เศวตวัฒนา	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร	โรมศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ภิญโญ	แมนโกศล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราพร	ไทมมา	สาขาวิชาการบริหารการศึกษาศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา	วิสุตภา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์นาถ	นันท์	สาขาวิชาการบริหารการศึกษาศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ภิญโญ	แมนโกศล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร. สมใจ มณีวงศ์		สาขาวิชาการบริหารการศึกษาศาสตร์
		สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
		ขอนแก่นเขต 2
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร	เริ่มศรี	สาขาวิชาการบริหารการศึกษาศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กิงพร	ทองใบ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.วราฤทธิ์	พานิชกิจโกศลกุล	สาขาวิชานิติศาสตร์การตลาด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวชัย	นุกุลกิจ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา	วิทย์อนันต์	สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัมปนาท	คูศิริรัตน์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ดร.นุชรรัตน์ นุชประยูร		สาขาวิชาสถิติประยุกต์
		วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น สาขาวิชานิติศาสตร์
		วิทยาลัยนครราชสีมา สาขาวิชานิติศาสตร์
		มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
		สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศคอมพิวเตอร์ศึกษา
		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
		ศูนย์นันทบุรี สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
		คอมพิวเตอร์ศึกษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุขม	สีวังคำ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
		สาขาเทคโนโลยี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
		สาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญเหลือ	บุบผามาลา	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรัชย์	ชูคง	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละดา	ดอนหงษา	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย	พาชอบ	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธรดา	แพ่งไทย	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎารัฐ	ขวัญนาถ	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อธิวัฒน์	หินแก้ว	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
รองศาสตราจารย์ ดร.โกศล	สอดส่อง	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศพันธ์	เพียรสร้างสรรค์	วิทยาลัยพิษณุพนธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ	เลิศคอนสาร	วิทยาลัยพิษณุพนธ์

สำนักงานกองบรรณาธิการวารสาร

สำนักงานโครงการวารสารการบริหารและพัฒนาวิทยาลัยพิษณุพนธ์ ชั้น 1 อาคารสำนักอธิการบดี
วิทยาลัยพิษณุพนธ์ อำเภอมะนัง จังหวัดหนองบัวลำภู 39000 โทรศัพท์ 0-4234-2797 หรือส่งทาง E-mail:
sasirada.p63@gmail.com, nuspong.ggg@gmail.com

เว็บไซต์วารสาร : <https://nb.pcbu.ac.th/?page id=450>

จัดพิมพ์โดย : เอ็ม เอ็ม ก๊อบบี้แอนด์เซอร์วิส

บทบรรณาธิการ

วารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต ดำเนินการมาถึงปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2565) ISSN : 2651-091X (Print) จัดทำขึ้นเป็นฉบับแรก เพื่อนำไปสู่การรับรองมาตรฐานวารสารของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ต่อไป

บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารเป็นบทความวิจัยทั้งสิ้น 6 บทความ เป็นบทความวิจัยจากภายในและภายนอกที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ เพราะมีผู้ส่งบทความจากหลากหลายสถาบันและแต่ละบทความมีมิติความน่าสนใจและน่าติดตามแตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามก็ยังเปี่ยมไปด้วยองค์ความรู้และอรรถสาระที่เป็นประโยชน์เชิงวิธีคิดและวิธีการที่ยอดเยี่ยม

กองบรรณาธิการ ต้องขอขอบพระคุณผู้สนับสนุนบทความทุกท่าน ที่ทุ่มเทผลิตผลงานวิชาการอันทรงคุณค่า และให้ความไว้วางใจกองบรรณาธิการในการดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่บทความในวารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต นอกจากนี้ต้องขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบความถูกต้องและกลั่นกรองคุณภาพบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้อย่างเข้มข้นและมีมาตรฐาน ทำให้กองบรรณาธิการเกิดกำลังใจที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชัยรัฐ หมั่นด้วง

บรรณาธิการ

วารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต

สารบัญ / Content

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

หน้า

1.	การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนของเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี รัฐบุรุษ คัมภีร์พย และชัชฌานันท์ บุญพันธ์	1
2.	การปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม กรณีศึกษาธุรกิจรับขนส่งสินค้าแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร คมกัก สันเจนดง เตชา โลจนสิริศิลป์ ปาริชาติ ขำเรือง และสุทธิรัตน์ พลอยบุตร....	12
3.	การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปดา อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ณัฐศรีณย์ อารยะพงศ์.....	21
4.	ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตในเขตกรุงเทพมหานคร พระชัยภัทร บุญปั้น.....	35
5.	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา รังสรรค์ ชัยอิสรากร.....	44
6.	พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สุวรรณา กองกุด	55

การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนของเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี

รัฐบุรุษ คัมภีร์พัย¹ และชัชฌานันท์ บุญพานิช²

¹คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร

²คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

THE APPLICATION OF SUFFICIENCY ECONOMY PRINCIPLES OF THE PEOPLE IN LIVING OF BANG KHU WAT SUB-DISTRICT MUNICIPALITY. PATHUM THANI

Ratthaburut Khumsap¹ and Chatchanan Bunapan²

¹Faculty of Management, Shinawatra University, Thailand.

²Faculty of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology, Thailand

E-mail: ratthaburut12@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี และ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัดที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตกับสถานภาพส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด ประทุมธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 2 ตอน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาอนุปริญญา อายุ 31 – 40 ปี มีอาชีพ พ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยมีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน
2. ความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานีอยู่ในระดับมาก
3. ความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานีมีความสัมพันธ์กับสถานภาพส่วนบุคคลในรายการของระดับการศึกษาและอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วน อายุ รายได้ต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครัวเรือนไม่มีความสัมพันธ์

คำสำคัญ: หลักเศรษฐกิจพอเพียง การดำรงชีวิต ประชาชน

Abstract

The objectives of this study were to study opinions towards the application of sufficiency economy principles in the livelihood of people in Bang Khu Wat Subdistrict Municipality, Pathum Thani Province and to study the relationship between the opinions of the people in Bang Khu Wat Subdistrict Municipality toward the application of sufficiency economy principles in living and personal status. The sample group used in the study was 400 people in Bang Khu Wat Subdistrict Municipality, Prathum Thani Province. The data collection tool was a 2-part questionnaire. The data were analyzed by mean and deviation analysis. Standard deviation and correlation coefficient.

The research results showed as followings:

1. Most of the associate degree students aged between 31 and 40 were housekeepers/housewives, with a monthly income of 5001-10000. Baht and family members less than or equal to 2 people.
2. The opinions towards the application of sufficiency economy principles in the livelihood of people in Bang Khu Wat Subdistrict Municipality, Pathum Thani Province was at a high level.
3. Opinions towards the application of sufficiency economy principles of people living in Bang Khu Wat Sub-district Municipality, Pathumthani Province was associated with personal status in the list of educational and occupational levels which were consistent with the assumptions, age, monthly income, and a number of household members had no relationship.

Keywords: Sufficiency Economy Principles, Living, People

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระแสโลกาภิวัตน์ที่มาพร้อมวัฒนธรรมต่างชาติ กระบวนทัศน์ใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นการแข่งขันแบบระบบเศรษฐกิจเสรี ใช้ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ ลักษณะของกระแสโลกาภิวัตน์นี้ก่อให้เกิดความได้เปรียบแก่ประเทศที่พัฒนาแล้ว เกิดความเสียเปรียบกับประเทศที่ยังขาดการเตรียมความพร้อมที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ เป็นส่วนสร้างปัญหาทั้งระบบให้กับสังคมไทยซึ่งถูกระทบอย่างรุนแรงจากกระแสวัตถุนิยมและวัฒนธรรมการบริโภค กระเทือนถึงคุณธรรมจริยธรรมของประชาชน จนเป็นปัญหาทางจิตวิทยาสังคมที่น่าเป็นห่วงยิ่ง สภาพการณ์ของสังคมไทยปัจจุบันนี้ ชี้ให้เห็นประเด็นปัญหาวิกฤตอันน่าเป็นห่วงจากการพัฒนาที่ขาดความสมดุล โดยมุ่งสร้างความเจริญทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วแต่ประการเดียว ทำให้บุคคลและสังคมรวมทั้ง

โครงสร้างกลไกการบริหารและการจัดการต่างๆ ปรับตัวตามไม่ทัน เกิดความไม่สมดุลระหว่างการพัฒนาทางวัตถุกับการพัฒนาทางจิตใจ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545, หน้า 30)

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญของการศึกษา โดยกำหนดนโยบายที่เกี่ยวกับการศึกษาไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 80 ได้ระบุสาระสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาและจริยธรรมไว้ดังนี้ “ส่งเสริมให้เอกชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสุขภาพและการจัดบริการสาธารณสุข โดยผู้มีหน้าที่บริการดังกล่าวซึ่งได้ปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรฐานวิชาชีพและจริยธรรม ย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย” พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 มาตรา 6 หมวด 2 ได้กำหนดจุดมุ่งหมายและหลักการไว้ว่า ลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์คือ เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ สติปัญญา ความรู้ คุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขและได้อธิบายลักษณะของคนเก่ง คนมีความสุขตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติไว้ดังนี้ (รัฐดาว พิศาลพงษ์, 2546, หน้า 3 – 4)

ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว หลักเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นปรัชญาพระราชทานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจึงเป็นทางออกของประเทศ ซึ่งรัฐบาลได้จัดทำเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 โดยจะได้อัญเชิญปรัชญาพระราชทานของพระองค์ท่านมาใช้เป็นยุทธศาสตร์พัฒนาชาติ โดยสนับสนุนและผลักดันให้หน่วยงาน สถาบันทุกระดับทั้งในระดับชาติ ระดับชุมชน และระดับครัวเรือนนำไปปรับใช้เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านสังคม เศรษฐกิจในระดับชาติ ระดับชุมชน และระดับครอบครัวอย่างยั่งยืน

ตามที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงจะเป็นวิธีนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต และอะไรจะเป็นเครื่องมือในการนำแนวปรัชญานี้ไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้การดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี กับสถานภาพส่วนบุคคล

สมมติฐานในการศึกษา

1. ความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด อยู่ในระดับมาก
2. สถานภาพส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. กระตุ้นให้ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด เกิดการตื่นตัวและตระหนักในการร่วมเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความอยู่ดีมีสุขและความมั่นคงของประเทศ
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำคัญต่อการนำไปสู่นโยบายการแก้ไขปัญหาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด ผู้ศึกษามุ่งศึกษาหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่สามารถนำไปใช้ในการดำรงชีวิตได้ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ประชาชนในเขตเทศบาลบางคูวัดจำนวน 400 คน โดยสุตรของ (ยามานะ) 10 % ที่ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือน ธันวาคม 2565 ถึง เดือนเมษายน 2566

นิยามปฏิบัติการ

การดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจ หมายถึง การดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ในหลักการความพอเพียง ความมีเหตุผล การมีระบบภูมิคุ้มกัน ภายใต้เงื่อนไข ความรู้และคุณธรรม ซึ่งเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย โดยตลอดนานกว่า 25 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤติการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางแก้ไข เพื่อให้รอดพ้นและสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง และยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ

ค่าใช้จ่ายของครัวเรือน หมายถึง ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นของครัวเรือน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค ได้แก่ จำนวนเงินที่ครัวเรือนใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อใช้ในการดำรงชีพ มูลค่าของสินค้าและบริการที่ได้รับเป็นส่วนหนึ่งของค่าเงิน เงินเดือน สินค้าหรืออาหารที่ครัวเรือนผลิตและบริโภคเอง (รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้านที่ครัวเรือนเป็นเจ้าของ) หรือได้มาโดยไม่ต้องซื้อ และค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค เช่น ค่าภาษี เงินบริจาค ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าสลากกินแบ่ง ดอกเบี้ยจ่าย และรายจ่ายอื่นๆ ที่มีใช้เพื่อการบริโภคซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค ได้แก่ รายจ่ายทั้งสิ้นของครัวเรือนซึ่งไม่รวมรายจ่ายอื่นๆ ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายของครัวเรือน ไม่รวมค่าใช้จ่ายประเภทสะสมทุน เช่น ค่าซื้อ (หรือเช่าซื้อ) บ้านที่ดิน ของมีค่า เช่น ทองคำ เพชร พลอย ฯลฯ และเงินค่าเบี้ยประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ เงินสมทบกองทุนต่างๆ เช่น กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

รายได้ของครัวเรือน หมายถึง รายได้ทั้งสิ้นของครัวเรือนประกอบด้วยรายได้ประจำ ได้แก่ ค่าจ้างและเงินเดือน เงินรางวัลบริการ เงินโบนัส เป็นต้น กำไรสุทธิจากการประกอบธุรกิจการเกษตรและธุรกิจอื่นๆ รายได้จากทรัพย์สิน เช่น ค่าเช่าบ้าน ค่าเช่าที่ดิน ค่าลิขสิทธิ์ ดอกเบี้ย และเงินปันผล เงินได้รับเป็นการช่วยเหลือ บำเหน็จ บำนาญ เงินสงเคราะห์รวมทั้งเงินชดเชยออกจากงาน และเงินทดแทน รายได้ที่ไม่เป็นตัว

เงิน ได้แก่ มูลค่าของสินค้าและบริการที่ได้รับเป็นส่วนหนึ่งของค่าจ้าง เงินเดือน มูลค่าของสินค้าหรืออาหารที่ครัวเรือนผลิตและบริโภคเอง (รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้านที่ครัวเรือนเป็นเจ้าของ) หรือได้รับมาโดยไม่ต้องซื้อ และรายรับที่เป็นตัวเงินอื่นๆ ในประเภทเดียวกันรายได้ประจำ ได้แก่ รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน ซึ่งไม่รวมรายรับที่เป็นตัวเงินอื่นๆ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี จำนวน 29,138 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด ปทุมธานี การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากการใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane) ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง (สุรียะศิริโกศลกรมย์, 2546, หน้า 445) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 เพื่อความลงตัวอย่างสถิติและเป็นประโยชน์ในการศึกษา ผู้ศึกษาจึงใช้กลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คนในการศึกษาครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิต ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิต ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด และสร้างเครื่องมือประเภทแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถาม โดยการกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดในการศึกษา (conceptual framework) ทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของแบบ

ตรวจรายการ (check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) เสร็จแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไข

ขั้นตอนที่ 3 การนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ มาปรับปรุงอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (try out) กับประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเมือง ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.957

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้ เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบเป็นครั้งสุดท้าย

ขั้นตอนที่ 6 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลศึกษาต่อไป

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและทีมงาน โดยดำเนินการดังนี้

1. สํารวจรายชื่อกลุ่มเป้าหมายและจัดทำบัญชีรายชื่อและที่อยู่
2. ประชุมชี้แจงรายละเอียดข้อคำถามกับทีมงาน
3. ประสานงานและขออนุญาตขอเข้าไปเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในพื้นที่กับผู้นำท้องถิ่นและผู้นำท้องที่
4. ออกพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี ในช่วงเดือน ธันวาคม 2565 ถึง เมษายน 2566 จำนวน 400 คนตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
5. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากกลุ่มตัวอย่าง ตรวจนับและตรวจหาความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้จัดลำดับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน วิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด กับสถานภาพส่วนบุคคล ด้วยการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540, หน้า 132)
2. ค่าร้อยละ (percentage) (สุวรีย์ ศิริโกคาภิรมย์, 2546, หน้า 95)
3. ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2535, หน้า 277)
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2535, หน้า 281)
5. การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2546, หน้า 348) ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 51.00 อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 อาชีพ พ่อบ้าน / แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.00 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00

2. ความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิต ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่าอยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยรายการที่มีความเข้าใจสูง 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ท่านคิดว่าการก่อหนี้ที่มีได้ก่อให้เกิดรายได้ หรือมิใช่เป็นการนำเงินไปลงทุนเพื่อให้เกิดรายได้เพิ่ม แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ชีวิตของท่าน อาทิเครื่องปรับอากาศ เครื่องเสียง โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ นั้นมีความจำเป็นสำหรับท่านและครอบครัวเพียงใด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.74) 2) ท่านคิดว่าการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย และจัดสรรเงินเพื่อการออมและเพื่อใช้จ่ายโดยจะออมเงินตามแผน และไม่ใช้จ่ายเงินเกินกว่างบประมาณที่ตั้งแผนไว้อย่างสม่ำเสมอมีความสำคัญเพียงใด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.68) 3) ในการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ ท่านคำนึงถึงความพอใจ ความหรูหรา ชื่อเสียงของสินค้า/บริการ มากกว่าคำนึงถึงประโยชน์หรือความคุ้มค่ามากน้อย เพียงใด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 1.02) 4) ท่านคิดว่า ท่านมักใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้า / บริการ เพื่อบริโภค / อุปโภค ที่ค่อนข้างเกินความจำเป็นหรือเกินฐานะ ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.86) 5) ท่านคิดว่าได้นำหลักศาสนาใช้ในการดำเนินชีวิตอยู่ในระดับใด เช่น ประพฤติดี ละเว้นชั่ว ยึดมั่นในศีลห้า ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.81) รายการที่มีความเข้าใจต่ำ 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ท่านมีการอบรมสั่งสอน/แนะนำ/ตักเตือน/ให้ความรู้แก่ผู้อยู่ในความดูแลหรืออุปการะ เช่น บุตร ญาติพี่น้อง ในเรื่องการประหยัดไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ฯลฯ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.97) 2) เมื่อท่านจะดำเนินกิจกรรมใดๆ ท่านมักจะวางแผนก่อนเสมอ เช่นการเดินทางไป

ต่างจังหวัด การใช้จ่ายภายในครอบครัว ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.94) 3) ท่านมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น รับประทานร่วมกัน การปลูกผักสวนครัว การออกกำลังกาย ทักษะศึกษา การไปเยี่ยมญาติในโอกาสสำคัญ เพื่อให้เกิดความอบอุ่นภายในครอบครัวมากขึ้นเพียงใด ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.94) 4) ท่านคิดว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่างๆ เช่น เศรษฐกิจสังคม การเมือง ฯลฯ มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตในระดับใด ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.98) 5) ปัจจุบันในโลกยุคข่าวสาร ท่านคิดว่าการใช้ความรู้จากสื่อต่าง ๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมใด ๆ นั้นไม่เพียงพอแต่ต้องใช้ทักษะในการ ติดต่ออย่างรอบคอบ ละเอียดระมัดระวัง ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.97)

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคล กับความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิต ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลชุมพวง

4. การทดสอบสมมติฐานการศึกษา

4.1 ความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

4.2 สถานภาพส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ กับความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลบางคูวัดในรายการของระดับการศึกษาและอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วน อายุ รายได้ต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครัวเรือนไม่มีความสัมพันธ์

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องความคิดเห็น ที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด จังหวัดปทุมธานี ผู้ศึกษามีหัวข้อในการอภิปรายผล ดังนี้

โดยรายการที่มีความเข้าใจสูง 5 ลำดับแรก ได้แก่

1) การก่อกำเนิดที่ได้ก่อให้เกิดรายได้ หรือมิใช่เป็นการนำเงินไปลงทุนเพื่อให้เกิดรายได้เพิ่ม แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ชีวิตของประชาชน อาทิ เครื่องปรับอากาศ เครื่องเสียง โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ นั้นมีความจำเป็นสำหรับประชาชนและครอบครัว ซึ่งแสดงว่าประชาชนในเขตเทศบาลชุมพวงมีความคิดเห็นว่าสิ่งใดที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวันตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

2) การจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย และจัดสรรเงินเพื่อการออมและเพื่อใช้จ่ายโดยจะออมเงินตามแผน และไม่ใช้จ่ายเงินเกินกว่างบประมาณที่ตั้งแผนไว้อย่างสม่ำเสมอมีความสำคัญ ซึ่งแสดงว่าประชาชนในเขตเทศบาลตำบลชุมพวงมีความคิดเห็นว่าการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย และจัดสรรเงินเพื่อเก็บไว้ในภายหน้าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับตนเองและครอบครัว

3) ในการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ ประชาชนคำนึงถึงความพอใจ ความหรูหรา ชื่อเสียงของสินค้า/บริการ มากกว่าคำนึงถึงประโยชน์หรือความคุ้มค่า ซึ่งแสดงว่าประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด มีความคิดเห็นว่าการเลือกซื้อสินค้าที่มีประโยชน์สำหรับชีวิตประจำวันมากกว่าซื้อเพราะความพึงพอใจ

4) ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้า / บริการ เพื่อบริโภค / อุปโภค ที่ค่อนข้างเกินความจำเป็นหรือเกินฐานะ ซึ่งแสดงว่าประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด มีความคิดเห็นว่าการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้า / บริการ เพื่อบริโภค / อุปโภค ที่ค่อนข้างเกินความจำเป็นหรือเกินฐานะเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น

5) ได้นำหลักศาสนาใช้ในการดำเนินชีวิต เช่น ประพฤติดี ละเว้นชั่ว ยึดมั่นใน ศีลห้า ซึ่งแสดงว่าประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด มีความคิดเห็นว่าการดำเนินชีวิตตามหลักศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิตประจำวัน

รายการที่มีความเข้าใจต่ำ 5 ลำดับแรก ได้แก่

1) มีการอบรมสั่งสอน/แนะนำ/ตักเตือน/ให้ความรู้แก่ผู้อยู่ในความดูแลหรืออุปการะ เช่น บุตร ญาติ พี่น้อง ในเรื่องการประหยัดไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ฯลฯ แสดงว่าประชาชนเข้าใจว่าการอบรมสั่งสอน/แนะนำ/ตักเตือน/ให้ความรู้แก่ผู้อยู่ในความดูแลหรืออุปการะ เช่น บุตร ญาติ พี่น้อง ในเรื่องการประหยัดไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์

2) เมื่อจะดำเนินกิจกรรมใดๆ ประชาชนมักจะวางแผนก่อนเสมอ เช่น การเดินทางไปต่างจังหวัด การใช้จ่ายภายในครอบครัว แสดงว่าประชาชนไม่ได้วางแผนในการเดินทาง

3) มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น รับประทานอาหารร่วมกัน การปลูกผักสวนครัว การออกกำลังกาย ทักษะศึกษา การไปเยี่ยมญาติในโอกาสสำคัญ เพื่อให้เกิดความอบอุ่นภายในครอบครัว แสดงว่าประชาชนเข้าใจว่าไม่จำเป็นต้องมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว

4) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่างๆ เช่น เศรษฐกิจสังคม การเมือง ฯลฯ มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต แสดงว่าประชาชนเข้าใจว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่างๆ เช่น เศรษฐกิจสังคม การเมือง ฯลฯ ไม่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต

5) ปัจจุบันในโลกยุคข่าวสาร ประชาชนคิดว่าการใช้ความรู้จากสื่อต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมใดๆ นั้นไม่เพียงพอแต่ต้องใช้ทักษะในการติดต่ออย่างรอบคอบ และระมัดระวัง แสดงว่าประชาชนเข้าใจว่าการใช้ความรู้จากสื่อต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมใดๆ นั้นไม่เพียงพอแต่ต้องใช้ทักษะในการติดต่ออย่างรอบคอบ และระมัดระวังนั้นเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นในการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นที่มีต่อการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำรงชีวิต ของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคูวัด ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

- 1) ประชาชนในเขตเทศบาลควรมีการอบรมสั่งสอน / แนะนำ / ตักเตือน / ให้ความรู้แก่ผู้อยู่ในความดูแลหรืออุปการะ เช่น บุตร ญาติพี่น้อง ในเรื่องการประหยัดไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์
- 2) ประชาชนในเขตเทศบาลเมื่อประชาชนจะดำเนินกิจกรรมใดๆ ประชาชนมักจะวางแผนก่อนเสมอ เช่นการเดินทางไปต่างจังหวัด การใช้จ่ายภายในครอบครัว
- 3) ประชาชนในเขตเทศบาลควรมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น รับประทานอาหารร่วมกัน การปลูกผักสวนครัว การออกกำลังกาย ทัศนศึกษา การไปเยี่ยมญาติในโอกาสสำคัญ เพื่อให้เกิดความอบอุ่นภายในครอบครัว
- 4) ประชาชนในเขตเทศบาลควรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่างๆ เช่น เศรษฐกิจสังคม การเมือง ฯลฯ มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต
- 5) ประชาชนในเขตเทศบาลควรมีการใช้ความรู้จากสื่อต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมใดๆ นั้นไม่เพียงพอแต่ต้องใช้ทักษะในการติดต่ออย่างรอบคอบ และระมัดระวัง

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. (2545). *แผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ.2545 –2559)*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- จินดากร ศรีพระราม. (2544). *ความรู้ความเข้าใจของบุคลากรพยาบาลเกี่ยวกับการรับรองคุณภาพโรงพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลราชวิถี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชาติชัย สาลีผล. (2544). *ความรู้ความเข้าใจในการชำระภาษีบำรุงองค์การบริหารส่วนจังหวัด ของผู้ประกอบการค้าน้ำมันในจังหวัดตราด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เชาวลิตร์ แสงอุทัย. (2542). *ความรู้ความเข้าใจของ กรอ. ในการพัฒนาภูมิภาค ศึกษากรณี จังหวัด มหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทิตนา แคมมณี. (2546). *การพัฒนากระบวนการคิด แนวทางที่หลากหลายสำหรับครู*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2535). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: พี แอนด์ บี พับลิชชิง.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2546). *คู่มือการวิจัยการเขียนรายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประทีป แสงเปี่ยมสุข. (2550). เศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการเรียนการสอนและการดำเนินชีวิต. *การศึกษาไทย*, 4(28), 56.
- ปิยะ สำเร็จตระกูล. (2545). *ความรู้ ความเข้าใจ โครงการธนาคารประชาชนเขตเทศบาลอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

พรชัย ไชยเสนา. (2540). การศึกษาเกี่ยวกับความรู้และทักษะที่จำเป็น สำหรับการฝึกอบรมช่างรังวัดเอกชน.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: เจริญผล.

รัฐดาว พิศาลพงศ์. (2546). การพัฒนาจริยธรรมเริ่มต้นที่เด็กปฐมวัย. ม.ป.ท. โปรแกรมวิชาการศึกษาศาสตร์
คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครปฐม.

วิรัตน์ รัตนวิจิตร. (2540). ความพร้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม : ศึกษากรณี
อำเภอประจักษ์ จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.

วิไลพร พัสสร. (2546). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการควบคุมภายในของผู้บริหารที่รับผิดชอบงานจัดวาง
ระบบการควบคุมภายใน ศึกษากรณี : กรมการผังเมือง กระทรวงมหาดไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมพร กรุดน้อย. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการบริหาร
จัดการองค์การกับพฤติกรรมการทำงานชีวิตและคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน บริษัท แพ
รรณต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สังวาลย์ แสงรุจี. (2547). ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงงานที่มีต่อ
พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.2535 : กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำทะเลในเขตอำเภอ
เมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุเมธ ตันติเวชกุล. (2542). เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริได้เบี่ยงยุคศกษาท. กรุงเทพฯ: มติชน.

สุรชัย ศิริโกภาภิรมย์ (2546). การวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3). ฝ่ายเอกสารการพิมพ์ มหาวิทยาลัยราช
ภัฏเทพสตรี.

อนุชา ธีระนันท์ (2544). ความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิที่ลูกจ้างพึงได้รับตามบทบัญญัติของกฎหมายคุ้มครอง
แรงงาน : กรณีศึกษาเฉพาะลูกจ้างของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

Best, J. W. (1986). *Research in Education* (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Bloom, B. s., Hastings, J. T., Madaus, G. F. (1971). *Handbook on Formative and Summative
Evaluation of student Learning*. New York: McGraw-Hill.

Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw – Hill.

การปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม กรณีศึกษา

ธุรกิจรับขนส่งสินค้าแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร

คมกฤต สันเจนตง¹ เดชา โลจนศิริศิลป² ปาริชาติ ขำเรือง³ และสุทธิรัตน์ พลอยบุตร⁴

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

³คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

⁴คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

IMPROVEMENT OF ACCOUNTING SYSTEMS FOR PLANNING AND CONTROL:

CASE STUDY OF A GOODS DISTRIBUTION BUSINESS IN BANGKOK

Komkaphak Sanchendong¹ Decha Lojanasirisilp² Parichart Khamruang³ และSuthirat Ploybut⁴

^{1,2} Faculty of Business Administration, Siam Technology College, Thailand.

³ Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University, Thailand.

⁴ Faculty of Management Science Uttaradit Rajabhat University, Thailand.

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริหารเกี่ยวกับข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม 2) เพื่อศึกษาระบบการบันทึกข้อมูลทางบัญชีแบบเดิมและปัญหาที่เกี่ยวข้อง 3) เพื่อเสนอแนะการปรับปรุงระบบบัญชีตามความต้องการของผู้บริหารเพื่อการวางแผนและควบคุมการดำเนินธุรกิจ กรณีศึกษา การวิจัยการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหาร 2 ท่านเพื่อให้ทราบเกี่ยวกับความต้องการข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้วิจัยลงพื้นที่จริง สังเกตการทำงานของผู้จัดทำบัญชีและวิเคราะห์ระบบบัญชีเดิม มีการบันทึกการทำงานด้วยผังการไหลของงาน เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์และแนะนำการปรับปรุงระบบบัญชีเดิมเพื่อให้สนองความต้องการของฝ่ายบริหารเพื่อการวางแผนและควบคุมธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า 1) จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารเห็นความสำคัญของระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมธุรกิจและต้องการข้อมูลเพื่อนำไปตัดสินใจวางแผนและสั่งการการเดินรถบรรทุกทุกบริการเพื่อให้แน่ใจว่าการส่งเดินรถแต่ละเที่ยวจะไม่ทำให้ธุรกิจขาดทุนและยังคงรักษาเวลาส่งสินค้าที่รับประกันลูกค้าไว้ได้ 2) การสังเกตการบันทึกข้อมูลบัญชีแบบเดิมพบปัญหา ผู้จัดทำบัญชีขาดความรู้และการออกแบบระบบบัญชีเดิมต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้สามารถบันทึกและนำเสนอข้อมูลที่ฝ่ายบริหารต้องการได้ และ 3) การวิจัยได้แนะนำให้มีการปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมเพื่อสนองความต้องการของฝ่ายบริหารโดยจัดทำผังบัญชีใหม่ให้มีการแยกบันทึกรายได้และค่าใช้จ่ายแยกบัญชีระหว่างรถบรรทุกทุกบริการแต่ละคัน คำนวณจุดคุ้มทุนเป็นตัวเงินสำหรับรถบรรทุกทุกบริการแต่ละเที่ยวการเดินรถ ผลการปรับปรุงระบบบัญชีใหม่ ทำให้ฝ่ายบริหารทราบว่าจุดคุ้มทุนต่อเที่ยวของรถบรรทุกทุกบริการคือ 1,094.50 บาทต่อเที่ยวการเดินรถ และผู้จัดทำบัญชีของธุรกิจได้รับความรู้และการปฏิบัติที่สามารถนำเสนอข้อมูลตามความต้องการของฝ่ายบริหารได้ การปรับปรุงดังกล่าวสามารถช่วยให้ฝ่ายบริหารนำไปตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : การบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม / ระบบบัญชี / สารสนเทศทางบัญชี

Abstract

The objectives of the research were 1) to study the needs of management regarding accounting information for planning and control; 2) to study the traditional accounting recordkeeping system and related problems; 3) to suggest improvements to the accounting system according to the Requirements of executives for planning and controlling business operations, case studies. The research is an action research. It consists of interviews with two executives regarding the need for accounting information in planning and controlling of the business operations. The researcher went to the area to observe the work of the bookkeepers and analyze the exiting accounting system. The work is recorded with a flowchart to later analyze and recommend improvements to the existing accounting system to meet the needs of the management for planning and controlling the business.

The research found that; 1) From the interview, management recognized the importance of accounting systems for business planning and control and needs information to make decisions to plan and direct service trucks to ensure that each trip doesn't cause deficit to the business and be able to maintains delivery times that guarantee to the customers; 2) The observing the exiting accounting records found that the lacks of knowledge and the design of the old accounting system needs to be improved in order to record and present the information required by the management; and 3) Research has suggested improvements to the accounting system for planning and control to meet the needs of management by modify the chart of accounts to have separate income and expense records between each service truck, calculate the break-even point in money term for each service truck. The result of the improvement of the new accounting system enable management to know that the break-even point per trip of the service truck was 1,094.50 baht per trip, and accounting staff are provided with the knowledge and practices that can present information to the needs of the management. The improvements can help management make effective business decisions.

Keywords: Accounting for Planning and Control / Accounting System / Accounting Information

บทนำ

กรมการขนส่งทางบก (2563) รายงานว่า ปัจจุบันผู้ให้บริการขนส่งด้วยรถบรรทุกที่ได้รับการรับรองคุณภาพมีจำนวนทั้งสิ้น 541 ราย ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 77 จังหวัด มีจำนวนรถบรรทุกที่ได้รับการรับรองรวมกว่าเจ็ดหมื่นคัน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2561) กล่าวว่า ธุรกิจการขนส่งถือเป็นกิจกรรมหลักที่สำคัญต่อการจัดการโลจิสติกส์เนื่องจากต้นทุนในการขนส่งนั้นมักเป็นต้นทุนหลักของกระบวนการโลจิสติกส์ถือเป็นร้อยละ 40 ของต้นทุนการดำเนินงานทั้งหมด การบริหารงานธุรกิจขนส่งที่มีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะต่อการลดต้นทุนด้านการขนส่งและต้องคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความตรงต่อเวลา การจัดส่งสินค้าได้อย่างครบถ้วนไม่สูญหาย และสภาพของสินค้าที่ไม่บุบสลาย สมชาย ปฐมศิริ (2552) กล่าวว่า ธุรกิจขนส่งคือการเคลื่อนย้ายคน สินค้าหรือบริการจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ในการเคลื่อนย้ายผู้คนเป็นเรื่องของการขนส่งผู้โดยสาร อย่างไรก็ตามการขนส่งส่วนใหญ่จะหมายถึงการขนส่งสินค้าและบริการ การบริหารการขนส่งมีเป้าหมายเพื่อ ลดต้นทุน ซึ่งต้นทุนสำคัญได้แก่ ค่าน้ำมัน เชื้อเพลิง ค่าบำรุงรักษาพาหนะและค่าแรง นอกจากนี้ประสิทธิภาพในการขนส่งก็เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งหมายถึงการใช้ความสามารถในการขนส่งให้คุ้มค่ามากที่สุด และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างกำไรให้กับธุรกิจ

จะเห็นได้ว่าธุรกิจขนส่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและธุรกิจ ต้นทุนค่าขนส่งเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการวางแผนและควบคุม ซึ่งต้องอาศัยข้อมูลและแหล่งข้อมูลสำคัญของธุรกิจสามารถหาได้จากระบบบัญชีของธุรกิจ ธุรกิจกรณีศึกษา เป็นหนึ่งในธุรกิจที่รับขนส่งสินค้าโดยใช้รถบรรทุก ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการดำเนินงานมากกว่า 5 ปี ตลอดเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจมีการนำระบบบัญชีคอมพิวเตอร์มาใช้เพื่อบันทึกข้อมูลเมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น ทำให้การวางแผนและการควบคุมการดำเนินงานมีความซับซ้อนขึ้น ฝ่ายบริหารมีความต้องการปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมเนื่องจากระบบเดิมที่ใช้อยู่ไม่สามารถสนองความต้องการของผู้บริหารในการนำข้อมูลเพื่อการวางแผนและควบคุมการดำเนินธุรกิจได้ตามต้องการ จึงเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้

การวางแผนและควบคุมของการดำเนินงานขององค์การ สามารถศึกษาและกำหนดได้จากมุมมองสามด้านได้แก่ ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลที่ได้กับความยุ่งยากที่จ้องจ่าย ความจำเป็นของกฎระเบียบเพื่อการอยู่ร่วมกัน และค่านิยมขององค์การ การวางแผนและควบคุมองค์การควรนำสามสิ่งนี้มาประกอบด้วยกันในการออกแบบ และทั้งหมดต้องนำสารสนเทศคือข้อมูลทางบัญชีการเงินมาร่วมพิจารณา (Ouchi W.G., 1979) การวางแผนและควบคุมการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ออกแบบระบบบัญชีต้องคำนึงถึงในเวลาที่ทำกรออกแบบระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม และทั้งหมดเป็นส่วนหนึ่งของระบบสารสนเทศทางบัญชี (Dermer, J., 1988) การบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมเป็นส่วนสำคัญของการบัญชีเพื่อการบริหาร ซึ่งครอบคลุมบทบาทหน้าที่สำคัญของฝ่ายบริหารซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การประสานงาน การสั่งการ การควบคุม และการติดตามผลงาน บัญชีบริหารเป็นส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อฝ่ายบริหารนำไปใช้ในการตัดสินใจดำเนินธุรกิจ (T. vijayakumar, 2010) สรุปว่า การวางแผนและควบคุมเป็นส่วนหนึ่งของผู้บริหารและการบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการบัญชีเพื่อการบริหาร และเกี่ยวข้องโดยตรงกับ

การออกแบบองค์การและการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยมีการติดตามผลจากข้อมูลสารสนเทศเพื่อการควบคุมและตัดสินใจตลอดระยะเวลาของการดำเนินงาน (McNair-Connolly & Merchant, 2020)

กล่าวได้ว่า การศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานขององค์การ มีมานานตั้งแต่การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการองค์การ ซึ่งหมายถึงการที่คนหลายคนมาทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้ในการวางแผนและควบคุมต้องมีการใช้ข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งข้อมูลสารสนเทศขององค์การที่สำคัญคือข้อมูลเกี่ยวกับการเงินและการบัญชี ทำให้มีการศึกษาและพัฒนาระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของระบบการบัญชีเพื่อการบริหาร ในการจัดทำบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม

การออกแบบระบบบัญชีว่า ประเด็นสำคัญที่สุดต่อความสำเร็จของการออกแบบระบบสารสนเทศทางบัญชี ไม่ใช่การที่ผู้ออกแบบมีประสบการณ์และความรู้แม่นยำ มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ แต่เพราะความเข้าใจถึงระดับความต้องการของผู้ใช้และการออกแบบที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของผู้ใช้งานต่างหากที่ทำให้การออกแบบและระบบสารสนเทศนั้นๆ ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ (Langer Arthur M., 2008) การศึกษาและออกแบบระบบบัญชีและสารสนเทศทางบัญชี เป็นการทำความเข้าใจกับการทำงานจริงของธุรกิจ จากนั้นบันทึกอธิบายด้วยเครื่องมือ เช่น ผังการไหลของข้อมูล ผังการไหลของเอกสาร และ ผังงานระบบ เพื่อความสะดวกในการนำมาวิเคราะห์ถึงความต้องการและออกแบบปรับปรุง (Romney & Steinbart, 2012)

ประพันธ์ ศิริรัตน์ธารง และคณะ (2549) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบระบบบัญชี ไว้ว่าผู้ทำหน้าที่ในการวางระบบบัญชีสำหรับธุรกิจต้องทำความเข้าใจกับการดำเนินงานของธุรกิจ ไม่ว่าธุรกิจขนาดใหญ่หรือมีลักษณะงานพิเศษหรือซับซ้อน ก็จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับระบบงาน คุณสมบัติของผู้ที่จะวางระบบบัญชีให้กับธุรกิจ คือ ความรู้ทางวิชาการ และความสามารถในการวิเคราะห์และสื่อสาร

ดุชนีย์ ส่องเมือง (2555) กล่าวว่า ระบบบัญชี คือ ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูลเอกสารทางการเงินต่างๆ ที่เป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี สมุดบัญชี เครื่องมือ อุปกรณ์ ตลอดจนวิธีการที่ใช้ในการบันทึกบัญชี การจัดทำรายงานเสนอต่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายนอกและภายในกิจการ ช่วยให้ฝ่ายจัดการได้มีข้อมูลประกอบการบริหารงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์สำคัญของระบบบัญชี

สรุปได้ว่า ในการปรับปรุงออกแบบระบบบัญชี จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจการทำงาน และความต้องการของผู้ใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารที่ต้องใช้ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมการดำเนินงาน ซึ่งเป็นหัวใจของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจะได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบระบบบัญชีไปใช้ในการวิจัยต่อไป

รัชชิตา ภูฎีศรี รัตนารณ ปรีดาศักดิ์ และ สรภพ อิศรไกรศิลป์ (2562) ศึกษาปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อใช้ในการควบคุม และวางแผนสำหรับการจัดการ กองทุนสวัสดิการชุมชนบ้านในดง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้มีประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า กองทุนฯ มีรูปแบบการจัด ทำบัญชีอย่างง่ายและไม่ถูกต้องตามหลักการบัญชีเนื่องจากขาดองค์ความรู้ทางด้านบัญชีที่ถูกต้อง ดังนั้นการนำ

ข้อมูลทางบัญชีไปใช้ในการบริหาร วางแผนและควบคุม จึงไม่น่าจะถูกต้อง ควรมีการให้ความรู้แก่ผู้จัดทำบัญชีเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ศรีศรินทร์ สุขสุทธิ และ ณัฐธยาน์ อธิรัฐจิรัชย์ (2563) ศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารและประสิทธิภาพในการทำงานของผู้จัดการโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอบางพลี เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผู้จัดการจำนวน 110 คนผลการวิจัยพบว่า การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารประกอบด้วยการใช้เพื่อการวางแผน การจัดทำงบประมาณ การตัดสินใจเกี่ยวกับกำลังผลิต และต้นทุนการผลิต

Rojas Beimar et al. (2020) ศึกษาธุรกิจบริการขนส่งสินค้าในประเทศกำลังพัฒนาซึ่งไม่มีเส้นทางขนส่งเฉพาะต้องใช้เส้นทางร่วมกับรถทั่วไป จุดประสงค์เพื่อนำระบบข้อมูลเพื่อการวางแผนและควบคุมเพื่อให้ธุรกิจมีกำไรสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน ในงานวิจัยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการข้อมูลที่ทันสมัยมาช่วยในการวางแผนการขนส่ง การติดต่อสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า จากการนำระบบสื่อสารข้อมูลและการจัดการข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อการวางแผนและควบคุมการขนส่งทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรได้ดีขึ้นโดยการควบคุมต้นทุนได้

จากการสำรวจแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สรุปได้ว่า การบริหารธุรกิจขนส่ง ต้องเผชิญกับความท้าทายด้านการบริหารต้นทุนและกำไร ซึ่งต้องอาศัยข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายคือ ความคุ้มค่าในการใช้ศักยภาพของการขนส่งของกิจการ โดยพยายามใช้ให้ได้ประโยชน์สูงสุด ภายใต้สถานการณ์ที่มีข้อจำกัด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริหารเกี่ยวกับข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม
2. เพื่อศึกษาระบบการบันทึกข้อมูลทางบัญชีแบบเดิมและปัญหาที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อเสนอแนะการปรับปรุงระบบบัญชีตามความต้องการของผู้บริหารเพื่อการวางแผนและควบคุมการดำเนินธุรกิจกรณีศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย

ระบบบัญชีเดิมสามารถปรับปรุงเพื่อให้ข้อมูลกับฝ่ายบริหารเพื่อนำไปวางแผนและควบคุมการสั่งการเดินรถขนส่งได้โดยไม่จำเป็นต้องจัดหาระบบใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยประกอบด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหารซึ่ง 2 ท่านประกอบด้วยผู้บริหารเจ้าของกิจการ และผู้จัดการกลุ่มรถบรรทุกขนส่ง การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่จริงเพื่อทำการ สัมภาษณ์

สังเกตการณ์ จัดบันทึก และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การแนะนำปรับปรุงระบบข้อมูลให้สนองความต้องการของฝ่ายบริหาร คือการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้เพื่อการวางแผนและควบคุมธุรกิจต่อไป

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับการปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมกรณีศึกษาธุรกิจรับขนส่งสินค้าแห่งหนึ่งกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ดังนั้น ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและปัญหา จากนั้นทำการศึกษาระบบบัญชีเดิม สังเกตการจัดทำบัญชีบันทึกจัดทำผังภาพการไหลของงานและนำไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางปรับปรุงระบบข้อมูลทางบัญชีเพื่อให้ผู้บริหารธุรกิจนำไปวางแผนและควบคุมการดำเนินงานต่อไป

ประโยชน์ที่จากการวิจัย

ผู้บริหารธุรกิจกรณีศึกษาได้ระบบข้อมูลทางบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมธุรกิจตามความประสงค์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยประกอบด้วย การสัมภาษณ์ผู้บริหารธุรกิจ 2 ท่านเกี่ยวกับความต้องการและปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลเพื่อนำไปวางแผนและควบคุมธุรกิจ การวิจัยเชิงปฏิบัติการจะมีการสังเกตการทำงานจริง บันทึกขั้นตอนการทำงาน และนำไปวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงระบบข้อมูลทางบัญชีเพื่อตอบสนองความต้องการของฝ่ายบริหาร

การสร้างและทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ คำถามถึงโครงสร้างเพื่อการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และผังการไหลของงานเพื่อการบันทึกความเข้าใจการทำงานบัญชีและนำไปวิเคราะห์เพื่อการปรับปรุง การสร้างเครื่องมือ เริ่มจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม และแนวคิดการใช้ผังการไหลของงานเพื่อการออกแบบระบบสารสนเทศ

การรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. นัดสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 2 ท่าน
2. ลงพื้นที่จริงเพื่อสังเกตการทำงานและบันทึกข้อมูลนำมาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการและเกี่ยวข้องกับการออกแบบระบบบัญชีเพื่อให้ข้อมูลสนับสนุนการวางแผนและควบคุมธุรกิจของฝ่ายบริหาร การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการตีความทำความเข้าใจกับเนื้อหาข้อมูลเชิงคุณภาพ และการคำนวณตัวเลขทางบัญชีซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ไม่มีการสถิติเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใดๆ

อภิปรายผล

1. จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธุรกิจ 2 ท่านด้วยคำถามถึงโครงสร้างตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า ผู้บริหารเห็นความสำคัญของระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมธุรกิจและต้องการข้อมูลเพื่อนำไปตัดสินใจวางแผนและสั่งการการเดินรถบรรทุกบริการเพื่อให้แน่ใจว่าการส่งเดินรถแต่ละเที่ยวจะไม่ทำให้ธุรกิจขาดทุนและยังคงรักษาเวลาส่งสินค้าที่รับประกันลูกค้าไว้ได้ เพื่อให้ธุรกิจมีความยั่งยืนต่อไป ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rojas Beimar et al. (2020) ศึกษาธุรกิจบริการขนส่งสินค้าในประเทศกำลังพัฒนา และพบว่านำระบบข้อมูลเพื่อการวางแผนและควบคุมเพื่อให้ธุรกิจมีกำไรสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน

2. จากการลงพื้นที่สังเกตการทำงานของระบบบัญชีเดิม พบว่า พนักงานผู้จัดทำบัญชีขาดองค์ความรู้ แต่มีความพยายามจัดทำข้อมูลทางบัญชีเสนอผู้บริหารแต่ยังได้ถูกต้องเป็นที่ยอมรับของฝ่ายบริหาร เนื่องจากไม่มีการแยกบันทึกรายได้และค่าใช้จ่ายแยกตามบัญชีของรถบรรทุกบริการแต่ละคันและไม่มีการคำนวณหาจุดคุ้มทุนเป็นตัวเงินสำหรับรถบรรทุกบริการแต่ละเที่ยว ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดา กุฎีศรี รัตนารณ์ ปรีดาศักดิ์ และ สรภพ อิศรไกรศิลป์ (2562) ศึกษาปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อใช้ในการควบคุม และวางแผนสำหรับการจัดการ ที่พบว่ารูปแบบการจัดทำบัญชีไม่ถูกต้องตามหลักการบัญชีเนื่องจากผู้จัดทำขาดองค์ความรู้ทางด้านบัญชีที่ถูกต้อง ดังนั้นการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้เพื่อการบริหารวางแผนและควบคุมจึงไม่ถูกต้อง จากการวิเคราะห์ปัญหา และ 3) ข้อเสนอแนะการปรับปรุงระบบบัญชีตามความต้องการของผู้บริหาร ประกอบด้วย การจัดทำผังบัญชีใหม่ การบันทึกข้อมูลแยกตามรถบรรทุกแต่ละคัน และมีการคำนวณจุดคุ้มทุนของแต่ละเที่ยวรถ ข้อมูลที่ได้จากการปรับปรุงช่วยให้ฝ่ายบริหารทราบว่าควรสั่งการปล่อยรถเมื่อใดเพื่อไม่ให้ธุรกิจขาดทุนและยังรักษาคำสัญญาที่ให้กับลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย การวิจัยได้แนะนำให้มีการปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมเพื่อสนองความต้องการของฝ่ายบริหาร ดังนี้

1.1 ควรจัดทำผังบัญชีใหม่ให้มีการแยกบันทึกรายได้และค่าใช้จ่ายแยกบัญชีระหว่างรถบรรทุกบริการแต่ละคัน

1.2 ควรเก็บข้อมูลย้อนหลัง 3 ปีเพื่อนำมาคำนวณ จุดคุ้มทุนเป็นตัวเงินสำหรับรถบรรทุกบริการแต่ละเที่ยวการเดินรถ

1.3 ควรบันทึกข้อมูลแยกจะทำให้สามารถนำรายได้ไปเปรียบเทียบกับจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ เพื่อเป็นข้อมูลให้ฝ่ายบริหารในการวางแผนการเดินรถ และการควบคุมให้การเดินรถแต่ละเที่ยวสามารถทำรายได้ได้ถึงจุดคุ้มทุน

ผลการปรับปรุงระบบบัญชีใหม่ ทำให้ฝ่ายบริหารพึงพอใจที่สามารถทราบถึงจุดคุ้มทุนของการเดินรถแต่ละเที่ยวของรถบรรทุกบริการได้ และนักบัญชีของธุรกิจได้รับความรู้และการปฏิบัติที่สามารถนำเสนอข้อมูลตามความต้องการของฝ่ายบริหารได้ โดยพบว่า รายได้ที่จุดคุ้มทุนต่อเที่ยวของรถบรรทุกบริการคือ 1,094.50 บาทต่อเที่ยวการเดินรถ หากผู้บริหารตัดสินใจสั่งให้รถบรรทุกบริการออกเดินทางส่งพัสดุ ควรให้แน่ใจว่ารายได้ต่อเที่ยว ณ เวลาที่ออกรถไม่ต่ำกว่า 1,094.50 บาทต่อเที่ยว แนวทางการปรับปรุงดังกล่าวสามารถช่วยให้ฝ่ายบริหารนำไปตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป สำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับระบบบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุมสามารถนำแนวคิดในการวิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ไปใช้ในธุรกิจประเภทอื่นที่มีลักษณะคล้ายกันได้ กล่าวคือฝ่ายบริหารมีความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแต่ระบบปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ทางเลือกเพื่อทำให้ทุกอย่างดีขึ้นนอกจากการจัดหาระบบใหม่ อาจใช้การศึกษาและปรับปรุงระบบเดิมให้ตอบสนองความต้องการได้

เอกสารอ้างอิง

- กรัณย์พัฒน์-อัมประเสริฐ, & อมรา-รัตตากร. (2559). แนวคิดการตลาดสีเขียวเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี* (10)2, 134-44.
- กรมการขนส่งทางบก. ข่าวประชาสัมพันธ์. เข้าถึงเมื่อ 12/1/2563, จาก https://www.dlt.go.th/th/public-news/-view.php?_did=2442
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2561). *แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในบทรียนที่เรียนรู้: การส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถของ SME ด้วยซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์สำหรับโลจิสติกส์*. กทม: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดุชนีย-ส่องเมือง. (2555). *การออกแบบระบบบัญชี*. กทม: สำนักพิมพ์เสนาธรรม.
- ประพันธ์-ศิริรัตนธำรงและคณะ. (2549). *การวางระบบบัญชี*. กทม: Brand Agebooks.
- รัชชิตา-กุฎีศรี, รัตนาภรณ์-ปริดาศักดิ์, & สรภพ-อิสโรกรศีล. (2562). การพัฒนาระบบบัญชีและการควบคุมภายในของกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลบ้านในดง อำเภอยายาง จังหวัดเพชรบุรี. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University* , 47-55.
- ศรีศรีรินทร์-สุขสุทธิ, & ณัฐธยาน์-อธิรัฐจิรัชย์. (2563). อิทธิพลของข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานของผู้จัดการโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL* , 12-25.
- สมชาย-ปฐมศิริ. (2552). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขนส่ง*. กทม: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.
- Dermer, J. (1988). Control and organizational order. *Accounting, Organizations and Society*, 25-36.
- Langer, A. M. (2008). *Analysis and Design of Information Systems*. London: Springer-Verlag.
- McNair-Connolly, C. J., & Merchant, K. A. (2020). *Management Accounting: An Integrative Approach*. NJ: Willey.
- Ouchi, W. G. (1979). A conceptual framework for the design of organization control mechanism. *Management Science*, 833-48.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2012). *Accounting Information Systems*. NY: Pearson Education Limited.
- Rojas, B., Bolaños, C., Salazar-Cabrera, R., Ramírez-González, G., Cruz, Á. P., & Molina, J. M. (2020). Fleet Management and Control System for Medium-Sized Cities Based in Intelligent Transportation Systems: From Review to Proposal in a City. *Electronics* .
- T.Vijayakumar. (2010). *ACCOUNTING FOR MANAGEMENT*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.

**การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น
องค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ**

ณัฐสรณ์ อารยะพงศ์

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

**THE PEOPLE PARTICIPATION OF LOCAL DEVELOPMENT PLAN FORMULATION,
E-PAD TAMBON ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, KANTHARAROM DISTRICT,
SISAKET PROVINCE**

Natsarun Arayapong

College of Law and Governance, Sisaket Rajabhat University, Thailand.

E-mail: natsarun.ara@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ และเพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 338 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา มีค่าเท่ากับ 0.87 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเจาะจง ได้แก่ ผู้นำชุมชนจากทั้ง 5 หมู่บ้าน จำนวน 5 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการร่วมคิดและตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาคือ ด้านการร่วมดำเนินการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และด้านการร่วมติดตามและประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า

2.1 การมีส่วนร่วมด้านร่วมคิดและตัดสินใจ ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น จึงไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็นเท่าที่ควร ส่วนมากมีแต่ผู้นำเข้าร่วมจัดทำและเสนอโครงการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นแตกต่างหลากหลายทำให้เกิดความขัดแย้ง งบประมาณมีค่อนข้างจำกัด ทำให้การดำเนินงานค่อนข้างล่าช้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย องค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชนควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นมากกว่านี้ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชนควรชี้แจงให้ประชาชนเห็นความสำคัญในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น และควรวิเคราะห์ถึงปัญหา และความต้องการของประชาชนก่อนตัดสินใจแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ

2.2 การมีส่วนร่วมด้านร่วมดำเนินการ ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นน้อย การปฏิบัติตามโครงการหรือกิจกรรมองค์การบริหารส่วนตำบลไม่ดำเนินการตามแผนพัฒนาท้องถิ่นที่ตั้งไว้ องค์การบริหารส่วนตำบลควรดำเนินการตามแผนพัฒนาท้องถิ่นโดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน คอนกรีตและไฟฟ้าการเกษตร และจัดอบรมโครงการด้านยาเสพติดให้ความรู้แก่เยาวชนและประชาชนในชุมชน และควรจัดหาแหล่งทุนต่างๆ เพื่อมาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น

2.3 การมีส่วนร่วมด้านร่วมรับผลประโยชน์ ประชาชนได้รับผลประโยชน์ไม่ทั่วถึงและไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากการจัดสรรผลประโยชน์ใช้ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ แบบพวกพ้องของตนเอง คณะกรรมการจัดทำแผนขาดขวัญและกำลังใจเนื่องจากไม่มีค่าตอบแทนในการทำงาน ควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาท้องถิ่นให้กระจายให้ทั่วทุกชุมชนด้วยความเป็นธรรมและเสมอภาค ควรจัดสวัสดิการดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการทำงานให้คณะกรรมการจัดทำแผนหรือตัวแทนเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน และควรจัดให้มีโครงการฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชนทุกๆ ด้าน

2.4 การมีส่วนร่วมด้านร่วมติดตามและประเมินผล ประชาชนไม่มีความเข้าใจในการติดตามและประเมินผลการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ควรมีตัวแทนของประชาชนจากทุกหมู่บ้านเข้าร่วมติดตามและประเมินผล การประเมินผลให้มีหลากหลายรูปแบบ พร้อมทั้งรายงานผลให้ประชาชนได้ทราบกันอย่างทั่วถึง และควรมีค่าตอบแทนให้กรรมการประเมินผลเพื่อประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม แผนพัฒนาท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล

Abstract

This research is entitled with the people participation of local development plan formulation, E-Pad Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province. This paper is aimed to study of participation level's people into local development plan scheme initiative for E-Pad Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province. Additionally, this paper is emphasis on problem and resolution to people participation for local development plan formulation into E-Pad

Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province. This paper is mixed method of research technique by means of the quantitative research instrument such as data collection of questionnaire. The research sample is from people aged from 18 years old who reside in E-Pad Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province for 338 respondents. The research instrument is the data collection from questionnaire to people participation for local development plan formulation into E-Pad Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province. The research finding result is divided into 3 sections by Alpha Coefficient value at 0.87 from questionnaire & data manipulation analysis by statistics, Means, Frequency, Percentage, and Standard of Deviation. The qualitative research is from in-depth interview which is research sample from specific selection such as community leader 5 villages 5 respondents. The research instrument is structure interview questionnaire, focus group and content analysis manipulation technique.

The research finding result is as follow:

1. The people participation of local development plan formulation is from E-Pad Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province which finds that people participation of local development plan formulation into E-Pad Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province at middle level of all entire score by Mean value at 3.35 from each aspect consideration priority from the maximum value to at least value. The decision making aspect is at middle level for Mean of 3.40. The collaborative procedure is at middle level for Mean of 3.46. The collaborative benefit earning aspect is at middle level for Mean of 3.39. The collaborative monitor and evaluation aspect is at middle level for Mean of 3.26 consequently.

2. The research finding result is related with problem and resolution to people participation in local development plan formulation E-Pad Tambon Administrative Organization, Kanthararom District, Sisaket Province as follow.

(1) The participation of decision making aspect is involved with the largely people without understanding comprehension to local development plan formulation by none self-confidence opinion expression. The local leader has been participated formulation and project proposal the local development plan. The participants have different opinion of conflict dispute and limited budget which cause the delay project action without goal achievement attainment. Tambon Administrative Organization & community leader should

encourage and stimulate public relation to people participation for public hearing & decision making determination the importance of people participation local development plan formulation including problem analysis, need assessment of people before problem resolution decision making action consequently.

(2) The collaborative participation aspect is relevance with people participation to local development plan formulation at the least level value which is followed with workshop action plan or activities of Tambon Administrative Organization without local development plan approach. Tambon Administrative Organization should take action along way with local development plan scheme initiative especially basic infrastructure such as Concrete Street & agriculture electricity and training course of narcotics suppression campaign program, knowledge dissemination to juvenile & youth including community people, source of fund for local development so far.

(3) The participation of benefit earning aspect is involved with people benefit without worldwide & inequity due to patronage relationship of benefit allocation. The committee must formulate the plan without morale and motivation incentives due to none return payment. The budget allocation is from local development plan decentralization in all entire community with equity and justice. The committee should allocate social welfare spending cost for working committee payment & agent to morale and motivation incentive of workforce including career training course program for people all aspects.

(4) The participation of collaborative monitor and evaluation is related without people understanding comprehension to monitor & assessment evaluation the local development plan. The recommendation is emphasis on representative agent of people from all villages' participation on monitor and evaluation assessment. The appraisal process must the diversity techniques as well as result report of people worldwide including evaluation committee payment for increased proliferation working efficiency so long.

Keywords: participation, local development plan formulation, Administrative Organization

บทนำ

นับตั้งแต่มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นต้นมา บทบาทอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก โดยรัฐธรรมนูญได้ให้ความสำคัญกับการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งทำให้เกิดความเป็น

อิสระในการปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของประชาชนและความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบายการปกครอง การบริหาร การบริหารงานบุคคล การเงินและการคลัง และทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ของตนเองโดยเฉพาะ และทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ของตนเองโดยเฉพาะ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540, 2540: 75) ประกอบกับพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 ได้บัญญัติให้มืองค์กรรับผิดชอบในการจัดทำแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นั่นคือคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงได้กำหนดหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการให้บริการสาธารณะที่จำเป็นแก่ท้องถิ่นและทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีภารกิจหน้าที่ที่ชัดเจนมากขึ้น (พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542, มาตรา 30)

การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นรูปแบบการปกครองในลักษณะการกระจายอำนาจจากส่วนกลางไปให้ท้องถิ่นดำเนินการเอง จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาชุมชนในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการปกครองประเทศตามระบอบประชาธิปไตยนั้น มีความหมายและหลักการสำคัญที่เป็นการปกครองของประชาชนโดยประชาชนเพื่อประชาชน ซึ่งมีลักษณะประการหนึ่งคือการทำที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองโดยตรงหรือโดยอ้อม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยุคหลังรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันประกาศใช้ มีบทบาท อำนาจ หน้าที่อย่างกว้างขวาง โดยมีเพียงจะมีหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะพื้นฐานแก่ประชาชน ในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังขยายบทบาท หน้าที่ออกไปรวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิต และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นด้วย และเป็นองค์กรที่เปิดให้ประชาคมท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหาร และการตรวจสอบการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงถือเป็นหน่วยงานหลักที่ต้องดูแลและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นให้ได้รับการบริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดรูปแบบการปกครองของตนเองให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาและตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติ การร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบมาถึงตัวประชาชนเอง สามารถจะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ทั้งนี้พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 มาตรา16 และมาตรา 17 ได้บัญญัติให้เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบลและการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปพิเศษมีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง และองค์การบริหารส่วนจังหวัดซึ่งนอกจากจะมีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเองแล้วยังมีอำนาจหน้าที่ในการประสานการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดตามระเบียบที่คณะรัฐมนตรีกำหนดอีกด้วย (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2548: 13)

การวางแผนการพัฒนาจึงมีความสำคัญต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากแผนการพัฒนาเป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มุ่งไปสู่สภาพการณ์อันพึงประสงค์ได้อย่างเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงและมุ่งไปสู่สภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้พิจารณาอย่างรอบคอบให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการดำเนินงานต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยง และส่งผลทั้งในเชิงสนับสนุน และเป็นอุปสรรคต่อกัน เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำมาตัดสินใจ กำหนดแนวทางการดำเนินงานและใช้ทรัพยากรการบริหารของท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะสูงสุด

การให้โอกาสประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่น โดยเริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วมคิดค้นหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น การหาแนวทางแก้ไขปัญหา การตัดสินใจเลือกแนวทางการวางแผนการแก้ปัญหา รวมทั้งการร่วมปฏิบัติในกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่นที่เกิดขึ้น ในชุมชน และประเมินผลงานกิจกรรมที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว ซึ่งการมีส่วนร่วมในลักษณะดังกล่าวเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ประชาชนได้รับการลงมือกระทำกิจกรรม โดยเป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และทำให้ทราบถึงวิธีที่จะจัดการกับปัญหาของตนเองและชุมชนได้อย่างถูกต้อง และทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่น นอกจากนั้นยังช่วยให้ประชาชนเกิดการคิดเป็น ทำเป็น และยังมีความรู้สึกว่า กิจกรรมเหล่านั้นพวกตนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของโครงการอย่างแท้จริง การวางแผนพัฒนาท้องถิ่นจึงถือเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าว

องค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ เป็นองค์กรหนึ่งที่มีการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นเช่นเดียวกับองค์การบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ที่ผ่านมาองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ได้จัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นเสร็จเรียบร้อยแล้วและมีการประกาศใช้แผนพัฒนาท้องถิ่นดังกล่าว และเมื่อเริ่มนำแผนพัฒนาท้องถิ่นไปสู่การปฏิบัติทั้งในระดับชุมชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องได้พบปัญหาต่างๆ หลายด้านโดยเฉพาะขั้นตอนและกระบวนการวางแผนพัฒนาท้องถิ่น และจากการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น พบว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากขั้นตอนและกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นที่ผ่านมา เป็นการดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบและผู้นำในหมู่บ้าน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาตำบล เป็นส่วนใหญ่ ส่วนประชาชนไม่ค่อยได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ ทำให้โครงการและกิจกรรมต่างๆ ไม่ได้ตอบสนองความต้องการของประชาชนเท่าที่ควร

ดังนั้นผู้วิจัย จึงมีความสนใจต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น เพื่อเป็นข้อมูลให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน และทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่นและสนองกับความต้องการ และแก้ปัญหาของประชาชนในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ประชาชนในท้องถิ่นจะได้รับผลประโยชน์โดยตรงอย่างแท้จริงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านประชากร

ประชากร หมายถึง ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 2,779 คน (ที่มา: สำนักทะเบียนราษฎรอำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563)

2. ด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ใน 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านร่วมคิดและตัดสินใจ 2) ด้านการร่วมดำเนินการ 3) ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ และ 4) ด้านการติดตามและประเมินผล

3. ด้านระยะเวลา

การศึกษาในครั้งนี้ จะทำการศึกษาในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ
2. สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปทำการปรับปรุงแก้ไขการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 2,779 คน (ที่มา: สำนักทะเบียนราษฎรอำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563) และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเปิดตารางของ

เครจซี่ แอนด์ มอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับจำนวน 338 คน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเจาะจง ได้แก่ ผู้นำชุมชนจากทั้ง 5 หมู่บ้าน จำนวน 5 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ ด้านร่วมคิดและตัดสินใจ ด้านการร่วมดำเนินการ ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ และด้านการติดตามและประเมินผล มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert Scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ทั้ง 4 ด้าน

เครื่องมือเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านร่วมคิดและตัดสินใจ ด้านการร่วมดำเนินการ ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ และด้านการติดตามและประเมินผล

การสร้างและทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาหลักการ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยใช้หลักการวัดค่ารวมแล้วประเมินลักษณะจากค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighting Mean Score) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด

2. ศึกษารูปแบบและโครงสร้างเครื่องมือแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า

3. สร้างแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ

ตอนที่ 3 แบบปลายเปิด เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ทั้ง 4 ด้าน

4. นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลตำบลกันทรารมย์ จำนวน 30 คน และนำผลการทดลองใช้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.87

5. นำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไขแล้วจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์

6. นำเครื่องมือไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลจากวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษถึงนายกองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด เพื่อขอความร่วมมือไปยังผู้นำชุมชนและประชาชนเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

2. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม ให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 338 คน พร้อมทั้งเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัย

3. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชนจากทั้ง 5 หมู่บ้าน จำนวน 5 คน

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมคืนมาได้ แล้วนำมาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 338 คน รับคืนมา 338 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สมรส อาชีพ และรายได้ โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอีปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และนำไปแปลผลโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์เฉลี่ย 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 103)

3. สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระ และการนำเสนอข้อมูลจะใช้การบรรยายเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 มี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 83.4 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร / ประมง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการร่วมคิดและตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาคือ ด้านการร่วมดำเนินการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และด้านการร่วมติดตามและประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ตามลำดับ

ด้านการร่วมคิดและตัดสินใจ ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับ ดังนี้ ได้เสนอปัญหาความต้องการของท้องถิ่นเข้าที่ประชุมผ่านตัวแทนหมู่บ้าน ผู้นำชุมชนหรือด้วยตัวเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ร่วมประชุมพิจารณาสาเหตุของปัญหาและการกำหนดแนวทางพัฒนา เพื่อแก้ไขและลดปัญหาของท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นทุกครั้งเมื่อผู้นำหมู่บ้านเปิดโอกาสให้เสนอความคิดเห็นเพื่อนำไปเสนอตำบล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

ด้านการร่วมดำเนินการ ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีส่วนร่วมประชาสัมพันธ์กำหนดการประชุมประชาคมเพื่อจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของ อบต. อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 มีส่วนร่วมเพื่อปฏิบัติตามโครงการหรือกิจกรรมที่ตำบลได้นำไปดำเนินการในหมู่บ้านให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ในแผนพัฒนาท้องถิ่นของ อบต. อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีส่วนร่วมในการหาแนวทางแก้ไขปัญหาจากการจัดทำแผนท้องถิ่นของตำบล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ

ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ได้รับผลประโยชน์โดยตรงหรือโดยอ้อม

จากแผน พัฒนาท้องถิ่น เช่น มีรายได้เพิ่มขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีโอกาสไปศึกษาอบรม ทักษะศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มพูนวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ร่วมรับประโยชน์จากการแก้ไขปัญหา/ความต้องการที่ได้เสนอเข้าแผนพัฒนาท้องถิ่น อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ตามลำดับ

ด้านการการร่วมติดตามและประเมินผล ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีส่วนร่วมในการประชุมเวทีชาวบ้านในการสรุปผลการดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรมให้แก่สมาชิกในหมู่บ้านรับรู้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีส่วนร่วมในการรับทราบผลการประเมินโครงการหรือกิจกรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และ มีส่วนร่วมในการประชุมเวทีชาวบ้านเพื่อทำการคัดเลือกตัวแทนในการติดตามผลการดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหามีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลลือปาด อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมด้านร่วมคิดและตัดสินใจ พบว่า ปัญหาคือประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจในการจัดทำแผนพัฒนา จึงมีผู้เข้าประชุมประชามชนน้อยและไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็นเท่าที่ควร ส่วนมากมีแต่ผู้นำเข้าร่วมจัดทำและเสนอโครงการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นแตกต่างหลากหลายทำให้เกิดความขัดแย้ง งบประมาณมีค่อนข้างจำกัด ทำให้การดำเนินงานค่อนข้างล่าช้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย แนวทางแก้ไขปัญหาคือ องค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชนควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจในการจัดทำ แผนพัฒนาท้องถิ่นมากกว่านี้ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชนควรชี้แจงให้ประชาชนเห็นความสำคัญในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น และควรวิเคราะห์ถึงปัญหา และความต้องการของประชาชนก่อนตัดสินใจแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ

2. การมีส่วนร่วมด้านร่วมดำเนินการ พบว่า ปัญหาคือ ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นน้อย การปฏิบัติตามโครงการหรือกิจกรรมองค์การบริหารส่วนตำบลไม่ดำเนินการตามแผนพัฒนาท้องถิ่นที่ตั้งไว้ แนวทางแก้ไขคือ องค์การบริหารส่วนตำบลควรดำเนินการตามแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนคอนกรีตและไฟฟ้าการเกษตร และจัดอบรมโครงการด้านยาเสพติดให้ความรู้แก่เยาวชนและประชาชนในชุมชน และควรจัดหาแหล่งทุนต่างๆ เพื่อมาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น

3. การมีส่วนร่วมด้านร่วมรับผลประโยชน์ พบว่า ปัญหาคือ ประชาชนได้รับผลประโยชน์ไม่ทั่วถึงและไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากการจัดสรรผลประโยชน์ใช้ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ แบบพวกพ้องของตนเอง คณะกรรมการจัดทำแผนขาดขวัญและกำลังใจเนื่องจากไม่มีค่าตอบแทนในการทำงาน แนวทางแก้ไขปัญหาคือ ควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาท้องถิ่นให้กระจายให้ทั่วทุกชุมชนด้วยความเป็นธรรมและเสมอภาค ควรจัดสวัสดิการดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการทำงานให้คณะกรรมการจัดทำแผนหรือตัวแทนเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน และควรจัดให้มีโครงการฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชนทุกๆ ด้าน

4. การมีส่วนร่วมด้านร่วมติดตามและประเมินผล พบว่า ปัญหาคือ ประชาชนไม่มีความเข้าใจในการติดตามและประเมินผลการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น แนวทางแก้ไขคือ ควรมีตัวแทนของ ประชาชนจากทุกหมู่บ้านเข้าร่วมติดตามและประเมินผล ควรมีการประเมินผลหลากหลายรูปแบบ พร้อมทั้งรายงานผลให้ประชาชนได้ทราบกันอย่างทั่วถึง และควรมีค่าตอบแทนให้กรรมการประเมินผลเพื่อประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลอียิปต์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการร่วมคิดและตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาคือ ด้านการร่วมดำเนินการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ด้านการร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และด้านการร่วมติดตามและประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเศรษฐไชย หทัยวรรณ (2551: 60-62) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำพี อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำพี อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง ทุกด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐริการ์ เศษจันทร์ (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลดงลาน อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า 1) ประชาชนโดยรวมและจำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษาเห็นว่ามีส่วนร่วม ในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลดงลาน อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติการ (ดำเนินการ) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการประเมินผล

ทั้งนี้ ด้านการร่วมคิดและตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะประชาชนมีส่วนร่วมคิดหาวิธีการที่จะได้งบประมาณ เพื่อดำเนินโครงการหรือกิจกรรมน้อย รองลงมาคือการมีส่วนร่วมด้านร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง เพราะประชาชนร่วมรับประโยชน์จากการแก้ไขปัญหา/ความต้องการที่ได้เสนอเข้าแผนพัฒนาท้องถิ่นน้อย เนื่องจากใช้ระบบเครือข่ายเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณ โครงการ และกรรมการไม่ได้รับค่าตอบแทนในการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น รองลงมามีส่วน

ร่วมด้านการร่วมดำเนินการ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการมีส่วนร่วมสนับสนุนทางการเงิน วัสดุอุปกรณ์ เพื่อนำไปพัฒนาท้องถิ่นน้อย และน้อยที่สุดคือการมีส่วนร่วมด้านร่วมติดตามและประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง เพราะประชาชนมีส่วนร่วมตรวจสอบการใช้งบประมาณในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการจัดทำบัญชีขององค์การบริหารส่วนตำบลน้อย

ข้อเสนอแนะ

1. **ด้านการร่วมคิดและตัดสินใจ** คณะผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเสนอปัญหา ความต้องการของท้องถิ่นเข้าที่ประชุม โดยการเข้าร่วมประชุมเพื่อเสนอปัญหาความต้องการของท้องถิ่นด้วยตัวเองให้ทั่วถึงมากกว่าในปัจจุบัน มากกว่าการแสดงความคิดเห็น ผ่านตัวแทนหมู่บ้านหรือผู้นำ โดยการจัดเวทีประชาคมเพื่อรับฟังความคิดเห็นอย่างทั่วถึง
2. **ด้านการร่วมดำเนินการ** คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมประชาสัมพันธ์การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ และเข้าร่วมกิจกรรม ติดตามผลการประชุมพิจารณาในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีความพร้อมมีส่วนร่วมสนับสนุน ทางด้านการเงิน วัสดุอุปกรณ์ เพื่อนำไปพัฒนาท้องถิ่น
3. **ด้านการร่วมรับผลประโยชน์** คณะผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลควรพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่ประชาชนหรือชุมชน จะได้รับให้ตรงกับความต้องการ โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหา/ความต้องการจำเป็นของแต่ละชุมชน ตามลำดับความสำคัญ
4. **ด้านการร่วมติดตามและประเมินผล** ในการประชุมเวทีชาวบ้านเพื่อทำการคัดเลือกตัวแทนในการติดตามผลการดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรม โดยให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการรับทราบผลการประเมินโครงการหรือกิจกรรมอย่างโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงความเข้าใจในแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่นยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. (2548). *คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา สามปี และแผนดำเนินงาน)*. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น.
- ณัฐริการ์ เศษจันทร์. (2553). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหาร ส่วนตำบลดงลาน อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- เศรษฐไชย หทัยวรรณ. (2551). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำพี้ อำเภอทองแสนขัน จังหวัดอุดรดิษฐ์* (ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท). อุดรดิษฐ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิษฐ์.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (5th ed.). New York: Harper & Row.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities*. Educational and Psychological Measurement, 30(3), pp. 607-610.

ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตในเขตกรุงเทพมหานคร

พระชัยภัทร บุญปัน

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

MARKET MIX OF VEGETARIAN FOOD CONSUMER IN BANGKOK

Pra Chaiyapat Boonpan

School of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology, Thailand

E-mail: chaiyapat989@gmail.com

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาทำบุญที่วัดมังกรกมลาวาส จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา สถิติที่ใช้ในการศึกษาคือ การแจกแจงค่าความถี่ ร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบการแจกแจงแบบที และการทดสอบการแจกแจงแบบเอฟ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.25) มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 53.75) มีสถานภาพสมรส/มีคู่รัก (ร้อยละ 52.00) มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.25) มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 27.00) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 62.75) และมีความถี่ในการเข้าวัดต่ำกว่า 2 ครั้ง/สัปดาห์ (ร้อยละ 70.25) ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.03$) เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.48$) รองลงมา คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 2.94$) ถัดมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 2.85$) และด้านราคา ($\bar{X} = 2.84$) ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้าน อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการเข้าวัดที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด อาหารมังสวิรัต ความคิดที่จะซื้อ

Abstract

This independent study aimed to (1) compare the consumer's purchase intention of vegetarian food in Bangkok area classified by the population characteristics, (2) investigate the

influence of marketing mix factors on consumer's purchase intention of vegetarian food in Bangkok area. The samples were 400 customers who visited Mangkon Kamalawat temple. The questionnaire was used to gather data from the sample group. The statistics used for data analysis were Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test and F-test and Multiple Regression analysis. The result revealed that most of the sample group were female (55.25%), aged more than 50 years old (53.75%), marriage/had couple (52.00%), educated in Bachelor's degree (54.25%), worked in private company (27.00%), monthly average income was more than 25,001 Baht and frequency in entering the temple was less than 2 times per week (70.25%). The overall marketing mix factors was in moderate level ($\bar{X} = 3.03$), the highest score was Product ($\bar{X} = 3.48$), Promotion ($\bar{X} = 2.94$), Place ($\bar{X} = 2.85$) and Price ($\bar{X} = 2.84$), respectively. The result of hypothesis testing found that the difference of demographic characteristic of consumer in term of gender, age, educational level, occupation, monthly income and frequency in entering the temple had statistically significant influence on consumer's purchase intention of vegetarian food in Bangkok area at 0.05 level. The marketing mix factors in term of Product and Promotion statistically significant affected consumer's purchase intention of vegetarian food in Bangkok area at 0.05 level.

Keywords : marketing mix factors, vegetarian food, purchase intention

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ได้มีการกำหนดนิยามของอาหารว่า หมายถึง ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต กล่าวคือเป็นวัตถุทุกชนิด ที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าจะด้วยวิธีการใด ๆ หรือ ในรูปลักษณะใด ๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิต และประสาท ตลอดจนยาเสพติด (กระทรวงสาธารณสุข, 2559:1) สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ (2549 : 100) ซึ่งอธิบายความหมายของ อาหาร ว่าเป็นสิ่งใดก็ตามที่รับเข้าสู่ร่างกาย แล้วเกิดประโยชน์แก่ร่างกาย ด้วยการรับเข้าสู่ร่างกายจะโดยวิธีการใดก็ตาม อาหารถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ เพราะเมื่ออาหารเข้าสู่ร่างกายแล้ว จะเกิดขบวนการย่อย การดูดซึม การแปรรูป และการขนส่ง ไปยังอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เพื่อใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนการทำงานของเซลล์อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายให้เป็นปกติ ซึ่งอาหารจะถูกย่อยให้เป็นโมเลกุลขนาดเล็กลง เรียกว่า สารอาหาร (Nutrients) โดยสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ สารอาหารที่ให้พลังงานแก่ร่างกาย (Macronutrients or Fuel Nutrients) และสารอาหารที่จำเป็นในการควบคุมปฏิกิริยาเคมีต่าง ๆ ในร่างกาย และการทำงานของอวัยวะทุกส่วน อีกทั้งช่วยในการป้องกันและต้านทานโรค หรือช่วยให้ร่างกายแข็งแรง (Micronutrients or Non-Fuel Nutrients)

แม้ประโยชน์ของอาหารจะมุ่งเน้นการช่วยให้ร่างกายของสิ่งมีชีวิตสามารถดำรงต่อไปได้ แต่สำหรับมนุษย์แล้ว อาหารถือเป็นศิลปะชนิดหนึ่งที่มีการรังสรรค์หน้าตาและรสชาติให้มีความอร่อย ชวนให้น่าบริโภค จากการปรุงแต่งอาหารให้มีลักษณะและรสชาติที่มีความหลากหลาย ด้วยวัตถุดิบปรุงแต่งรสชาติจากเครื่องปรุงต่าง ๆ ให้เกิดความสวยงาม กลมกล่อม โดยอาจจะเลยต่อการให้ความสำคัญกับคุณประโยชน์และอาจก่อให้เกิดโทษต่อร่างกายได้ เช่น อาหารที่มีไขมันสูง การใช้สีที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย การใส่สารสังเคราะห์ที่ไม่เหมาะสมกับการบริโภค เป็นต้น ทำให้ในปัจจุบันสังคมเกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (คสช.) ได้มีมติเห็นชอบในการกำหนดประเด็นสุขภาพที่สำคัญ และเห็นควรเร่งรัดประเด็นระบบสุขภาพชุมชน โดยให้ท้องถิ่นเป็นตัวตั้ง ในการจัดทำระบบสุขภาพชุมชน และมีหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ คอยให้การช่วยเหลือ และผลักดันให้เกิดนโยบายในระดับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยประเด็นสุขภาพที่ คสช. ให้ความสำคัญ ได้แก่ ระบบสุขภาพชุมชน อาหารกับสุขภาพ สุขภาวะผู้สูงอายุ สุขภาวะเด็ก เยาวชนและครอบครัว (พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์, 2556 : 1)

อาหารมังสวิรัต ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ โดยคำว่า มังสวิรัต (Vegetarian Food) มีความหมายว่า อาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบ ส่วนจะใหญ่จะเป็นอาหารที่ใช้พืช ผัก ผลไม้เป็นหลักในการประกอบอาหาร โดยใช้เครื่องปรุงรสที่ทำจากพืช (สถิตย์พงษ์ มั่นหล้า, 2557 : 203) ในประเทศไทยนับได้ว่าเป็นประเทศที่ประชาชนนิยมรับประทานอาหารมังสวิรัตเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากข้อมูลที่เปิดเผยโดยโอลิเวอร์ส ทราเวล เว็บไซต์จองที่พักและการท่องเที่ยวชื่อดัง ที่ได้มีการจัดอันดับประเทศที่เป็นมิตรกับคนกินมังสวิรัตมากที่สุดในโลก ด้วยการเปรียบเทียบจำนวนร้านอาหารมังสวิรัตที่มีในประเทศกับจำนวนประชากร และปริมาณเนื้อที่คนในประเทศบริโภคต่อปี จากประเทศทั้งหมด 183 ประเทศ แล้วนำมาเฉลี่ยให้คะแนน ซึ่งผลปรากฏว่า ประเทศที่ได้อันดับ 1 คือสาธารณรัฐเชเชลส์ รองลงมาคือประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย

ข้อมูลดังกล่าวมาในข้างต้นจะเห็นได้ว่าในเขตกรุงเทพมหานคร มีอัตราการบริโภคอาหารมังสวิรัตค่อนข้างสูง รวมถึงผู้ที่ถือศีล ปฏิบัติธรรม ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นพระซึ่งปฏิบัติธรรม และทำหน้าที่เป็นครูสอนปริยัติธรรมที่วัดมังกรกมลาวาส ได้มีการสังเกตญาติโยมที่มาทำบุญและปฏิบัติธรรมที่วัดพบว่า อาหารมังสวิรัตได้รับความนิยมมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมการจำหน่ายอาหารมังสวิรัตให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมการรับประทานอาหารมังสวิรัตซึ่งเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ให้ประชาชนมีค่านิยมในการรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์และมีสุขภาพที่ดีขึ้นได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาระดับของการส่งผลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารมังสวิรัติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัติดังแตกต่างกัน
2. ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัติดังแตกต่างกัน

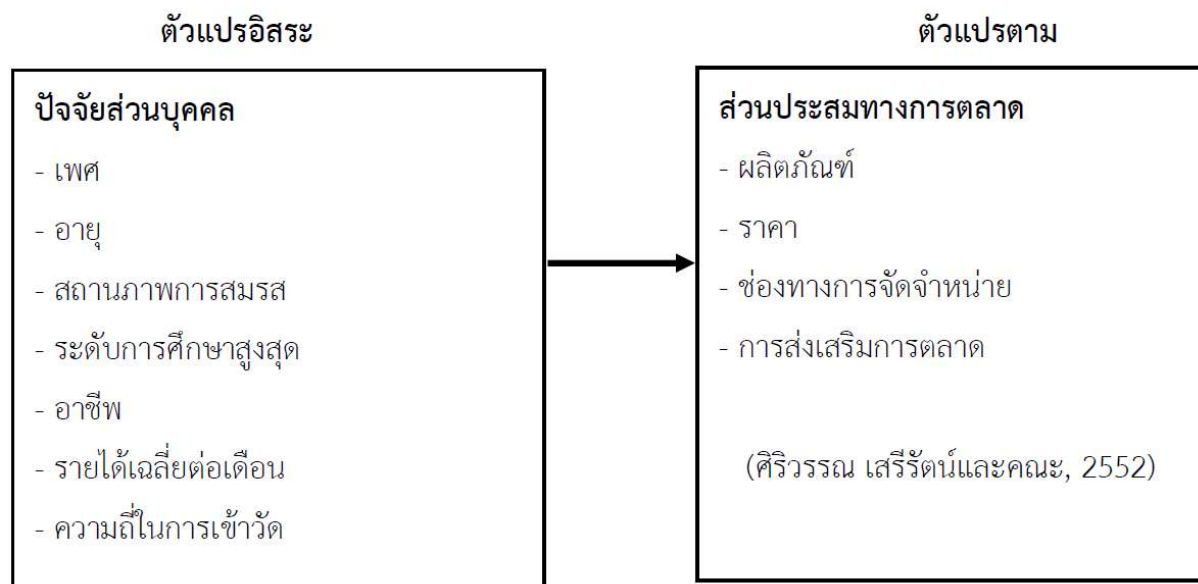
ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มาทำบุญที่วัดมังกรกมลาวาส จากข้อมูลเมื่อปี พ.ศ. 2560 พบว่ามีผู้ที่มาทำบุญที่วัดมังกรกมลาวาส จำนวน 6,840 คน (ฝ่ายบัญชี วัดมังกรกมลาวาส, 2561) โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (1974, อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2557:45) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 378 คน โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน ในบางกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ตอบในบางข้อ
2. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยแบ่งตัวแปรออกเป็น 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการเข้าวัด ตัวแปรตาม คือ ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
3. ขอบเขตทางด้านระยะเวลา ระยะเวลาการวิจัยในครั้งนี้อยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563- พฤษภาคม พ.ศ. 2564

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการเข้าวัด ตัวแปรตาม คือ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านการกำหนดราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งอ้างอิงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552 ดังแสดงในภาพประกอบที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดประชากร (Population) กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาทำบุญที่วัดมิ่งกรมลาวาส จากข้อมูลเมื่อปี พ.ศ. 2564 พบว่ามีผู้ที่มาทำบุญที่วัดมิ่งกรมลาวาส ระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม – 30 พฤษภาคม 2564 มีจำนวน 6,840 คน (ฝ่ายบัญชี วัดมิ่งกรมลาวาส, 2564) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงจากสูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 377.90 คน โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูล 400 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) คือ การแจกแบบสอบถามออนไลน์โดยการนำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้แก่ประชาชนที่มาทำบุญที่วัดมิ่งกรมลาวาสช่วยกรอกแบบสอบถาม โดยการจัดสถานที่ให้นั่งกรอกแบบสอบถามโดยได้ติดต่อขอความอนุเคราะห์จากทางวัดมิ่งกรมลาวาส ในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2564 จนครบทั้ง 400 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือ ได้แก่ การพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมและเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดลอง (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยประมวลค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ในภาพรวมทั้งฉบับ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.930 จึงถือว่าแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมานี้มีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การทำแบบสอบถามออนไลน์ จากนั้นขอความอนุเคราะห์จากทางวัดมิ่งกรมลาวาสเพื่อขอใช้พื้นที่ในการแจกแบบสอบถามให้กับสาธุชนที่มาทำบุญที่วัดเพื่อให้ช่วยกรอกแบบสอบถาม ด้วยการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการให้กรอกแบบสอบถามออนไลน์

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และแสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ส่วนแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัต ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติการทดสอบการแจกแจงแบบที (t-test) การทดสอบการแจกแจงแบบเอฟ (F-test) กับการเปรียบเทียบคู่ที่แตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบไว้ที่ระดับ 0.05 ส่วนการวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัต ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบไว้ที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.25 มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีสถานภาพสมรส/มีคู่รัก คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.25 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 62.75 และมีความถี่ในการเข้าวัดต่ำกว่า 2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 70.25

2. กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ถัดมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 ตามลำดับ

3. กลุ่มตัวอย่างมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 โดยประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดสูงสุด 5 อันดับแรก คือ ท่านคิดจะกลับมาซื้ออาหารมังสวิรัตอีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 รองลงมาคือ ท่านมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ถัดมาคือ หากท่านเลือกได้ท่านจะซื้ออาหารมังสวิรัต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ภายในระยะเวลาอันใกล้นี้ท่านคิดจะซื้ออาหารมังสวิรัต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และ ท่านเลือกซื้ออาหารมังสวิรัตเพื่อรับประทานเองอยู่เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ตามลำดับ

4. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศและสถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกันมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่

ในการเข้าวัด ที่แตกต่างกันมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

5. ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศและสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัยนา สุทิน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษา พบว่า เพศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่า เพศที่แตกต่างกันไม่ได้มีผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตที่แตกต่างกัน เนื่องจากต่างมีมุ่งบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเช่นเดียวกัน ส่วนด้านสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตไม่ต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปราโมทย์ มิตรชู (2560) ได้ศึกษาเรื่อง เจตคติเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชน ในอาคารเสริมมิตร เขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษา พบว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชน ในอาคารเสริมมิตร เขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการเข้าวัด ที่แตกต่างกันมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการศึกษาธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ โดยผลการวิจัย พบว่า เมื่ออายุของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีเหตุผลมากขึ้นในการเลือกบริโภคอาหาร โดยเลือกอาหารที่ทำให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่แข็งแรง และยังส่งผลให้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอื่น ๆ ตามมา เช่น อาหารเสริม ผัก และผลไม้ โดยรับบริการหรือเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อที่ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายมากที่สุด ส่วนระดับการศึกษาสูงสุด ด้านอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เครือมาศ มีเกษม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัย พบว่า บุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกัน นอกจากนี้บุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน

แตกต่างกัน ตลอดจนบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนแตกต่างกัน ด้านความถี่ในการเข้าวัดต่างก็มีความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัยนา สุทิน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษา พบว่า ภูมิฐานะของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตอยู่ในระดับต่ำ

2. ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของสักรินทร์ ตรีวรรณไพศาล (2550) ที่ได้มีการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ อาหารมังสวิรัตมีความสะอาดและปราศจากสารพิษ เป็นต้น ส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัต สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉัตรชัย ขานฉนวน (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเปิดร้านอาหารมังสวิรัตเพื่อสุขภาพ โดยผลการศึกษา พบว่า หนึ่งในข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาผู้ประกอบการร้านอาหารมังสวิรัตเพื่อสุขภาพควรให้ความสำคัญคือ มีบริการส่งสินค้าถึงที่ เปิดร้านในทำเลร้านที่การเดินทางสะดวก เน้นความสะอาดภายในสถานที่ให้บริการ มีการทำบัตรสมาชิกให้ส่วนลด รวมทั้งฝึกอบรมพนักงานให้มีกิริยามารยาทที่สุภาพยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจบริการ ซึ่งเป็นกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดที่ดี

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เนื่องจากประเภทและลักษณะของอาหารมังสวิรัตส่วนใหญ่จะไม่มี ความแตกต่างกัน ส่งผลให้ต้นทุนการตั้งราคาไม่แตกต่างกัน ประกอบกับผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับราคาซื้ออาหารมังสวิรัตบริโภคอยู่เป็นประจำ ดังนั้น จึงไม่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัต สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สักรินทร์ ตรีวรรณไพศาล (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้เสนอว่า ปัจจัยด้านราคามีผลในระดับปานกลางเหมาะสม และอาหารมังสวิรัตมีราคาประหยัดกว่าเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป ด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตเนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารมังสวิรัตส่วนใหญ่จะอยู่ในห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย จึงไม่มีผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลการศึกษาของธีรวิทย์ วรธรร ไพบูลย์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ โดยผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคใช้บริการหรือเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อที่ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาหารมังสวิรัตถือเป็นหนึ่งในประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้น การวิจัยในครั้งต่อไป อาจมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพประเภทอื่น ๆ เช่น อาหารเจ เป็นต้น ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับกัน ถึงความคิดที่จะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตทางด้านพื้นที่ของการศึกษาในครั้งนี้ กำหนดให้ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจุบันการบริโภคอาหารมังสวิรัตถือเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่หัวเมืองต่าง ๆ ซึ่งมีกำลังซื้อสูงไม่แพ้กรุงเทพมหานคร เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น ภูเก็ต เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป อาจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดที่จะซื้ออาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุม กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เครือมาศ มีเกษม. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตรชัย ขานฉนวน. (2556). *แนวทางการเปิดร้านอาหารมังสวิรัตเพื่อสุขภาพ* (การศึกษาอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ : วีอินเตอร์พรีนท์.
- ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์. (2557). พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 5(2), 255-264.
- นัยนา สุทิน. (2555). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปราโมทย์ มิตรชู. (2560). *เจตคติเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชน ในอาคารเสริมมิตร เขตกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาการชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สักรินทร์ ตรีวรรณไพศาล. (2550). *พฤติกรรมและปัจจัยการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่* (ปัญหาพิเศษ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค
ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

รังสรรค์ ชัยอิสรากร

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

MARKETING MIX FACTORS IN CONSUMERS' DECISION TO BUY USED CARS
IN CHACHOENGSAO PROVINCE

Rangsan Chai-Issarakorn

School of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology, Thailand

E-mail: rangsan.chai@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่มีระดับความเชื่อมั่น 95 % ยอมให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression) ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.80 มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีสถานภาพ สมรส คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.75 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.75

2. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์) ด้านพนักงาน ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

3. ระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่าง เสาะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์มือสองจากเว็บไซต์ สื่อโฆษณา สื่อออนไลน์ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ถ้าซื้อรถยนต์ในคราวต่อไปจะซื้อรถยนต์จากเดิม

4. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ได้ดีที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ รถยนต์มือสอง

Abstract

The research study on marketing mix affecting factors towards consumers 'decision to purchase used automobiles In Chachoengsao Province. The objective were to 1) study the level of marketing mix factors in consumers' decision to purchase used automobiles In Chachoengsao Province, to 2) study the level of consumers 'decision to purchase used automobiles In Chachoengsao Province, to 3) study the marketing mix affecting factors towards consumers' decision to purchase used automobiles In Chachoengsao Province. The population used in studying were the used automobiles purchasers in Chachoengsao province. Which could not specify the exact amount. The researchers determined the sample size by using an unknown population number formula with a 95% confidence level, allow no more than 5 % of the predictions to get a sample of 400 people by accidental sampling method. Data were collected by using questionnaires as the study instruments. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation and multiple regressions analysis by applying all input variables (Enter Regression). Research results were summarized as follows:

1. The majority of the respondents were females. 57.80%. The aged between 41-50 years accounting for 45.00 % , having marital status accounting for 85.50%, the bachelor degree accounting for 56.75 % , they were employed by private companies / contractors accounting for 54.00 % , with an average monthly income of more than 20,000 baht accounting for 49.75 %.

2. The importance level of the marketing mix factors in making decision to purchase used automobiles of customers in Chachoengsao Province. Overall were at a high level. When considering each aspect found that the marketing promotion aspect was at the highest average, followed by the product, staff, price, service process aspects. The distribution aspect and physical environment aspect respectively.

3. The overall level of the consumers' decision to purchase used automobiles of in Chachoengsao Province was at a high level. When considering individual aspect, it was found that sample searched for information about used automobiles from websites, advertising media, online medias, had the highest average, and found that if purchased automobiles next time, would purchase automobiles from the same tent.

4. Marketing mix factors affecting consumers' decision to purchase used automobiles were in the best ranked in descending order from the highest to the lowest, there were the distribution, price, product physical aspects affecting consumers' decision to purchase used automobiles with statistical significance at the .01 level, for the personnel and the service process aspect affecting consumers' decision to purchase used automobiles with statistical significance at the level of .05 in accordance with the assumptions as for the physical environment aspect affecting consumers' decision to purchase used automobiles affected in Chachoengsao province which did not conform to the set assumptions.

Keywords: Marketing Mix, Decision, Used Cars

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันนี้ รถยนต์ ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เพราะในทุก ๆ วัน มนุษย์ต้องมีการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง ซึ่งรถยนต์นั้นก็เป็พพาหนะที่มนุษย์ได้เลือกนำมาใช้มากที่สุด ปัจจุบันรถยนต์มีตลาดที่กว้างขวางมากขึ้น มีผู้ต้องการใช้มากขึ้น และมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสมัยนิยมมากขึ้น การแข่งขันของค่ายผลิตรถยนต์ต่าง ๆ ก็มีการแข่งขันที่มีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการของตนมากขึ้นด้วย และในขณะที่การบริการขนส่งมวลชนของรัฐบาลมีไม่พอเพียง จึงก่อให้เกิดเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการมีรถยนต์ส่วนตัวเพิ่มมากขึ้น

รถยนต์มือสองหรือรถยนต์ใช้แล้ว เข้ามามีบทบาททดแทนรถยนต์ใหม่ ซึ่งนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้แก่กลุ่มบุคคลเหล่านี้ ที่จะหาซื้อรถยนต์ไว้ในครอบครองได้ ในราคาที่เพียงพอกับรายได้ ตลาดรถยนต์มือสองหรือรถยนต์ใช้แล้ว จึงได้รับความสนใจและมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีแนวโน้มที่จะเติบโต

เพิ่มขึ้นต่อไปได้อีก แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศจะตกต่ำหรือผันผวนไปเพียงใดก็ตาม แต่ความต้องการในการเดินทางเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนไทย โดยเฉพาะในภาวะที่เศรษฐกิจดีขึ้น ก็มีการแข่งขันทางธุรกิจด้านนี้มากขึ้น ดังนั้น ความจำเป็นในการใช้รถยนต์จึงทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นตามลำดับ ผสมกับความจำเป็นและความต้องการและค่านิยมด้านความมีหน้าตาในสังคม ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปหันมาซื้อรถยนต์กันมากยิ่งขึ้น ซึ่งเห็นได้จากโฆษณารถยนต์ที่แข่งขันกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ (อุกฤษ อุทัยวัฒนา, 2557:1)

ในปี 2564 ธุรกิจรถยนต์มือสองได้มีการชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการรถยนต์มือสองมองว่า ปีนี้ภาพรวมตลาดซบเซามากที่สุดในรอบ 6 ปี โดยมีสาเหตุมาจาก ผู้บริโภคสนใจซื้อรถยนต์มือสองน้อยลง เนื่องจากรถยนต์ใหม่ป้ายแดงในตลาดมีการแข่งขันด้านราคามากกว่าในอดีต บางรุ่นใช้เงินดาวน์เพียง 5,000 บาท หรือ บางรุ่นคิดดอกเบี้ย 0 เปอร์เซ็นต์ยาวถึง 5 ปี ขณะเดียวกัน ปัจจัยเสี่ยงของตลาดรถยนต์มือสองในปี 2560 ก็คือ ธนาคารที่ปล่อยสินเชื่อรถยนต์มือสองก็เข้มงวดมากขึ้นมากกว่ารถยนต์ใหม่ และส่งผลให้ปี 2564 ตลาดรถยนต์มือสองสามารถปิดตลาดที่ 1,396,500 คัน (Marketeer Team, 2564: ออนไลน์)

กลยุทธ์ทางการตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจเหล่านี้ สามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์การที่วางไว้อย่างได้ผล และยังคงเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการมีความจำเป็นต้องรู้ข้อมูลความต้องการขององค์การ พฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์การขายและบริการ รวมทั้งการบริหารจัดการ เพื่อสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงประเด็น ฉะนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องรู้และเข้าใจถึงปัจจัยการตลาด อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เช่น ปรับกลยุทธ์การตลาดและการวางแผนธุรกิจจำหน่ายรถยนต์มือสอง ตลอดจนการดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อผลประกอบการโดยภาพรวมให้ประสบผลสำเร็จต่อไปในอนาคตรวดเร็ว (พรเทพ อาจวงศ์, 2554:1)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้ปัจจัยทางการตลาดบริการมาเป็นตัวกำหนดในการปรับกลยุทธ์การขายและบริการรวมทั้งการบริหารจัดการ เพื่อสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงประเด็น อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และใช้เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เช่น ปรับกลยุทธ์การตลาดและการวางแผนธุรกิจจำหน่ายรถยนต์มือสองที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งจะประโยชน์แก่ผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง เพื่อเป็นข้อมูลให้กับธุรกิจและผู้ประกอบการที่สนใจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมายและความต้องการของผู้บริโภครถยนต์มือสองต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนของระเบียบวิธีวิจัย ใช้เวลาในการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 รวมเป็นเวลา 6 เดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ

การรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย จากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อความในแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และมีการตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามนั้นไปวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากงานวิจัย ตำรา บทความ เอกสาร รายงาน วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชากรเป้าหมายเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิเคราะห์เชิงสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปมาตรฐาน (SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาและบรรยายระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของกลุ่มตัวอย่าง
2. การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราโดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ด้วยโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

2. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริม

การตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพสรรถนะของเครื่องยนต์อยู่ในสภาพสมบูรณ์และปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่องขนาดและระบบการทำงานของเครื่องยนต์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่อง มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่อง สถานประกอบการมีห้องรับรองลูกค้าที่สะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง มีบริการติดต่อสถาบันการเงินให้กรณีซื้อรถเป็นเงินผ่อน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่อง มีการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพียงพอตามที่ต้องการ ผ่านเว็บไซต์ หรือสื่อออนไลน์อื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีความรู้ในการให้คำแนะนำ ค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมีอัธยาศัยดีที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.6 ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง มีการให้บริการเป็นระบบน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่อง มีพนักงานขายคอยให้การต้อนรับ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.7 ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง มีเครื่องมือตรวจเช็คสภาพรถยนต์ที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ให้ความสำคัญในเรื่อง มีห้องนั่งรอเมื่อมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

3. ระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

ระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่าง เสาะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์มือสองจากเว็บไซต์ สื่อโฆษณา สื่อออนไลน์ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ถ้าซื้อรถยนต์ในคราวต่อไปจะซื้อรถยนต์จากเดิม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ได้ดีที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

อภิปรายผล

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ สอดคล้องกับ ณภัฏฐ์ พรณรักษ์. (2558). ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้ง ด้านบุคคล และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ จิรัสย์ ธีระพัฒนธกร (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา

รายด้าน พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อยู่ในระดับมากที่สุดมี 6 ด้าน คือ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ ธัญญ์สิรินทร์ จันทร์ทรงกรด. (2559: บทคัดย่อ). ที่ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดจันทบุรี พบว่า การตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในภาพรวม ระดับการตัดสินใจจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ลำดับแรก คือ ด้านการประเมินทางเลือกจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือด้านการตัดสินใจเลือกซื้อจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ ณภัทญ์ พรณรัช. (2558) ที่พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่า ลูกค้ามีการตัดสินใจจากด้านการรับรู้ถึงความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านความรู้สึกละหลังการซื้อ และด้านการหาข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา สอดคล้องกับ อุกฤษ อุทัยวัฒนา .(2557:บทคัดย่อ). ที่ศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าเดินรถพัฒนสรณ์ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของรถยนต์ ราคา และการบริการมากกว่าภาพลักษณ์ภายนอกของสถานประกอบการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ได้ดีที่สุดสามลำดับแรก คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างชื่อเสียงของสถานประกอบการ ให้ลูกค้ามีความเชื่อถือ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า มีการจัดแสดงรถยนต์เป็นหมวดหมู่ตามยี่ห้อ ปีใหม่-เก่า และจัดหารถยนต์ให้มีปริมาณมากเพียงพอต่อการเลือกซื้อ
2. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรจัดให้มีระบบเงินดาวน์ต่ำ ให้เลือกระยะเวลาผ่อนชำระได้ มีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ และมีการสำรวจราคาเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่น
3. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับคุณภาพ สรรณะของเครื่องยนต์อยู่ในสภาพสมบูรณ์และปลอดภัย ตรวจสอบประวัติการใช้งานของรถยนต์ และมีรถยนต์ให้เลือกหลากหลายรุ่น หลายยี่ห้อ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก โดยให้ลูกค้าสามารถนำเสนอความคิดเห็นอย่างกว้างขวางมากขึ้น
2. การศึกษาในครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา เท่านั้น หากมีโอกาสควรจะมีการศึกษาในเขตจังหวัดอื่น ๆ ด้วย เพื่อเปรียบเทียบในความเหมือนหรือแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าในแต่ละจังหวัด

เอกสารอ้างอิง

- จิรัสย์ ธีระพัฒน์ธัชกร. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ธัญญ์สิรินทร์ จันทร์ทรงกรด. (2559). *แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในจังหวัดจันทบุรี* (งานนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนาภรณ์ ยศไพบุลย์. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ยี่ห้อโตโยต้า รุ่นโคโรล่า อัลติส ของผู้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณภัฏญ์ พรรณรักษ์. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ* (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตศึกษา). ศรีสะเกษ: มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- ณัฐา ฉางชูโต. (2556). *หลักการตลาดสำหรับนักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อุกฤษ อุทัยวัฒนา .(2557). *พฤติกรรมในการเลือกซื้อรถยนต์มือสองของลูกค้าต้นที่รถพัฒนสรณ์ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี* (งานนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สุวรรณา กองกุด

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

BEHAVIOR OF DECISION-MAKING IN SELECTING SPA SERVICES OF SERVICE USERS IN PATTAYA CHONBURI PROVINCE

Suwanna Kongkut

School of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology, Thailand

E-mail: suwanna@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปา เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาและเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของคอกชเรน ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ยอมให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และทำการทดสอบสมมติฐานโดยการด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regresstion Analysis) ด้วยวิธีการนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Selection) ผลการวิจัย สรุปได้ ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.50 มีอายุ 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีสถานภาพ สมรส คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 41.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 45.75

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสปาประเภทนวดตัว/นวดสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 28.25 ใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 83.30 วันที่ไปใช้บริการสปาบ่อยที่สุดคือวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 58.25 ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการสปาบ่อยที่สุด 16.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.75 ค่าใช้จ่ายต่อการเลือกใช้บริการสปาในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 46.80

3. ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ด้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร

รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

4. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เลือกใช้บริการสปา โดยพิจารณาจากคุณภาพการให้บริการของสถานบริการ และความเชี่ยวชาญของพนักงานผู้ให้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสปา มีการศึกษาข้อมูลจาก เว็บไซต์ Facebook และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวแปรร่วมอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ได้ร้อยละ 75.1

คำสำคัญ: พฤติกรรม การตัดสินใจ สปา

Abstract

The research study on marketing mix affecting the decision Making to select to use Spa services in Pattaya. Chonburi province. The objectives were to study behavior of customer service in Pattaya, Chonburi province, to study the level of importance of Marketing mix factors affecting the decision Making to select using Spa services in Pattaya. Chonburi , to study the level of selection of using Spa services and to study marketing mix factors affecting the decision making to select to use Spa services of the servicers in Pattaya. Chonburi province. The sample groups in this research were the servicers in Pattaya. Chonburi province with 400 people. The researchers determined the sample size using the Cochren's population unknown formula with a 95% confidence level, allow tolerances of no more than 5% and using accidental sampling method Data were collected by using questionnaires as a study instruments. Data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing by Multiple Regression Analysis by using all input variables. (Enter Selection) The research results were summarized as follows

1. Majority of the respondents were female, accounting for 70.50 % with the aged 36-50 years, accounting for 46.00 % , having marital status accounting for 48.00%, had the bachelor's degree accounting for 61.50% , were employed by private company / contractor

accounting for 41.25% with an average monthly income of 25,001 - 50,000 baht accounting for 45.75 %

2. Majority of the respondents used spa services for body massage with herbal massage, 28.25% used the service on average 1-2 times a month, accounting for 83.30% . The day that used the spa most often were Saturday-Sunday accounting for accounting for 58.25% were the most frequent period of time used in spa services from 16.01-20.00 hrs, accounting for 41.75%. The cost of each spa selection was less than 1,000 baht, accounting for 56.00%. The objective of using the spa service for relaxation, accounting for 46.80 percent%.

3. The marketing mix factors in selection the spa services. The overall level were at the high level. When considering in individual aspect by descending order of average from high to low and found that the highest average was the personnel, followed by the service process, an average of the physical environment, with an average product ,with an average price, with the average of the distribution, with the average and marketing promotion, respectively.

4. The level of decision to select spa services. Overall were at a high level. When considering in individual aspect found that the highest average was the selection to use spa services By considering the service quality of the service place and the expertise of the service staff. The lowest average was before deciding to use the spa service, there was studying all data from facebook websites and various online Medias.

5. Marketing mix factors, there were product, price, distribution, marketing promotion, personnel, service process and physical environment affecting the decision to select to use spa services of the users in Pattaya. With statistical significance at 0.05 level. This was according to the assumptions. The marketing mix factors of all 7 variables explained the variance of the decision to select to use spa services by 75.1%.

Keywords: Behavior, Decision, Spa

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจสปาเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยอย่างเติบโตต่อเนื่อง โดยการเก็บข้อมูลของสมาคมสปาไทยพบว่า ในปี 2557 มีมูลค่าตลาดธุรกิจสปา 29,000 ล้านบาท ปี 2558 มูลค่าตลาดธุรกิจสปาเพิ่มเป็น 31,000 ล้านบาท มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสปาที่มีใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข 1,600

ราย จากการศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าในปี 2561-2564 พบว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสปาติดอันดับธุรกิจดาวรุ่ง 1 ใน 5 มาตลอดต่อเนื่อง ปัจจัยที่สนับสนุนให้ธุรกิจ สปาเติบโต คือ จำนวนนักท่องเที่ยว ความเครียดของคน และสังคมผู้สูงอายุ โดยธุรกิจสปาสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อเสริมสวย ธุรกิจสปาเติบโตขึ้นต่อเนื่อง แม้ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว เนื่องจากธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ และธุรกิจด้านความงาม จึงทำให้มูลค่าการตลาดเติบโตขึ้นต่อเนื่อง เพื่อให้มีสุขภาพ ที่ดี สมบูรณ์ แข็งแรงทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจ จิตวิญญาณ (จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์, 2561: 381)

จากการวิเคราะห์สภาพตลาดและวงจรชีวิตธุรกิจของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า ธุรกิจสปาจัดอยู่ในช่วงที่มีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากแนวโน้มของผู้บริโภคจำนวนมากมีความตื่นตัว และระมัดระวังดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น มีสถานประกอบการเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นมากมายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจด้านสปา จะสามารถแข่งขัน ในตลาดได้นั้น จำเป็นต้องหาจุดแข็งของตัวเองให้ได้และพัฒนาจุดแข็งนั้นให้เป็นข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง เน้นสร้างความแตกต่างหรือปรับปรุงการให้บริการที่ดีอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นต้องทำการวิจัยและศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นระยะ ๆ เพื่อเตรียมตัวหรือปรับตัวให้เข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ต้องมีการทำการวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อหากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและแข่งขันได้ ผลการวิจัยตลาดสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นเหตุผลจูงใจต่อการตัดสินใจในการเข้ารับบริการในศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ (สปา) ตัวอย่างเช่น ทำเลสถานที่ตั้ง และการออกแบบร้าน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งจะต้องมีความสะดวกในการเดินทางไปมา ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนั้นยังรวมไปถึงสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยของทำเลที่ตั้ง ปัจจัยทางมาตรฐานการยอมรับและบุคลากร ความชำนาญของพนักงาน และการให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ กับผู้บริโภคนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากว่าผู้ที่มาใช้บริการในสปาเพื่อต้องการความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจนั้นส่วนมากยังไม่ค่อยมีความรู้และเข้าใจถึงข้อดีหรือประโยชน์ของการใช้บริการในสปา หรือกระทั่งวิธีการนวดในแบบต่าง ๆ ที่แท้จริง ปัจจัยทางด้านรูปแบบของการให้บริการ ผู้เข้ามาใช้บริการในสปาให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการเข้ารับบริการ เนื่องจากว่าบริการหลักๆ ในสปา คือ การให้บริการนวด ซึ่งการนวดในแต่ละแบบนั้นจะต้องมีการนวดหรือสัมผัสเส้นต่างๆ ของร่างกาย ดังนั้น พนักงานนวดต้องอธิบายหรือให้ความมั่นใจกับลูกค้า และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ต้องสะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย ปัจจัยทางด้านราคาและรายการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคมีโอกาที่จะถูกกระตุ้นให้เกิด การทดลองใช้บริการในสปาได้ง่าย จากส่วนลดพิเศษที่ทางร้านนำเสนอให้ ส่วนการให้ความรู้ทางด้านสุขภาพและอนามัยกับผู้บริโภค ก็เป็นบริการเสริมที่สำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคมีความรู้และความเข้าใจ กระตุ้นให้มีการตื่นตัวและเริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการในสปา เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจในการซื้อที่ค่อนข้างสูง ซึ่งทำให้ร้านค้าสามารถตั้งราคาค่าใช้บริการได้สูง (Phinaitrup, 2014 อ้างถึงใน ศัชชญาน์ ดวงจันทร์ และนริศา คำแก่น, 2557:30)

จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันสูง เพราะเป็นกระแสนิยม ผู้ประกอบธุรกิจสปาจึงจำเป็นต้องมีแนวทางหรือในการรับมือการขยายตัวของธุรกิจสปาที่มีตลอดเวลา ทำให้ต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะการที่เปลี่ยนแปลง และสร้างความได้เปรียบเพื่อความเป็นผู้นำในธุรกิจสปา แต่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับ ปัจจัยหลายประการ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยสาเหตุที่ผู้ศึกษาเลือกที่จะศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เนื่องจากเขตเมืองพัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งทางบก และทางน้ำ และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P มาศึกษา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ และศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้

บริการสปา 5 ด้าน ได้แก่ 1) การรับรู้ความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้อ 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังจากการซื้อ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ของคอกเชเรน (Cochran, 1977 : 76) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ยอมให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนของระเบียบวิธีวิจัย ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2564 รวมเป็นเวลา 6 เดือน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พฤติกรรมส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการสปาจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ประเภของการบริการสปาที่เลือกใช้เป็นประจำ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน วันที่นิยมเข้าไปใช้บริการสปา ช่วงเวลานิยมเข้าไปใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง และวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา โดยใช้คำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

การรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Source of data)

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมส่วนบุคคลในการใช้บริการสปา โดยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ค้นคว้าศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ อินเทอร์เน็ต ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ได้จากการใช้แบบสอบถามการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้มาใช้บริการของผู้มาใช้บริการสปา โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. วิเคราะห์ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regresstion Analysis) ด้วยวิธีการนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Selection)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสปาประเภทนวดตัว/นวดสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 28.25 ใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 83.30 วันที่ไปใช้บริการสปาบ่อยที่สุดคือวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 58.25 ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการสปาบ่อยที่สุด 16.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.75 ค่าใช้จ่ายต่อการเลือกใช้บริการสปาในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 46.80

2. ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา

ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ด้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ มี ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2.1 ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงของทางร้านเป็นที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และให้ความสำคัญในเรื่องไม่มีบริการอื่นแอบแฝง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.2 ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง มีการแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการใช้บริการสปาของ ที่อื่น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.3 ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา ด้านการจัด จำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง ทำเล ที่ตั้งของสปาเดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และให้ความสำคัญในเรื่อง มีเอเจนซี่ทัวร์เป็นสื่อกลางช่วย ประสานงานในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.4 ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา ด้านการส่งเสริม การตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง การ บอกต่อจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และให้ความสำคัญในเรื่อง มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่าง หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.5 ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานมี ทักษะการนวดที่ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา มี ค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.6 ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา ด้านกระบวนการ ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง เอาใจใส่กับทุกความต้องการของผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยสูงสุด และให้ความสำคัญในเรื่อง การมีบริการเสริมเป็น เบเกอรี่และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น ชาสมุนไพร น้ำผลไม้ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2.7 ระดับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดสถานที่ เติง และเครื่องใช้สอยต่างๆ ค่าเฉลี่ยสูงสุด และให้ความสำคัญในเรื่อง มีเครื่องดื่มที่เป็น เอกลักษณ์ของสปา (Welcome Drink) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

3. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เลือกใช้บริการสปา โดยพิจารณาจากคุณภาพการให้บริการของสถานบริการ และความ เชี่ยวชาญของพนักงานผู้ให้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสปา มี การศึกษาข้อมูลจาก เว็บไซต์ Facebook และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

4. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมือง พัทยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7 ตัวแปรร่วมอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ได้ร้อยละ 75.1

อภิปรายผล

1. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา

ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ด้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สอดคล้องกับ ภักดี กลิ่นภักดี (2560) ที่ศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล แบ่งออกเป็น 4 ด้าน (4Ps) ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ มีความสำคัญมากที่สุด 2) ด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญมาก 3) ด้านราคา มีความสำคัญมาก และ 4) ด้านการส่งเสริมการขาย มีความสำคัญมาก ตามลำดับ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรทัย จันทรโร (2558) ที่พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับน้อยทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ศัชชญาส์ ดวงจันทร์ และนริศา คำแก่น (2558) ที่พบว่า ในด้านของความคาดหวังในด้าน 7Ps กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาในเรื่องของแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการปรึกษาเพื่อทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปานั้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีอยู่ 3 ด้านด้วยกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกายภาพ ซึ่งจะส่งผลในทางบวก กล่าวคือหากมีการกระตุ้น ผู้บริโภคด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดี ประกอบกับการมีสภาพแวดล้อมในการอำนวยความสะดวกที่ดี จะส่งผลให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น ในขณะที่ตัวแปรอีกหนึ่งด้าน คือด้านการส่งเสริมการตลาด จะมีผลทางลบกับการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากพบว่า บุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไปไม่ได้ให้ความสนใจกับการส่งเสริมการตลาดมากเท่าที่ควร แต่

ต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีเพื่อใช้ประกอบเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

3. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เลือกใช้บริการสปา โดยพิจารณาจากคุณภาพการให้บริการของสถานบริการ และความเชี่ยวชาญของพนักงานผู้ให้บริการ อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการรู้สึกพอใจในบริการทั้งด้านการบริการโดยรวมและความปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่มีทักษะและความชำนาญสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการในเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สมณ พรหมหิตาทร (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อ สุขภาพประเภท Day spa ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภท Day spa ของผู้ให้บริการในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเรียงลำดับอิทธิพลที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความเพียงพอของสาขาที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการและการแต่งกายของพนักงาน ปัจจัยด้านราคาและความเหมาะสมของระยะเวลาการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและความรู้ในการให้บริการของพนักงาน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อาจเป็นเพราะปัจจุบันทั้งผู้ประกอบการและผู้รับบริการต่างก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านการตลาด จึงทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้ดีที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ผู้วิจัยจึงเสนอแนะผลการวิจัย จากปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในสามลำดับแรก ดังนี้

ด้านบุคลากร อาจกล่าวได้ว่าพนักงานนวดที่เก่งเป็นทรัพยากรทางการบริหารที่มีค่าอย่างมาก จึงเสนอให้ สถานประกอบการสปา สร้างความพึงพอใจให้พนักงานมีความสุขกับการทำงาน ด้วยการสร้างปัจจัยแรงจูงใจต่าง ๆ อาทิ ค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีการยกย่องชมเชย มีความก้าวหน้าในการทำงาน เช่น การมีตำแหน่งงานภายในร้าน มีการเพิ่มค่าตอบแทนในรายปี ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อให้บุคลากรเหล่านั้นมีความตั้งใจที่จะคงอยู่ในงานต่อไปในระยะยาว

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการให้มีความหลากหลาย เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความต้องการหลากหลายรูปแบบ เพื่อต้องการความสบาย มีสุขภาพดี ตลอดจนต้องการความสวยงาม ในการทำสปาให้กับร่างกาย เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยในการใช้บริการ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้วิจัยเสนอให้สถานบริการสปาส่งเสริมเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในการตกแต่งสถานที่ สร้างความเงียบ สงบ ความเป็นส่วนตัวของห้องนวดที่ให้บริการต้องมีความเหมาะสมแก่การพักผ่อน คลาย มีมาตรฐานความสะอาดของสถานที่ เตียง และเครื่องใช้สอยต่างๆ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จ่ายเงินในราคาสูง ดังนั้นการสร้างคุณค่า ให้การบริการมีมูลค่าที่ลูกค้าจะได้รับนั้นมีความสำคัญยิ่งต่อการประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำศึกษาในเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

2. ควรมีการศึกษาถึงกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ เพื่อที่จะนำผลการวิจัยมาทำการศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นกลุ่มชาวต่างชาติให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ:แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). *ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร ภูเก็ต ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กลุ่มงานส่งเสริมพัฒนา สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2551). *เกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข.
- ศัชนุศาสตร์ ดวงจันทร์ และนริศา คำแก่น (2558). *ความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม*. งานวิจัยปีงบประมาณ 2557 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ธนพล รุ่งเลิศอนันต์. (2560). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่โรงแรมธนวิไฮเทลแอนด์สปา อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์* (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการโรงแรมและภัตตาคาร). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยดุสิตธานี.
- บุญญา สมนพทอง(2558). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การคำนึงต่อการดูแลสุขภาพด้านความ งามและการรับรู้ความแตกต่างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้า*. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวิณี กาญจนภา. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภักดี กลั่นภักดี. (2560). *ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ* (วิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ประเภท Day spa ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระ หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันทรัพยากรเส้นทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). *รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญาและนวัตกรรม.
- อรัญ จันทโร. (2558). *พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี* (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- Cochran, William.G. (1997). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley and Sons.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

ลิขสิทธิ์ : สำนักงานวารสารการบริหารและพัฒนา วิทยาลัยพณิชยการบึงกาฬ

เว็บไซต์ : <http://nb.pcbu.ac.th/?page id=450>

จำนวนพิมพ์ 300 เล่ม

ปีที่พิมพ์ : 2565

พิมพ์ที่ : เอ็ม เอ็ม กอปปี้แอนด์เซอร์วิส