

การจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ The Information Management for Community-Based Research of Rajabhat Universities

ผศ.จารุวรรณ ลิ้มปี่ไพบูลย์^{1*} และ รศ.ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน²

Asst. Prof. Charuwan Limphaiboon^{1*} and Assoc. Prof. Dr. Namtip Wipawin²

¹สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

²แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*Corresponding author. E-mail: jaruwan017@hotmail.com

บทคัดย่อ

การจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ และ 2) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏจากระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา(CHE QA Online) ปีการศึกษา 2557-2559 และการวิเคราะห์การจัดการสารสนเทศงานวิจัยจากระบบสารสนเทศด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วยวิธีการทางบรรณมิติเชิงปริมาณ ผลการวิจัยประเด็นที่ 1 สภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏมีการดำเนินงานด้านงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 60 ของงานวิจัยทั้งหมด พื้นที่ดำเนินการวิจัยเพื่อท้องถิ่นจะเป็นพื้นที่อำเภอต่างๆในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏนั้น และมีพื้นที่วิจัยในจังหวัดใกล้เคียงบ้างแต่ไม่มาก มีการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์เชิงนโยบาย ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ประโยชน์เชิงสาธารณะ และประโยชน์เชิงวิชาการ ประเด็นที่ 2 สภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งมีระบบสารสนเทศเพื่อบริหารจัดการงานวิจัย มีการจัดเก็บข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยคล้ายๆกัน ได้แก่ ข้อมูลงานวิจัย ข้อมูลแหล่งทุนและงบประมาณ ข้อมูลนักวิจัย และข้อมูลการตีพิมพ์เผยแพร่ แต่ยังพบว่ารายละเอียดและรายการข้อมูลที่จัดเก็บในฐานข้อมูลยังมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ถือเป็นอุปสรรคในการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย ข้อมูลของมหาวิทยาลัยราชภัฏหลายแห่งไม่เป็นปัจจุบัน ข้อมูลด้านวิจัยส่วนใหญ่ที่นำมาเผยแพร่จะเป็นข้อมูลในลักษณะการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารมากกว่าการให้ข้อมูลในลักษณะการประมวลผลเป็นระบบสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อการบริหารจัดการงานวิจัย เมื่อนำข้อมูลการศึกษาสภาพงานวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับข้อมูลการจัดการสารสนเทศงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏที่มีการจัดการข้อมูลงานวิจัยที่ดีส่วนใหญ่

จะมีผลการดำเนินงานด้านการวิจัยอยู่ในเกณฑ์ระดับดีและดีมากด้วย ดังนั้นหากข้อมูลด้านงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมียุทธศาสตร์แบบการจัดการสารสนเทศที่ดีเป็นระบบ มีการกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของข้อมูลที่ต้องการจัดเก็บให้เป็นมาตรฐาน จะทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งสามารถเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลระหว่างมหาวิทยาลัยร่วมกันได้ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการวางนโยบาย การวางแผน และการผลิตผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นซึ่งเป็นพันธกิจหลักของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในการพัฒนาสังคม ชุมชนท้องถิ่น และประเทศชาติต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการสารสนเทศ งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏ

Abstract

The objectives of the research “The Information Management for Community-based Research of Rajabhat Universities were 1) to study the circumstances of community-based research of Rajabhat Universities and 2) to explore the environment of information management for community-based research of Rajabhat Universities by using the analysis of the research operation results from Rajabhat University's database of quality assurance (CHE QA Online) from the academic year 2557-2559 and the analysis of information management from the research information system of 38 Rajabhat Universities, using the research record of community-based research in Rajabhat universities. The data was analyzed by quantitative method to analyze and classify the research findings in various ways in order to know the current state of community-based research in Rajabhat universities. The research findings were as follows: Issue 1: Number and type of research Rajabhat universities have 60% of the total research work. The community-based research area will be the area of the districts in the province where the Rajabhat University is located. There are some research areas in the neighboring provinces, but not many. The results of the research are useful to the local community which can be divided into 4 aspects; Policy benefit, Commercial benefit, Public benefit, and Academic benefits. Issue 2: Every Rajabhat University had an information system to manage the research, kept the main research related data the same including research data, resources and budget information, researcher information, and publishing information. It also found that the details and data items stored in the database are quite different. It is a barrier for sharing information among

universities. The information of some Rajabhat Universities is not current. Most of the research published in the dissemination literature will be in the form of information distribution or public relation more than information processing or information management which is useful for research management. The research data were analyzed in conjunction with information management information of Rajabhat Universities. It was found that Rajabhat University, which had good research data management, most of them had good and very good research results. Therefore, if the research information management for community-based research of Rajabhat Universities has a good information management system, appoints the format and the structure of the data to be stored standard. All Rajabhat Universities can link and integrate information among universities. It increases the capacity for planning, policy, and production of community-based research, which is the core mission of Rajabhat Universities in social development, local community, and the nation subsequently.

Keywords: Information Management, Community-based Research, Rajabhat Universities

บทนำ

ในปัจจุบันการวิจัยมีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับความเจริญก้าวหน้าในทุก ๆ ศาสตร์ เพราะสามารถนำเอาการวิจัยมาใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหา ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วเพราะมีการวิจัย การวิจัยถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำมาใช้ผลักดันให้ประเทศก้าวไปสู่สังคม เศรษฐกิจฐานความรู้และสังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความเจริญก้าวหน้าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ทั้งนี้เพราะการวิจัยเป็นการสร้างความรู้ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจในการแก้ปัญหาและพัฒนางานด้านต่างๆ เป็นเครื่องมือสร้างคนในระบบการศึกษา เป็นเครื่องมือในการนำความรู้มาใช้สร้างศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศสามารถพึ่งตนเองได้ไม่ต้องอาศัยความรู้ของผู้อื่นหรืออาศัยแต่เพียงส่วนน้อย อีกทั้งนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อสร้างความมั่นคงมั่งคั่งและความเข้มแข็งให้กับประเทศได้ (สุทธิพร จิตต์มิตรภาพ, 2553) และงานวิจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศถือเป็นองค์ความรู้ที่นำมาสู่การพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนที่ถือเป็นรากเหง้าของการพัฒนาประเทศคือ งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น(Community-based research) เพราะถือเป็นงานของคนท้องถิ่นเพื่อคนท้องถิ่น (สินธุ์ สโรบล, ศรีศักดิ์ วลลิโถม, กาญจนา แก้วเทพ และ กาญจนา ทองทั่ว, 2552) ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์การวิจัยของชาติ พ.ศ. 2555-2559 คือ

“ประเทศไทยมีและใช้งานวิจัยที่มีคุณภาพ เพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน” โดยมีการกำหนดพันธกิจการวิจัยของชาติ พ.ศ. 2555-2559 คือ “พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการวิจัยของประเทศให้สูงขึ้นและสร้างฐานความรู้ที่มีคุณค่า สามารถประยุกต์และพัฒนาวิทยาการที่เหมาะสมและแพร่หลาย รวมทั้งให้เกิดการเรียนรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ตลอดจนเกิดการพัฒนาคูณภาพชีวิตโดยใช้ทรัพยากรและเครือข่ายวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม”(นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2555-2559)

มหาวิทยาลัยราชภัฏได้ดำเนินพันธกิจด้านการวิจัยที่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ เนื่องจากเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่มีพันธกิจด้านการสอน การบริการวิชาการแก่สังคมและการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ดังเช่นที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 หมวดที่ 1 มาตรา 7 ให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน วิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทุนบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ผลิตครู และส่งเสริมวิทยฐานะครู และ มาตรา 8 ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตาม มาตรา 7 ให้กำหนดภาระหน้าที่ของมหาวิทยาลัยในข้อ (8) ไว้ดังต่อไปนี้ (8) ศึกษา วิจัย ส่งเสริมและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริในการปฏิบัติภารกิจของมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จากพันธกิจดังกล่าวตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ จึงทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเกิดการดำเนินงานด้านการวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏได้ดำเนินพันธกิจ ด้านการวิจัยโดยเน้นการวิจัยเพื่อท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งต้องทำหน้าที่นำองค์ความรู้ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยมาทำงานวิจัยพัฒนาท้องถิ่นร่วมกับชุมชน จึงเกิดผลผลิตทางด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นจำนวนมาก แต่ผลผลิตจากงานวิจัยดังกล่าวของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏกลับไม่ค่อยมีการรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบ

จากการดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือของสกว.และมหาวิทยาลัยราชภัฏในระยะที่ผ่านมา สกว.ได้ศึกษาข้อมูลแบบจำลองการพัฒนาระบบบริหารจัดการงานวิจัยสู่ความเป็นเลิศเพื่อการพัฒนาสังคมชุมชนท้องถิ่น(เอกสารการประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนกองทุนวิจัย มรภ.- สกว, 2560) โดยให้มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งพิจารณาจากจุดอ่อนของตัวเอง พบว่า ระบบสารสนเทศ เป็นปัจจัยหนึ่งขององค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้าที่เป็นตัวการสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏให้มีประสิทธิภาพ การศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและ

การศึกษาสภาพการจัดการข้อมูลวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ จะทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏมองเห็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อจัดการข้อมูลการวิจัยเพื่อท้องถิ่นในปัจจุบันให้เป็นระบบ สามารถสนับสนุนการจัดการผลผลิตทางปัญญาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการติดต่อสื่อสารทางวิชาการ และทำหน้าที่รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่แสดงผลผลิตทางวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งสามารถสะท้อนภูมิปัญญาและความเชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่ง รวมถึงทำให้เห็นจุดอ่อนจุดแข็งของการดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการสร้างความรู้ที่มีลักษณะเป็นสหวิทยาการเพิ่มมากขึ้น เอื้ออำนวยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏจะช่วยป้องกันข้อมูลไว้สำหรับการใช้งานในอนาคต นั่นคือการอนุรักษ์ข้อมูลเพื่อการใช้งานในอนาคต นักวิจัยควรพิจารณาเรื่องการอนุรักษ์ข้อมูล การวิจัยที่เกิดขึ้นระหว่างการทำวิจัยด้วยว่าจะมีกระบวนการอย่างไร เพื่อให้ข้อมูลการวิจัยที่เกิดขึ้นนี้สามารถเข้าถึงได้ในระยะยาว นอกจากจัดทำเพื่อค้นคืนข้อมูลได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว เอื้อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลการวิจัยได้สะดวกขึ้นด้วย เป็นการพัฒนาสังคมวิชาการในปัจจุบันให้กลายเป็นสังคมแห่งการแบ่งปันความรู้ แบ่งปันข้อมูล ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหนึ่งที่สังคมวิชาการในประเทศไทยต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติไปสู่แนวคิดนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดเชิงวิชาการ และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานต้นสังกัดหรือเจ้าของทุนวิจัย

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยต้องดำเนินการศึกษาเพื่อค้นหาคำตอบว่า งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมีการดำเนินงานเป็นอย่างไร และการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมีลักษณะเป็นอย่างไร ในการวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน 4 ข้อ ได้แก่ 1.) เพื่อศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ 2.) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ 3.) เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 4.) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะขอนำเสนอผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 เท่านั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จะนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏต่อไป เพื่อให้สารสนเทศงานวิจัยถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นอันเป็นพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและท้องถิ่นอย่างแท้จริงอันเป็นรากฐานต่อการพัฒนาประเทศ และเป็นการส่งเสริมผลักดันให้นักวิจัยสามารถผลิตผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่มีคุณภาพนำสู่การขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการรับใช้สังคมได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ
- 2) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาโดยมุ่งศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ และศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศจำนวน 38 แห่ง โดยผลการวิจัยครั้งนี้จะนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการทำงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น หรือนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนงาน และการดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น อันเป็นพันธกิจที่สำคัญของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและการจัดการข้อมูลงานวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.) สร้างแบบบันทึกข้อมูลการศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ และแบบบันทึกข้อมูลการศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยการศึกษาข้อมูลจากสภาพจริงด้านงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบกับการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ สารสนเทศด้านการวิจัย การจัดการสารสนเทศ ความต้องการสารสนเทศ กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น และการดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ แล้วนำมากำหนดเป็นหัวข้อของแบบบันทึกข้อมูล โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านสารสนเทศศาสตร์ การจัดการสารสนเทศและการวัดประเมินผล รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ท่าน ในการตรวจสอบเครื่องมือก่อนการนำไปใช้บันทึกข้อมูล

3.) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบบันทึกข้อมูลการศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เก็บรวบรวมข้อมูล ระบบและกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัย งบประมาณการวิจัย การตีพิมพ์เผยแพร่ จากระบบ CHEQA Online System ของสกอ. และข้อมูลรายงานประจำปีของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ส่วนการศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ดำเนินการโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาสภาพจริงจากการรวบรวมข้อมูลสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ จากฐานข้อมูลออนไลน์และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง จากนั้นบันทึกและรวบรวมข้อมูลลงในแบบบันทึกข้อมูลที่ได้ทำการออกแบบไว้ นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยที่สืบค้นได้ทั้งหมดด้วยวิธีการทางบรรณมิติเชิงปริมาณ วิเคราะห์และจำแนกข้อมูลผลงานวิจัยในลักษณะต่าง

ๆ เพื่อทราบถึงข้อมูลสภาพปัจจุบันของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏและสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

นิยามศัพท์

1.) งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น(Community-Based Research) หมายถึงงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่มีกระบวนการดำเนินงานวิจัยในท้องถิ่นและชุมชน มีการลงพื้นที่ และใช้พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นกรณีศึกษา

2.) สภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาสภาพจริงจากการรวบรวม และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏจากระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา(CHE QA Online) ของสกอ. และข้อมูลรายงานประจำปีของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง ในประเด็นดังต่อไปนี้ จำนวนและประเภทของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น แหล่งทุนและงบประมาณการวิจัย การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัย การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และระบบกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัย

3.) สภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาสภาพจริงจากการรวบรวมข้อมูลสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏจากฐานข้อมูลออนไลน์และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง ในประเด็นดังต่อไปนี้ นโยบายและการวางแผน การรวบรวมและจัดเก็บสารสนเทศ การจัดการระบบสารสนเทศ การบริการเผยแพร่ข้อมูล และการเก็บรักษาข้อมูล

ผลการวิจัย

1. จากการศึกษารวบรวมและวิเคราะห์ผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏจากระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา(CHE QA Online) ของสกอ. และข้อมูลรายงานประจำปีของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ผลการวิจัยพบว่าสภาพการดำเนินงานด้านงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นดังนี้

1.1. จำนวนและประเภทของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จากการวิเคราะห์ชื่อเรื่องของงานวิจัยทั้งหมดในปีการศึกษา 2558 พบว่ามีงานวิจัยทั้งหมดจำนวน 6,829 เรื่อง เป็นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจำนวน 4,097 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 59.99 ส่วนปีการศึกษา 2559 พบว่ามีงานวิจัยทั้งหมดจำนวน 8,281 เรื่อง เป็นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจำนวน 5,136 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 62.02 จะเห็นได้ว่างานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยละ 60 เป็นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ในส่วนที่เหลือจะแบ่งเป็นงานวิจัยองค์ความรู้ตามศาสตร์ร้อยละ 25 งานวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนร้อยละ 10 และเป็นงานวิจัยอื่นๆ

เช่น งานวิจัยสถาบัน งานวิจัยประเมินความพึงพอใจ อีกร้อยละ 5 การดำเนินงานด้านการวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏในช่วงระยะเวลา 3 ปี(ปีการศึกษา 2557-2559) ที่ผ่านมาพบว่า มีจำนวนงานวิจัยที่เพิ่มขึ้น สามารถวิเคราะห์แบ่งประเภทเนื้อหาของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นออกเป็น 10 ประเภท ตามการแบ่งหมวดหมู่ของโครงการวิจัยเพื่อท้องถิ่นของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น โดยเรียงลำดับจากประเภทที่มีการดำเนินงานเป็นจำนวนมากที่สุดไปถึงจำนวนน้อยที่สุด ดังนี้ (1.) เศรษฐกิจชุมชน ร้อยละ 21 (2.) การบริหารจัดการท้องถิ่น ร้อยละ 17 (3.) การศึกษากับชุมชน ร้อยละ 13 (4.) ศิลปวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ร้อยละ 12 (5.) ชุมชนกับการจัดการทรัพยากร ร้อยละ 10 (6.) เกษตรกรรมยั่งยืน ร้อยละ 9 (7.) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 7 (8.) สุขภาพ หมอเมือง และสมุนไพร ร้อยละ 6 (9.) เด็ก เยาวชน และครอบครัว ร้อยละ 3 (10.) โครงการอื่น ๆ ร้อยละ 2

1.2. แหล่งทุนและงบประมาณการวิจัย แหล่งทุนวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏแบ่งเป็น 2 แหล่งทุน คือ

1.2.1. แหล่งทุนภายใน เป็นเงินงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่จัดสรรเป็นทุนวิจัย ซึ่งมาจากเงินงบประมาณแผ่นดินที่รัฐบาลจัดสรรให้แก่มหาวิทยาลัย และงบประมาณเงินรายได้ที่มหาวิทยาลัยหาได้เอง

1.2.2. แหล่งทุนภายนอก เป็นเงินงบประมาณด้านการวิจัยที่มหาวิทยาลัยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.) สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานที่เป็นเครือข่ายในท้องถิ่น เป็นต้น

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานด้านงบประมาณสนับสนุนงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏตามเกณฑ์การประกันคุณภาพในตัวเองชี้ที่2.2 เงินสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2557-2559 ดังข้อมูลที่แสดงตามตาราง1 พบว่าในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมามหาวิทยาลัยราชภัฏมีแนวโน้มในการได้รับเงินสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์มากขึ้น มีผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมากเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มได้รับการสนับสนุนงบประมาณการวิจัยจากหน่วยงานภายนอกเพิ่มขึ้น ตามตาราง2 แต่พบข้อสังเกตว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนใหญ่ซึ่งมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 ได้รับเงินสนับสนุนงานวิจัยมาจากแหล่งทุนภายในมากกว่าแหล่งทุนภายนอก โดยเฉลี่ยแล้วคิดเป็นงบประมาณจากแหล่งทุนภายในประมาณร้อยละ 60 เป็นงบประมาณจากแหล่งทุนภายนอกประมาณ ร้อยละ 40

ตาราง1 แสดงระดับผลคะแนนของการดำเนินงานด้านบสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ ในตัวบ่งชี้ที่ 2.2 จำแนกตามปีการศึกษา

ปีการศึกษา	จำนวนมหาวิทยาลัยราชภัฏ และระดับผลคะแนนของเงินสนับสนุนการวิจัย				
	ดีมาก (4.51-5.00)	ดี (3.51-4.50)	พอใช้ (2.51-3.50)	ต้องปรับปรุง (1.51-2.50)	ปรับปรุง เร่งด่วน(1.00-1.50)
2559	25 แห่ง	12 แห่ง	1 แห่ง	-	-
2558	22 แห่ง	15 แห่ง	1 แห่ง	-	-
2557	20 แห่ง	15 แห่ง	3 แห่ง	-	-

ตาราง2 แสดงค่าร้อยละของบสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง แบ่งเป็น งบประมาณจากแหล่งทุนภายในและงบประมาณจากแหล่งทุนภายนอก จำแนกตามปีการศึกษา

ปีการศึกษา	ค่าร้อยละของบสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ	
	งบประมาณจากแหล่งทุนภายใน	งบประมาณจากแหล่งทุนภายนอก
2559	ร้อยละ 54	ร้อยละ 46
2558	ร้อยละ 57	ร้อยละ 43
2557	ร้อยละ 59	ร้อยละ 41

1.3. การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย จากการศึกษาวิจัยพบว่าเมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานด้านการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏตามเกณฑ์การประกันคุณภาพ ในตัวบ่งชี้ที่2.3 ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำและนักวิจัยตั้งแต่ปีการศึกษา 2557-2559 ดังข้อมูลที่แสดงตามตาราง3 พบว่าในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมามหาวิทยาลัยราชภัฏมีแนวโน้มในผลการดำเนินงานด้านการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แสดงว่า อาจารย์และผู้บริหารในมหาวิทยาลัยราชภัฏมีความตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องของการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยมากขึ้น มีผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ระดับดีมากและระดับดีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปีการศึกษา 2558 และ 2559 ไม่มีมหาวิทยาลัยที่อยู่ในเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุงเร่งด่วนแล้ว แต่พบข้อสังเกตว่าอาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏมีการเผยแพร่ผลงานวิจัยจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นการเผยแพร่ในลักษณะของการเข้าร่วมประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติมากกว่าการตีพิมพ์ใน

วารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติที่อยู่ในฐาน จึงเป็นผลทำให้ได้ค่าน้ำหนักของผลงานค่อนข้างน้อย

ตาราง 3 แสดงระดับผลคะแนนของการดำเนินงานด้านการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำและนักวิจัยในมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ ในตัวบ่งชี้ที่ 2.3 จำแนกตามปีการศึกษา

ปีการศึกษา	จำนวนมหาวิทยาลัยราชภัฏ และระดับผลคะแนนของการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย				
	ดีมาก (4.51-5.00)	ดี (3.51-4.50)	พอใช้ (2.51-3.50)	ต้องปรับปรุง (1.51-2.50)	ปรับปรุง เร่งด่วน(1.00-1.50)
2559	13 แห่ง	19 แห่ง	4 แห่ง	2 แห่ง	0 แห่ง
2558	5 แห่ง	16 แห่ง	13 แห่ง	3 แห่ง	0 แห่ง
2557	1 แห่ง	7 แห่ง	17 แห่ง	11 แห่ง	2 แห่ง

1.4. พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัยและการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ จากการศึกษาวิจัยพบว่าพื้นที่ในการดำเนินงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นพื้นที่ในชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นพื้นที่ในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏนั้น ๆ เอง และพื้นที่ในจังหวัดใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏนั้น ๆ บ้างบางพื้นที่ ส่วนการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เนื่องจากผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ดังนั้นจึงมีการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์เชิงนโยบาย ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ประโยชน์เชิงสาธารณะ และประโยชน์เชิงวิชาการ ซึ่งผลการดำเนินงานการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์จากปี 2554 มาในปี 2555 มีแนวโน้มลด แต่ผลการดำเนินงานการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์จากปี 2555 มาในปี 2556 มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งพิจารณาได้จากข้อมูลการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในปีการศึกษา ดังตาราง 4 ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะข้อมูลในปีการศึกษา 2554 – 2556 เนื่องจากเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษาได้เปลี่ยนแปลงไปตั้งแต่ พ.ศ. 2557 ในระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษาของสกอ. ตั้งแต่ปีการศึกษา 2557 จนถึงปัจจุบันจึงไม่ปรากฏข้อมูลในส่วนนี้ ผลการศึกษาพบข้อสังเกตว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏมีการดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นจำนวนมากแต่กลับพบว่ายังมีการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ที่อยู่ในเกณฑ์ที่ต้อง

ปรับปรุงและปรับปรุงเร่งด่วนอีกเป็นจำนวนมาก และเมื่อพิจารณาข้อมูลย้อนหลังสามปียังไม่มีแนวโน้มของผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน

ตาราง 4 แสดงระดับผลคะแนนของการดำเนินงานด้านการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ของ
มหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง จำแนกตามปีการศึกษา

ปีการศึกษา	จำนวนมหาวิทยาลัยราชภัฏ และระดับผลคะแนนของการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์				
	ดีมาก (4.51-5.00)	ดี (3.51-4.50)	พอใช้ (2.51-3.50)	ต้องปรับปรุง (1.51-2.50)	ปรับปรุง เร่งด่วน(1.00-1.50)
2556	14 แห่ง	12 แห่ง	6 แห่ง	5 แห่ง	3 แห่ง
2555	10 แห่ง	5 แห่ง	5 แห่ง	5 แห่ง	15 แห่ง
2554	17 แห่ง	6 แห่ง	7 แห่ง	2 แห่ง	8 แห่ง

1.5. ระบบกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมีการบริหารจัดการงานวิจัยโดยมีระบบและกลไกส่งเสริมสนับสนุนพันธกิจด้านการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ทั้งในเรื่องของ การมีระบบสารสนเทศเพื่อบริหารงานวิจัย การจัดสรรทุนวิจัย จัดหาแหล่งทุนวิจัย ส่งเสริมสมรรถนะแก่อาจารย์ การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น การสร้างขวัญและกำลังใจแก่อาจารย์ การคุ้มครองสิทธิของงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งพิจารณาผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ที่ 2.1 ระบบและกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2557-2559 ดังข้อมูลที่แสดงตามตาราง 5 พบว่าในปี 2559 มหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนใหญ่ มีผลการดำเนินงานในเรื่องของระบบกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัยอยู่ในระดับดีมากจำนวน 32 แห่ง อยู่ในระดับดีจำนวน 6 แห่ง และไม่มีมหาวิทยาลัยราชภัฏใดเลยที่อยู่ในระดับพอใช้ ต้องปรับปรุง และปรับปรุงเร่งด่วน หากพิจารณาภาพรวม 3 ปีย้อนหลังพบว่าแนวโน้มผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น แต่พบข้อสังเกตคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ระดับระดับดีมากคือ สามารถดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานได้ครบทั้ง 6 ข้อ ส่วนมหาวิทยาลัยราชภัฏที่อยู่ในเกณฑ์ระดับดีคือ สามารถดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานได้เพียง 5 ข้อ ข้อที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเกณฑ์คือ ข้อ 1 การมีระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ส่วนมหาวิทยาลัยราชภัฏที่อยู่ในเกณฑ์พอใช้ คือ สามารถดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานได้เพียง 4 ข้อ ข้อที่ไม่สามารถดำเนินการได้

ตามเกณฑ์คือ ข้อ 1 และข้อ 6 คือ มีระบบกลไกเพื่อช่วยในการคุ้มครองสิทธิ์ของงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ที่นำไปใช้ประโยชน์

ตาราง 5 แสดงระดับผลคะแนนของการดำเนินงานด้านระบบและกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ ในตัวบ่งชี้ที่ 2.1 จำแนกตามปีการศึกษา

ปีการศึกษา	จำนวนมหาวิทยาลัยราชภัฏ และระดับผลคะแนนของระบบกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัย				
	ดีมาก (4.51-5.00)	ดี (3.51-4.50)	พอใช้ (2.51-3.50)	ต้องปรับปรุง (1.51-2.50)	ปรับปรุง เร่งด่วน(1.00-1.50)
2559	32	6	-	-	-
2558	33	4	1	-	-
2557	31	4	3	-	-

2. การศึกษารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาสภาพจริงจากการรวบรวมข้อมูลสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ จากฐานข้อมูลออนไลน์และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นดังนี้

2.1 นโยบายและการวางแผน จากการศึกษาพบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งมีนโยบายและการวางแผนการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นในภาพรวมเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ประกันคุณภาพการศึกษาตามตัวบ่งชี้ที่ 2.1 ข้อ 1 โดยกำหนดให้มหาวิทยาลัยต้องมีระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ดังนั้นประเด็นดังกล่าวจึงผลักดันให้มหาวิทยาลัยราชภัฏมีนโยบายและการวางแผนในการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

2.2 การรวบรวมและจัดเก็บสารสนเทศ พบว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งในปัจจุบันใช้ระบบบริหารจัดการงานวิจัยแห่งชาติ(NRMS) เป็นหลักซึ่งระบบ NRMS เป็นโปรแกรมประยุกต์ที่ใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พัฒนาเพื่อใช้บริหารจัดการโครงการวิจัยของหน่วยงานภาครัฐ สำนักงานงบประมาณ หน่วยงาน คอบช. และ แหล่งทุนอื่น ๆ และมหาวิทยาลัยราชภัฏหลายแห่งดำเนินการจัดทำระบบสารสนเทศด้านงานวิจัยของมหาวิทยาลัยขึ้นมาใช้ควบคู่กับระบบ NRMS เนื่องจากระบบ

NRMS เป็นระบบงานวิจัยขนาดใหญ่ระดับชาติ มีมุมมองของการใช้ข้อมูลในภาพรวมที่แตกต่างจาก
บริบทการทำงานวิจัยเชิงพื้นที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ จึงมีรายละเอียดการเก็บข้อมูลในบางส่วนที่ยัง
ไม่ครอบคลุมต่อความต้องการการทำงานตามพันธกิจด้านการวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราช
ภัฏ การศึกษาสภาพจริงจากการรวบรวมข้อมูลสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของ
มหาวิทยาลัยราชภัฏ จากฐานข้อมูลออนไลน์และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง พบว่า
การเก็บข้อมูลสารสนเทศของมหาวิทยาลัยราชภัฏแบ่งเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลงานวิจัย
2) ข้อมูลแหล่งทุนวิจัย 3) ข้อมูลนักวิจัย และ 4) ข้อมูลการตีพิมพ์เผยแพร่ โดยมีรายละเอียดตาม
ตาราง 6 จะเห็นได้ว่า รายการข้อมูลย่อยที่มีการจัดเก็บรวบรวมไว้มากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่
ประชาสัมพันธ์แหล่งตีพิมพ์ การให้บริการด้านเอกสารเกี่ยวกับการขอทุนวิจัย และประชาสัมพันธ์
โครงการวิจัยที่ได้รับทุน ส่วนรายการข้อมูลย่อยที่มีการจัดเก็บรวบรวมไว้น้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย
ได้แก่ การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ประวัตินักวิจัย และทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิบัตร ซึ่งพบ
ข้อสังเกตว่าข้อมูลที่มีความสำคัญอันจะแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์และความเชี่ยวชาญในการทำงาน
วิจัยเชิงพื้นที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งยังไม่ถูกรวบรวมจัดทำเป็นระบบสารสนเทศ ข้อมูลที่มี
ความจำเป็นต่อนักวิจัยและผู้ที่สนใจนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ เช่น รายงานสรุปผลโครงการวิจัย มี
จำนวนมหาวิทยาลัยที่จัดเก็บข้อมูลเพียง 24 แห่ง ประวัตินักวิจัย จำนวนมหาวิทยาลัยที่จัดเก็บข้อมูล
เพียง 20 แห่ง และการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานวิจัยยังไม่มีมหาวิทยาลัย
ราชภัฏใดดำเนินการจัดเก็บ เช่น ข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ภาพถ่ายขณะดำเนินงานวิจัย
ข้อมูลการลงพื้นที่ของนักวิจัย เป็นต้น

ตาราง 6 ตารางแสดงข้อมูลสรุปผลการวิเคราะห์ประเภทข้อมูลการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อ
ท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง (ข้อมูลเดือนมกราคม 2561)

ประเภทข้อมูลหลัก	รายการข้อมูลย่อย	มหาวิทยาลัยที่มีการ ดำเนินการ
1. ข้อมูลงานวิจัย	รายงานสรุปผลโครงการวิจัย	24 แห่ง
	การให้บริการด้านเอกสารเกี่ยวกับการขอทุน วิจัย	37 แห่ง
	นวัตกรรมงานวิจัย การจัดการความรู้ การ สังเคราะห์งานวิจัย	28 แห่ง
	ประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยที่ได้รับทุน	36 แห่ง
	อื่นๆ เช่น คู่มือวิจัย	33 แห่ง

ประเภทข้อมูลหลัก	รายการข้อมูลย่อย	มหาวิทยาลัยที่มีการดำเนินการ
2. ข้อมูลแหล่งทุนวิจัย	การสนับสนุนด้านทุนวิจัย(นโยบาย แผนงบประมาณ)	34 แห่ง
	ข้อมูลเครือข่ายที่มาของแหล่งทุน	35 แห่ง
	ประชาสัมพันธ์แหล่งทุนภายนอก ภายใน	35 แห่ง
3. ข้อมูลนักวิจัย	ประวัตินักวิจัย	20 แห่ง
	จรรยาบรรณนักวิจัย	22 แห่ง
	ทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิบัตร	21 แห่ง
	อื่นๆ เช่น รางวัลนักวิจัย ความเชี่ยวชาญ	21 แห่ง
4. การตีพิมพ์เผยแพร่	ฐานข้อมูลวารสารและบทความตีพิมพ์เผยแพร่	34 แห่ง
	ประชาสัมพันธ์แหล่งตีพิมพ์	38 แห่ง
	อื่น ๆ เช่น การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	13 แห่ง

2.3 การจัดการระบบสารสนเทศ การจัดการระบบสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ จัดทำเป็นระบบฐานข้อมูลบนเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) พัฒนาเป็นระบบสารสนเทศขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยระบบย่อยที่เชื่อมโยงกัน 2) เป็นลักษณะฐานข้อมูลย่อยหลาย ๆ ฐาน ที่ยังไม่เชื่อมโยงกันเป็นระบบที่สมบูรณ์จากการศึกษาพบว่าระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ดำเนินการพัฒนาขึ้นมาใช้เองส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นดัง ข้อ 2) คือ เป็นลักษณะฐานข้อมูลย่อยหลาย ๆ ฐาน

2.4 การบริการเผยแพร่ข้อมูล จากการศึกษาพบว่า การบริการเผยแพร่ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1)การเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบของการแจ้งข่าวสารการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่อาจารย์และนักวิจัย เช่น ประชาสัมพันธ์แหล่งทุนวิจัย ประกาศรับข้อเสนอโครงการวิจัย 2) การเผยแพร่ข้อมูลในลักษณะการจัดทำเป็นสารสนเทศที่ให้ผู้บริหารและอาจารย์ใช้ในการตัดสินใจได้ เช่น แนวโน้มการได้รับจัดสรรงบประมาณภายนอกภายในด้านการวิจัย สรุปจำนวนการเผยแพร่ตีพิมพ์ผลงานวิจัยเป็นรายปีแยกตามคณะ ซึ่งการบริการเผยแพร่ข้อมูลยังเน้นการใช้ประโยชน์ในกลุ่มของอาจารย์และผู้บริหารเป็นหลัก ยังไม่ครอบคลุมไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวิจัย เช่น ชุมชนผู้สนับสนุนทุนวิจัย เครือข่ายในการทำวิจัย ที่ต้องการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศด้านการวิจัย

2.5 การเก็บรักษาข้อมูล พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบริหารงานวิจัยคือ สถาบันวิจัยและพัฒนา ดังนั้น ส่วนใหญ่การจัดการดูแลข้อมูลและการเก็บรักษาข้อมูล

ด้านการวิจัยจึงเป็นหน้าที่ของสถาบันวิจัยและพัฒนา แต่ยังคงพบว่าข้อมูลด้านการวิจัยที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหลายแห่งยังไม่ค่อยเป็นปัจจุบัน ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญในเรื่องของการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยและความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลด้วย

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาได้ดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ดำเนินการศึกษาสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยการรวบรวมข้อมูลด้านการวิจัย 3 ปี ย้อนหลังจากฐานข้อมูลการประกันคุณภาพสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา CHEQA Online จากเว็บไซต์ www.cheqa.mua.go.th และข้อมูลรายงานประจำปีของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การดำเนินงานด้านการวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในช่วงระยะเวลา 3 ปี (ปีการศึกษา 2557-2559) ที่ผ่านมาพบว่า มีจำนวนงานวิจัยท้องถิ่นที่เพิ่มขึ้น สามารถแบ่งประเภทตามเนื้อหาของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่ดำเนินการแบ่งออกเป็น 10 ประเภท เรียงลำดับจากประเภทที่มีการดำเนินงานจากจำนวนมากที่สุดไปจำนวนน้อยที่สุด ดังนี้ 1.เศรษฐกิจชุมชน 2.การบริหารจัดการท้องถิ่น 3.การศึกษากับชุมชน 4.ศิลปวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 5.ชุมชนกับการจัดการทรัพยากร 6.เกษตรกรรมยั่งยืน 7.สุขภาพ หมอเมือง และสมุนไพร 8.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 9. เด็ก เยาวชน และครอบครัว 10.โครงการอื่น ๆ พื้นที่ดำเนินการวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏจะเป็นพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏนั้น และมีพื้นที่วิจัยในจังหวัดใกล้เคียงบ้างแต่ไม่มาก การดำเนินงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นไปตามพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ต้องดำเนินงานตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.2547 กำหนดให้มหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏจึงมีการดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นมาโดยตลอด มีการทำงานคลุกคลีและมีเครือข่ายกับชุมชนท้องถิ่นอย่างเข้มแข็ง สอดคล้องกับแนวคิด (โกวิทย์ พวงงาม, 2561) กล่าวว่า การพัฒนาท้องถิ่นต้องทำให้มหาวิทยาลัยเป็นที่พึ่งของประชาชน โดยเฉพาะการให้บริการทางวิชาการและงานวิจัยที่ตอบโจทย์คนในท้องถิ่น ทั้งด้านการเกษตร การประกอบอาชีพ การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริ และการบริการในการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ตลอดจนการประสานความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านงบประมาณการวิจัยมีการจัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยโดยแบ่งเป็นงบประมาณ

ภายในและงบประมาณภายนอก งบประมาณภายในมาจากการจัดสรรโดยมหาวิทยาลัยซึ่งมาจาก งบประมาณแผ่นดิน และงบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย ส่วนงบประมาณภายนอกได้มาจาก แหล่งทุนภายนอกได้แก่ วช. สกว. สสส. หน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนที่เป็นเครือข่ายใน พื้นที่ เช่น จังหวัด เทศบาล อบจ. อบต. เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมามหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนใหญ่จะได้รับ งบประมาณจากแหล่งทุนภายนอกค่อนข้างน้อย ด้านการตีพิมพ์เผยแพร่พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏ ทุกแห่งให้ความสำคัญในประเด็นนี้มาก เนื่องจากพบว่าจากปีการศึกษา 2557 มหาวิทยาลัยราชภัฏที่ อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุงและปรับปรุงเร่งด่วนมีมากถึง 13 แห่งแต่ปีการศึกษา 2559 ที่ผ่านมาเหลือ เพียง 2 แห่งเท่านั้นที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง อย่างไรก็ตามจากข้อมูลพบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏยัง ต้องมีการพัฒนาคุณภาพด้านการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยให้สามารถตีพิมพ์ในวารสารที่มีค่า น้ำหนักสูงขึ้น และพัฒนาด้านการนำผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นไปใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น ซึ่งหมายความว่า นักวิจัยต้องดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นให้มีคุณภาพโดยการยกระดับคุณภาพการทำงานวิจัยเพื่อ ท้องถิ่นในหลายมิติเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง สอดคล้องกับ แนวคิด (ประเวศ วะสี, 2560) กล่าวว่า แนวทางการขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นในอนาคตเพื่อ รองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคม ชุมชน ท้องถิ่น ต้องยึดหลักการเดิมคือ งานวิจัยเพื่อ ท้องถิ่นเพื่อสร้างความรู้ สร้างคน และสร้างการเปลี่ยนแปลง แต่ต้องยกระดับในหลาย มิติ อาทิ ยกระดับโจทย์วิจัย ยกระดับประเด็นวิจัย สร้างและขยายเครือข่ายนักวิจัย การทำงานกับ หน่วยงานภาคีพันธมิตรเพื่อสร้างพลังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจริงๆ ทั้งในระดับพื้นที่ จังหวัด และ ประเทศ สร้างระบบและกลไกในสถาบันการศึกษาให้เป็นตัวหนุนช่วยชาวบ้าน ปรับรูปวิธีวิทยาที่ เหมาะสมบนฐานงานวิจัยชาวบ้าน รวมทั้งประเด็นสำคัญคือการทำหน้าที่ในการสื่อสารสังคม คือการ เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ และการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่จะทำให้ สังคม ชุมชน ท้องถิ่น เข้มแข็ง มีพลังที่ใหญ่ขึ้นรองรับการเปลี่ยนแปลงและอยู่ได้ท่ามกลางสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปในทุกมิติ

สรุปผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัย เพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยวิเคราะห์ตามขั้นตอนของวงจรการจัดการข้อมูลการวิจัย คือ การวางแผนการจัดการข้อมูล การสร้างข้อมูล การจัดการข้อมูลที่เป็นเอกสาร การเข้าถึงและการ ใช้ข้อมูล การจัดเก็บและสำรองข้อมูล การแบ่งปันเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะชน และการเก็บรักษา ข้อมูล (Eynden, Corti, Woollard, Bishop & Horton, 2011) ดำเนินการศึกษาโดยรวบรวมข้อมูล จากหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่ง พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งมีระบบ สารสนเทศเพื่อบริหารจัดการงานวิจัย มีการจัดเก็บข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยคล้ายๆกัน ได้แก่ ข้อมูลงานวิจัย ข้อมูลแหล่งทุนและงบประมาณ ข้อมูลนักวิจัย และข้อมูลการตีพิมพ์เผยแพร่ แต่ยังไม่ พบว่ารายละเอียดและรายการข้อมูลที่จัดเก็บในฐานข้อมูลยังมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ประเด็น นี้ถือเป็นอุปสรรคในการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย ข้อมูลของมหาวิทยาลัยราชภัฏหลาย

แห่งไม่เป็นปัจจุบันทำให้ข้อมูลไม่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ (Ralph M. Stair & George W.Reynolds, 2003) กล่าวถึง คุณภาพของสารสนเทศขึ้นอยู่กับ ความทันสมัยเป็นปัจจุบัน ง่ายต่อการนำไปใช้ ความสมบูรณ์ ไม่ซ้ำซ้อน ตรงกับความต้องการ ความถูกต้อง ความเที่ยงตรง ความปลอดภัย ประหยัด มีรูปแบบที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กร ข้อมูลด้านวิจัยส่วนใหญ่ที่นำมาเผยแพร่จะเป็นข้อมูลในลักษณะการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารมากกว่าการให้ข้อมูลในลักษณะการประมวลผลเป็นระบบสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อการบริหารจัดการงานวิจัย เมื่อนำข้อมูลการศึกษาสภาพงานวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับข้อมูลการจัดการสารสนเทศงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏที่มีการจัดการข้อมูลงานวิจัยที่ดีส่วนใหญ่จะมีผลการดำเนินงานด้านการวิจัยอยู่ในเกณฑ์ระดับดีและดีมาก ดังนั้นมหาวิทยาลัย ราชภัฏจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดการข้อมูลวิจัยในระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิจัย สอดคล้องกับ (Drum, 2015) กล่าวว่า การที่มหาวิทยาลัยมีการวางแผนในการจัดการข้อมูลการวิจัยทำให้เกิดการใช้ข้อมูลร่วมกัน มีการเก็บข้อมูล และมีการให้บริการในการเก็บรักษาข้อมูลแก่นักวิจัย ช่วยให้การทำงานของนักวิจัยง่ายขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการใช้ข้อมูลของนักวิจัย ซึ่งการจัดการข้อมูลมีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของนักวิจัย ในซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการปฏิบัติงานร่วมกันในมหาวิทยาลัย การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิจัยก็ควรให้ความสำคัญกับรูปแบบและโครงสร้างของข้อมูลที่ต้องการจัดเก็บให้เป็นมาตรฐาน เพื่อขจัดปัญหาความขัดแย้งของข้อมูล สอดคล้องกับแนวคิดของ(สุกัญญา เรืองสุวรรณ, 2555) กล่าวว่า การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการวิจัยควรให้ความสำคัญกับโครงสร้างของระบบที่ฐานข้อมูลย่อย ๆ ให้สามารถเชื่อมโยงกันได้และพัฒนามาตรฐานข้อมูลตามหลักการ ontology-based metadata คือ การกำหนดรูปแบบโครงสร้างข้อมูลรายละเอียดที่อธิบายถึงความเป็นมาของข้อมูลที่ต้องการจะจัดเก็บในฐานข้อมูลอย่างเป็นระบบ และ (สาธิติน ทิพย์วงศ์ และคณะ, 2554) กล่าวว่า การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิจัย ต้องสามารถตอบสนองในการรวบรวมข้อมูลงานวิจัยที่เป็นระบบการใช้งานง่ายต่อการค้นหาภายใต้เงื่อนไขที่หลากหลายทั้งเชิงคุณลักษณะและเชิงพื้นที่ข้อมูล และควรมีลักษณะการดำเนินงานที่เป็นพลวัตให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และมีโครงสร้างเชิงบูรณาการที่เกิดจากความต้องการของทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชนในพื้นที่ และสามารถสร้างเอกภาพในการบริหารจัดการ มีความสมบูรณ์ ทันสมัยในการจัดรวบรวมข้อมูล และการเผยแพร่งานวิจัยและองค์ความรู้ รวมทั้งการจัดการในระบบที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งสามารถเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลระหว่างมหาวิทยาลัยได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารมหาวิทยาลัย อาจารย์ และนักวิจัย สามารถนำผลการศึกษาและข้อสังเกตที่พบจากการศึกษาวิจัยสภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 งบประมาณการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนใหญ่ ได้รับเงินทุนวิจัยมาจากแหล่งทุนภายในมากกว่าแหล่งทุนภายนอก ดังนั้นผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรหากลยุทธ์และนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้อาจารย์หาแหล่งทุนวิจัยจากแหล่งทุนภายนอกให้มากขึ้น

1.2 การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการ อาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏควรมีการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยเพื่อให้สามารถตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติที่อยู่ในฐาน เพื่อให้ได้ค่าน้ำหนักของผลงานที่สูงขึ้น มากกว่าการเผยแพร่ในลักษณะของการเข้าร่วมประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

1.3 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ผู้บริหารควรมีนโยบายในการส่งเสริมการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และอาจารย์ที่ทำงานวิจัยควรให้ความสำคัญกับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

1.4 ผู้บริหารมหาวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานวิจัย และควรมีการวางระบบกลไกเพื่อช่วยในการคุ้มครองสิทธิของงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ที่นำไปใช้ประโยชน์ จะทำให้ระบบกลไกการบริหารและพัฒนางานวิจัยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งควรหารือร่วมกันถึงแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏให้มีรูปแบบและมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทุกแห่งสามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันได้ เพื่อการพัฒนาศักยภาพทางการวิจัยเพื่อท้องถิ่น รวมไปถึงการรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ ภูมิปัญญา และข้อมูลอันเป็นประโยชน์อื่น ๆ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และความเชี่ยวชาญในแต่ละพื้นที่ โดยสามารถนำ ผลการศึกษาสภาพการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ มาใช้เป็นแนวทางและมุมมองในการปรับปรุงการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏได้

3. ผู้บริหารของมหาวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการนำระบบสารสนเทศไปใช้ในองค์กร และควรมีการจัดให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในระบบฐานข้อมูลด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัย ให้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ และผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิด

ทักษะในการประยุกต์ใช้ข้อมูลทางด้านการวิจัยในการปฏิบัติงาน และการบริหารจัดการเพื่อให้องค์กร
เกิดประสิทธิภาพในการทำงานด้านการวิจัยยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรดำเนินการศึกษาความต้องการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ
โดยแยกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ให้การสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น นักวิจัยและผู้มีส่วน
ร่วมในงานวิจัย และผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์
เปรียบเทียบกับข้อมูลสภาพการจัดการสารสนเทศของมหาวิทยาลัยราชภัฏในปัจจุบัน เพื่อพัฒนา
รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการจัดการสารสนเทศงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุชนิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิผู้
ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมในการให้คำปรึกษา
ชี้แนะแนวทางในการทำดุชนิพนธ์ รวมถึงคณะกรรมการทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้
คำแนะนำที่มีคุณค่า อีกทั้งกรุณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ภาษา จนบทความวิจัยฉบับนี้
เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- โกวิท พวงงาม. (2561). มหาวิทยาลัยราชภัฏตอบโจทย์การพัฒนาท้องถิ่นอย่างไร [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา. https://www.matichon.co.th/education/news_950982 (13 พฤษภาคม
2561)
- ประเวศ วะสี. (2560). การวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่สอดอยู่ในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก
และการพัฒนาอย่างบูรณาการของ 80,000 หมู่บ้าน 8,000 ตำบล 76 จังหวัด สู่มั่นคง
มั่นคง ยั่งยืน ของประเทศไทย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <http://www.vijaitongtin.com>
(15 ธันวาคม 2560)
- สาธิต ทิพย์วงศ์ และคณะ. (2554). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานวิจัยในกลุ่มน้ำ
ทะเลสาบสงขลาภาคใต้ ประเทศไทย. การประชุมวิชาการระบบเกษตรแห่งชาติ ครั้งที่ 7, 168-
190.
- สุกัญญา เรืองสุวรรณ. (2555). การวิเคราะห์ระบบสารสนเทศด้านการวิจัยจากเว็บไซต์ของ
มหาวิทยาลัยวิจัย. วารสารสารสนเทศศาสตร์. 29(3), 81-96.
- สุทธิพร จิตต์มิตรภาพ. (2553). ยุทธศาสตร์เชิงรุกในการพัฒนาด้านการวิจัยและแนวคิดในการจัด
งบประมาณเพื่อการวิจัย. วารสารการงบประมาณ. 7(20), 71-91.

- สินธุ์ สโรบล, ศรีสักดิ์ วลลิโกดม, กาญจนา แก้วเทพ และกาญจนา ทองทั่ว. (2552). *ลี้ลาวิจัยไต้หวัน*. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. ระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <http://www.cheqa.mua.go.th/>
- DRUM. (2015). *Data Repository for the U of M. University of Minnesota Digital Conservancy*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/11299/166578>
- Eynden, Corti, Woollard, Bishop & Horton, (2011). *Managing and sharing data: Best practice for researchers*. UK Data Archive Third edition. UK: University of Essex Wivenhoe Park Colchester Essex CO4 35Q.
- Ralph M. Stair & George W.Reynolds. (2003). *Principles of information systems : a managerial approach*. Boston :USA. Course Technology, 7.

แนวทางการส่งเสริมสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกายแบบมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

Approach to Elderly Health Promotion with Physical Activity by Participation Process in Thapa Municipality Lampang Province

นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์(Napawan Netpradit)^{1*} ธนกร สิริสุคันธา(Thanakorn Sirisugandha)²

พรนภา บุญนำมา(Pornnapa Boonnamma)³ ศรีจันทรา องอาจ(Srijuntra Ongart)⁴

^{1,2} สาขาวิชาการจัดการ ³ สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁴ เทศบาลตำบลท่าผา

*Corresponding author E-mail: nok_napawan@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการการดูแลสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปาง และเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปาง ข้อมูลที่นำมาศึกษาครั้งนี้ได้มาจากการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มจากแหล่งข้อมูล 2 กลุ่มได้แก่ ตัวแทนกลุ่มผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จำนวน 35 คน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลกลุ่มผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่ม ผู้สูงอายุมีความต้องการคำแนะนำ และความรู้ในการดูแลสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกาย แต่ยังไม่สามารถรวมกลุ่มได้เนื่องจากขาดผู้นำ แนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยกิจกรรมทางกาย โดยร่วมกันวางแผนและจัดทำกระบวนการกิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการสาธิต และกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ

คำสำคัญ: การส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนร่วม กิจกรรมทางกาย ผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of the research were to study needs of physical activity for the elderly in Thapa Municipality Lampang Province and to find an approach to elderly health promotion with physical activity by participation process in Thapa Municipality Lampang Province. The data from this study were derived from both participant observation and non-participant semi-structured interviews group discussions were conducted from two sources such as 35 representatives of the elderly in Tha Pha

municipality and 10 people involved in caring for the elderly in Tha Pha municipality area. The findings revealed that the elderly needs advice and knowledge in health care with physical activity but they can't be grouped because of lack of leaders. An approach to elderly health promotion with physical activity by participation planning and making educate activities, demo activities and practice activities.

Keywords: Health Promotion, Participation, Physical Activity, Elderly

บทนำ

ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ “สังคมสูงอายุ” (Aged Society) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ราวปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะกลายเป็น “สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์” (Complete Aged Society) (วรรณลักษณ์ เมียนเกิด, 2559) ภาครัฐได้ให้ความสำคัญต่อผู้สูงอายุมานาน มีการวางแผนนโยบายผู้สูงอายุแห่งชาติระยะยาว ซึ่งเป็นผลมาจากความกังวลของสังคมต่อค่าใช้จ่ายทางสุขภาพที่สูงขึ้นของผู้สูงอายุ ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประเทศไทยมีหน้าที่ในการส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูสมรรถภาพ ผู้สูงอายุจึงกลายเป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายเนื่องจากความเจ็บป่วยเรื้อรังที่มักเกิดในผู้สูงอายุสามารถป้องกันไม่ให้ลุกลามได้และสามารถเห็นผลลัพธ์ของการดูแลได้ชัดเจน ในแง่ของภาระด้านค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพจึงหมายถึงการประหยัดงบประมาณการรักษาพยาบาลของชาติลงได้บางส่วน

การมีอายุยืนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและปราศจากโรคสามารถทำได้ด้วยการดูแลรักษาและส่งเสริมสุขภาพตนเองอยู่เสมอได้แก่ การรับประทานอาหารที่เหมาะสม ไม่สูบบุหรี่ ไม่ดื่มสุรา การมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การพักผ่อนและการออกกำลังกายสม่ำเสมออย่างต่อเนื่อง (กรมสุขภาพจิต, 2548; กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2558) การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและการควบคุมน้ำหนักตัวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมจะทำให้ผู้สูงอายุมีสมรรถภาพทางกายดี อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายทำงานดีขึ้น มีการเคลื่อนไหวได้ดีขึ้น ลดอัตราการเสื่อมของกระดูก ชะลอความเสื่อมของสุขภาพและเอื้อให้ผู้สูงอายุดำรงชีวิตในบั้นปลายได้อย่างมีความสุข ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดีขึ้นคุณภาพชีวิต

องค์การอนามัยโลกจำแนกกิจกรรมทางกายตามกลุ่มกิจกรรมเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มกิจกรรมในการทำงาน เช่น การทำงานบ้าน การทำงานที่เป็นอาชีพ (2) กลุ่มการเดินทางไปมาอย่างต่าง ๆ โดยการเดินหรือขี่จักรยานไปทำงาน ไปวัด หรือไปตลาด (3) กลุ่มการทำกิจกรรมนันทนาการยามว่าง เช่น การเล่นกีฬาหลังจากเลิกงาน การเดินหรือขี่จักรยาน การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ และ (4) กลุ่มพฤติกรรมที่มีการเคลื่อนไหวน้อย เช่น การนั่งคุยกับเพื่อน การนั่งในรถระหว่างเดินทาง การอ่านหนังสือ การดูโทรทัศน์ (World Health Organization, 2014 อ้างใน สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

ซึ่งผู้สูงอายุที่มีกิจกรรมทางกายน้อยหรือไม่มีกิจกรรมใด ๆ จะมีผลทำให้กล้ามเนื้อสลายตัว เคลื่อนไหวช้า อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร ร่างกายเจ็บป่วยง่าย ซึ่งยังมีความเชื่อที่ไม่ถูกต้องในการออกกำลังกาย เช่น ผู้สูงอายุบางคนลูกหลานไม่ยอมให้ทำอะไรเลย แม้แต่งานบ้านเล็ก ๆ น้อย ๆ เพราะกลัวเหนื่อยและจะใช้กำลังมาก รวมทั้งผู้สูงอายุคิดว่าตนเป็นวัยที่ต้องหยุดการทำงานและได้พักผ่อน เนื่องจากร่างกายอ่อนแอ ไม่สามารถทำกิจกรรมใด ๆ ได้อย่างเต็มที่เช่นเดียวกับวัยอื่น ๆ ในความเป็นจริงแล้วการออกกำลังกายไม่ใช่สิ่งต้องห้ามสำหรับผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุยังคงสามารถออกกำลังกายได้ ถ้าเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับสภาพของตนเอง และปรับความหนักเบาในการออกกำลังกายแต่ละครั้ง เพื่อชะลอความเสื่อมของร่างกาย แก้ไขความบกพร่องในการเคลื่อนไหวและเพิ่มความแข็งแรงของร่างกาย ในปัจจุบันรูปแบบการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุได้มีการนำการออกกำลังกายในหลากหลายรูปแบบมาใช้ เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการทรงตัว การเดินและป้องกันการภาวะหกล้ม ตัวอย่างเช่น การเดิน วิ่ง โยคะ การรำมวยจีน การเต้นรำ เป็นต้น (Chin et al., 2007)

เทศบาลตำบลท่าผา ประกอบด้วย หมู่ที่ 2 บ้านใหม่, หมู่ที่ 3 บ้านสบปุง, หมู่ที่ 5 บ้านนาเวียง, หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง, หมู่ที่ 7 บ้านศาลาหม้อ, หมู่ที่ 8 บ้านศาลาบัวบกและหมู่ที่ 9 บ้านศาลาเม็ง มีประชากรทั้งหมด 1,883 ครัวเรือน 5,818 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (เทศบาลตำบลท่าผา, 2560) โดยมีจำนวนผู้สูงอายุ 1,151 คน ซึ่งในปี 2559 มีจำนวนผู้สูงอายุ 1,079 คน เพิ่มขึ้นถึง 72 คน และมีแนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งจากการลงพื้นที่พบว่าผู้สูงอายุในเทศบาลตำบลท่าผามีการรวมตัวกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ในวันสำคัญทางศาสนา และในอดีตชุมชนนี้มีความโดดเด่นด้านการฟ้อนครีวตาน แต่ขาดการถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง ทำให้ปัจจุบันการฟ้อนครีวตานได้หายไปจากกิจกรรมของชุมชน ช่างฟ้อนครีวตานมีชีวิตเหลืออยู่ไม่กี่คน ที่สำคัญคือเมื่อพิจารณาถึงท่าร้ายรำในการฟ้อนครีวตาน (ฟ้อนเล็บ) แล้วจะพบว่า เป็นท่าที่ส่งเสริมความแข็งแรงของร่างกายโดยเฉพาะบริเวณแขนและขา เสริมสร้างสมรรถภาพการทรงตัวในผู้สูงอายุ เพลงที่ใช้ประกอบการฟ้อนครีวตานมีความไพเราะ ฟังแล้วเกิดการผ่อนคลาย ทำให้เกิดความบันเทิง เสริมสร้างสุขภาพจิตใจ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกายแบบมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปางเพื่อศึกษาความต้องการการดูแลสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกายและหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยการฟ้อนครีวตาน โดยการบูรณาการถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องการฟ้อนครีวตานแก่คนรุ่นหลังในชุมชนของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปาง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการการดูแลสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปาง
2. เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปาง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ ความต้องการของผู้สูงอายุ การสนับสนุนจากภาครัฐตามสิทธิผู้สูงอายุ การส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมทางกาย และการมีส่วนร่วม
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ได้แก่ ผู้สูงอายุ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลท่าผา เจ้าหน้าที่สถานบริการสุขภาพ และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษา ได้แก่ บ้านศาลาเม็ง เทศบาลตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา ได้แก่ ระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม 2560 – 31 กรกฎาคม 2561

แนวคิด และทฤษฎี

การส่งเสริมสุขภาพ

Pender (2006) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการ ตัดสินใจและการปฏิบัติของปัจเจกบุคคลในการป้องกันโรค ประกอบด้วย

1. ลักษณะเฉพาะ และประสบการณ์ของบุคคล (Individual Characteristics and Experiences) ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง (Prior Related Behavior) เป็นความบ่อยของการปฏิบัติ โดยพฤติกรรมที่เคยปฏิบัติในอดีตมีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากพฤติกรรมที่เคยปฏิบัติมานั้นได้กลายเป็นนิสัย (Habit Formation) และบุคคลปฏิบัติพฤติกรรมนั้นได้โดยอัตโนมัติ และ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ประกอบด้วย 3 ส่วน ปัจจัยด้านชีววิทยา ได้แก่ อายุดัชนีมวลกาย สภาวะวัยรุ่น สภาวะหมดระดู ความจุปอด ความแข็งแรงของร่างกาย ความกระฉับกระเฉง และความสมดุลของร่างกาย ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความมีคุณค่าในตนเอง แรงจูงใจในตนเอง การรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเอง ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ สัญชาติชาติพันธุ์ วัฒนธรรม การศึกษาและสถานะทางสังคมเศรษฐกิจ

2. ความคิดและอารมณ์ต่อพฤติกรรม (Behavior-Specific Cognition and Affect) เป็นหลักในการสร้างกลยุทธ์/กิจกรรมพยาบาลเพื่อสร้างแรงจูงใจให้บุคคลมีการพัฒนา หรือปรับเปลี่ยน

พฤติกรรมของตนเอง ประกอบด้วย 1) การรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติพฤติกรรม (Perceived Benefits of Action) ความเชื่อของบุคคลโดยคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับภายหลังการปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพ 2) การรับรู้อุปสรรคในการปฏิบัติพฤติกรรม (Perceived Barriers to Action) เป็นความเชื่อหรือการรับรู้ถึงสิ่งขัดขวางที่ทำให้บุคคลไม่สามารถปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ 3) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-Efficacy) เป็นความเชื่อมั่นของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการบริหารจัดการและกระทำพฤติกรรมใด ๆ ภายใต้อุปสรรค หรือสภาวะต่าง ๆ ในการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ 4) ความรู้สึกที่มีต่อพฤติกรรม (Activity-Related Affect) เป็นความรู้สึกในทางบวกหรือลบที่เกิดขึ้นก่อน ระหว่าง และหลังการปฏิบัติพฤติกรรมการตอบสนอง 5) อิทธิพลระหว่างบุคคล (Interpersonal Influences) เป็นพฤติกรรมความเชื่อ หรือทัศนคติของคนอื่นที่มีอิทธิพลต่อความคิดของบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน และบุคลากรทางสุขภาพ 6) อิทธิพลจากสถานการณ์ (Situational Influences) เป็นการรับรู้และความคิดของบุคคลเกี่ยวกับสถานการณ์หรือบริบทที่สามารถเอื้อหรือขัดขวางการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการรับรู้เงื่อนไขที่มาสสนับสนุนความต้องการและความราบรื่นสุขสบายของสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติพฤติกรรม

3. พฤติกรรมผลลัพธ์ (Behavioral Outcome) ประกอบด้วย 1) ความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติพฤติกรรม (Commitment to a Plan of Actions) เป็นกระบวนการคิดที่ประกอบด้วย ความตั้งใจที่จริงจังที่จะกระทำพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับเวลา บุคคล สถานที่โดยอาจทำร่วมกับผู้อื่น รวมทั้งมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการปฏิบัติพฤติกรรมและการให้แรงเสริมทางบวกในการปฏิบัติ 2) ความจำเป็นอื่นและทางเลือกอื่นที่เกิดขึ้น (Immediate Competing Demands and Preferences) เป็นพฤติกรรมอื่นที่เกิดขึ้นทันทีทันใดก่อนที่จะเกิดพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตามที่วางแผนไว้และอาจทำให้บุคคลไม่สามารถปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตามที่ได้วางแผนไว้ และ 3) พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ (Health-Promoting Behavior) เป็นตัวบ่งชี้โดยตรงต่อผลลัพธ์ทางสุขภาพ โดยได้นำมาบูรณาการเข้ากับการใช้ชีวิตประจำวัน ผลที่ได้คือ การปรับภาวะสุขภาพ การเพิ่มความสามารถในการทำหน้าที่ของร่างกาย และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกช่วงพัฒนาการ

การมีส่วนร่วม

Erwin (1976) การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความชำนาญของประชาชนในการแก้ไขปัญหา ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านกลไกของรัฐ โดยรัฐต้องกำหนดที่คำนึงถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมท้องถิ่น สนับสนุนกิจกรรมที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง รวมทั้งการสร้างช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

2. ปัจจัยด้านประชาชน จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการทำงานพัฒนา กล่าวตัดสินใจ ริเริ่มกิจกรรม และรับผลประโยชน์ สมาชิกต้องรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือเป็นผู้นำ คนในท้องถิ่นมีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอก

3. ปัจจัยด้านนักพัฒนา จะต้องรู้จักชุมชนในทุก ๆ มิติ มีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการมีส่วนร่วม ต้องค้นหาผู้นำที่มีศักยภาพ รู้จักวิธีการรวมกลุ่มประชาชน เพื่อช่วยหาหนทางแก้ปัญหา และสนับสนุนข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ รวมทั้งทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อให้สามารถดำเนินงานพัฒนาได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น

อकिन ริฟิพัฒน์ (2527 : 107-111) แบ่ง การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เลือกแนวทางและการวางแผนพัฒนาเพื่อการแก้ไขปัญหา
3. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

ความต้องการของผู้สูงอายุ

Clark and Anderson (1967) ได้แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุ เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์

มีผู้ช่วยเหลือดูแลอย่างใกล้ชิด และพยาบาลอย่างใกล้ชิดเมื่อยามเจ็บป่วย ที่อยู่อาศัยที่สะอาด อากาศดี สิ่งแวดล้อมดี อาหารการกินที่ถูกต้องลักษณะตามวัย ได้รับการตรวจสุขภาพ และการรักษาพยาบาลที่สะดวก รวดเร็ว ทันทีที่แบบให้เปล่าจากรัฐ พักผ่อน นอนหลับอย่างเพียงพอ บำรุงรักษาร่างกาย และการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ

ประเภทที่ 2 ความต้องการทางจิตใจของผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย และสังคมจะทำให้จิตใจของผู้สูงอายุเปลี่ยนไปด้วย ผู้สูงอายุจะปรับจิตใจ และอารมณ์ไปตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย และสิ่งแวดล้อม แต่การแสดงออก จะขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคล การศึกษา ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมในชีวิตของคนคนนั้น

กิจกรรมทางกาย

กิจกรรมทางกาย เป็นการเคลื่อนไหวของร่างกายที่ใช้กล้ามเนื้อในการเคลื่อนที่ขยับไปมา ทำให้ใช้พลังงานมากกว่าขณะพัก ซึ่งการเคลื่อนไหวต่าง ๆ จะทำเป็นกิจวัตรประจำวัน และส่งผลต่อความเสี่ยงที่จะเกิดโรคภัยไข้เจ็บให้ลดลง อีกทั้งยังสร้างเสริมสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น

ลักษณะกิจกรรมทางกาย (World Health Organization, 2014 อ้างใน สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

กิจกรรมทางกายออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. การดำเนินชีวิตประจำวันที่กระฉับกระเฉง (Active Living) เป็นกิจกรรมที่ใช้แรงกายน้อยที่สุดออกแรงเบาๆ อาจจะทำต่อเนื่องหรือไม่ต่อเนื่องก็ได้ เช่น การเดิน การลุก-นั่ง
2. กิจกรรมเพื่อสุขภาพ (Activity for Health) เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้แรงปานกลาง โดยต้องออกแรงต่อเนื่องอย่างน้อย 30 นาที เช่น การเดิน-วิ่งอย่างน้อย 30 นาที การขี่จักรยาน การเต้นรำ
3. การออกกำลังกายเพื่อสร้างสมรรถภาพทางกาย (Exercise for Fitness) เป็นกิจกรรมระดับปานกลาง ถึงหนัก โดยทำกิจกรรมอย่างน้อยครั้งละ 20 นาที 3 ครั้งต่อสัปดาห์ เช่น การยกน้ำหนัก การวิ่ง
4. การฝึกเพื่อเป็นนักกีฬา (Training for Sports) เป็นกิจกรรมการฝึก โดยใช้แรงระดับหนักมากสำหรับนักกีฬา โดยทำการฝึกทุกวันในหนึ่งสัปดาห์

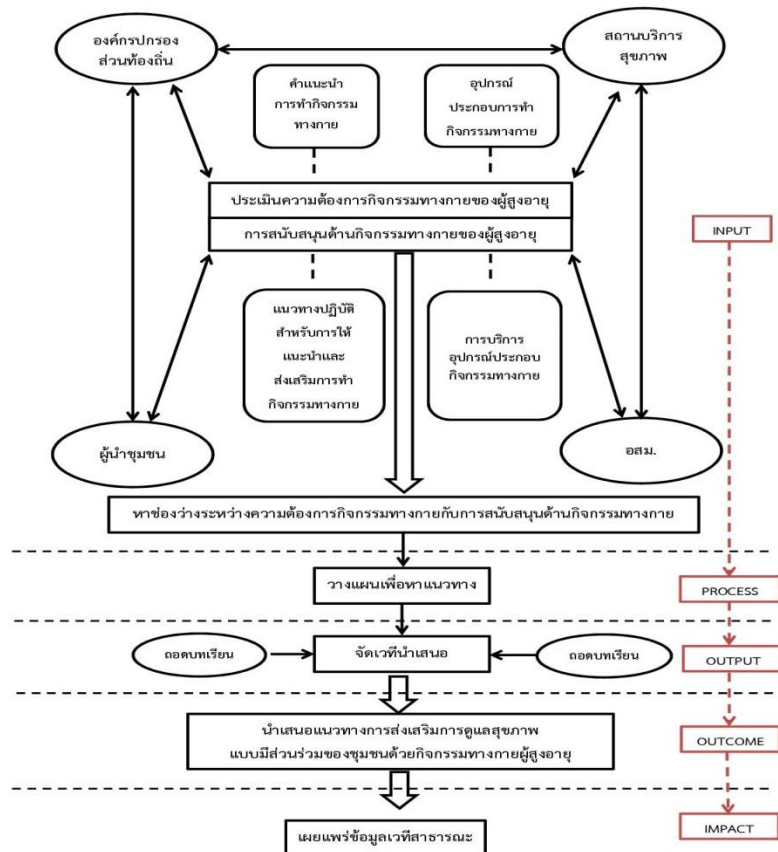
ผู้สูงอายุ

บรรลุ ศิริพานิช (2532 : 42) แบ่งผู้สูงอายุและภาวะสุขภาพเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มผู้สูงอายุระดับต้น (The Young Old) เป็นผู้มีอายุ 60 – 70 ปี มีการเปลี่ยนแปลงสภาวะทางกายภาพ และสรีระวิทยาเปลี่ยนแปลงไปไม่มาก สามารถช่วยตนเองได้เป็นส่วนใหญ่ และเพิ่มผ่านวัยที่มีประสบการณ์มา จึงควรนำผู้สูงอายุกลุ่มนี้ไปช่วยงานสร้างสรรค์ต่อวิชาการ และดูแลผู้สูงอายุวัยอื่น
2. ผู้สูงอายุระดับกลาง (The Middle Old) เป็นผู้มีอายุ 71 – 80 ปี มีการเปลี่ยนแปลงสภาวะทางกายภาพ และสรีระวิทยาส่วนใหญ่ไปแล้ว มีความบกพร่องในการดูแลตนเอง เริ่มมีความจำเป็นหรือต้องการการดูแลจากบุคคลอื่นในส่วนที่พร่องไป
3. กลุ่มผู้สูงอายุระดับปลาย (The Old Old) เป็นผู้มีอายุ 81 ปีขึ้นไปมีการเปลี่ยนแปลงสภาวะทางกายภาพ และสรีระวิทยาไปอย่างเห็นได้ชัดจนมีความพร่องในการดูแลตนเอง จำเป็นต้องการการดูแลจากบุคคลอื่นในส่วนที่พร่องไป

กรอบกระบวนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR: Participatory Action Research) โดยประยุกต์ Pender's Health Promotion Model มาใช้เป็นกรอบกระบวนการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เชิงนโยบาย

เทศบาลตำบลท่าผาสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนำไปใช้ในการถ่ายทอดให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่ต่อไป

2. เชิงวิชาการ / การศึกษา

2.1 เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ เพื่อร่วมสร้างชุมชนท้องถิ่นน่าอยู่

2.2 เกิดนักวิจัยของชุมชนท่าผา

2.3 นำเสนอผลการวิจัยในการประชุมวิชาการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย กลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่หมู่บ้านบ้านศาลาเม็งในเขตเทศบาลตำบลท่าผา และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลท่าผา เจ้าหน้าที่สถานบริการสุขภาพ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่ ตัวแทนผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่หมู่บ้านบ้านศาลาเม็งในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จำนวน 30 คน และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลท่าผา เจ้าหน้าที่สถานบริการสุขภาพ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. การสังเกต (Observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วม
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง
3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นการสนทนาที่แสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้สูงอายุในแต่ละในประเด็น

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูลทุกระยะ โดยใช้การใช้แผนที่ความคิด (Mind Map) ช่วยในการจัดเก็บประเด็นต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสนทนากลุ่มทุกครั้ง และได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาจัดระบบข้อมูล แยกประเภทข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอบเขตที่ศึกษา จากนั้นประมวลข้อมูลทุกประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ประกอบในการตีความ และสังเคราะห์เป็นภาพรวมแล้วนำมาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามลำดับ

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นแผนที่ความคิด และภาพถ่ายประกอบคำอธิบาย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 บริบทชุมชน สถานการณ์ ปัญหาของผู้สูงอายุหมู่บ้านศาลาเม็งในเขตเทศบาลตำบลท่าผา

ผลการวิจัยพบว่า บริบทเทศบาลตำบลท่าผา มีประชากรทั้งสิ้น 5,818 คน แบ่งเป็นชาย 2,793 คน หญิง 3,025 คน ลักษณะเป็นชุมชนกึ่งเมือง เนื่องจากพื้นที่อยู่ใกล้อำเภอเมืองลำปาง โดย

ห่างจากตัวจังหวัดเพียง 15 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบ จำนวนหมู่บ้าน ทั้งหมด 8 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านนางแต่น บ้านใหม่ บ้านสบปุง บ้านนาเวียง บ้านท่าช้าง บ้านศาลาหม้อ บ้านศาลาบัวบก และบ้านศาลาเม็ง มีการรวมกลุ่มอาชีพ 22 กลุ่ม กระจายตามหมู่บ้านต่าง ๆ

บ้านศาลาเม็ง มีประชากรที่อาศัยในพื้นที่มีจำนวน ประชากรทั้งสิ้น 775 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 340 คน เพศหญิงจำนวน 435 คน สภาพสังคมของชุมชนศาลาเม็ง เกือบจะเป็นสังคมเมือง การร่วมมือกันพัฒนาทำกิจกรรมต่าง ๆ จึงมีไม่มาก โดยมีการรวมกลุ่มอาชีพเลี้ยงไก่เท่านั้น ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างโรงงานเซรามิค ซึ่งมีจำนวนประมาณ 50 โรงงาน เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP (หมู่บ้านเซรามิค) มีบางส่วนทำเกษตรกรรมปลูกผักสวนครัวริมฝั่งแม่น้ำวัง เนื่องจากภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำวังไหลผ่านตลอดแนวเขต บริเวณหมู่บ้านศาลาเม็งมีเฝ้าชาวเม็งอาศัยอยู่ก่อน ต่อมาคนไทยอพยพจากเมืองเชียงแสนอพยพมาสร้างหมู่บ้านและเรียกชื่อหมู่บ้านตามเฝ้าชาวเม็งว่า “บ้านศาลาเม็ง” เป็นชุมชนวัฒนธรรมเดิม คนในชุมชนชอบเข้าวัด ทำบุญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้สูงอายุ

สถานการณ์ของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุในตำบลท่าผาทั้งหมดจำนวน 1,151 คน เฉพาะในหมู่บ้านศาลาเม็ง มีจำนวน 187 คน ซึ่งในปี 2559 มีจำนวน 164 คน เพิ่มขึ้น 23 คน และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นทุกปี กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาด้านการเงิน เนื่องจากมียังทำงานหาเลี้ยงตัวเองได้ บางคนไม่ทำงานแต่ลูกนำหลานมาให้เลี้ยง ปัญหาการเจ็บป่วยยังไม่ค่อยปรากฏเป็นปัญหาใหญ่ของชุมชนมากนัก ซึ่งการเจ็บป่วยส่วนใหญ่ของผู้สูงอายุที่พบ ได้แก่ โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคไขมันในเส้นเลือด ซึ่งภาวะการเกิดโรคมะเร็งจากการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง ความเครียด รวมถึงการขาดการออกกำลังกาย

ปัญหาของผู้สูงอายุ เป็นปัญหาเกี่ยวกับการไม่มีเวลาที่จะมาร่วมทำกิจกรรมที่ทางเทศบาลท่าผาจัดขึ้น เนื่องจากยังสามารถประกอบอาชีพได้แม้จะมีอายุมากก็ตาม ประกอบกับบางคนเป็นคุณตาคุณยายที่ดูแลเลี้ยงดู และรับส่งหลานเล็ก ๆ ไปโรงเรียน จึงไม่ค่อยจะมีการรวมกลุ่มกัน จะพบปะกันที่วัดเพื่อไปทำบุญทางศาสนา หรืองานประเพณี วัฒนธรรมเท่านั้น การดูแลสุขภาพโดยเฉพาะการออกกำลังกายจึงเป็นลักษณะต่าง ๆ คนต่างทำที่บ้านตนเอง

ตอนที่ 2 การประเมินความต้องการของผู้สูงอายุหมู่บ้านศาลาเม็งในเขตเทศบาลตำบลท่าผา

ประเด็นสุขภาพ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีปัญหาสุขภาพ ได้แก่ การปวดตามอวัยวะต่าง ๆ เช่น ปวดไหล่ ปวดสะบัก ปวดหลัง ปวดคอ ปวดเข่า นิ้วล็อก รวมทั้งเวลาลุกขึ้นยืนมักมีอาการเวียนศีรษะ

ประเด็นกิจกรรม ลักษณะผู้สูงอายุเป็นคนสนุกสนาน ชอบแสดงออก กิจกรรมมีความต้องการที่จะเคลื่อนไหวร่างกาย เพื่อให้อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายได้มีการขยับ โดยไม่ใช้การออกกำลังกาย แต่จะใช้เป็นกิจกรรมทางกาย เช่น การฟ้อนเล็บ การรำกลองยาว รำวง รำไทเก๊ก และสิ่งที่

ต้องการสนับสนุนเรื่องของอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการทำกิจกรรม เช่น เล็บที่จะใช้ในการฟ้อน เสื้อผ้า ผ้าขาวม้า รวมถึงเพลงที่ใช้ประกอบการทำกิจกรรม

ประเด็นการรวมกลุ่ม ผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน แต่ไม่สามารถรวมกลุ่มได้เนื่องจากขาดผู้นำ รวมถึงวันเวลาในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพราะการจะรวมกลุ่มกันได้ส่วนใหญ่จะเป็นวันรับเบี้ยยังชีพซึ่งพบกันเดือนละครั้ง หรือวันผู้สูงอายุซึ่งพบกันปีละครั้ง

ตอนที่ 3 การประเมินการสนับสนุนจากภาครัฐของเทศบาลตำบลท่าผา

เทศบาลท่าผา ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมสังคมให้เป็นเมืองน่าอยู่ มีความอยู่ดีมีสุข โดยมีแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิต เด็ก สตรี คนชรา ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส ส่งเสริมการกีฬา รวมถึงการให้บริการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพอนามัยของประชาชน โดยมีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ประเด็นภาวะสุขภาพ การพัฒนาด้านสาธารณสุข โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในการดูแลตนเอง และการตรวจสุขภาพเบื้องต้นอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี รมณรงค์ให้มีการออกกำลังกาย แนะนำพฤติกรรมบริโภคที่ถูกต้อง และอาหารสะอาดเพื่อป้องกันโรคติดต่อในแต่ละปียังมีการจัดทำแผนงานด้านสุขภาพ จัดสวัสดิการ อุทยานเบี้ยยังชีพคนชรา ผู้ติดเชื้อเอดส์ ผู้พิการ เมื่อคนในชุมชนเกิดการเจ็บป่วย มีสถานีนอนมัยให้สามารถรองรับผู้เจ็บป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นวิชาการ ทางเทศบาลตำบลท่าผาได้ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาการให้ความรู้คำแนะนำแก่ประชาชน ในด้านสุขภาพของประชาชนให้ครอบคลุมทั้งมิติกาย จิต สังคม และปัญญา รวมถึงการส่งเสริมขีดความสามารถให้คนจนสามารถพึ่งตนเองได้ และเทศบาลท่าผายังทำงานร่วมกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เพื่อสื่อสารข่าวสารสาธารณสุขระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐและคนในชุมชนหมู่บ้านศาลาเม็งในการส่งเสริมสุขภาพ การควบคุมและป้องกันโรค โดยให้คำแนะนำถ่ายทอดความรู้แก่เพื่อนบ้านและแกนนำสุขภาพประจำครอบครัว แกนนำชุมชนในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพพลานามัยให้แข็งแรง และเกิดการเจ็บป่วยน้อยที่สุด รวมทั้งมีเอกสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ เช่น โครงการอบรมให้ความรู้และส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุให้มีสุขภาพดี โครงการให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพและออกกำลังกายของผู้สูงอายุ โครงการความรู้เรื่องการออกกำลังกายและการบริโภคอาหาร เป็นต้น

ประเด็นกิจกรรม ได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อรองรับสภาพร่างกาย อารมณ์ และสังคมที่เปลี่ยนไปของผู้สูงอายุ กิจกรรมการออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพกาย กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว สังคม กิจกรรมสร้างความรู้สึกรักการมีคุณค่าในตนเอง กิจกรรมเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม เช่น โครงการแก้ปัญหาผู้สูงอายุติดบ้าน โครงการอบรมการทำดอกไม้ด้วยกระดาษ โครงการฝึกสมาธิเข้าถึงธรรมะของผู้สูงอายุ เป็นต้น

ประเด็นการบริหารจัดการ ทางเทศบาลท่าผาได้จัดทำงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ และกำหนด ช่วงระยะเวลาในการจัดทำโครงการสำหรับผู้สูงอายุบรรจุเป็นแผนตลอดทั้งปีของเทศบาลตำบลท่าผา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ การจัดสวัสดิการ และการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้สูงอายุ รวมทั้งการพัฒนา รูปแบบงานด้านสวัสดิการสังคมให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อสภาพการณ์ทางสังคม การพัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ

ตอนที่ 4 การหาช่องว่างระหว่างความต้องการกิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุกับการสนับสนุนของภาครัฐ

ประเด็นด้านกิจกรรมทางกาย หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนคำแนะนำการออกกำลังกาย และการออกกำลังกายทุกส่วนของร่างกาย แต่ประเด็นความต้องการการออกกำลังกายโดยใช้กิจกรรมทางกาย เพื่อให้ร่างกายได้เคลื่อนไหวเช่นกัน โดยมีการเคลื่อนไหวแขน ขา และการทรงตัว

ประเด็นด้านการสืบสานวัฒนธรรม ผู้สูงอายุต้องการทำกิจกรรมทางกายในสืบสานวัฒนธรรม เดิมของบ้านศาลาเม็ง โดยการฟ้อนเล็บ เนื่องจากผู้สูงอายุบ้านศาลาเม็งเป็นช่างฟ้อน ในอดีตหมู่บ้าน ศาลาเม็งมีชื่อเสียงเกี่ยวกับการฟ้อนเล็บ การตีกลองสะบัดชัย และการรำวงสำหรับผู้สูงอายุที่ชอบ ความสนุกสนาน ซึ่งตรงกับประเด็นยุทธศาสตร์ของเทศบาลท่าผาในการส่งเสริมความมั่นคงทาง วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีแนวทางการพัฒนาส่งเสริมศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประเด็นด้านการรวมกลุ่ม บ้านศาลาเม็งมีการรวมกลุ่มอาชีพเลี้ยงไก่เพียงกลุ่มเดียว ผู้สูงอายุ มีความต้องการที่จะรวมกลุ่มกัน เพื่อทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเริ่มจากกิจกรรมสำหรับ ส่งเสริมสุขภาพกาย ใจ และอารมณ์ เป็นลำดับแรกก่อน โดยกิจกรรมทางกายแบ่งเป็น กลุ่มรำวง และ ฟ้อนเล็บ ซึ่งพันธกิจของเทศบาลท่าผามีการสนับสนุนและอุดหนุนกลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านอาชีพ ด้านสุขภาพ เพื่อให้ผู้สูงอายุในชุมชนได้มีส่วนร่วม

ตอนที่ 5 การวางแผนเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยกิจกรรมทางกาย

ประเด็นท่ารำ จัดทำเป็นคู่มือการฟ้อนเล็บ ประกอบด้วย ท่าจีบลงหลัง สะบัดไหว้ บังสุริยา บิดบัวบาน จีบขวาซัก จีบซ้ายซัก พายเรือ สอดสร้อยมาลา และท่าบัวชูฝัก และคู่มือการรำวง ประกอบด้วย ท่าซักแป้งผัดหน้า ออฟบิท คาลิปโซ่ สอดสร้อยมาลามือบน และท่าสอดสร้อยมาลามือ ล่าง

ประเด็นประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้สูงอายุที่จะได้รับจากกิจกรรมทางกายประกอบด้วย การ บริหารกล้ามเนื้อ การทรงตัว และการบริหารข้อต่อ โดยการจัดกิจกรรมการให้ความรู้กับผู้สูงอายุ บรรยายโดยนักกายภาพ แยกคู่มือ แผ่นพับ กิจกรรมการสาธิต โดยตัวแทนช่างฟ้อน และสาวรำวง ผู้สูงอายุ กิจกรรมการฝึกปฏิบัติ ผู้สูงอายุทุกคน การปฏิบัติกิจกรรมตามตารางซ้อม และตาราง กิจกรรมงานแสดง

ตอนที่ 6 การจัดทำกระบวนการหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยกิจกรรมทางกายแบบมีส่วนร่วม

กลุ่มร่วาง การถ่ายรูปต้นแบบ เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิญชวนกลุ่มอื่น ๆ มาเคลื่อนไหวร่างกายด้วยการร่วาง จัดให้มีการร่วางกันในวันรับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ และจะกำหนดวันซ้อมสัปดาห์ละ 3 วัน ๆ ละ 30 นาที จัดเป็นรูปแบบการแสดงของกลุ่มผู้สูงอายุบ้านศาลาเม็ง เพื่อแสดงในวันผู้สูงอายุ และงานประเพณีรื่นเริงของบ้านศาลาเม็ง และไปร่วมงานรื่นเริงของหมู่บ้านอื่น ๆ และกลุ่มเพื่อนเล้า การถ่ายทอดสู่เยาวชนองค์ความรู้การพ้อนเล้าสู่เยาวชน การถ่ายรูปต้นแบบ เพื่อใช้ในการสอนรำ รับแสดงงานต่าง ๆ และกำหนดวันซ้อมสัปดาห์ละ 3 วัน ๆ ละ 30 นาที

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปาง มีความต้องการรวมกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนั้นยังมีความต้องการที่จะทำกิจกรรมเคลื่อนไหวร่างกายเพื่อให้อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายได้มีการขยับ โดยไม่ใช่การออกกำลังกาย แต่จะใช้เป็นกิจกรรมทางกายร่วมกัน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนรินทร์ หมื่นแสนและสุชาดา ไกรพิบูลย์ (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุหมู่บ้านทุ่งหลุก อำเภอยางตลาด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุต้องการมีสุขภาพที่ดี แข็งแรง ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ มีสถานที่ออกกำลังกาย และทำกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งมีความต้องการความเอาใจใส่จากครอบครัว และคนใกล้ชิด ตลอดจนหน่วยงานที่ดูแลเรื่องของสุขภาพ และสอดคล้องตามแนวคิดของ Clark and Anderson (1967) ที่กล่าวว่า ความต้องการของผู้สูงอายุ ประกอบด้วยความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์ มีผู้ช่วยเหลือดูแลอย่างใกล้ชิดทั้งยามปกติ และยามเจ็บป่วย ที่อยู่อาศัยที่สะอาด อากาศดี สิ่งแวดล้อมดี อาหารการกินที่ถูกสุขลักษณะตามวัย ได้รับการตรวจสุขภาพ และการรักษาพยาบาลที่สะดวก รวดเร็ว ทันทีที่ต้องการได้รับการรักษาพยาบาลแบบให้เปล่าจากรัฐ ความต้องการได้พักผ่อน นอนหลับอย่างเพียงพอ การบำรุงรักษาร่างกาย และการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ และความต้องการทางด้านจิตใจ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ จะมีการปรับปรุง และพัฒนาจิตใจของตนเอง ให้เป็นไปในทางที่ดีงามมากขึ้น สามารถควบคุมจิตใจได้ดีกว่าหนุ่มสาว ดังนั้น เมื่อคนเราอายุมากขึ้น ความสุขุมเยือกเย็น จะมีมากขึ้นด้วย แต่การแสดงออก จะขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคล การศึกษาประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมในชีวิตของคนคนนั้น ในทำนองเดียวกันกับแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพของ Pender (1975) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติของบุคคลในการป้องกันโรค การป้องกันสุขภาพ เป็นมโนทัศน์ทางสุขภาพเชิงลบเพราะพฤติกรรมส่วนใหญ่จะเป็น

การหลีกเลี่ยง แต่การยกระดับสุขภาพ หรือมีความเป็นอยู่ที่ดีนั้นบุคคลต้องได้รับการส่งเสริมให้มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพซึ่งเป็นมนต์เสน่ห์เชิงบวก

สำหรับประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าผา จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ผู้นำชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการมีการวางแผน และจัดทำกระบวนการร่วมกันเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยกิจกรรมทางกาย โดยผ่านการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อค้นหาปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุ ตลอดจนความต้องการของผู้สูงอายุในการดูแลสุขภาพของตนเอง แล้วนำมาประเมินเพื่อวางแผนหาแนวทาง และนำมาจัดทำเป็นกระบวนการปฏิบัติ ประกอบด้วย กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการสาธิต และกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของบัวหลวง ใจดี และพุดพิงศ์ สัตยวงศ์ทิพย์ (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลหนองตะไก่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยพบว่า กระบวนการพัฒนา กิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาพโดยการมีส่วนร่วมกันโดยการเสริมสร้างพลังอำนาจ 4 ขั้นตอน คือการ ค้นหาความจริง การวางแผน การปฏิบัติการ และการคงสภาพ ซึ่งเป็นกระบวนการทางสังคมที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของบุคคล กลุ่มคน องค์กร หรือชุมชนให้มองเห็นปัญหาของตนเองได้ โดยผ่านการสนทนา สะท้อนความคิด และการปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งการมีส่วนร่วมที่แท้จริงจะนำไปสู่การเสริมสร้างพลังอำนาจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Erwin (1976) ที่กล่าวว่า กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความชำนาญของประชาชนในการแก้ไขปัญหา ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และยังสอดคล้องกับแนวคิดของอकिन รพีพัฒน์ (2527) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การ ค้นหาสาเหตุตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน การร่วมกันตัดสินใจ เลือกแนวทางและการวางแผนพัฒนา เพื่อการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน การร่วมกันปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน และการประเมินผลกิจกรรมร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ในการศึกษา

1.1 จากข้อค้นดังกล่าวพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านคำแนะนำ ความรู้ในการดูแลสุขภาพ และใช้กิจกรรมทางกายโดยการฟ้อนเล็บและรำวงเพื่อการออกกำลังกาย จะเห็นได้ว่าการรวมกลุ่มทำกิจกรรมของผู้สูงอายุจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีจะให้ความ

ร่วมมือในการทำกิจกรรม ดังนั้นการจะให้กลุ่มผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ควรพิจารณาเกี่ยวกับประเด็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี เป็นหลัก

1.2 การที่ผู้สูงอายุจะสามารถรวมกลุ่มกันได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีผู้นำที่มีจิตอาสาเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนกิจกรรม เช่น ผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญ จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเนื่องจากเป็นผู้มีความรู้ รวมถึงสามารถทุ่มเทเวลาให้กับกลุ่มได้อย่างเต็มที่ เพราะไม่ต้องใช้เวลาในการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกาย ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาการส่งเสริมสุขภาพในประเด็นอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมการมีสุขภาพที่ดีทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของผู้สูงอายุ

2.2 ผู้วิจัยคนอื่นๆ อาจนำเอาวิธีวิจัยนี้ไปศึกษากับเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานสนับสนุนสุขภาวะชุมชน กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และได้รับความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านศาลาเม็ง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ

เอกสารอ้างอิง

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2548). *ทำอย่างไรคนไทยจะอายุยืนมากขึ้น*. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา. <http://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=976>(มิถุนายน (30, 2017)

เทศบาลตำบลท่าผา. (2560). *สภาพทั่วไป*. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา. <http://www.wangchincity.org/condition.php>

นรินทร์ หมั่นแสน และสุชาดา ไกรพิบูลย์ (2557) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุหมู่บ้านทุ่งหลุก อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. *พยาบาลสาร*. 41 (1) หน้า1-12

บรรลุ ศิริพานิช. (2533). สุขภาพผู้สูงอายุ. *วารสารคลินิก*. 6(6), หน้า 432-436.

บัวหลวง ใจดี และพุดิพงศ์ สัตยวงศ์ทิพย์ (2558). การพัฒนากิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลหนองตะไกร อำเภอสองแคว จังหวัด

- นครราชสีมา. 34th *The National Graduate Research Conference*, 27 มีนาคม 2558 คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วรรณลักษณ์ เมียนเกิด. (2559). ระบบการดูแลทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*. 24(2), หน้า 150-177.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558 [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา*.https://www.m-society.go.th/article_attach/18375/20283.pdf. (มิถุนายน 30, 2017,)
- อศิน รพีพัฒน์. (2527). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทยในการมีส่วนร่วมของประชาชนใน การพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภารพิมพ์.
- Chin HC, Cheuh LH and Ying TW. (2012). *Effect of exercise on physical function, daily living activities, and quality of life in the frail older adult: a meta-analysis*. Arch Phys Med Rehabil. (93). 237-244 Retrieved July 23, 2017, from [http://www.archives-pmr.org/article/S0003-9993\(11\)00817-3/pdf](http://www.archives-pmr.org/article/S0003-9993(11)00817-3/pdf)
- Clark, M. and B. G., Anderson. (1967). *Culture and aging: An anthropological study of older americans*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- Erwin William. (1976). *Political Participation*. New York: University of Buffalo Press.
- Pender, N.J., Murdaugh, C.L. & Parsons, M.A. (2006). *Health Promotion in Nursing Practice*. 5th (ed). New Jersey : Pearson Education, Inc.

**แนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยการออกกำลังกายของ
ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น อำเภอลำปาง จังหวัดแพร่**
**Approach to Elderly Health Promotion by Participation Process
with Exercise in Wangchin Municipality Phrae Province**

นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์^{1*} พรนภา บุญนำมา² ธนกร สิริสุขันธา³ พะนอ วรรณมูล

Napawan Netpradit^{1*} Pornnapa Boonnamma²

Thanakorn Sirisugandha³ Phanor Wanmoon⁴

^{1,3} สาขาวิชาการจัดการ ² สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁴ เทศบาลตำบลวังชิ้น

*Corresponding author E-mail: nok_napawan@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการการดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น จังหวัดแพร่ และเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น จังหวัดแพร่ ข้อมูลที่นำมาศึกษาครั้งนี้ได้มาจากการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มจากแหล่งข้อมูล 2 กลุ่มได้แก่ ตัวแทนกลุ่มผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น จำนวน 30 คน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลกลุ่มผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุต้องการกิจกรรมที่ส่งเสริมการดูแลสุขภาพกายด้วยกิจกรรมการออกกำลังกาย โดยการใช้อุปกรณ์ที่ประดิษฐ์ขึ้นเองจากวัสดุท้องถิ่นที่หาง่าย แนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยการออกกำลังกาย โดยร่วมกันวางแผนและจัดทำกระบวนการกิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการสาธิต และกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ

คำสำคัญ: การส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนร่วม การออกกำลังกาย ผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of the research were to study health care needs of exercise for the elderly in Wangchin Municipality Phrae Province and to find an approach to elderly health promotion by participation process with exercise in Wangchin Municipality Phrae Province. The data from this study were derived from both participant observation and non-participant semi-structured interviews group

discussions were conducted from two sources such as 30 representatives of the elderly in Wangchin Municipality and 10 people involved in caring for the elderly in Wangchin Municipality area. The findings revealed that the elderly needs activities that promote physical health care with exercise by making fitness equipment from locally crafted materials that are easy to find by themselves. An approach to elderly health promotion with exercise by participation planning and making educate activities, demo activities and practice activities.

Keywords: Elderly Health Promotion, Participation, Exercise, Elderly

บทนำ

ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ “สังคมสูงอายุ” (Aged Society) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ราวปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะกลายเป็น “สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์” (Complete Aged Society) และราวปี พ.ศ. 2578 เมื่อประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมดจะกลายเป็น “สังคมสูงอายุระดับสุดยอด” (Super Aged Society) (วรรณลักษณ์ เมียนเกิด, 2559) รัฐบาลให้ความสำคัญต่อผู้สูงอายุมาช้านาน มีการวางแผนนโยบายผู้สูงอายุแห่งชาติระยะยาว ซึ่งเป็นผลมาจากความกังวลของสังคมต่อค่าใช้จ่ายทางสุขภาพที่สูงขึ้นของผู้สูงอายุ ดังตัวอย่างที่มีมาแล้วในประเทศแทบจะวันตก โดยที่ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประเทศไทยมีหน้าที่ในการส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูสมรรถภาพ ผู้สูงอายุจึงกลายเป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายเนื่องจากความเจ็บป่วยเรื้อรังที่มักเกิดในผู้สูงอายุสามารถป้องกันไม่ให้ลุกลามได้และสามารถเห็นผลลัพธ์ของการดูแลได้ชัดเจน ในแง่ของภาระด้านค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพจึงหมายถึงการประหยัดงบประมาณการรักษาพยาบาลของชาติลงได้บางส่วน

การที่มนุษย์มีอายุยืนยาวขึ้นสาเหตุจากความก้าวหน้าทางการแพทย์ ส่งผลให้อายุขัยเฉลี่ยของเพศหญิงประมาณ 81 ปี และเพศชายประมาณ 79 ปี และมีแนวโน้มที่อายุขัยเฉลี่ยจะสูงขึ้นอีกนั้นหมายความว่าบุคคลจะต้องใช้ชีวิตอยู่กับร่างกายที่ถดถอยตามธรรมชาติเป็นเวลาที่ยาวนานขึ้น รวมทั้งจะเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคต่างๆ และมีความพิการหรือการที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองจะเพิ่มสูงขึ้นด้วย และปัญหาสำคัญที่ต้องเกิดกับผู้สูงอายุเกือบทุกคนคือ ปัญหาด้านสุขภาพทั้งทางกายและจิตใจ ซึ่งเป็นผลจากร่างกายเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่เสื่อมลง ร่วมกับการเผชิญปัญหาและภาวะเสี่ยงต่าง ๆ เป็นเวลานาน อาทิ การสัมผัสกับอากาศที่มีการปนเปื้อนของสารพิษต่าง ๆ หรือมีพฤติกรรมเสี่ยงบางอย่าง เช่น การสูบบุหรี่ ดื่มสุรา บริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสม รวมถึงละเลยการออกกำลังกาย ตลอดจนอวัยวะทุกส่วนของร่างกายถูกใช้งานลดลง ความคล่องตัวของอวัยวะที่ใช้ในการ

เคลื่อนไหวลดลง ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพยาธิสภาพของอวัยวะในระบบต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น เช่น เกิดโรคปวดข้อ โรคข้อเสื่อม โรคกระดูกพรุน โรคระบบทางเดินหายใจที่เกิดจากการเสื่อมสมรรถภาพของปอด โรคหลอดเลือดสมองและโรคความดันโลหิตสูง

การออกกำลังกายมีประโยชน์ต่อร่างกายมากมาย แต่ปัจจุบันพบว่าประชาชนมีความสนใจเป็นส่วนน้อย จากการสำรวจประชากร พ.ศ. 2558 พบว่า ในกลุ่มผู้สูงอายุมีการออกกำลังกายเพียงร้อยละ 9.9 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) ในความเป็นจริงแล้วการออกกำลังกายไม่ใช่สิ่งต้องห้ามสำหรับผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุยังคงสามารถออกกำลังกายได้ ถ้าเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับสภาพของตนเอง และปรับความหนักเบาในการออกกำลังกายแต่ละครั้ง เพื่อชะลอความเสื่อมของร่างกาย แก้ไขความบกพร่องในการเคลื่อนไหวและเพิ่มความแข็งแรงของร่างกาย รูปแบบการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ การเดิน หรือวิ่งช้า ๆ (เหยาะ) ว่ายน้ำ ขี่จักรยาน รำมวยจีน โยคะ (ศุภยอนามย์ที่ 2 กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข)

เทศบาลตำบลวังชิ้น ประกอบด้วย หมู่ที่ 1 บ้านใหม่ หมู่ที่ 7 บ้านนาเวียง หมู่ที่ 8 บ้านนาใหม่ และหมู่ที่ 10 บ้านใหม่กลาง มีประชากรทั้งหมด 3,189 คน ร้อยละ 79 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นผู้สูงอายุจำนวน 687 คน (เทศบาลตำบลวังชิ้น, 2560) จากการลงพื้นที่พบโรงเรียนสูงอายุ 1 แห่ง จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 เมษายน 2559 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมกลุ่มของผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมร่วมกัน และเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับความรู้อย่างต่อเนื่องในการดูแลสุขภาพกายและจิตใจ แต่พบว่ามีจำนวนผู้สูงอายุเพียงร้อยละ 10 เข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุที่ไม่เข้าร่วมกิจกรรมมีความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการการดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกายและหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตตำบลวังชิ้น จังหวัดแพร่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการการดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น จังหวัดแพร่
2. เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น จังหวัดแพร่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ ความต้องการของผู้สูงอายุ การสนับสนุนจากภาครัฐตามสิทธิผู้สูงอายุ การส่งเสริมสุขภาพ การออกกำลังกาย และการมีส่วนร่วม

2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้สูงอายุ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลวังชิ้น เจ้าหน้าที่สถานบริการสุขภาพ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษา ได้แก่ เทศบาลตำบลวังชิ้น อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา ได้แก่ ระหว่าง 1 สิงหาคม 2560 – 31 กรกฎาคม 2561

แนวคิด และทฤษฎี

การส่งเสริมสุขภาพ

Pender, Murdaugh, & Parsons (2006) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติของปัจเจกบุคคลในการป้องกันโรค ประกอบด้วย

1. ลักษณะเฉพาะ และประสบการณ์ของบุคคล (Individual Characteristics and Experiences) ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง (Prior Related Behavior) เป็นความบ่อยของการปฏิบัติ โดยพฤติกรรมที่เคยปฏิบัติในอดีตมีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากพฤติกรรมที่เคยปฏิบัติมานั้นได้กลายเป็นนิสัย (Habit Formation) และบุคคลปฏิบัติพฤติกรรมนั้นได้โดยอัตโนมัติ และ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ประกอบด้วย 3 ส่วน ปัจจัยด้านชีววิทยา ได้แก่ อายุดัชนีมวลกาย สภาวะวัยรุ่น สภาวะหมดประจำเดือน ความจุปอด ความแข็งแรงของร่างกาย ความกระฉับกระเฉง และความสมดุลของร่างกาย ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความมีคุณค่าในตนเอง แรงจูงใจในตนเอง การรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเอง และปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ สัญชาติ ชาติพันธุ์ วัฒนธรรม การศึกษาและสถานะทางสังคมเศรษฐกิจ

2. ความคิดและอารมณ์ต่อพฤติกรรม (Behavior-Specific Cognition and Affect) เป็นหลักในการสร้าง กลยุทธ์/กิจกรรมพยาบาลเพื่อสร้างแรงจูงใจให้บุคคลมีการพัฒนา หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง ประกอบด้วย 1) การรับรู้ประโยชน์ของการปฏิบัติพฤติกรรม (Perceived Benefits of Action) ความเชื่อของบุคคลโดยคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับภายหลังการปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพ 2) การรับรู้อุปสรรคในการปฏิบัติพฤติกรรม (Perceived Barriers to Action) เป็นความเชื่อหรือการรับรู้ถึงสิ่งขัดขวางที่ทำให้บุคคลไม่สามารถปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ 3) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-Efficacy) เป็นความเชื่อมั่นของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการบริหารจัดการและกระทำพฤติกรรมใด ๆ ภายใต้อุปสรรคหรือสภาวะต่าง ๆ ในการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ 4) ความรู้สึกที่มีต่อพฤติกรรม (Activity-Related Affect) เป็นความรู้สึกในทางบวกหรือลบที่เกิดขึ้นก่อน ระหว่าง และหลังการปฏิบัติพฤติกรรมการตอบสนอง 5) อิทธิพลระหว่างบุคคล (Interpersonal Influences) เป็นพฤติกรรมความเชื่อ หรือทัศนคติของคนอื่นที่มีอิทธิพลต่อความคิดของบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน และบุคลากรทางสุขภาพ 6) อิทธิพลจากสถานการณ์ (Situational Influences) เป็นการรับรู้และ

ความคิดของบุคคลเกี่ยวกับสถานการณ์หรือบริบทที่สามารถเอื้อหรือขัดขวางการปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการรับรู้เงื่อนไขที่มาสสนับสนุนความต้องการและความราบรื่นสุขสบายของสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติพฤติกรรม

3. พฤติกรรมผลลัพธ์ (Behavioral Outcome) ประกอบด้วย 1) ความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติพฤติกรรม (Commitment to a Plan of Actions) เป็นกระบวนการคิดที่ประกอบด้วย ความตั้งใจที่จริงจังที่จะกระทำพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับเวลา บุคคล สถานที่โดยอาจทำร่วมกับผู้อื่น รวมทั้งมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการปฏิบัติพฤติกรรมและการให้แรงเสริมทางบวกในการปฏิบัติ 2) ความจำเป็นอื่นและทางเลือกอื่นที่เกิดขึ้น (Immediate Competing Demands and Preferences) เป็นพฤติกรรมอื่นที่เกิดขึ้นทันทีทันใดก่อนที่จะเกิดพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตามที่วางแผนไว้และอาจทำให้บุคคลไม่สามารถปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตามที่ได้วางแผนไว้ และ 3) พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ (Health-Promoting Behavior) เป็นตัวบ่งชี้โดยตรงต่อผลลัพธ์ทางสุขภาพ โดยได้นำมาบูรณาการเข้ากับการใช้ชีวิตประจำวัน ผลที่ได้คือ การปรับภาวะสุขภาพ การเพิ่มความสามารถในการทำหน้าที่ของร่างกาย และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกช่วงพัฒนาการ

การมีส่วนร่วม

Erwin (1976:138) กล่าวว่าการมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความชำนาญของประชาชนในการแก้ไขปัญหา ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านกลไกของรัฐ โดยรัฐต้องกำหนดที่คำนึงถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมท้องถิ่น สนับสนุนกิจกรรมที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง รวมทั้งการสร้างช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

2. ปัจจัยด้านประชาชน จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการทำงานพัฒนา กล้าตัดสินใจ ริเริ่มกิจกรรม และรับผลประโยชน์ สมาชิกต้องรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือเป็นผู้นำคนในท้องถิ่นมีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอก

3. ปัจจัยด้านนักพัฒนา จะต้องรู้จักชุมชนในทุก ๆ มิติ มีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการมีส่วนร่วม ต้องค้นหาผู้นำที่มีศักยภาพ รู้จักวิธีการรวมกลุ่มประชาชน เพื่อช่วยหาหนทางแก้ปัญหา และสนับสนุนข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ รวมทั้งทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อให้สามารถดำเนินงานพัฒนาได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น

อคิน รพีพัฒน์ (2527 : 107-111) แบ่ง การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหา

2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เลือกแนวทางและการวางแผนพัฒนาเพื่อการแก้ไขปัญหา
3. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

ความต้องการของผู้สูงอายุ

Clark and Anderson (1967) ได้แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุ เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์

มีผู้ช่วยเหลือดูแลอย่างใกล้ชิด และพยาบาลอย่างใกล้ชิดเมื่อยามเจ็บป่วย ที่อยู่อาศัยที่สะอาด อากาศดี สิ่งแวดล้อมดี อาหารการกินที่ถูกต้องลักษณะตามวัย ได้รับการตรวจสุขภาพ และการรักษาพยาบาลที่สะดวก รวดเร็ว ทันทีที่แบบให้เปล่าจากรัฐ พักผ่อน นอนหลับอย่างเพียงพอ บำรุงรักษาร่างกาย และการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ

ประเภทที่ 2 ความต้องการทางจิตใจของผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย และสังคมจะทำให้จิตใจของผู้สูงอายุเปลี่ยนไปด้วย ผู้สูงอายุจะปรับจิตใจ และอารมณ์ไปตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย และสิ่งแวดล้อม แต่การแสดงออก จะขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคล การศึกษา ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมในชีวิตของคนคนนั้น

การออกกำลังกาย

การออกกำลังกายคือ การเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อพร้อมกับการใช้พลังงาน โดยมีการทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกายช่วยสนับสนุนเพื่อช่วยลดการจัดแผนควบคุม และปรับปรุงส่งเสริมให้การออกกำลังกายมีประสิทธิภาพและคงอยู่

ประเภทของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ กองกิจกรรมทางกายเพื่อสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2560) ได้แบ่งการออกกำลังกายเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. การออกกำลังกายที่พัฒนาระบบหัวใจไหลเวียนโลหิต และปอด (Cardiovascular Aerobic Exercise) ตัวอย่างกิจกรรมง่าย ๆ เช่น วิ่ง ว่ายน้ำ ปั่นจักรยาน เต้นแอโรบิค ฯลฯ โดยส่วนสำคัญคือจะช่วยพัฒนาระบบไหลเวียนโลหิต หัวใจ ปอด มีสมรรถภาพที่ดียิ่งขึ้น และยังเป็นการออกกำลังกายที่ทำให้ร่างกายเผาผลาญพลังงานได้เป็นอย่างดี การออกกำลังกายรูปแบบนี้น้อยกว่า 150 นาที/สัปดาห์

2. การออกกำลังกายที่เสริมสร้างความแข็งแรงให้กับกล้ามเนื้อ (Strength Training) การออกกำลังกายแบบแรงต้านมีหลากหลายรูปแบบ โดยอาจจะใช้น้ำหนักตัวเป็นแรงต้าน (วิดพื้น ชิดอัพ) ใช้แรงต้านจากยางยืด ใช้แรงต้านกับอุปกรณ์ภายในบ้านต่าง ๆ (กระเป๋ ขวดน้ำ หนังสือ) เครื่องออก

กำลังกายกลางแจ้ง ซึ่งจะช่วยให้กล้ามเนื้อส่วนที่บริหารมีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น ช่วยให้สัดส่วนต่าง ๆ มีความกระชับมากยิ่งขึ้น และสำหรับคนที่ลดน้ำหนัก อาจจะมองว่าการออกกำลังกายแบบนี้ไม่จำเป็น แต่จริง ๆ มีส่วนสำคัญอย่างมากเลย เพราะจะช่วยรักษามวลกล้ามเนื้อ เพิ่มการเผาผลาญขึ้นต่ำให้กับร่างกายได้เป็นอย่างดี โดยแนะนำบริหารกล้ามเนื้อแต่ละส่วนสัปดาห์ละหนึ่งครั้งเป็นอย่างน้อย

3. การออกกำลังกายที่เน้นเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับกล้ามเนื้อส่วนต่าง ๆ (Stretching) หรือที่เรียกว่า ยืดเหยียด อ่อนตัว ซึ่งรวมไปถึงกิจกรรม เช่น โยคะ พิลาทิส ไทชิ ชีกง ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้น้ำเนื้อมีความยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น การที่กล้ามเนื้อมีความยืดหยุ่นมีประโยชน์มาก กล้ามเนื้อเปรียบคล้ายกับหนังยาง หากเก็บหนังยางไว้นาน ๆ หากนำมาดึงจะขาด หากใช้อยู่เป็นประจำจะขาดใช้เวลานานกว่า เปรียบเหมือนกล้ามเนื้อเรา ถ้าไม่เคยยืดเหยียด เมื่อก้มไปยกของหนัก จะเกิดอาการปวดหลังทันที แต่ถ้ากล้ามเนื้อมีความยืดหยุ่นก็จะช่วยลดโอกาสบาดเจ็บที่อาจเกิดขึ้นได้ และช่วยลดการหกล้มในผู้สูงอายุด้วย โดยสามารถทำได้เป็นประจำ อย่างน้อยทุกครั้งหลังออกกำลังกาย

การออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย

1. การเดิน เป็นวิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ (ยกเว้นผู้สูงอายุที่มีความพิการของเท้า และข้อ ทำให้ลำบากมากในการเดิน) มีข้อที่ต้องปฏิบัติคือ ต้องเดินเร็วให้เกิดการเต้นหัวใจที่เพิ่มขึ้น หากเดินเร็วมากไม่ได้ต้องเพิ่มเวลาการเดินให้มากขึ้น ควรใช้รองเท้าที่เหมาะสม เนื่องจากการเดินเป็นการออกกำลังกายแต่ส่วนเท้า จึงควรได้แกว่งแขน และบริหารกล้ามเนื้อส่วนคอ และหน้าอกบ้างตามสมควรขณะเดิน

2. การวิ่งช้า ๆ (การวิ่งต่างกับการเดินคือ เดินจะมีเท้าใดเท้าหนึ่งแตะพื้นเสมอ ส่วนการวิ่งจะมีช่วงใดช่วงหนึ่งที่เท้าไม่แตะพื้น) ผู้สูงอายุถ้าสามารถวิ่งได้ก็ไม่มีข้อห้าม แต่ต้องมีข้อเท้าที่ดี (เพราะการวิ่งจะมีแรงกระแทกที่ข้อมากกว่าการเดิน อาจทำให้บาดเจ็บได้) และควรใส่รองเท้าที่เหมาะสม

3. การบริหารท่าต่าง ๆ ก็เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ แต่ควรจะทำให้เกิดผลระดับถึงหัวใจเต้นเพิ่มขึ้นด้วย

4. การรำมวยจีน หลักของการรำมวยจีนคือ การเคลื่อนไหวช้า ๆ แต่ใช้เวลา สมมติเหมาะสมกับผู้สูงอายุ แต่ต้องมีครูฝึกที่ดี มีกลุ่มที่เหมาะสม และต้องใช้เวลาปฏิบัติอย่างจริงจัง

5. โยคะ รวมถึงกีฬาต่าง ๆ เป็นสิ่งดีทั้งนั้น ถ้าผู้สูงอายุได้รู้หลักถูกต้อง และดำเนินการออกกำลังกายสม่ำเสมอตามสภาพของร่างกาย ไม่หักโหม ไม่รุนแรง ไม่แข่งขันก็จะทำให้ร่างกายมีสุขภาพที่ดี

ผู้สูงอายุ

บรรลุ ศิริพานิช (2532 : 42) แบ่งผู้สูงอายุและภาวะสุขภาพเป็น 3 กลุ่มดังนี้

3. กลุ่มผู้สูงอายุระดับต้น (The Young Old) เป็นผู้มีอายุ 60 – 70 ปี มีการเปลี่ยนแปลง
สภาวะทางกายภาพ

และสรีระวิทยาเปลี่ยนแปลงไปไม่มาก สามารถช่วยตนเองได้เป็นส่วนใหญ่ และเพิ่งผ่านวัยที่มี
ประสบการณ์มา จึงควรนำผู้สูงอายุกลุ่มนี้ไปช่วยงานสร้างสรรค์ต่อวิชาการ และดูแลผู้สูงอายุวัยอื่น

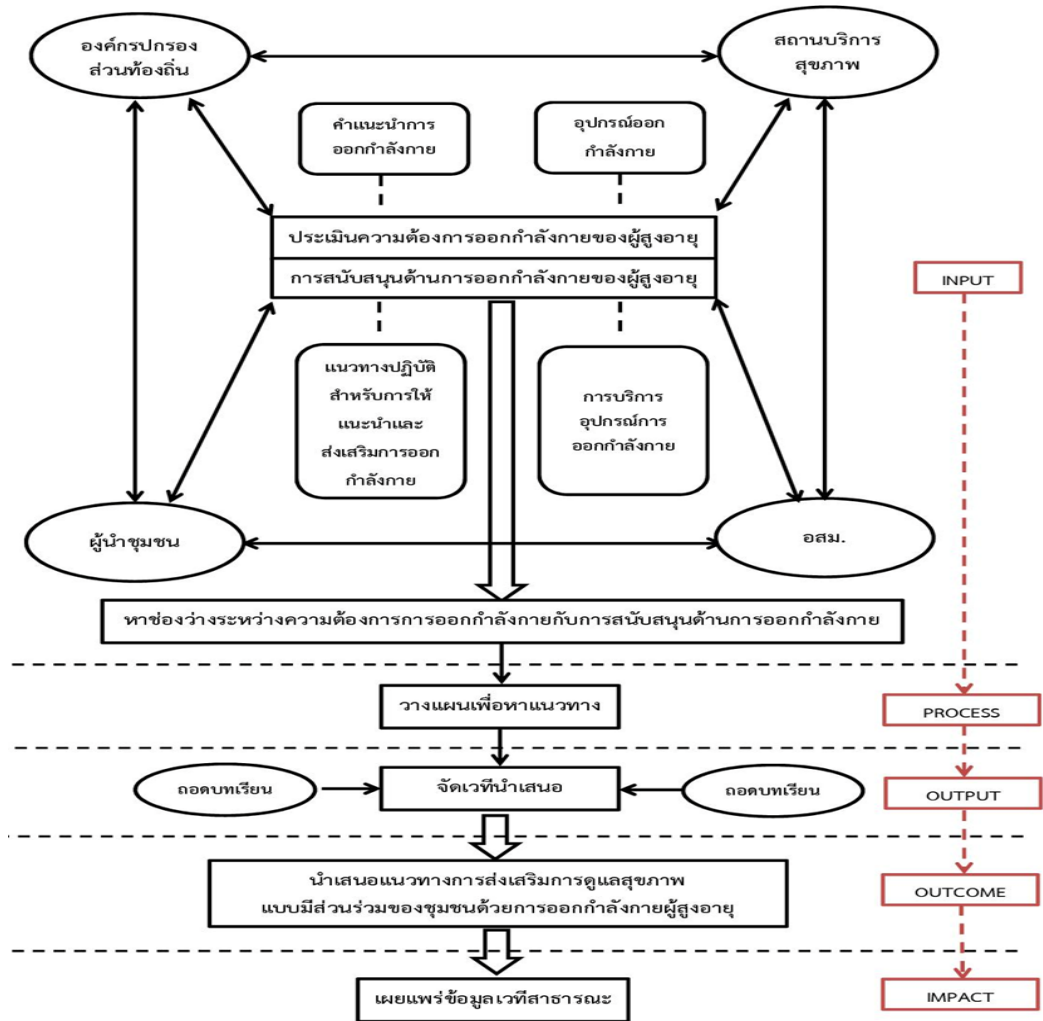
4. ผู้สูงอายุระดับกลาง (The Middle Old) เป็นผู้มีอายุ 71 – 80 ปี มีการเปลี่ยนแปลง
สภาวะทางกายภาพ

และสรีระวิทยาส่วนใหญ่ไปแล้ว มีความบกพร่องในการดูแลตนเอง เริ่มมีความจำเป็นหรือต้องการการ
ดูแลจากบุคคลอื่นในส่วนที่พร่องไป

5. กลุ่มผู้สูงอายุระดับปลาย (The Old Old) เป็นผู้มีอายุ 81 ปีขึ้นไปมีการเปลี่ยนแปลง
สภาวะทางกายภาพ และสรีระวิทยาไปอย่างเห็นได้ชัดจนมีความพร่องในการดูแล
ตนเอง จำเป็นต้องการการดูแลจากบุคคลอื่นในส่วนที่พร่องไป

กรอบกระบวนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR: Participatory Action Research) โดยประยุกต์ Pender's Health Promotion Model มาใช้เป็นกรอบกระบวนการวิจัย
ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

3. เจริญนโยบาย

เทศบาลตำบลวังชิ้นสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนำไปใช้ในการถ่ายทอดให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่ต่อไป

4. เจริญวิชาการ / การศึกษา

- 2.1 เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ เพื่อร่วมสร้างชุมชนท้องถิ่นน่าอยู่
- 2.2 เกิดนักวิจัยของชุมชนวังชิ้น
- 2.3 นำเสนอผลการวิจัยในการประชุมวิชาการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย กลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลวังชิ้น และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลวังชิ้น เจ้าหน้าที่สถานบริการสุขภาพ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่ ตัวแทนผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลวังชิ้น จำนวน 30 คน และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบล เจ้าหน้าที่สถานบริการสุขภาพ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. การสังเกต (Observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วม
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง
3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นการสนทนาที่แสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้สูงอายุในแต่ละในประเด็น

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูลทุกระยะ โดยใช้แผนที่ความคิด (Mind Map) ช่วยในการจัดเก็บประเด็นต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มทุกครั้งได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาจัดระบบข้อมูล แยกประเภทข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอบเขตที่ศึกษา จากนั้นประมวลข้อมูลทุกประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ประกอบในการตีความ และสังเคราะห์เป็นภาพรวมแล้วนำมาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามลำดับ

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นแผนที่ความคิด และภาพถ่ายประกอบคำอธิบาย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 บริบทชุมชน สถานการณ์ และปัญหาของผู้สูงอายุ

พบว่า บริบทเทศบาลตำบลวังชิ้น ลักษณะเป็นชุมชนกึ่งเมือง กึ่งชนบท ที่มีขนาดกะทัดรัด ครอบคลุมพื้นที่รับผิดชอบ 4 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านใหม่ บ้านนาเวียง บ้านนาใหม่ และบ้านใหม่กลาง ประชากรที่อาศัยในพื้นที่มีจำนวน 3,184 คน แบ่งเป็นชาย 1,562 คน หญิง 1,627 คน สภาพสังคม

ของคนวังขึ้นอยู่กันแบบช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ด้วยความมีน้ำใจ และความสามัคคีเช่นนี้ส่งผลให้สามารถรวมตัวเป็นกลุ่มต่าง ๆ และร่วมมือกันพัฒนาทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามภูมิปัญญาของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งปรากฏเป็นแหล่งเรียนรู้ทั้งหมด 8 ระบบ 33 แหล่งเรียนรู้

สถานการณ์ของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังขึ้นในปี 2560 มีจำนวน 687 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ซึ่งมีจำนวน 657 คน เพิ่มขึ้นถึง 30 คน และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นทุกปี โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ติดสังคม เป็นผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตัวเองได้ ช่วยเหลือผู้อื่นสังคม และชุมชนได้ โดยทางเทศบาลตำบลวังขึ้นได้เน้นการส่งเสริมสุขภาพ มีการทำกิจกรรมร่วมกันครอบคลุมในเรื่อง ศาสนา วัฒนธรรม สุขภาพ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้สูงอายุติดบ้าน มีจำนวน 37 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เคลื่อนไหวได้บ้าง มีปัญหาการกินหรือการขับถ่าย แต่ไม่มีภาวะสับสน จำนวน 30 คน กับกลุ่มที่เป็นเคลื่อนไหวได้บ้าง มีภาวะสับสน อาจมีปัญหาการกินหรือการขับถ่าย จำนวน 7 คน กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้สูงอายุติดเตียง มีจำนวน 9 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เคลื่อนไหวเองไม่ได้ มีปัญหาการกินหรือการขับถ่ายหรือเจ็บป่วยรุนแรง จำนวน 2 คน กลุ่มที่เคลื่อนไหวเองไม่ได้ เจ็บป่วยรุนแรงหรืออยู่ในระยะสุดท้ายของชีวิต จำนวน 7 คน ทางเทศบาลตำบลวังขึ้น ได้ส่งเจ้าหน้าที่เยี่ยมบ้านผู้ป่วยติดเตียง และติดบ้านร่วมกับ อสม. เป็นประจำ รวมทั้งจัดโครงการระบบดูแลสุขภาพระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง มีแผนการดูแลเป็นรายบุคคล และจัดอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุที่อยู่ติดเตียงได้รับการดูแลจากทีมสหสาขาวิชาชีพจากหน่วยบริการปฐมภูมิ และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลให้บริการดูแลด้านสุขภาพถึงบ้านอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ตามปัญหาสุขภาพ ตามชุดสิทธิประโยชน์ โดยการมีส่วนร่วมของครอบครัว ชุมชน ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี อยู่ในสังคมอย่างมีศักดิ์ศรี เข้าถึงบริการอย่างถ้วนหน้าและเท่าเทียม เป็นการสร้างสังคมแห่งความเอื้ออาทร และสมานฉันท์

ปัญหาของผู้สูงอายุ เป็นปัญหาเกี่ยวกับการต้องอยู่ลำพัง เนื่องจากลูกหลานทำงานต่างจังหวัด หรือผู้สูงอายุบางคนมีลูกหลานอยู่ดูแล แต่ผู้ดูแลยังขาดความรู้ความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย อารมณ์ และจิตใจของผู้สูงอายุ ขณะที่ผู้สูงอายุบางคนขาดกำลังใจ รู้สึกไร้ค่า ขาดการออกกำลังกาย ปวดตามแขน ขา และหลัง ขาดสุขลักษณะที่ดี รวมถึงหลักการปฏิบัติที่ถูกต้องเพื่อปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ เช่น การจัดบ้านเรือนให้ถูกสุขลักษณะ มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ส้วมที่ถูกสุขลักษณะทำให้ไม่เกิดการแพร่กระจายเชื้อโรค ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ป่วยเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ส่งผลทำให้บางคนต้องมียาใช้จ่ายในการรักษาโรค

ตอนที่ 2 การประเมินความต้องการของผู้สูงอายุ

ประเด็นการดูแลสุขภาพ ผู้สูงอายุต้องการได้รับความรู้ คำแนะนำในการดูแลสุขภาพของร่างกายที่ถูกต้องตามสภาพร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป ประเด็นกิจกรรม แบ่งเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการ

ดูแลสุขภาพกายและจิตใจของผู้สูงอายุ โดยต้องการทำกิจกรรมร่วมกัน ประเด็นการออกกำลังกาย ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะออกกำลังกายที่สามารถทำได้ตามสมรรถภาพของร่างกาย แบ่งเป็น 2 แบบ คือ แบบใช้อุปกรณ์ และแบบไม่ใช้อุปกรณ์ และโปรแกรมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสมรรถภาพทางกาย ประเด็นด้านอาชีพ ผู้สูงอายุมีจำนวนน้อยที่สนใจเรื่องของอาชีพ เนื่องจากเห็นว่า มีเงินจากเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุแล้ว รวมทั้งได้มีการรวมกลุ่มทำอาชีพ

ตอนที่ 3 การประเมินการสนับสนุนจากภาครัฐ

ด้านผู้บริหารเทศบาลตำบลวังชิ้นได้มีการสนับสนุน ส่งเสริม และเชื่อมโยงกับการทำงานของชุมชน เพื่อบำบัดทุกข์ บำรุงสุขแก่ประชาชน ภายใต้พันธกิจ “จะดูแลทุกชีวิต ตั้งแต่อยู่ในครรภ์ จนถึงเชิ้งตะกอน” โดยอาศัยเครือข่ายภาคีท้องถิ่นให้เข้ามาทำงานร่วมกัน ประเด็นภาวะสุขภาพ เทศบาลตำบลวังชิ้นจัดให้มีการสนับสนุนในรูปของการจัดทำโครงการ/กิจกรรม และการเยี่ยมบ้าน ทั้งในด้านการให้ความรู้ คำแนะนำ รวมถึงการป้องกัน และการควบคุมโรคในผู้สูงอายุ โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้จัดให้มีการตรวจสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ ส่วนทางด้านจิตใจเพื่อให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ และการมองเห็นคุณค่าในตนเอง ได้จัดกิจกรรมค้นหาปราชญ์ชาวบ้านด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่ในแต่ละชุมชนในเทศบาลตำบลวังชิ้น เพื่อเป็นคนต้นแบบ มีโอกาสได้แสดงความสามารถของตน และผู้มีจิตอาสาถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้อื่น ประเด็นวิชาการ ทางเทศบาลตำบลวังชิ้น ได้ร่วมกับภาคีเครือข่ายที่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และจิตอาสาในการให้ความช่วยเหลือขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งมีเอกสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประเด็นกิจกรรม ได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อรองรับสภาพร่างกาย อารมณ์ และสังคมที่เปลี่ยนไปของผู้สูงอายุ กิจกรรมการออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพกาย กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว สังคม กิจกรรมสร้างความรู้สึกการมีคุณค่าในตนเอง กิจกรรมเกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม ประเด็นการบริหารจัดการ ได้จัดทำงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ และกำหนดช่วงระยะเวลาในการจัดทำโครงการสำหรับผู้สูงอายุ บรรจุเป็นแผนตลอดทั้งปีของเทศบาลตำบลวังชิ้น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ การจัดสวัสดิการ และการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้สูงอายุ รวมทั้งการพัฒนารูปแบบงานด้านสวัสดิการสังคมให้ครอบคลุม และตอบสนองต่อสภาพการณ์ทางสังคม การพัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ สำหรับโรงพยาบาลวังชิ้น ได้ออกเยี่ยมบ้านผู้ป่วยติดเตียงเป็นประจำ โดยจะทำการค้นหาผู้ป่วยกลุ่มข้อสะโพกหัก ซึ่งทั้งผู้ป่วยและญาติพร้อมที่จะได้รับการรักษาด้วยการผ่าตัด เพื่อลดภาวะแทรกซ้อน ต่าง ๆ โดยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่ จะทราบดีว่าลูกบ้านรายใดเจ็บป่วย ซึ่งนับเป็นด่านแรกในการช่วยค้นหาผู้ป่วย

ตอนที่ 4 การหาช่องว่างระหว่างความต้องการผู้สูงอายุกับการสนับสนุนเทศบาลตำบลวัง ขึ้น

แนวทางปฏิบัติ ประเด็นด้านการออกกำลังกาย ทำออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ทำออกกำลังกายที่ช่วยเรื่องการทรงตัว และทำออกกำลังกายที่ช่วยในการกระตุ้นการรับรู้ข้อต่อ ประเด็นด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกกำลังกาย ใช้อุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นเอง โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้สูงอายุ ผลิตจากวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น และราคาไม่แพง ได้แก่ ดัมเบลทราย และถุงทราย ประเด็นด้านสถานที่ที่ใช้ในการออกกำลังกาย กลุ่มติดสังคมใช้บริเวณโรงเรียนพ้ออ้อย แม่อ้อย กลุ่มติดบ้านใช้บริเวณลานวัด ประเด็นด้านวันที่ใช้ในการออกกำลังกาย กลุ่มติดสังคมออกกำลังกายทุกวันพุธ และวันพระ กลุ่มติดบ้านทุกวันพระ และวันรับเปี้ยยังชีพผู้สูงอายุ กลุ่มติดเตียงวันที่ อสม. เยี่ยมบ้าน

ตอนที่ 5 การวางแผนเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยการออกกำลังกาย

ประเด็นทำออกกำลังกาย 1) การบริหารกล้ามเนื้อ ช่วยเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ช่วยเพิ่มความทนทานของกล้ามเนื้อ มีประโยชน์ต่อร่างกายคือ ทำให้กระบวนการเผาผลาญอาหารในร่างกายทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ช่วยทำให้ร่างกายเคลื่อนไหวได้อย่างกระฉับกระเฉง ช่วยลดความตึงเครียดของร่างกาย ช่วยลดการบาดเจ็บจากการออกกำลังกายอีกด้วย ช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้ร่างกาย ช่วยลดความเครียด ทำให้อารมณ์ดีขึ้น ช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคเกี่ยวกับเส้นเลือดหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง และโรคหลอดเลือดสมองจะลดลง อยู่ในระดับที่เหมาะสม 2) การบริหารเพื่อช่วยการทรงตัว ช่วยในการกระตุ้นการรับรู้ของข้อต่อ ลดภาวะความเสี่ยงการหกล้ม มีประโยชน์ต่อร่างกายคือ ช่วยเพิ่มกำลังกล้ามเนื้อ รักษาท่าทางอิริยาบถ และเพิ่มความไวในการเปลี่ยนท่าทาง 3) การบริหารข้อต่อ ช่วยในการกระตุ้นการรับรู้ของข้อต่อ ลดการเกิดข้อติด มีประโยชน์ต่อร่างกายคือ มีประโยชน์ต่อร่างกายคือ ป้องกันอาการปวดเมื่อยของข้อต่อ จะทำให้เกิดความคล่องตัวของข้อต่อ แล้วยังช่วยให้กล้ามเนื้อและเอ็นกล้ามเนื้อมีความยืดหยุ่น เตรียมพร้อมที่จะทำงาน ประเด็นอุปกรณ์การออกกำลังกาย มีอุปกรณ์ 2 ชนิด ได้แก่ ดัมเบลทราย และถุงทราย โดยได้ร่วมกันตั้งชื่อว่า “ข้าวหลามทรายเถาว์วัลย์น้ำตาแม่หม้าย” และ “ถุงทรายน้ำยม”

ตอนที่ 6 การจัดทำกระบวนการหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยการออกกำลังกายแบบมีส่วนร่วม

กลุ่มที่ 1 ผู้สูงอายุติดสังคม แนวทางการส่งเสริมสุขภาพ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นนักเรียนโรงเรียนพ้ออ้อย แม่อ้อย ทุกวันพระและวันพุธหลังเคารพธงชาติเวลา 8.00 น. จะมีครูใหญ่เป็นผู้นำออกกำลังกาย อุปกรณ์ที่ใช้ในการออกกำลังกายสลับกันไปแต่ละสัปดาห์ ประกอบด้วย ข้าวหลามทรายเถาว์วัลย์ ยางยืด ไม้พลอง ลูกโป่งเมล็ดธัญพืช ส่วนผู้ที่ไม่ใช่ นักเรียนโรงเรียนพ้ออ้อย แม่อ้อย จะทำกันในวันพระ และวันรับเปี้ยยังชีพ และกลุ่มที่ 2 ผู้สูงอายุติดบ้าน แนวทางการส่งเสริมสุขภาพ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่จะออกบ้านมาร่วมกิจกรรมเป็นบางครั้ง เช่น กิจกรรมทางศาสนา ได้แก่ วันพระ และวันที่

จะมากันทุกคน คือวันรับเปี้ยยังชีพผู้สูงอายุ โดยนักเรียนโรงเรียนพ่ออุ้ย แม่อุ้ยจะเป็นผู้นำออกกำลังกาย และใช้อุปกรณ์การออกกำลังกายจากนักเรียนโรงเรียนพ่ออุ้ย แม่อุ้ยประดิษฐ์ขึ้น กลุ่มที่ 3 ผู้สูงอายุติดเตียง แนวทางการส่งเสริมสุขภาพ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สามารถร่วมกิจกรรมใด ๆ ได้ และไม่สามารถประกอบกิจวัตรประจำวันได้ ต้องมีผู้ดูแลคอยดูแล นักเรียนโรงเรียนพ่ออุ้ย แม่อุ้ย จะร่วมกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ไปเยี่ยมที่บ้าน โดยจะใช้ชื่อโครงการว่า “กิจกรรมแอ่วหาเจ้าหนู” ไปพบปะ พูดคุยเพื่อเสริมสร้างกำลังใจ และใช้อุปกรณ์การออกกำลังกาย โดยนำ “ถุงทรายน้ำยม” ผูกติดแขน/หรือขาผู้สูงอายุที่ติดเตียง แล้วออกกำลังกายตามคู่มือ ช่วยกลุ่มผู้สูงอายุที่ติดเตียงในการออกกำลังกายเพื่อการบริหารกล้ามเนื้อและการบริหารข้อต่อ มีสุขภาพที่ดีขึ้น เปลี่ยนจากการอยู่ติดเตียง มาติดบ้านที่ยังอยู่ในความดูแลของลูกหลานอยู่ สามารถพึ่งตนเองได้บ้าง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ตอนที่ 7 นวัตกรรมจัดการตนเองของชุมชนอายุ

อุปกรณ์การออกกำลังกายที่เป็นสิ่งประดิษฐ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น “ข้าวหลามทรายเถาว์ลย์ น้ำตาแม่หม้าย” และคู่มือการออกกำลังกาย

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุต้องการได้รับความรู้ คำแนะนำในการดูแลสุขภาพของร่างกายที่ถูกต้องตามสภาพร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป และทำกิจกรรมที่ส่งเสริมการดูแลสุขภาพกาย ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินฉฉฉฉฉ พงษ์ดี และปิยธิดา คูศิริบุญรัตน์ (2558) ที่ศึกษาปัญหาและความต้องการด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่รับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านเหมืองแบ่ง ตำบลบ้านเหมืองแบ่ง ตำบลหนองหญ้าปล้อง อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า ในด้านร่างกายผู้สูงอายุต้องการให้มีการจัดบริการการแพทย์ในการดูแลสุขภาพ มีการจัดบริการให้คำปรึกษาทั่วไป ด้านจิตใจผู้สูงอายุต้องการให้สังคมตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรี และสอดคล้องตามแนวคิดของ Clark and Anderson (1967) ที่กล่าวว่า ความต้องการของผู้สูงอายุ ประกอบด้วยความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์ มีผู้ช่วยเหลือดูแลอย่างใกล้ชิดทั้งยามปกติ และยามเจ็บป่วยที่อยู่อาศัยที่สะอาด อากาศดี สิ่งแวดล้อมดี อาหารการกินที่ถูกสุขลักษณะตามวัย ได้รับการตรวจสุขภาพ และการรักษาพยาบาลที่สะดวก รวดเร็ว ทันทีทันใด ต้องการได้รับการรักษาพยาบาลแบบไปเปล่าจากรัฐ ความต้องการที่พักผ่อน นอนหลับอย่างเพียงพอ การบำรุงรักษาร่างกาย และการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ และความต้องการทางด้านจิตใจ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการปรับปรุง และพัฒนาจิตใจของตนเอง ให้เป็นไปในทางที่ดีงามมากขึ้น สามารถควบคุมจิตใจได้ดีกว่าหนุ่มสาว ดังนั้น เมื่อ

คนเราอายุมากขึ้น ความสุขุมเยือกเย็น จะมีมากขึ้นด้วย แต่การแสดงออก จะขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคล การศึกษา ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมในชีวิตของคนคนนั้น

สำหรับประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมด้วยการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลวังชิ้น จังหวัดแพร่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ผู้นำชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการมีการวางแผน และจัดทำกระบวนการร่วมกันเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุด้วยการออกกำลังกาย อุปกรณ์ที่ใช้ในการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่ผลิตขึ้นเองตามภูมิปัญญาของผู้สูงอายุ ผลิตจากวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น โดยผ่านการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อค้นหาปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุ ตลอดจนความต้องการของผู้สูงอายุในการดูแลสุขภาพของตนเอง แล้วนำมาประเมินเพื่อวางแผนหาแนวทาง และนำมาจัดทำเป็นกระบวนการปฏิบัติ ประกอบด้วย กิจกรรมการให้ความรู้ กิจกรรมการสาธิต และกิจกรรมการฝึกปฏิบัติ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของไพบุลย์ พงษ์แสงพันธ์ และยุติ รอดจากภัย (2557) ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยพบว่า กระบวนการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในชุมชนนั้น จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนและกระบวนการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องเพื่อดูแลสุขภาพประชาชน เช่น แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน แนวคิดการสร้างพลังอำนาจการทำงานโดยอาศัยภาคีเครือข่าย ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้ชุมชนพัฒนาศักยภาพด้านการส่งเสริมสุขภาพด้วยตนเอง นอกจากนั้นควรมีการสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้สร้างทางเลือกเพื่อหากิจกรรมที่เหมาะสมในการส่งเสริมสุขภาพเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากขึ้น โดยแบ่งเป็นกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ ประกอบด้วยกิจกรรมการออกกำลังกาย กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพจิต และการจัดการความเครียด ในทำนองเดียวกันยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Erwin (1976 : 138) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของประชาชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความชำนาญของประชาชนแก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงาน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องและยังสอดคล้องกับแนวคิดของอकिन รพีพัฒน์ (2527) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมประกอบด้วย การค้นหาสาเหตุ ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน การร่วมกันตัดสินใจ เลือกแนวทาง และการวางแผนพัฒนาเพื่อการปัญหาร่วมกัน การร่วมกันปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน และการประเมินผลกิจกรรมการพัฒนาร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากข้อค้นดังกล่าวพบว่า ผู้สูงอายุต้องการกิจกรรมที่ส่งเสริมการดูแลสุขภาพกายด้วย กิจกรรมการออกกำลังกาย โดยการใช้อุปกรณ์ที่ประดิษฐ์ขึ้นเองจากวัสดุท้องถิ่นที่หาง่าย จะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุมีภูมิปัญญาดั้งเดิม สามารถนำมาประยุกต์ใช้ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่จะสร้างความสนใจในการเข้าร่วมของผู้สูงอายุ เพื่อรองรับสภาพร่างกาย อารมณ์ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามวัย ควรพิจารณาเกี่ยวกับประเด็นการใช้ภูมิปัญญาของผู้สูงอายุ จะช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเกิดความภาคภูมิใจ การมองเห็นคุณค่าในตนเอง และสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาการส่งเสริมสุขภาพในประเด็นอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมการมีสุขภาพที่ดีทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของผู้สูงอายุ
2. ผู้วิจัยคนอื่นๆ อาจนำเอาวิธีวิจัยนี้ไปศึกษากับเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานสนับสนุนสุขภาวะชุมชน กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส) และได้รับความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุเทศบาลตำบลวังขึ้น อำเภอวังขึ้น จังหวัดแพร่ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ

เอกสารอ้างอิง

- กองกิจกรรมทางกายเพื่อสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *คู่มือหลักสูตรผู้ฝึกสอนการใช้เครื่องออกกำลังกายกลางแจ้ง*. กรุงเทพฯ: เอ็นซี คอนเซ็ปต์.
- จินณณิชา พงษ์ดี และปิยธิดา คูหิรัญญรัตน์. (2558). ปัญหาและความต้องการด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่รับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านเหมืองแบ่ง ตำบลบ้านเหมืองแบ่ง ตำบลหนองหญ้าปล้อง อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย. *วารสารการพัฒนาสุขภาพชุมชน*. 3(4) ตุลาคม – ธันวาคม.
- บรรลุ ศิริพานิช. (2533). สุขภาพผู้สูงอายุ. *วารสารคลินิก*. 6(6), หน้า 432-436.

- ไพบูลย์ พงษ์แสงพันธ์ และยุวดี รอดจากภัย. (2557). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. วารสารสาธารณสุข มหาวิทยาลัยบูรพา. 9(2) หน้า 13-20.
- วรรณลักษณ์ เมียนเกิด. (2559). ระบบการดูแลทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*. 24(2), หน้า 150-177.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. https://www.m-society.go.th/article_attach/18375/20283.pdf. (มิถุนายน 12, 2017,)
- อศิน รพีพัฒน์. (2527). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทยในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภารพิมพ์.
- Clark, M. and B. G., Anderson. (1967). *Culture and aging: An anthropological study of older americans*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- Erwin William. (1976). *Political Participation*. New York: University of Buffalo Press.
- Pender, N.J., Murdaugh, C.L. & Parsons, M.A. (2006). *Health Promotion in Nursing Practice*. 5th (ed). New Jersey : Pearson Education, Inc.

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี

Factors affecting Hawaiian shirt decision of students at Silpakorn

University, Phetchaburi Campus

ธิดาทิพย์ ปานโรจน์¹, ธาวิต เทียมปาน²

¹อาจารย์สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาด้านการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Corresponding author E-mail :thatosthanos652@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรีมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร 2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data) เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 376 ราย ทำการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยใช้สถิติพรรณนาแสดงในรูปค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นจึงทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบผลของปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านทัศนคติที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากรโดยเป็นตัวแทนของกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อฮาวาย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) จากผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 มีรายได้ระหว่าง 5,000 -10,000 บาท โดยเลือกซื้อเสื้อฮาวาย 2-3 ครั้งขึ้นไป ครั้งละ 1 ชิ้น 2) ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางด้านทัศนคติส่งผลกระทบต่อการเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี

คำสำคัญ: ส่งผลกระทบต่อการเลือกซื้อ, พฤติกรรมการเลือกซื้อ, เสื้อฮาวาย

Abstract

Research Factors influencing the decision to buy Hawaiian shirts of students at Silpakorn University, Phetchaburi Campus were: 1. To study the behavior of Hawaiian shirts in Silpakorn University. Hawaii's students at Silpakorn University are studying quantitative research. The quantitative data were collected from 376 questionnaires. Descriptive statistics were used to analyze data from the questionnaire with the SPSS statistical program using descriptive statistics. Percentage, mean and standard deviation. Then test the hypothesis. To compare the effects of social factors. Marketing Mix Factor The attitude factors that influence the decision-making process of students at Silpakorn University are represented by the Hawaiian buying habits. The results of the study revealed that 1) Most of the samples were females in the second year, earning between 5,000 and 10,000 Baht. 2) Social factors. Marketing mix factors. Attitudinal factors influencing the purchase of Hawaiian shirts by students at Silpakorn University.

Keyword: Affect Buying, Buying Behavior, Hawaiian Shirts

บทนำ

ในช่วงระยะเวลา 2 ถึง 3 ปีที่ผ่านมาหลายท่านอาจจะสังเกตเห็นเหมือนกันว่า คนส่วนมากเริ่มหันมาสนใจเสื้อฮาวาย ในความเป็นจริงนั้นเสื้อฮาวายอยู่คู่กับแพชชั่นบ้านเรามาหลายสิบปี เพียงแต่ในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมาเสื้อฮาวายได้กลายเป็นอีกหนึ่งสิ่งพื้นฐานที่ทุกคนจะต้องมีประจำตัว เสื้อผ้าและสามารถนำมาสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป ในบทความนี้จะกระผมจะมาย้อนประวัติถึงความเป็นมาของเสื้อฮาวายให้ทุกท่านได้ทราบเกี่ยวกับเสื้อฮาวาย เสื้อฮาวายมีต้นกำเนิดมาตั้งแต่ในช่วงปีค.ศ. 1930 จนถึงปีค.ศ. 1935 เสื้อฮาวายเริ่มมีการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการโดยเริ่มต้นจาก Mr. Koichiro Miyamoto เจ้าของห้องเสื้อMusa-Shiya the Shirtmaker Mr. Koichiro Miyamotoเริ่มตัดเย็บเสื้อฮาวายในแบบ Tailor Made (คือสั่งทำเป็นพิเศษเฉพาะเพื่อใครคนหนึ่งหรืองานเฉพาะอย่าง) Mr. Koichiro Miyamotoเป็นเจ้าแรกและเจ้าเดียวบนเกาะฮาวายโดยได้พิมพ์ลายและตัดเย็บด้วยผ้ากิโมโนสีสดใสตามแบบฉบับของญี่ปุ่นแต่มี cutting(การตัดเย็บ) ที่สวมใส่สบายแบบชาวตะวันตก แต่ความต้องการของตลาดก็ไม่เพียงพอ ต่อมาร้านWatumull's East India Storeจึงได้ทำการว่าจ้าง Designer ที่มีชื่อว่า Elsie Das ให้ออกแบบลวดลายบนผ้าไหมเพื่อผลิตเสื้อฮาวายกว่า 15 แบบและทำการจัดจำหน่ายในวงกว้างซึ่งในภายหลังนั้นก็ได้มีร้านค้าและผู้จัดจำหน่าย

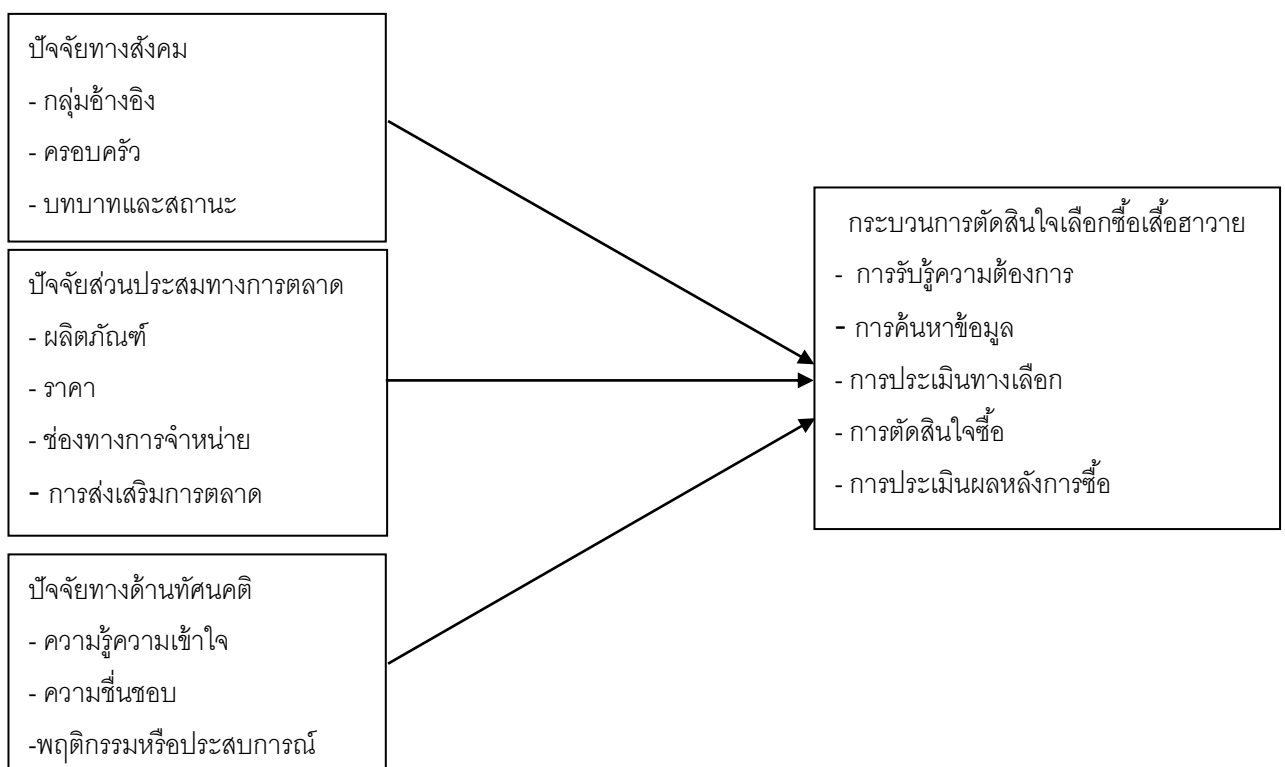
รายอื่นๆทยอยผลิตเสื้อฮาวายออกตามมา จนกระทั่งในปีค.ศ. 1936 นักธุรกิจที่มีชื่อว่า Ellery Chun ได้ร่วมกับบริษัท King-Smith clothiers จัดทะเบียนการค้าเสื้อฮาวายภายใต้ชื่อ Aloha shirt อย่างเป็นทางการและถึงแม้ว่าจะมีผู้จัดจำหน่ายรายย่อยอื่นๆในตลาดแต่เสื้อฮาวายภายใต้ยี่ห้อ Aloha shirt ถือได้ว่าเป็นแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่และขายดีที่สุดในยุคนั้นในขณะที่ยุคสมัยเสื้อฮาวายก็ค่อยๆถูกปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตและวัตถุดิบตามยุคตามสมัยจากผ้ากิโมโนสู่ผ้าไหมไปจนถึงผ้าเรยอนจากกระดุมเงินเปลี่ยนเป็นกระดุมเปลือกมะพร้าวจนกลายมาเป็นกระดุมหอยมุกในปัจจุบันเสื้อฮาวายได้รับความนิยมที่เกาะฮาวายมาก ในปีค.ศ. 1947 มีการประกาศให้ทุกวันศุกร์เป็นวันรณรงค์ใส่เสื้อฮาวายหรือที่เรียกกันว่า Aloha Friday ในปัจจุบันความนิยมของเสื้อฮาวายยังคงขยายขอบเขตออกไปโดยเฉพาะประเทศในทวีปเอเชียที่มีอุณหภูมิและสภาพภูมิอากาศใกล้เคียงกับฮาวาย ญี่ปุ่นได้กลายเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอิทธิพลต่อวงการเสื้อฮาวายในเรื่องของความนิยมและแบรนด์หลายๆแบรนด์ของญี่ปุ่นเลือกที่จะผลิตเสื้อฮาวายออกมาจำหน่าย อาทิเช่น Sun surf, Sun friend, Red Letter เป็นต้น จากหนังสือชื่อ “ The Hawaiian Shirt “ ของ “Thomas Steele” ที่ตีพิมพ์เมื่อปี ค.ศ. 1984 ปัจจุบันส่งผลให้มีเสื้อฮาวายเพิ่มขึ้นผู้เลือกซื้อ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรีในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมากำหนดความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษาและประชากร

พื้นที่และกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาที่อยู่ในพื้นที่มหาวิทยาลัยศิลปากร และมีปัจจัยการเลือกซื้อเสื้อฮาวาย ซึ่งทราบจำนวนที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ คลาดคลาตเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10

ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 (ปกตินิยมระดับความเชื่อมั่น 95%)

ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีจำนวน 6200 คน

จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน $(6200/1+6200+0.05^2) = 375.75757576$ คน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 376 คน

2. ขอบเขตด้านระยะเวลาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษากฎการและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรีนี้ใช้เวลาโดยประมาณ 2 เดือน ตั้งแต่ เดือน เมษายน 2561 ถึง เดือน พฤษภาคม 2561

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางสังคม คือ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัวและบทบาทและสถานะ , ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยทางด้านทัศนคติ คือ ความรู้ความเข้าใจ ความชื่นชอบ และพฤติกรรมหรือประสบการณ์

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจ คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยนางสาว ธนันท์ โตสัมพันธมงคล(2558) เกี่ยวกับเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ (Uniqlo) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านบุคคลและบริการหลังการขาย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน ในขณะที่ปัจจัยด้านรูปแบบ และความหลากหลายของสินค้า ปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อปัจจัยด้านกายภาพและทำเลที่ตั้งของร้าน และปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยตัวแบบดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ร้อยละ 22.4

จากงานวิจัยนางสาว ญัญชฌ์ ปานเสมศรี(2551) ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นในสยามแสควร์สรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลจากการศึกษาพบว่า วัยรุ่นผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุส่วนใหญ่ อยู่ที่ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทและแหล่งที่มาของรายได้มาจากครอบครัว

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นในสยามแสควร์ จำนวน 385 คน โดยพิจารณาดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นในสยามแสควร์อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นในสยามแสควร์อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงทางสังคม

ผลการศึกษาระดับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงทางสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นในสยามแสควร์ จำนวน 385 คน กลุ่มอ้างอิงทางสังคมโดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง

จากงานวิจัย นางสาว เพ็ญนิภา พรพัฒนนางกูร(2551) เกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น สรุป พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น ส่วนใหญ่นิยมซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นตรายี่ห้อ Esprit มากที่สุด เหตุที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากมีแบบ/ดีไซน์ของเสื้อผ้าที่ตรงกับความต้องการ โดยส่วนใหญ่แล้ววัยรุ่นมักจะซื้อเสื้อผ้า เมื่อมีการลดราคาสินค้า ซึ่งจะไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุดเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้ง โดยปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้งประมาณ 1-2 ชิ้น เป็นเงินเฉลี่ย 1,000-5,000 บาท ในการไปซื้อแต่ละครั้งมักจะไปซื้อเพียงคนเดียวมากที่สุด และจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าเอง สรุป วัยรุ่นส่วนมากมีทัศนคติด้านการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นว่าเป็นสินค้าที่มีความทันสมัยตามแฟชั่นและมีคุณภาพดีนอกจากนี้ยังเหมาะที่จะซื้อเป็นของขวัญชิ้นดีสำหรับเพื่อนฝูง แต่วัยรุ่นไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการสวมใส่แล้วเป็นที่ยอมรับของเพื่อนฝูงและสังคม สรุป ส่วนประสมการตลาดของเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศวัยรุ่นพบว่า ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศเพราะคุณภาพเหมาะสมกับราคา และพอใจที่มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจน นอกจากนี้

การจัดรูปแบบการตกแต่งร้านที่ทันสมัยเข้ากับฤดูกาล มีอุปกรณ์ที่จำเป็นครบครัน และหาซื้อได้ง่าย ก็เป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และที่ขาดไม่ได้คือการส่งเสริมการตลาดที่เน้นให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า ต้องมีความรวดเร็วฉับไวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเช่น มีการลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต วิชยุทธ์โทรทัศน์รวมถึงการถ่ายแบบลงปกนิตยสารซึ่งสวมใส่โดยดารา ตลอดจนมีการลดราคาสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขาย ทักษะที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้านำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น นั่นคือ การมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น ได้แก่ เห็นด้วยว่าเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศมีคุณภาพดีมีความทนทาน คุณภาพเหมาะสมกับราคา มีความทันสมัยตามแฟชั่น มีแบบใหม่ๆ ให้เลือกตลอดเวลา สวมใส่แล้วเป็นที่ยอมรับจากเพื่อนฝูงและสังคม เป็นที่นิยมกันในหมู่ดารา นักร้อง และนักแสดงวัยรุ่น และซื้อเป็นของขวัญชิ้นดีสำหรับเพื่อนฝูงได้ทำให้ส่งผลต่อการมีพฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่างประเทศสูงขึ้น

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดข้างต้นเป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระหนาบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยสนใจเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Target group) จากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากรโดยเป็นตัวแทนของกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวาย

แหล่งข้อมูลการวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยทราบกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Taro Yamane และทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสองแหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถาม และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ งานวิจัย และบทความทางวิชาการ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอนคือ แบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านทัศนคติ และกระบวนการตัดสินใจ แบบสอบถามดังกล่าวพัฒนาขึ้นจากวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากรโดยเป็นตัวแทนของกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวาย

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยใช้สถิติพรรณนาแสดงในรูปค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายโดยใช้วิธีอิงเกณฑ์ในการแปลความข้อมูลออกเป็น 5 ระดับ สำหรับ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านทัศนคติ และกระบวนการตัดสินใจ จากนั้นจึงทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบผลของปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางด้านทัศนคติที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากรโดยเป็นตัวแทนของกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวาย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พบว่าจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 376 คน จำแนกตามเพศแบ่งออกเป็น เพศหญิงร้อยละ 73.6 เพศชายร้อยละ 26.4

จำแนกตามสถานะแบ่งออกเป็น นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ ร้อยละ 21.6 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารร้อยละ 2.4 คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรร้อยละ 76

จำแนกตามชั้นปีแบ่งออกเป็น ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 20 ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 47.2 ชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 23.2 ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 9.6

จำแนกตามรายได้แบ่งออกเป็น 1) ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 20.8 2) 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 68.8 3) 10,000 - 15,000 บาท ร้อยละ 7.2 4) 15,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 3.2

พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวาย โดยที่ซื้อเสื้อผ้าฮาวายมาแล้ว 1 ครั้ง ร้อยละ 13.6, 2-3 ครั้ง ร้อยละ 36.8, 4-5 ครั้ง ร้อยละ 24.8, 5 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 24.8 ซื้อเสื้อผ้าฮาวายในแต่ละครั้ง 1 ชิ้น ร้อยละ 72.8 ซื้อ 2-3 ชิ้น ร้อยละ 23.2 ซื้อ 4-5 ชิ้น ร้อยละ 2.4 ซื้อ 5 ชิ้นขึ้นไป ร้อยละ 1.6 โดยซื้อครั้งล่าสุด ไม่กี่วันก่อน ร้อยละ 10.4 ไม่กี่อาทิตย์ก่อน ร้อยละ 30.4 ไม่กี่เดือนก่อน ร้อยละ 48 ไม่กี่ปีก่อน ร้อยละ 11.2 ได้รับการแนะนำเรียงจากมากไปน้อย 1.เพื่อน 2.คนรู้จัก 3.ครอบครัว 4.ญาติ

2. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ตารางที่ 1 Model Summary ของปัจจัยทางสังคม

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 ^a	.612	.606	.6091

a. Predictors: (Constant), y

ตารางที่ 2 Anova^a ของปัจจัยทางสังคม

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.186	1	20.186	54.418	.000 ^b
Residual	44.514	120	.371		
Total	64.700	121			

a. Dependent Variable: x1

b. Predictors: (Constant), y

จากตารางข้างต้น การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรีผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าปัจจัยทางสังคมส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี หมายความว่า ระดับปัจจัยทางสังคม 1 หน่วยส่งผลให้การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรีจะเพิ่มขึ้น 0.729 โดยที่ค่า Adjusted R Square = 0.606 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นปัจจัยทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี แสดงสมการได้ดังนี้

$$Y=0.782 + 0.729x_1$$

ตารางที่ 3 Model Summary ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.739	.734	.378377872183949

a. Predictors: (Constant), y

ตารางที่ 4 Anova^a ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.823	1	8.823	61.624	.000 ^b
	Residual	17.180	120	.143		
	Total	26.003	121			

a. Dependent Variable: x2

b. Predictors: (Constant), y

จากตารางข้างต้น การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี หมายความว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 1 หน่วยส่งผลให้การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรีจะเพิ่มขึ้น 0.482 โดยที่ค่า Adjusted R Square = 0.734 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี แสดงสมการได้ดังนี้

$$Y=2.009 + 0.482x_1$$

ตารางที่ 5 Model Summary ของปัจจัยทางด้านทัศนคติ

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.609	.3582873419 14642

a. Predictors: (Constant), y

ตารางที่ 6 Anova^a ของปัจจัยทางด้านทัศนคติ

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.350	1	24.350	189.687	.000 ^b
	Residual	15.404	120	.128		
	Total	39.754	121			

a. Dependent Variable: x3

b. Predictors: (Constant), y

จากตารางข้างต้น การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านทัศนคติ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี หมายความว่าระดับปัจจัยทางด้านทัศนคติ 1 หน่วยส่งผลให้การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรีจะเพิ่มขึ้น 0.801 โดยที่ค่า Adjusted R Square = 0.609 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นปัจจัยทางด้านทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี แสดงได้ดังสมการดังนี้

$$Y=0.782 + 0.801x_1$$

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนานันท์ โตสัมพันธ์ มงคล(2558) เกี่ยวกับการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ (Uniqlo) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ จากการหา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ (Uniqlo) และจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัย ทางด้านบุคลมีผลกับการเลือกซื้อเสื้อมากที่สุด รวมถึงกลุ่มอ้างอิง และสถานะอื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัญชฌณัส ปานเสม ศรี(2551) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นใน สยามแสควร์ ซึ่งผลที่ได้คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น นำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นในสยามแสควร์อยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา

ปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญนิภา พรพัฒนนางกูร(2551) เกี่ยวกับ ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น โดยที่ศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และจากผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติมี ความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้านำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ดังนั้น ทางผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมเกี่ยวกับ สถาบันครอบครัวและความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆให้มากขึ้น อาจจะมีกิจกรรมเกี่ยวกับครอบครัว หรือความสัมพันธ์อื่นๆ ให้ได้มีกิจกรรมทำร่วมกันเพื่อลุ่มรับเสื้อฟรี เป็นต้น

2. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อ ฮาวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ผู้ประกอบการควรจัดโปรโมชั่นอย่าง

ต่อเนื่อง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กว้างมากขึ้นและมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับลูกค้าให้ได้หลากหลายมากขึ้น และเพิ่มช่องทางการโปรโมทร้านค้าของตนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

3. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฮาวายของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตเพชรบุรี ดังนั้น ทางผู้ประกอบการควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องและ ครบถ้วนแก่ผู้บริโภค เพื่อความเท่าเทียมละความไว้วางใจจากผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านทัศนคติในโอกาสต่อไปอาจทำการศึกษาในปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านบุคคลและบริการหลังการขาย ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน เป็นต้น

2. การวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมเพียงคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ในครั้งหน้าอาจจะศึกษากลุ่มคนที่ กว้างกว่านี้และหลากหลายมากกว่านี้ อาทิ เช่น เด็กประถม ผู้ใหญ่วัยทำงาน วัยชรา กลุ่มชมรมต่างๆ เป็นต้น เพื่อหาข้อเปรียบเทียบในเรื่องของความต่างของวัย

เอกสารอ้างอิง

- ณัญชณัส ปานเสมศรี. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศ ของวัยรุ่นในสยามแสควร์. หลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัย ศ รีน ค ริน ท ร วิ โร ฒ . [ระ บ บ อ อ น ไ ล น์] . แ ห ล่ ง ที่ ม า .
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Nankanas_P.pdf
- ณมล แซ่ลี. (2558). ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง. โรงเรียนบ้านบึงอุตสาหกรรมนุเคราะห์.เข้าถึงได้ จาก <https://sites.google.com/site/bbnmons/khnad-khxng-klum-tawxyang>
- นางสาวธณันท์ โตสัมพันธมงคล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ (Uniqlo) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.[ระบอบออนไลน์]. แห ล่ ง ที่ ม า .
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702030577_3571_1989.pdf

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์ปัจจัยทางสังคม. (2558). หน่วยที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 3.2.2.[ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา. <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/Subm2/U322-1.htm>

เพ็ญนิภา พรพัฒนนางกูร. (2551). ทศนคติและพฤติกรรมการซื้อขายเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศ
ของวัยรุ่น. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.[ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/435/1/pennipa_porn.pdf

GQ Thailand. (2559). หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ . รู้จักที่มากับประวัติศาสตร์ “เสื้อฮาวาย”. เข้าถึงได้จาก

<https://www.thairath.co.th/content/693056>

The koala store. (2560). ต้นกำเนิดเสื้อฮาวาย – The Origin of Aloha Shirt แปลจาก Official
site ของ Dale Hope.[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา.

<http://www.kohalastore.com/uncategorized/%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%AE%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A2-the-origin-of-loha-shirt/>

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก้าอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Perception of Amazing Thailand Tourism Affecting Intention to Travel in Thailand of Thai Travelers

วัลลภา พรหมด้วง¹ อธิการ ทศนอารีย์² และ นภนนต์ หอมสุต³

Walrapa Promduang¹, Atikan Tassanaaree² and Nopbhanont Homsud³

¹²³สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Corresponding author. E-mail: wpethh@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก้าอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาคเท่ากับ 0.836 การเก็บรวบรวมข้อมูลมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากผลการศึกษา พบว่าอิทธิพลการรับรู้ด้านกายภาพ (x_1) อิทธิพลการรับรู้ด้านคุณค่า (x_3) และอิทธิพลการรับรู้ด้านการสื่อสาร (x_5) ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ขณะที่อิทธิพลการรับรู้ด้านสถานที่ (x_2) และอิทธิพลการรับรู้ด้านจิตวิทยา (x_4) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสมการพยากรณ์ คือ $\hat{Y} = 1.335 + (0.106)X_1 + (0.148)X_3 + (0.298)X_5$

คำสำคัญ: การรับรู้ แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทยเก้าอย่างยั่งยืน ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research was to study perception of Amazing Thailand Tourism that affects the Intention to travel in Thailand of Thai travelers in Bangkok. The research instrument was questionnaire that was tested the content validity and its confidence Cronbach coefficient at 0.836. The sample population of this study is 400 Thai tourists in Bangkok. The results showed that Influence of the perception of physical (x_1) Influence of the perception of value (x_3) and Influence of the perception of communication (x_5) affected to Intention to travel in Thailand of Thai

travelers in Bangkok. While Influence of the perception of tourist attraction (x_2) and Influence of the perception of psychological (x_4) do not affect the Intention to travel in Thailand of Thai travelers in Bangkok. The prediction equation was $\hat{Y} = 1.335 + (0.106)X_1 + (0.148)X_3 + (0.298)X_5$

Keywords: Perception, Amazing Thailand Tourism, Intention to Travel

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ ทำให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงครึ่งแรกของปี 2561 มูลค่าตลาดไทยเที่ยวไทย อยู่ที่ประมาณ 515,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศมีประมาณ 74.8 ล้านคนต่อครึ่ง เดิปร้อยละ 5.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องของรัฐบาล ที่ได้จัดกิจกรรมสร้างคุณค่าและรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอัตลักษณ์ความเป็นไทย และได้กำหนดแผนการจัดทำแคมเปญท่องเที่ยววิถีไทยขึ้นมา (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน เป็นหนึ่งในแคมเปญที่ตอบสนองนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลภายในแคมเปญประกอบไปด้วย 7 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Maritime Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงานและฮันนีมูน (Wedding and Honeymoon Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure Destination) ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นเอกลักษณ์ไทย แต่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งเป็นการยกระดับวางรากฐานเศรษฐกิจไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

กิจกรรมในแคมเปญทั้ง 7 กิจกรรม ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเน้นย้ำให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อกูลเรื่องความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยาและการต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อนำประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่เจริญเติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานของความเป็นไทย สอดคล้องกับกระแสความต้องการของประชากรโลก และเจตนารมณ์ของ UNWTO ที่มุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ แต่

ยังคงรักษานักท่องเที่ยวตลาดเดิม โดยนำรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืนได้ และยังช่วยให้บรรลุนิเวศน์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง (กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ทั้งนี้การที่แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนจะประสบความสำเร็จ การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้อย่างทั่วถึงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

การประชาสัมพันธ์แคมเปญเพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้ เป็นการร่วมมือกันหน่วยงานหลายภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐและกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยร่วมกันทำตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในแคมเปญเพิ่มขึ้น ซึ่งการตลาดที่ใช้ทำได้หลายรูปแบบ อาทิ การสื่อสารและการจัดกิจกรรมการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) โดยนำเสนอในด้านกายภาพของแคมเปญ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในแคมเปญ ด้านคุณค่าที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวในแคมเปญ ด้านจิตวิทยาความพึงพอใจที่จะได้รับ และยังมีส่งเสริมในด้านการสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเลือกเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยสนใจที่ศึกษาเรื่องการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยศึกษาการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านการวางแผนกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ และการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและชักจูงนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในด้านกายภาพ สถานที่ท่องเที่ยว ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสารของแคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนด้านกายภาพ ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนด้านสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 3 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญป้องกันท้องเทียวยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนด้านคุณค่า ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท้องเทียวยวในประเทศไทยของนักท้องเทียวยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 4 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญป้องกันท้องเทียวยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนด้านจิตวิทยา ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท้องเทียวยวในประเทศไทยของนักท้องเทียวยวชาวไทย

สมมติฐานข้อที่ 5 อิทธิพลการรับรู้แคมเปญป้องกันท้องเทียวยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนด้านการสื่อสารส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท้องเทียวยวในประเทศไทยของนักท้องเทียวยวชาวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้แคมเปญป้องกันท้องเทียวยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท้องเทียวยวในประเทศไทยของนักท้องเทียวยวชาวไทยในครั้งนี้มีวิธีการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิศึกษาจากกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าจำนวนประชากร (Non-population) โดยค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างสุ่มเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนไว้ 15 ตัวอย่าง โดยคิดรวมเป็น 400 ตัวอย่าง เลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เรียงลำดับโดยเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling/Judgmental Sampling) และเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ทำการสำรวจโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยในวิจัยนี้เน้นนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือประชากร แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตวังทองหลาง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 10 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง และเขตบางนา

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และเขตบางเขน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ

กลุ่มที่ 5 กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา

กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงธนบุรีใต้ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราชพฤกษ์บุรณะ และเขตทุ่งครุ

ขั้นตอนที่ 2 คัดแยกตัวแทนกลุ่ม กลุ่มละ 1 เขต โดยดูจากเขตที่มีประชากรสูงที่สุดในกลุ่ม เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง จำนวน 9 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตดินแดง จำนวน 122,563 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 10 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตสวนหลวง จำนวน 122,534 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 7 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตสายไหม จำนวน 202,590 คน

กลุ่มที่ 4 กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 9 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตคลองสามวา จำนวน 193,930 คน

กลุ่มที่ 5 กลุ่มกรุงธนบุรีเหนือ จำนวน 8 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตจอมทอง จำนวน 152,315 คน

กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงธนบุรีใต้ จำนวน 7 เขต ประชากรสูงสุด คือ เขตบางแค จำนวน 193,002

ขั้นตอนที่ 3 คำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขต เป็นไปตามสัดส่วนของประชากรในเขตนั่น ๆ โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโควตา (Quota Sampling) คำนวณได้ดังนี้

$$\text{แทนค่าได้ดังนี้} \quad \frac{\text{จำนวนตัวอย่าง} \times \text{จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม}}{\text{จำนวนประชากร}} \\ 400 \times \frac{\text{จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม}}{986,931}$$

กลุ่มที่ 1 กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง ได้แก่ เขตดินแดง จำนวน 50 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มกรุงเทพใต้ ได้แก่ เขตสวนหลวง จำนวน 50 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกรุงเทพเหนือ ได้แก่ เขตสายไหม จำนวน 82 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 4 กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ได้แก่ เขตคลองสามวา จำนวน 79 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 5 กลุ่มกรุงธนบุรีเหนือ ได้แก่ เขตจอมทอง จำนวน 61 ตัวอย่าง

กลุ่มที่ 6 กลุ่มกรุงธนบุรีใต้ ได้แก่ เขตบางแค จำนวน 78 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีการอ้างอิงจากงานวิจัยของพิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่กับพฤติกรรม การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย และงานวิจัยของพรชนก เหลืองอ่อน (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้หวัน ของนักท่องเที่ยวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดทำการตรวจสอบความถูกต้องและให้คำแนะนำแก้ไขจนได้ค่า IOC มากกว่า 0 และได้้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง แต่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) คำนวณผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ขึ้นไป (สุวิมล ติरणันท์, 2555)

โครงสร้างคำถามในแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด (Close end questions) เลือกตอบได้คำตอบเดียว ประกอบไปด้วยคำถามในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามปลายปิด (Close end questions) เลือกตอบได้คำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามแบบ Interval scale จำนวน 24 ข้อ ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.825

โดยค่า Cronbach's Alpha ของแต่ละด้าน มีดังนี้

การรับรู้ด้านกายภาพ	ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.762
การรับรู้ด้านสถานที่	ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.827
การรับรู้ด้านคุณค่า	ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.802
การรับรู้ด้านจิตวิทยา	ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.709
การรับรู้ด้านการสื่อสาร	ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.806

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นคำถามแบบ Interval scale จำนวน 4 ข้อ ได้ค่า Cronbach's Alpha
= 0.782

เกณฑ์การให้คะแนนคำถามแบบ Interval

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลผล

เป็นการวัดผลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ใน
แบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอธิบายผล ซึ่งผลจากการคำนวณใช้

$$\begin{aligned}\text{สูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูง} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80\end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 เห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
เป็นเพศหญิงจำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีช่วงอายุตั้งแต่ 20 - 29 ปี จำนวน 354 คน คิด
เป็นร้อยละ 88.75 ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ

68.50 เป็นนิสิตนักศึกษาจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระดับน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.00 ดังตาราง1

ตาราง1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม(n=400)

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง	301	75.25
	ชาย	99	24.75
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.25
	20 - 29 ปี	354	88.50
	30 - 39 ปี	31	7.75
	40 - 49 ปี	14	3.50
	50 - 59 ปี	0	0.00
	60 ปีขึ้นไป	0	0.00
ระดับการศึกษาสูงสุด	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	16	4.00
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	85	21.25
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	25	6.25
	ปริญญาตรี	274	68.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
อาชีพ	นิสิตนักศึกษา	263	65.75
	ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ	74	18.50
	พนักงานบริษัทเอกชน	50	12.50
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	3.25
	เกษตรกร	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 15,000 บาท	272	68.00
	15,000 – 30,000 บาท	119	29.75
	30,001 – 50,000 บาท	9	2.25
	50,001 – 100,000 บาท	0	0.00
	100,001 บาทขึ้นไป	0	0.00
รวม		400	100.00

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในหนึ่งปี พบว่าส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ท่องเที่ยวในภาคเหนือ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือครอบครัว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 3 - 4 วัน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,000 - 3,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ดังตาราง 2

ตาราง 2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว (n=400)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการ	ไม่เคยเลย	0	0.00
ท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี	1 ครั้ง	34	8.50
	2 ครั้ง	109	27.25
	3 ครั้ง	96	24.00
	4 ครั้ง	23	5.75
	มากกว่า 4 ครั้ง	138	34.50
ภูมิภาคที่ชื่นชอบ	ภาคเหนือ	119	29.75
	ภาคกลาง	107	26.75
	ภาคตะวันตก	84	21.00
	ภาคใต้	76	19.00
	ภาคตะวันออก	13	3.25
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	0.25
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไป	ครอบครัว	138	34.50
ท่องเที่ยว	ตนเอง	128	32.00
	เพื่อน	108	27.00
	คนรัก	26	6.50
	ดารา/นักร้อง	0	0.00
	บุคคลที่มีชื่อเสียง	0	0.00
ระยะเวลาที่ใช้ในการ	1 วัน	35	8.75

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	2 - 3 วัน	126	31.50
	3 - 4 วัน	195	48.75
	5 - 6 วัน	18	4.50
	7 วันขึ้นไป	26	6.50
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการ	น้อยกว่า 1,000 บาท	50	12.50
เดินทางไปท่องเที่ยวต่อ ครั้ง	1,000 - 3,000 บาท	189	47.25
	3,001 - 5,000 บาท	131	32.75
	5,001 - 10,000 บาท	27	6.75
	10,001 บาทขึ้นไป	3	0.75
รวม		400	100.00

ข้อมูลวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสารที่มีผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.08, S.D. = 0.42) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ในระดับมาก จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ (Mean = 4.08, S.D. = 0.63) ด้านสถานที่ (Mean = 4.13, S.D. = 0.63) ด้านคุณค่า (Mean = 4.09, S.D. = 0.68) ด้านจิตวิทยา (Mean = 4.09, S.D. = 0.63) และด้านการสื่อสาร (Mean = 4.11, S.D. = 0.62) ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงผลข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน (n=400)

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน	Mean	S.D.	การแปลความหมาย
1. การรับรู้ด้านกายภาพ ผ่านแคมเปญ ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน			

การรับรู้แคมเปญป๋าท้องเทียรวลัทย เก่เก้อย่างยั้งยั้ง	Mean	S.D.	การแปลความหมาย
1.1 แคมเปญลือถึงความปลอดภัยของสถานที่ท้อเทียรว	4.03	0.89	มาก
1.2 แคมเปญบ่บอถึงความสะดวกสบายในการเดินทางและเข้าถึง	4.04	0.85	มาก
1.3 แคมเปญบ่บอถึงคุณภาพและมาตรฐานของสถานที่ท้อเทียรว	4.04	0.86	มาก
1.4 แคมเปญบ่บอถึงการต้อนรับและมีรูปภาพของคนในพื้นที่	4.21	0.83	มากที่สุด
1.5 แคมเปญลือถึงอาหารประจำท้องถิ่น	4.10	0.87	มาก
รวม	4.08	0.63	มาก
2. การรับรู้ด้านสถานที่ท้อเทียรว ผ่านแคมเปญ ป๋าท้องเทียรวลัทย เก่เก้อย่างยั้งยั้ง			
2.1 แคมเปญลือถึงวัฒนธรรมและประเพณีที่น่าสนใจของสถานที่ท้อเทียรว	4.14	0.86	มาก
2.2 แคมเปญลือถึงประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจของสถานที่ท้อเทียรว	4.10	0.85	มาก
2.3 แคมเปญลือถึงศิลปะหิ้งดงามของสถานที่ท้อเทียรว	4.11	0.90	มาก
2.4 แคมเปญลือถึงธรรมชาติที่มีความสวยงามของสถานที่ท้อเทียรว	4.18	0.86	มาก
2.5 แคมเปญลือถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่	4.11	0.89	มาก
รวม	4.13	0.63	มาก
3. การรับรู้ด้านคุณค่า ผ่านแคมเปญ ป๋าท้องเทียรวลัทย เก่เก้อย่างยั้งยั้ง			
3.1 แคมเปญลือถึงความค้ค่ากับเงินที่จ่ายในการท้อเทียรว	4.04	0.89	มาก
3.2 แคมเปญลือถึงความค้ค่าของประสบการณ์ที่ได้รับจากการท้อเทียรว	4.12	0.88	มาก
3.3 แคมเปญลือถึงความค้ค่ากับเวลาที่ใช้ในการท้อเทียรว	4.06	0.92	มาก
3.4 แคมเปญลือถึงความประทับใจที่ได้รับจากการท้อเทียรว	4.14	0.90	มาก
รวม	4.09	0.68	มาก
4. การรับรู้ด้านจิตวิทยา ผ่านแคมเปญ ป๋าท้องเทียรวลัทย เก่เก้อย่างยั้งยั้ง			
4.1 แคมเปญลือถึงความสุขที่จะได้รับจากการท้อเทียรว	4.10	0.87	มาก

การรับรู้แคมเปญป้องกันท้องเทียวิถีไทย เก่ไก้อย่างยั่งยืน	Mean	S.D.	การแปล ความหมาย
4.2 แคมเปญสื่อถึงความสนุกที่จะได้รับจากการท้องเทีย	4.10	0.92	มาก
4.3 แคมเปญช่วยสร้างทัศนคติที่ดีในการท้องเทีย	4.05	0.89	มาก
4.4 แคมเปญช่วยสร้างแรงจูงใจในการท้องเทีย	4.09	0.89	มาก
4.5 แคมเปญช่วยสร้างความเชื่อที่ดีในการท้องเทีย	4.12	0.89	มาก
รวม	4.09	0.63	มาก
5. ด้านการสื่อสารผ่าน แคมเปญ ป้องกันท้องเทียวิถีไทย เก่ไก้อย่างยั่งยืน			
5.1 แคมเปญมีการนำเสนอภาพสถานที่ๆสวยงาม	4.21	0.86	มากที่สุด
5.2 แคมเปญได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	4.05	0.88	มาก
5.3 แคมเปญแจ้งข้อมูลที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์	4.13	0.87	มาก
5.4 แคมเปญช่วยสร้างการจดจำสถานที่ท้องเทียผ่านสื่อต่างๆได้	4.08	0.88	มาก
5.5 แคมเปญช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท้องเทีย	4.12	0.92	มาก
รวม	4.11	0.62	มาก
รวมเฉลี่ย	4.08	0.42	มาก

ข้อมูลความตั้งใจเดินทางท้องเทียในประเทศไทยของนักท้องเทียชาวไทย

ความตั้งใจเดินทางท้องเทียในประเทศไทยของนักท้องเทียไทย พบว่าระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.98, S.D. = 0.68) และเมื่อพิจารณาเป็นข้อคำถามรายข้อ พบว่าความตั้งใจเดินทางท้องเทียในประเทศไทยของนักท้องเทียไทย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ความต้องการที่จะท้องเทียหลังจากมีแคมเปญป้องกันท้องเทียวิถีไทย เก่ไก้อย่างยั่งยืน (Mean = 3.99, S.D. = 0.93) มีการค้นหาสถานที่ หรือข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากแคมเปญป้องกันท้องเทียวิถีไทย เก่ไก้อย่างยั่งยืน (Mean = 3.97, S.D. = 0.92) แคมเปญป้องกันท้องเทียวิถีไทย เก่ไก้อย่างยั่งยืน มีส่วนช่วยในการวางแผนการเดินทางของท่าน (Mean = 4.01, S.D. = 0.88) และมีตัดสินใจเดินทางท้องเทียหลังจากมีแคมเปญป้องกันท้องเทียวิถีไทย เก่ไก้อย่างยั่งยืน (Mean = 3.96, S.D. = 0.91)

ข้อมูลการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 4 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
Regression	32.713	5	6.543	17.166	.000 ^b
Residual	150.165	394	.381		
Total	182.878	399			

จากการวิเคราะห์ตาราง 4 พบว่า การรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังกล่าว ดังตาราง 5

ตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์ของอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	sig.
(Constant)		1.335	.306		4.365	.000
ด้านกายภาพ	x ₁	.106	.053	.098	1.994	.047
ด้านสถานที่	x ₂	.070	.055	.065	1.275	.203
ด้านคุณค่า	x ₃	.148	.055	.149	2.707	.007
ด้านจิตวิทยา	x ₄	.023	.061	.022	.383	.702
ด้านการสื่อสาร	x ₅	.298	.056	.273	5.319	.000

R = 0.423, R² = 0.179, Adjusted R² = 0.168, Std. Error of the Estimate = 0.61736

จากตาราง 5 พบว่าอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านคุณค่า และด้านการสื่อสาร ในขณะที่ด้านสถานที่และด้านจิตวิทยาไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ทั้งนี้จากการแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถนำมาเขียนสมการอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.335 + (0.106)X_1 + (0.148)X_3 + (0.298)X_5$$

$\hat{Y}$ แทน ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

X_1 แทน การรับรู้ด้านกายภาพ

X_3 แทน การรับรู้ด้านคุณค่า

X_5 แทน การรับรู้ด้านการสื่อสาร

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า อิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ด้านกายภาพ ด้านคุณค่า และด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในตาราง 6 ดังนี้

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 29 ปี เป็นนิสิตนักศึกษา การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในภาคเหนือของไทย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวคือครอบครัว ระยะเวลาที่เดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 - 3 วัน และมีการใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,000 - 3,000 บาท

ในการวิจัยครั้งนี้มีปัจจัยด้านการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เกื้อหนุนอย่างยั่งยืน ทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านคุณค่า ด้านจิตวิทยา และด้านการสื่อสาร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและ

แนวคิด เกี่ยวกับความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวของ Ajzen (1991), Oliver (1997) และ Swarbrooke & Horner (2007) และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก เหลืองอ่อน (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยจึงได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่ออภิปรายสมมุติฐาน ดังนี้

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนด้านกายภาพส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวในแคมเปญมีความปลอดภัย สะดวกสบายในการเดินทาง มีคุณภาพและมาตรฐาน สิ่งแวดล้อมผู้คนเป็นมิตร และอาหารการกินท้องถิ่นมีความน่าสนใจ ผลที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของชดากร สติธย์ (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนด้านคุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าแคมเปญนี้มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย คุ้มค่ากับประสบการณ์ที่ได้รับ ความคุ้มค่ากับเวลา และได้รับความประทับใจจากการเดินทางไปท่องเที่ยวตามแคมเปญ ผลที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของเชียนเหวิน หลี (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การรับรู้แคมเปญการท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนด้านการสื่อสารส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าภายในแคมเปญมีการนำเสนอภาพสถานที่ๆสวยงาม ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการแจ้งข้อมูลที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ สามารถสร้างการจดจำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ได้ และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้ ผลที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านการสื่อสารของ Baloglu & McCleary 1999 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก เหลืองอ่อน (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ด้านการสื่อสารส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านสถานที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและสูงเป็นอันดับแรก ดังนั้นแคมเปญควรเน้นการสื่อถึงการต้อนรับและมิตรภาพของคนในพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านการสื่อสาร ควรจัดการประชาสัมพันธ์แจ้งข้อมูลของแคมเปญอย่างต่อเนื่องให้นักท่องเที่ยว ในด้านคุณค่าควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ประสบการณ์ที่ได้รับ ความคุ้มค่าและความประทับใจในการท่องเที่ยว ในด้านจิตวิทยา ควรทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความสุข ความสนุกในการท่องเที่ยว และในด้านกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสุดท้าย ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย สะดวกสบายในการเดินทาง มีคุณภาพและมาตรฐาน ทำให้สิ่งแวดล้อมผู้คนเป็นมิตร และอาหารการกินมีความน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเพิ่มเติม โดยการศึกษาตัวแปรอิสระที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น
2. ขยายขอบเขตของการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่าง นอกเหนือเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางการในการ ต่อยอด พัฒนา แก้ไขและปรับปรุงในพื้นที่อื่นอย่างครอบคลุม
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้แคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งขอบเขตในการศึกษาทำให้ไม่อาจสะท้อนถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นได้ จึงควรที่ทำการศึกษายกขอบเขตกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ภูมิภาคต่างๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *รัฐบาลประกาศอย่างยิ่งใหญ่ให้ปี 2561 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน”*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา.

<https://thai.tourismthailand>(19 พฤษภาคม 2561,)

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 11).

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชดากร สลิต. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขต
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรม
ราชูปถัมภ์, 10(3), 227- 236.
- เขียนเหวิน หลี. (2559). การรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ
ความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พรชนก เหลืองอ่อน. (2559). การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางไป
ท่องเที่ยวได้วันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์
โครงการเที่ยวไทยเท่ากับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมहनุนตลาดไทยเที่ยวไทยครึ่ง
แรกของปี 2561 คึกคัก คาดรายได้ท่องเที่ยว 515,000 ล้านบาท.[ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา[https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-
econ/business/Pages/2908.aspx](https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/2908.aspx) (20 พฤษภาคม 2561,)
- ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2560).
รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ.2560. [ระบบออนไลน์]
<http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/> (28 พฤษภาคม 2561,)
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <https://www.amazingthailand.go.th/th/> (13 พฤษภาคม
2561)
- สุวิมล ติรภานนท์. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human
Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Baloglu, S. & McCleary, Ken W. (1999). A Model of Destination Image Formation.
Annals of tourism Research, 26(4), 868-897. Retrieved from
<http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/119.pdf>.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction A Aehavioral Perspective on The Consumer*. New
York: McGraw Hill.

Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer Behavior in Tourism (2nd ed.)*. Oxford:
Butterworth Heinemann.

ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นและส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค

Attitude toward purchasing fashion products and online marketing mix affecting consumers' purchasing decision of online fashion

นายอนุวัตร ดอนเคียวไพร^{1*} และ ดร.นลินี เหมาะประสิทธิ์²

Anuwat Donkiewpri^{1*} and Nalinee Mohprasit, Ph.D.²

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

*Corresponding author. E-mail: anueing@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นและส่วนประสมการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภค มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติการซื้อและส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในจังหวัดพิษณุโลกที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และมีประสบการณ์การซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์จำนวน 400 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Regression Analysis)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20 – 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 ปี มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เมื่อเรียงลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) เว็บไซต์ของร้านค้าโดยตรง เว็บไซต์สำหรับวางขายสินค้า และช่องทางอื่นๆ ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภคโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ ซึ่งปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายและปัจจัยความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์อยู่ร้อยละ 35.1 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ ซึ่งปัจจัยด้านการยึดติดกับแฟชั่นและด้านชื่อเสียงของตราสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์อยู่ร้อยละ 9 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ทัศนคติต่อการซื้อ ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ การตัดสินใจซื้อ สินค้าแฟชั่น

Abstract

The purpose of this research is to examine the attitude towards the consumers' purchase decision of fashion products and online marketing mixes that influence their purchasing decision of online shopping in Phitsanulok. The samples were consumers in Phitsanulok aged 20 years old and above who have ever had online shopping experiences. Data were collected for 400 people by questionnaires and using statistical data analysis named regression analysis.

The study found that the majority of respondents were male aged between 20-25 years old. The income level is between 15,001 - 20,000 Baht per month. The respondents preferred to shop online ranking from most to least purchasing channel is Facebook, Instagram, Online store and shopping website. The marketing mix and attitude toward consumers' decision to purchase online fashion products were at a moderate level.

According to the Regression Analysis, the online marketing mixes that influences the consumers' purchasing decision were distribution channel and privacy factors. These factors influenced consumer's decision making of online shopping by 35.1% at 0.05 significant levels. For the attitude towards the consumers' purchase decision, the result showed fashion involvement and brand consciousness influenced their decision making by 9% at 0.05 significant levels.

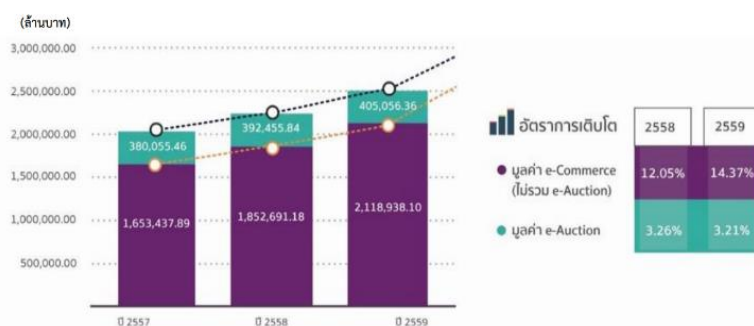
Keywords: Purchasing attitude, Online marketing mixes, Purchasing decision, Fashion product

บทนำ

การตลาดเป็นหนึ่งในสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในการทำธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า การตลาดยังเป็นการกระทำที่ผ่านกระบวนการคิดให้เกิดกิจกรรมที่ทำให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อกิจการและผู้บริโภค (เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต, ม.ป.ป) ในอดีตการตลาดจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก แต่เนื่องจากรูปแบบการสื่อสารและช่องทางการนำเสนอสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การทำการตลาดสามารถเข้าถึงตัวบุคคลได้มากขึ้น จนกลายเป็นการพัฒนาแนวคิดการสื่อสารการตลาดในรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่าการตลาดแบบผสมผสาน (ภิญญา ลิขหุญเยี่ยม, 2550) การตลาดจึงต้องมีความครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพนอกจากนี้การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

โดยเฉพาะผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ทำให้สามารถรับรู้ได้ถึงความต้องการของลูกค้าว่าเป็นอย่างไร การติดตามเทรนด์จะช่วยลดปัญหาสินค้าที่ไม่ตรงตามความต้องการได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559) เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือการตลาดทั้งสองทางของผู้ผลิตและผู้บริโภค

สำหรับประเทศไทย มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่จำนวนมากจากปี 2558 มีจำนวนว่า 39.47 ล้านคน และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 43.87 ล้านคน ในปี 2559 (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2560) ซึ่งส่วนของการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) นั้น จากการสำรวจและคาดการณ์พบว่า ตั้งแต่ปี 2557 มีมูลค่าการค้าแบบ E-Commerce ที่มีมูลค่ากว่า 2,033.49 ล้านบาท และมีการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็น 2,523.99 ล้านบาท ในปี 2559 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2559) ดังจะเห็นได้จากแผนภาพที่ 1 ข้างล่างนี้ที่แสดงมูลค่าการซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)



แผนภาพที่ 1 แสดงปริมาณมูลค่าการซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ที่มา : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2559)

ในการทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์ปัจจุบันมีการขายสินค้าอยู่มากมายหลายประเภท ซึ่งในปี 2559 มีการขายตัวกว่า 15% สินค้าแฟชั่นยังเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากเป็นอันดับที่ 1 โดยการใช้งานในตลาด E-Commerce ในไทยที่นิยมคือการทำธุรกิจผ่านทางเฟซบุ๊กมากถึง 92.1% (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559) นอกจากนี้ด้วยการที่พื้นที่ Social Media มีการค้าขายได้แบบไม่มีค่าใช้จ่าย มีการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และมีการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ที่สะดวก จึงทำให้เป็นช่องทางการขายที่ได้รับความนิยมและเหมาะสมเป็นอย่างมาก (ปัทมาสน์ ชนระชชรักษ์, 2559) นอกจากนี้องค์ประกอบของร้านค้าออนไลน์ ก็มีความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเช่นกัน ทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคลและด้านความเป็นส่วนตัวในมุมมองของผู้บริโภค (นันทพรพงษ์ พรรณนากุล, 2558) ทั้งนี้ยังเป็นการสร้างความมีประสิทธิภาพและเอกลักษณ์ในเชิงกลยุทธ์ทางการแข่งขันอีกด้วย (พนิดา อ่อนลออ , 2559)

การตัดสินใจซื้อสินค้าจำเป็นต้องมีการพิจารณาจากเหตุผลและปัจจัยต่างๆรวมกัน ทั้งอิทธิพลที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อมภายนอกและยังต้องพิจารณาการตอบสนองของผู้บริโภคต่ออิทธิพลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยา (อดุลย์ จาตุรงค์กุลและดลยา จาตุรงค์กุล, 2545) ทั้งในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรมทางแฟชั่น (พัชชรินทร์ อดออม, 2559) ที่มีการปรับเปลี่ยนเสมอ รวมไปถึงชื่อเสียงของตราสินค้า การเปรียบเทียบทางสังคม แนวคิดวัตถุนิยมและความสนใจในแฟชั่นของแต่ละบุคคล (Zhang & Kim, 2013) จะมีผลต่อทัศนคติในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น จากการศึกษาของ Zhang & Kim (2013) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าในกลุ่มแฟชั่น ซึ่งได้แก่ชื่อเสียงของตราสินค้าแนวความคิดวัตถุนิยมการเปรียบเทียบทางสังคมการยึดติดกับแฟชั่น และการวิวัฒนาการทางแฟชั่น ซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านทัศนคติของตัวบุคคลที่เกิดขึ้นจากแนวคิด ความชื่นชอบ ประกอบกับประสบการณ์ และข้อมูลภายในของผู้บริโภคแต่ละคน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวยังเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ดังนั้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนี้จึงมีความน่าสนใจในการนำมาศึกษาร่วมกับปัจจัยด้านทัศนคติดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นอีกด้วย

สำหรับจังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ มีประชากรมากถึง 851,357คน (World population review, 2560) เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคทางด้านคมนาคมทางบก และมีสนามบินประจำจังหวัดนอกจากนี้ยังเป็นจังหวัดที่มีสถานศึกษาขนาดใหญ่และมหาวิทยาลัยตั้งอยู่มีปริมาณการขยายตัวของเศรษฐกิจกว่าร้อยละ 3.7 ทั้งยังมีโครงการกระตุ้นการลงทุนและส่งเสริมความเป็นอยู่อย่างต่อเนื่องอีกด้วย (สำนักงานคลังจังหวัดพิษณุโลก, 2559) ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้จังหวัดพิษณุโลกมีประชากรมากกว่าจังหวัดใกล้เคียง ความต้องการสินค้าจึงสูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งอาหาร สินค้า รวมไปถึงสินค้าในกลุ่มแฟชั่น นอกจากนี้การขนส่งในปัจจุบันยังสร้างความสะดวกสบายในการจัดส่งสินค้าจากแหล่งผลิตหรือแหล่งกระจายสินค้า ให้ไปส่งยังบ้านของลูกค้าอย่างรวดเร็วมากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการรับข่าวสารและเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ และการทำธุรกรรมทางการเงินที่สะดวกสบายมากขึ้น การซื้อของผ่านระบบออนไลน์จึงมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นดังข้อมูลที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ด้วยเหตุนี้ปริมาณการค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดพิษณุโลกจึงมีปริมาณสูงเพิ่มขึ้นไปด้วย ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความน่าสนใจในการศึกษาทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นและส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลกเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการค้าสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่อไป

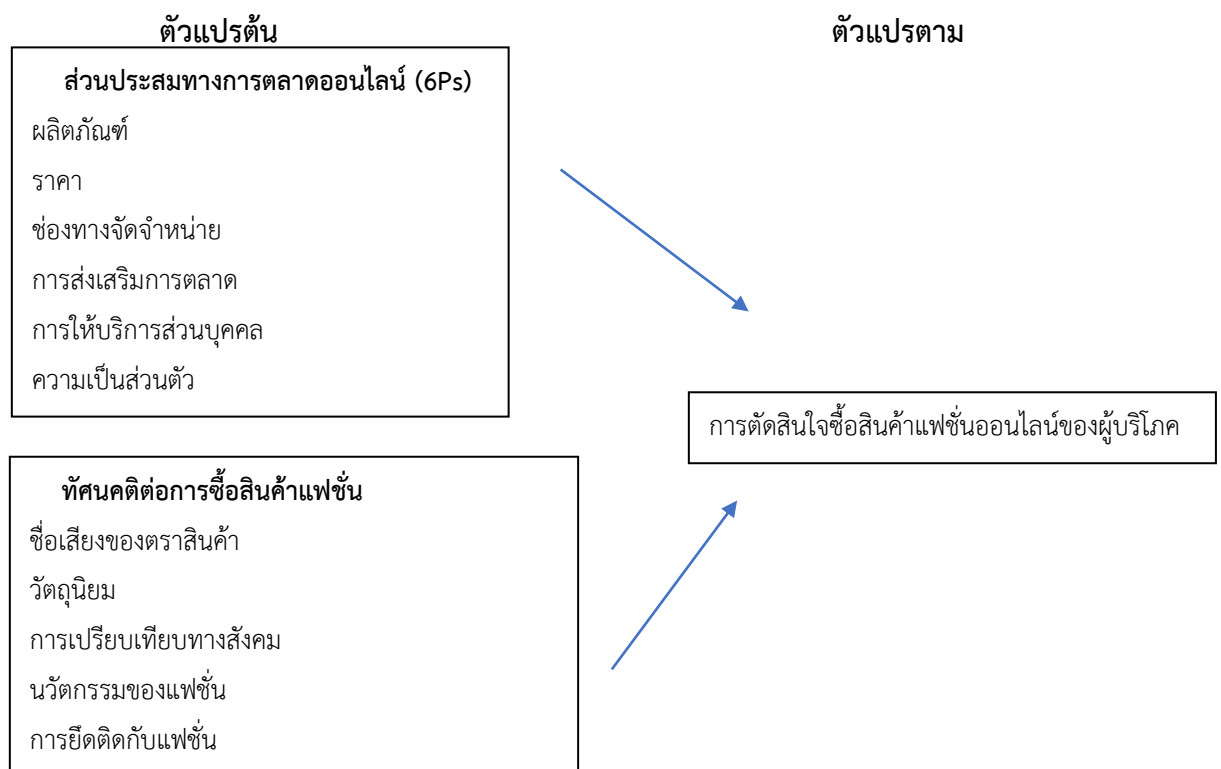
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค
2. ทัศนคติการซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดของการวิจัย



แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติการซื้อ

Zhang & Kim (2013) ได้ให้ข้อสรุปแนวคิดด้านทัศนคติต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ คือการประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นแนวโน้มของการปฏิบัติที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ซึ่งจะมีผลต่อทัศนคติอีกทอดหนึ่ง แล้วทัศนคตินี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยได้กำหนดปัจจัยทางทัศนคติดังต่อไปนี้

- 1.แนวคิดวัตถุนิยม (Materialism) เป็นแนวความคิดที่ยึดการใช้ชีวิตโดยความสุขที่เกิดจากสิ่งของ หรือการครอบครองวัตถุ หรือสิ่งของที่ได้รับการยอมรับ
- 2.การเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) เป็นการเปรียบเทียบระหว่างตนเอง กับผู้ที่อยู่ในสังคม ทั้งรอบข้างและผู้ที่น่าเชื่อถือ การเปรียบเทียบนี้จะมีผลทางทัศนคติในแต่ละระดับความพึงพอใจและจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้สิ่งของตามที่ตนเคารพนับถือ ขึ้นชม หรืออยู่รอบข้าง
- 3.นวัตกรรมทางแฟชั่น (Fashion Innovativeness) หมายถึงการพัฒนาหรือการสร้างสิ่งใหม่ในทางแฟชั่น หรือดัดแปลงสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ได้สิ่งใหม่ๆขึ้นในทางแฟชั่น ดังนั้น นวัตกรรมแฟชั่นเป็นรูปแบบแฟชั่นใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่หรือถูกนำเสนอในลักษณะต่างรูปแบบนี้จะถูกรับรู้ได้โดยตัวบุคคลและอาจได้รับการยอมรับหรือไม่ได้รับการยอมรับจากตัวบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคได้
- 4.การยึดติดกับแฟชั่น (Fashion Involvement) เป็นแนวความคิดที่ยึดติดกับแฟชั่นใดแฟชั่นหนึ่ง ที่เป็นลักษณะของการตามกระแสของแฟชั่น
- 5.ชื่อเสียงของตราสินค้า (Brand consciousness) เป็นสิ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้านั้นๆกัน ตราสินค้าที่มีชื่อเสียงมากกว่า จะสามารถตั้งราคาที่สูงกว่าและลูกค้ามักจะยอมจ่ายปริมาณที่มากกว่า สำหรับตราสินค้าที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักมากกว่า เพื่อให้ได้เป็นเจ้าของ นอกจากนี้ การครอบครองสินค้าที่มีชื่อเสียง จะเป็นตัวบ่งบอกสถานะทางสังคมของผู้ใช้งานอีกด้วย

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps)

เดิมนั้นส่วนประสมทางการตลาดจะมุ่งไปในการขายแบบปกติทั่วไป จะพิจารณาปัจจัยการตลาดทั้งหมด 4 ด้าน หรือ 4Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่ในการขายแบบออนไลน์นั้น จำเป็นต้องมีการเพิ่มองค์ประกอบอีก 2 ด้าน นั่นคือ ด้านการให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) เพื่อให้สามารถประยุกต์และมีความเหมาะสมกับการขายแบบใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยี มีองค์ประกอบดังนี้ (ลักสวัณณ์ ศุภผลกุลนันท์,2558)

- 1.ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคโดยตรง เพราะเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาจมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ ดังนั้นร้านค้าจึงต้องสร้างผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพเป็นที่ไว้วางใจ ภายใต้อชื่อผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อสินค้า ให้เป็นที่รับรู้ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2.ราคา (Price) เป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวเงิน ราคาจะถูกตั้งขึ้นโดยผู้ขายเพื่อกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในตลาด ในมุมมองของผู้บริโภค จะเปรียบเทียบความต้องการและมูลค่าผลิตภัณฑ์เทียบกับราคา ว่ามีความเหมาะสมกันหรือไม่ ดังนั้น ในการตั้งราคาที่ดีและเหมาะสม

3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution) การขายผ่านช่องทางออนไลน์ในปัจจุบัน จำเป็นต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากกว่าในอดีต ช่องทางการจัดจำหน่ายจึงกลายเป็นโครงสร้างช่องทางในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด หรือการนำสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะมุ่งเน้นการสร้างความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้มีการเข้าถึงที่กระจายและครอบคลุมมากที่สุด

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การสื่อสารอาจเป็นการสื่อสารทางตรงระหว่างทั้งสองฝ่าย เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ความคิด หรือแม้กระทั่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ โดยมุ่งเน้นให้ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพที่สุด

5.การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) เป็นการเน้นให้บริการที่มีความเฉพาะเจาะจงในลูกค้าแต่ละคน ในลักษณะต่างๆ อาจมีการเก็บข้อมูลและให้บริการ คำแนะนำ ข้อเสนอพิเศษตามความสนใจหรือตามข้อมูลที่เคยใช้มา เพื่อให้ง่ายต่อการใช้บริการและอีกทั้งยังเพื่อให้ลูกค้ามีความประทับใจในการใช้บริการอีกด้วย

6.การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) เป็นการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการเป็นความลับ โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลไม่ให้ออกสู่ภายนอก และยังเป็นต้องสร้างระบบที่มีความปลอดภัยในระหว่างการใช้บริการ ทั้งในการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมทางการเงิน

การตัดสินใจซื้อ

ในการตัดสินใจซื้อนั้นคนเรามีแนวคิดที่ใช้ในการตัดสินใจที่ต่างกัน ทำให้มีความต้องการสินค้าแตกต่างกันไป แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าความต้องการจะมีความต่างกัน แต่หลักการซึ่งเป็นกระบวนการในการตัดสินใจจะมีรูปแบบเดียวกัน แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ (ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ, 2545)

1.การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) เป็นจุดที่มีความแตกต่างระหว่างสภาพที่จริงและสภาพในอุดมคติ หรือเป็นสภาพความแตกต่างระหว่างสภาพที่ปรารถนาจะให้

เกิดขึ้น (Desired State of Affairs) กับสภาพแท้จริงที่เป็นอยู่ (Actual State of Affairs) ช่องว่างดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตระหนักตื่นตัวและมองเห็นความต้องการต่างๆ

2.การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เป็นขั้นตอนหลังจากการตระหนักถึงปัญหา โดยผู้บริโภคจะทำการแสวงหาข้อมูล สืบค้นด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งข้อมูลที่อยู่ในความทรงจำ และข้อมูลจากภายนอก (ชูชัย สมิทธิไกร, 2553)

3.การประเมินทางเลือก (Evaluation) เป็นการประเมินทางเลือกของสินค้าในแง่มุมต่างๆ จากขั้นตอนที่ 2 ที่ผ่านมา ทั้งด้านราคา คุณภาพ อาจรวมไปถึงความนิยมหรือความศรัทธาในแต่ละยี่ห้อ ของตราสินค้าที่มีความเหมาะสมต่อผู้บริโภค

4.การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) หลังจากการใช้เวลาในการศึกษาข้อมูล และประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้านั้น

5.ทัศนคติหลังการซื้อ-การใช้ (Post-attitudes) เป็นมุมมองของผู้บริโภค ต่อสินค้าที่ตนเองได้ใช้ไป ว่ามีความรู้สึกหรือมีทัศนคติอย่างไร ความเห็นเหล่านี้จะเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาสินค้าที่ใช้อยู่หมดไปหรือต้องการสินค้าใหม่ขึ้นมาทดแทน ผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลและประสบการณ์เก่าเหล่านี้ในการตัดสินใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือประชากรผู้เคยซื้อสินค้าออนไลน์ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดพิษณุโลก ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปซึ่งไม่ทราบจำนวน และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรของ W.G Cochran (1953) จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ราย

สำหรับการเลือกนั้นจะเลือกพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นจะทำการสุ่มสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากพื้นที่ที่ได้เพื่อทำการเก็บข้อมูลต่อไป โดยต้องมีเงื่อนไขดังนี้คือเป็นผู้ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้ง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบ่งส่วนประกอบของข้อคำถามดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ความเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) เป็นข้อคำถามระดับความคิดเห็นแบ่งลำดับจากน้อยที่สุดไปยังมากที่สุด ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และปัจจัยความเป็นส่วนตัว (Privacy)

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นคำถามระดับความคิดเห็นจากน้อยที่สุดไปยังมากที่สุด ทัศนคติการซื้อสินค้า ประกอบด้วย ด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้า (Brand Consciousness) ด้านวัตถุนิยม (Materialism) ด้านการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) ด้านนวัตกรรมของแฟชั่น (Fashion Innovativeness) และด้านการยึดติดกับแฟชั่น (Fashion Involvement)

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งจะวัดระดับการตัดสินใจจากน้อยที่สุดไปยังมากที่สุด ซึ่งเป็นตัวแปรตามของการศึกษาในครั้งนี้

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 1 ถึง 3 นั้นจะทำการเก็บข้อมูลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความเห็นในรูปแบบ Likert's scale เพื่อให้เรียงลำดับความเห็นตามลำดับคะแนนจากน้อยที่สุด (1) ไปยังมากที่สุด (5)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบ ใช้สำหรับเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับรายได้ และช่องทางในการซื้อสินค้าออนไลน์ ข้อคำถามในส่วนนี้จะทำการเก็บข้อมูลแบบเลือกตอบ (Check List)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการออกแบบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแล้ว จะนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทำการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อคำถามโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruency Index: IOC) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน ก่อนนำไปเก็บตัวอย่างข้อมูล ข้อคำถามซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิแล้วมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.0 ถือว่าเหมาะสมจึงถูกนำไปเก็บข้อมูล เพื่อนำผลของข้อมูลไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการหาค่า Cronbach's Alpha จากข้อมูลทำการเก็บมีค่าเกิน 0.7 ในทุกตัวแปร

เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการศึกษานี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ในการวิเคราะห์ระดับความเห็นส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ และข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับรายได้ และช่องทางในการซื้อสินค้าออนไลน์ และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ในการทดสอบสมมติฐานและหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ออนไลน์	ระดับความสำคัญ		การแปลผล	ลำดับ
	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.126	.799	ปานกลาง	4
ด้านราคา	3.064	.777	ปานกลาง	5
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	3.271	.786	ปานกลาง	2
การส่งเสริมการตลาด	3.050	.880	ปานกลาง	6
การให้บริการส่วนบุคคล	3.186	.809	ปานกลาง	3
ด้านความเป็นส่วนตัว	3.384	.918	ปานกลาง	1

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความเห็นเรียงจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุดได้แก่ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ($\bar{x} = 3.384$, S.D. = 0.918) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.271$, S.D. = 0.786) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ($\bar{x} = 3.186$, S.D. = 0.809) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.126$, S.D. = 0.799) ด้านราคา ($\bar{x} = 3.064$, S.D. = 0.777) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.050$, S.D. = 0.880) ตามลำดับ

ตอน 2 การวิเคราะห์ด้านทัศนคติต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ด้านทัศนคติต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทาง ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ของ ผู้บริโภค	ระดับความสำคัญ		การแปล ผล	ลำดับ
	$\bar{x}$	S.D.		
วัตถุนิยม	3.158	.771	ปานกลาง	1
การเปรียบเทียบทางสังคม	2.659	.894	ปานกลาง	4

นวัตกรรมทางแฟชั่น	2.694	1.016	ปานกลาง	3
การยึดติดกับแฟชั่น	2.641	.991	ปานกลาง	5
ชื่อเสียงของตราสินค้า	2.996	.866	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 2 พบว่าเมื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความเห็นด้านทัศนคติเมื่อเรียงลำดับมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ได้แก่ แนวคิดวัตถุนิยม ($\bar{x} = 3.158$, S.D. = 0.771) ชื่อเสียงของตราสินค้า ($\bar{x} = 2.996$, S.D. = 0.866) นวัตกรรมของแฟชั่น ($\bar{x} = 2.694$, S.D. = 1.016) การเปรียบเทียบทางสังคม ($\bar{x} = 2.659$, S.D. = 0.894) และการยึดติดกับแฟชั่น ($\bar{x} = 2.641$, S.D. = 0.991) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความเห็นของการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์

ความเห็นด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์	ระดับความเห็น		การแปลผล	ลำดับ
	Mean	S.D.		
1. การซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์จะพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้				5
2. หากต้องการซื้อสินค้า จะพิจารณาการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เป็นอันดับแรก	3.69	1.071	เห็นด้วยมาก	9
3. จะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไป	3.50	1.069	เห็นด้วยมาก	7
4. มีความยินดีที่จะรอการจัดส่งสินค้า กับความสะดวกที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง	3.65	1.059	เห็นด้วยมาก	8
5. มีความยินดีที่จะรอการจัดส่งสินค้า กับความสะดวกที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง	3.55	.891	เห็นด้วยมาก	6
5. จะเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ จากผู้ที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดเสมอ	3.75	.938	เห็นด้วยมาก	
	3.67	.945	เห็นด้วยมาก	2
6. การซื้อสินค้าออนไลน์จะสร้างความสะดวกมากกว่าการซื้อแบบปกติ	3.76	.956	เห็นด้วยมาก	
7. มักจะพิจารณาคูณภาพ รูปลักษณ์ การใช้งาน อย่างรอบด้านทุกครั้งก่อนการซื้อสินค้าเสมอ				

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความเห็นของการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ (ต่อ)

ความเห็นด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์	ระดับความเห็น	การแปลผล	ลำดับ
8. มักจะหาข้อมูลสินค้าจากผู้ขายมากกว่า 1 ราย ก่อนทำการตัดสินใจซื้อเสมอ	3.71	1.123	เห็นด้วยมาก 4
9. จะเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ต่อเมื่อไม่สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าทั่วไป	3.80	1.039	เห็นด้วยมาก 1
มุมมองการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวม	3.67	.5922	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความเห็นของการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้านมุมมองการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า แนวคิดที่มีระดับความเห็นด้วยเรียงลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด ได้แก่ (1) จะเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ต่อเมื่อไม่สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าทั่วไป (2) มักจะพิจารณาคุณภาพ รูปลักษณ์ การใช้งานอย่างรอบด้านทุกครั้งก่อนการซื้อสินค้าเสมอ (3) จะเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ จากผู้ที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดเสมอ (4) มักจะหาข้อมูลสินค้าจากผู้ขายมากกว่า 1 ราย ก่อนทำการตัดสินใจซื้อเสมอ (5) การซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์จะพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้ (6) การซื้อสินค้าออนไลน์จะสร้างความสะดวกมากกว่าการซื้อแบบปกติ (7) จะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังจากตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไป (8) มีความยินดีที่จะรอการจัดส่งสินค้า กับความสะดวกที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง (9) หากต้องการซื้อสินค้า จะพิจารณาการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เป็นอันดับแรก ซึ่งมีความเฉลี่ยความเห็นเท่ากับ 3.80, 3.76, 3.75, 3.71, 3.69, 3.67, 3.65, 3.55 และ 3.50 ตามลำดับ ซึ่งระดับความเห็นทั้งหมดของความเห็นของการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ตอน 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 201 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 25 ปี จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีสถานภาพโสด จำนวน 272 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 249 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.0 ซึ่งลักษณะการซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ จะใช้วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางเฟสบุ๊ก

(Facebook) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาได้แก่ การสั่งซื้อผ่านอินสตราแกรม (Instagram) คิดเป็นร้อยละ 27.6 เว็บไซต์ร้านค้าโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 17.6 เว็บไซต์สำหรับวางขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.0 และช่องทางอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตอน 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และปัจจัยความเป็นส่วนตัว (Privacy) กับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std.Error	β	T	P-value
(Constant)	2.136	.123		17.304	.000
ด้านผลิตภัณฑ์	.011	.040	.015	.271	.787
ด้านราคา	.017	.044	.022	.381	.704
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.154	.042	.205	3.709	.000*
การส่งเสริมการตลาด	.018	.039	.026	.454	.650
การให้บริการส่วนบุคคล	-.047	.030	-.079	-1.557	.120
ด้านความเป็นส่วนตัว	.309	.034	.480	9.079	.000*
R = .593 $R^2 = .351$ Adjust $R^2 = .342$					

หมายเหตุ B = Unstandardized Coefficients, β = Standardized Beta Coefficients

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านความเป็นส่วนตัว ซึ่งการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค (Y) เท่ากับ 0.593 หรือร้อยละ 59.3 และมีอำนาจการพยากรณ์ค่าการตัดสินใจซื้อสินค้า

แฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค (Y) รวมกันได้ ($R^2 = .342$) หรือร้อยละ 34.2 สามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 2.136 + (0.154)P_3 + (0.309)P_6$$

ดังนั้นจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (P_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้น 0.154 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในด้านอื่นๆอีก 5 ด้านคงที่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านความเป็นส่วนตัว (P_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้น 0.309 หน่วย เมื่อกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในด้านอื่นๆอีก 5 ด้านคงที่

สมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานของความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และปัจจัยความเป็นส่วนตัว (Privacy) กับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานของความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	β	T	P-value
(Constant)	3.05	.128		23.630	.000
วัตถุนิยม	.079	.046	.103	1.718	.087
การเปรียบเทียบทางสังคม	.004	.051	.006	.077	.939
นวัตกรรมทางแฟชั่น	.059	.046	.101	1.268	.205
การยึดติดกับแฟชั่น	-.111	.048	-.186	-2.327	.020*

ชื่อเสียงของตราสินค้า	.173	.048	.252	3.614	.000*
R = .300 $R^2 = .090$ Adjust $R^2 = .078$					

หมายเหตุ B = Unstandardized Coefficients, β = Standardized Beta Coefficients

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ การยึดติดกับแฟชั่นและชื่อเสียงของตราสินค้า ซึ่งการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค (Y) เท่ากับ 0.300 หรือร้อยละ 30 และมีอำนาจการพยากรณ์ค่าการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค (Y) รวมกันได้ ($R^2 = .090$) หรือร้อยละ 9 สามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 3.05 + (-0.111)A_4 + (0.173)A_5$$

ดังนั้นจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นในด้านการยึดติดกับแฟชั่น (A_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค ลดลง 0.111 หน่วย เมื่อกำหนดให้ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นในด้านอื่นๆอีก 4 ด้านคงที่

ปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นในด้านชื่อเสียงของตราสินค้า (A_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้น 0.173 หน่วย เมื่อกำหนดให้ทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นในด้านอื่นๆอีก 4 ด้านคงที่

สรุปและอภิปรายผล

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 68.0 ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่เป็นส่วนมาก มีความสอดคล้องกับ พิชามณัฐ มะลิขาว (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก และ เสาวนีย์ ใจมูล (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของคนวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องสำอางออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.3 ของการศึกษารุ่นนี้และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ

43.0 ของการศึกษาในครั้งนี้ ลักษณะการซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ จะใช้วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาได้แก่ การสั่งซื้อผ่านอินสตราแกรม (Instagram) คิดเป็นร้อยละ 27.6 เว็บไซต์ร้านค้าโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 17.6 เว็บไซต์สำหรับวางขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.0 และช่องทางอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว จะพบว่า ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค สอดคล้องกับชามญช์ มะลิขาว (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่าการสั่งซื้อเสื้อผ้าสามารถทำได้สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับ ณัฐชา พิบุลย์ไพโรจน์ (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งพบว่าการขายสินค้าควรให้ผู้ซื้อเลือกรับสินค้าได้หลายช่องทางและมีความสะดวกรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า นอกจากนี้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ยังอาจเป็นอีกช่องทางที่เป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภคที่ทำให้มีความหลากหลายในการเลือกซื้อ และลดอุปสรรคด้านการเดินทางให้กับผู้ซื้อจึงทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์

นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านความเป็นส่วนตัวยังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ เสาวนีย์ ใจมูล (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของคนวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องสำอางออนไลน์ ซึ่งพบว่า การเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น รายชื่อลูกค้า หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เช่นเดียวกับ ณัฐชา พิบุลย์ไพโรจน์ (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนซึ่งพบว่า ผู้ขายต้องเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าให้เป็นความลับ และต้องให้เชื่อถือได้ว่าข้อมูลส่วนตัวจะไม่ถูกกลั่นแกล้ง โดยเฉพาะขั้นตอนการสั่งซื้อและชำระค่าสินค้า ด้วยเหตุนี้อาจทำให้ความเป็นส่วนตัวของการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ นอกจากนี้องค์กรการจัดส่งสินค้าและการบรรจุหีบห่อที่มีดีชิดอาจมีผลด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวที่จะส่งผลให้ตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ได้เช่นกัน

ปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภค พบว่า ทัศนคติด้านการยึดติดกับแฟชั่นและด้านชื่อเสียงของตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภค และยังมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Zhang & Kim (2013) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การบริโภคสินค้าแฟชั่นหรือในจีน: ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติและความต้องการซื้อสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาอิทธิพลต่อทัศนคติ และการตั้งใจซื้อของผู้บริโภคชาวจีนในการซื้อสินค้าแฟชั่น โดยใช้กลุ่มประชากรคือผู้บริโภคสินค้าชาวจีน ซึ่งพบว่าความต้องการในตัวสินค้าจะช่วยสร้างแรงกระตุ้นในการ

ซื้อสินค้าอื่นๆ และชื่อเสียงที่ดีของตราสินค้าจะช่วยส่งเสริมให้สินค้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ทำให้สินค้าถูกเป็นที่ต้องการของตลาด

เหตุที่งานวิจัยมีผลออกมาดังนี้อาจจะเป็นเพราะการยึดติดกับแพชชั่นเป็นการพิจารณาในตัวสินค้า ผู้บริโภคอาจใช้ความตระหนักถึงความต้องการที่แท้จริงหรือการตัดสินใจที่แท้จริงที่ไม่จำเป็นต้องยึดตามกระแสหรือตามแบบแผนของคนทั่วไปในการซื้อสินค้า เช่น ผู้บริโภคไม่มีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าตามคนอื่นทั่วไป แต่สามารถซื้อได้ตามความต้องการของตนเองที่มีอิสระในการเลือกสินค้ามากกว่าโดยไม่จำเป็นต้องสนใจสิ่งเร้าหรือสิ่งจูงใจรอบข้าง นอกจากนี้การซื้อสินค้าแพชชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ อาจมีทางเลือกในการซื้อสินค้าที่หลากหลายมากกว่าการซื้อจากร้านค้าทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาจากกระแสแพชชั่นที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น แต่เป็นการซื้อภายใต้ความชื่นชอบหรือความต้องการที่แท้จริงของอรรถประโยชน์ของสินค้านั้น ทำให้ทิศทางของทัศนคติด้านการยึดติดกับแพชชั่น จึงมีลักษณะที่สวนทางกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค และปัจจัยชื่อเสียงของตราสินค้าที่เป็นที่ต้องการจะทำให้ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อสินค้าในตราสินค้านั้นๆ ไม่ว่าจะช่องทางใดๆ ก็ตามรวมไปถึงช่องทางออนไลน์ ทำให้ชื่อเสียงของตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อสรุป

จากการศึกษาทัศนคติต่อการซื้อสินค้าแพชชั่นและส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแพชชั่นของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแพชชั่น ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งผู้ขายควรมีการติดต่อซื้อขายสินค้ากับผู้บริโภคด้วยความรวดเร็ว มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างรวดเร็วและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือก รวมถึงควรมีการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว และปัจจัยด้านความเป็นส่วนตัวที่ผู้ขายจำเป็นต้องเก็บข้อมูลต่างๆ ทั้งข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าอย่างเป็นความลับ และไม่ให้มีการถูกนำไปเผยแพร่ ทั้งนี้ผู้ขายจำเป็นต้องสร้างความเชื่อใจให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการซื้อ นอกจากนี้ปัจจัยทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแพชชั่นออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการยึดติดกับแพชชั่น และ ด้านชื่อเสียงของตราสินค้าที่สินค้าเป็นที่รู้จัก รวมไปถึงการสร้างตราสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือและมีมาตรฐาน จะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ในการศึกษาควรใช้ข้อมูลที่เก็บในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย เช่น การเก็บข้อมูลโดยกระจายทั่วประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทราบความคิดเห็นของคนไทยโดยรวมได้ นอกจากนี้แบบเก็บข้อมูลยังสามารถพัฒนาโดยเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพประกอบ เพื่อจะสามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงจิตวิทยาได้มากขึ้น อาจใช้ทฤษฎีเชิงจิตวิทยาเข้าช่วยในการสร้างและออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้

ผู้ขายสินค้าสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการเข้าถึงและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องของงานวิจัยกับธุรกิจที่ตนเองได้ดำเนินอยู่ ทั้งนี้ลักษณะของสินค้าที่แตกต่างกันอาจส่งผลให้มุมมองและทัศนคติของลูกค้ามีความต่างกับงานวิจัยนี้ แต่อย่างไรก็ตาม ยังอาจมีข้อมูลบางส่วนที่สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจและสามารถเพิ่มศักยภาพได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ในมุมมองผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ยังคงมีปัจจัยมากมายอีกหลายด้าน เช่น กลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทั้งสิ้น หากทำการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อให้ละเอียดขึ้นจะทำให้สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารังนี้สามารถใช้กลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลจากหลากหลายพื้นที่ที่สามารถทำให้ได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ที่หลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2559). *มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี*

2559. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <https://www.etda.or.th/publishing-detail/value-of-e-commerce-thailand-2016.html> (29 กรกฎาคม 2560.)

เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. (ม.ป.ป.). *การจัดการการตลาด*. วันที่สืบค้น 9 มิถุนายน 2560. จากเว็บไซต์ :

http://www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF04/21_20150127_.pdf

ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ชูชัย สมितिไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วี.พริ้นท์.

ณัฐยา พิบุลย์ไพโรจน์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบน*

สมาร์ทโฟน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นันทพร พงษ์พรรณนากุล. (2557). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเบเกอรี่ผ่าน*

ร้านค้าออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัทมาสน์ ชนะรัชชรักษ์. (2559). *จับตาทิศทางการธุรกิจ E-Commerce ในไทยและต่างประเทศปี 2560*.

- [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. [http://blog.infoquest.co.th/iqmedialink/06daatday2016/\(29](http://blog.infoquest.co.th/iqmedialink/06daatday2016/(29) กรกฎาคม 2560)
- พัชรินทร์ อดออม. (2559). ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อ การซื้อจากแรงกระตุ้น และรูปแบบของแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พนิดา อ่อนลออ. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ทำให้ลาซาด้า (Lazada) ประสบความสำเร็จ. สารนิพนธ์บัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ภิญญา ลิ้มบุญเยี่ยม. (2550). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน. ใน สรวุฒนันต์-ชาติ. ad@chula on Integrated Marketing Communications (Volume 1: Concepts and Cases). กรุงเทพฯ : บริษัท 21 เซ็นจูรี จำกัด.
- ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์. (2558). *PRINCIPLES OF MARKETING: The Modern Business Management Lead to Successful*. สงขลา : สเตรนเจอร์สบุ๊ก
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). *E-Commerce เนื้อหอม รายใหญ่รูกหนัก SME เร่งปรับตัว*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/EcommercePopularChannel.pdf> (9 มิถุนายน 2560.)
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2560). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser.iir?Sec=internetuser%27_ (30 กรกฎาคม 2560)
- เสาวนีย์ ใจมูล. (2554). พฤติกรรมของคนวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องสำอางออนไลน์ (Behavior of Working - Aged People in Mueang Chiang Mai District Towards Online Cosmetic Purchase). การค้นคว้าแบบอิสระ (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ)) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานคลังจังหวัดพิษณุโลก. (2559). รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดพิษณุโลก. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <http://www.cgdsatellite.com/blobcolurldata&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1438164123820&ssbinary=true> (28 กรกฎาคม 2560)
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Bopeng Zhang & Jung-Hwan Kim. (2012). *Luxury fashion consumption in China: Factors affecting attitude and purchase intent*. Journal of Retailing and Consumer services 20 (2013).68-79World population review. (2560). *Thailand Population 2017*. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา.:
<http://worldpopulationreview.com/countries/thailand-population/>(28
กรกฎาคม 2560.)

ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงาน
ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

FACTORS AFFECTING SAVING FOR RETIREMENT READINESS OF
EMPLOYEES OF COMMERCIAL BANKS IN MEUNG PHITCHIT PROVINCE

ศุภกานต์ คันทา¹ และ อนิรุทธิ์ อัสวสกุลสร²

Supakarn Kantha 1and Anirut Asavasakulson

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

*Corresponding author. E-mail: tunggggg_dizy@live.com

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร 2) เพื่อศึกษาความรู้พื้นฐานทางการเงินที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ พนักงานธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 133 คน ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

ระดับการเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตรพบว่า ภาพรวม พนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร มีการเตรียมความพร้อมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90)

ผลการเปรียบเทียบระดับการเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตรจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตามระยะเวลาในการทำงานธนาคารแห่งนี้ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ธนาคารแห่งอื่น รายจ่ายประจำเดือนของพนักงาน พบว่า ไม่แตกต่างกัน มีเพียงรายได้ต่อเดือนของพนักงาน พบว่า ภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พฤติกรรมการออมเงินในรูปแบบของเงินฝากเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร อันดับ 1 คือ การเก็บในรูปแบบเงินฝากจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 74.58 การออมเงินในรูปแบบของตราสารหนี้เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตรอันดับที่ 1 พันธบัตรรัฐบาล จำนวน 94 คนร้อยละ 53.11

ความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตรคะแนนความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตรส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้ที่คะแนน 4 คะแนน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 28.81

ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตรกับ การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=.174$)

ปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ

สรุปปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุปัญหาส่วนใหญ่ คือ มีค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นทำให้ต้องดึงเงินออมออกมาใช้จ่าย รวมถึงมีภาระในการผ่อนบ้าน ผ่อนรถ รวมถึงค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน อีกทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจที่ไม่อาจควบคุมได้ เช่น อัตราเงินเฟ้อ ค่าใช้จ่ายในครอบครัว ช่วงอายุ พนักงานส่วนใหญ่มีการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุบ้าง โดยวิธีแตกต่างกันไป

คำสำคัญ

1. การออมเงิน การออม คือ รายได้เมื่อหักรายจ่ายแล้วจะมีส่วนซึ่งเหลืออยู่ ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ซึ่งไม่ได้ถูกใช้สอยออกไปนี้เรียกว่า เงินออม

2. รูปแบบการออมเงิน หมายถึง วิธีการเก็บสะสมเงินออมในลักษณะที่เป็นรูปตัวเงิน และการซื้อสินทรัพย์ในลักษณะต่างๆ

3. รูปแบบการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณ หมายถึง การเสนอรูปแบบแนวทางข้อเสนอแนะในการดำเนินชีวิตของผู้ที่จะเกษียณควรต้องปฏิบัติ หรือมีการเตรียม/วางแผนปฏิบัติก่อนการเกษียณอายุ เพื่อเป็นทุน

5. พนักงานธนาคารพาณิชย์ ผู้ประกอบวิชาชีพประจำในสถาบันการเงิน หมายถึง การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันได้กำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น การให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตัวเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้จะประกอบธุรกิจประเภทอื่นๆ อันเป็นประเพณีของธนาคารพาณิชย์ด้วยก็ได้ สำหรับธนาคารพาณิชย์ คือธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ และหมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ด้วย

6. ความรู้พื้นฐานทางการเงิน ความรู้ที่มีเกี่ยวกับการเงิน คือ ศึกษาการใช้ทรัพยากรต่างๆที่อยู่อย่างจำกัดให้ได้ประโยชน์สูงสุดมีส่วนช่วยในการกำหนดนโยบายทางการเงิน กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และข้อกำหนดต่างๆจากรัฐบาลใน การทำธุรกิจกระบวนการคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ และรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และตัดสินใจ และสถิติช่วยในการศึกษาการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจในอดีต และแนวโน้มของธุรกิจในอนาคต

7. ตราสารหนี้ หมายถึง ตราสารทางการเงินที่แสดงความเป็นหนี้ ซึ่งเป็นภาระผูกพันทางกฎหมายระหว่าง เจ้าหนี้ กับ ลูกหนี้ เจ้าหนี้คือผู้ซื้อตราสารหนี้หรือผู้ลงทุน ส่วนลูกหนี้คือผู้ออกตราสารหนี้ โดยผู้ซื้อตราสารหนี้จะได้รับผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยหรือส่วนลดจากราคาตรา ตามอัตราและเวลาที่ตกลงกัน และมีสิทธิได้รับชำระหนี้ก่อนผู้ถือหุ้น

8. ธนาคารพาณิชย์

1. ธนาคารกรุงเทพ
2. ธนาคารกรุงไทย
3. ธนาคารกสิกรไทย
4. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
5. ธนาคารไทยพาณิชย์
6. ธนาคารทหารไทย
7. ธนาคารอาคารสงเคราะห์
8. ธนาคารธนาชาต
9. ธนาคารออมสิน
10. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
11. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
12. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study of saving for preparation before the retirement of bank employees in Mueang Phichit, , 2) to study basic financial knowledge affect to saving for preparation before the retirement of bank employees in Mueang Phichit, 3) to study problems and obstacles in saving for preparation before the retirement of bank employees in Mueang District Phichit, A sample was selected from bank employees in Mueang District Phichit. Use simple random sampling method. From a sample 177 people. The results are as follows.

Levels of economic preparedness for retirement of bank employees in Mueang District Phichit, it was found that bank employees in Mueang District Phichit have the preparation is at a high level. (The average was 3.90)

Comparison results levels of economic preparedness for retirement of bank employees in Mueang District Phichit, analyze by gender, age, status, education, work period in this bank, work period in another bank and monthly expenses it was found that it not different, only monthly income in different, there was statistically significant at 0.05 level. Money savings behavior in the form of deposits for preparation before the retirement of bank employees in Mueang District Phichit, 1st is the deposits form at 74.58 percent, Savings in the form of debt instruments, 1st is government bonds at 53.11 percent.

Basic financial knowledge to preparation before the retirement of bank employees in Mueang District Phichit, score of basic financial knowledge to preparation before the retirement of bank employees in Mueang District Phichit, most of the employees had knowledge that scored 4 points, at 28.81 percent.

Result of the relationship between financial knowledge to preparation before the retirement of bank employees in Mueang District Phichit, and economic preparedness to preparation before the retirement of bank employees in Mueang District Phichit, there was statistically significant at 0.05 level. ($r=0.174$)

Problems and obstacles in saving for preparation before the retirement

Summary problems and obstacles in saving for preparation before the retirement, most of the problems are unexpected cost has caused the need to pull

out the savings, is the obligations and liabilities to pay for the car and house, the cost of living has increased, including the economic problems that can not be controlled, for example rate of inflation and family expenses.

Most bank employees have some saving to preparation before the retirement, by different way.

Keywords: saving, financial education, retirement

บทนำ

สังคมโลกปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีการเพิ่มขึ้นของประชากรในอัตราที่ต่ำมาก อาจเป็นเพราะสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันไม่เอื้อต่อการมีบุตร หรือเพิ่มประชากรเท่าที่ควร การแข่งขันในสังคมมีอัตราเพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชากรต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

การดำเนินชีวิตในปัจจุบันก็จะไม่เรียบง่ายเหมือนแต่ก่อน เมื่อก้าวสู่วัยทำงานก็พบปัญหา อัตราการว่างงานสูง และเมื่อก้าวสู่วัยเกษียณอายุ ก็พบว่าไม่สามารถหารายได้เลี้ยงตนเองได้ ดังนั้นแล้ว เงินออมจะมีความสำคัญมาก เพราะจะช่วยทำให้ชีวิตช่วงบั้นปลายมีคุณภาพ มีความสุข เนื่องจากมีเงินสำรองในการดำรงชีวิต

การออม คือการสร้างวินัยทางการเงิน ที่ต้องเร่งสร้างความรู้ให้ประชากรไทย เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ ท่ามกลางสังคมไทยที่กำลังเคลื่อนเข้าสู่ความเป็นสังคมผู้สูงอายุ เรื่องราวของการสร้างระบบความสาธารณูปโภคที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตของประชากรวัยเกษียณ ที่จะต้องพัฒนาให้มีความทันสมัยสะดวกสบายมากขึ้น จะต้องมาพร้อมกับบริการทางการแพทย์ และการรักษาพยาบาลที่มีความเจริญก้าวหน้า แต่หลายๆ คน อาจจะลืมไปว่า เรื่องราวของการออมเพื่อวัยเกษียณ ถือเป็นอีกหนึ่งวาระสำคัญที่สังคมไทยจะต้องเร่งสร้างความรู้ และสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นในประชากรวัยทำงานที่เราปฏิเสธไม่ได้ว่า ในวันหนึ่งก็ต้องเดินเข้าสู่วัยเกษียณเช่นเดียวกัน

ในขณะเดียวกันการออมเงินของคนไทยในปัจจุบันมีเทคโนโลยีของการให้บริการทางการเงิน เช่น บริการเบิกถอนเงินอัตโนมัติ บริการบัตรเครดิต ทำให้มีความคล่องตัวในการใช้เงินมากขึ้น ทำให้การออมน้อยลง ขาดวินัยในการออมเงิน และจะส่งผลให้มีปัญหาการออมเงินในสังคมไทย ประชากรไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร และ ผู้ใช้แรงงาน รายได้ส่วนใหญ่ใช้ในการบริโภคเป็นหลัก การเก็บออมจึงมีน้อย ประชากรขาดความรู้เรื่องการออม และการลงทุน ขาดความรู้ในการจัดหาบัญชี ครุภัณฑ์ ไม่มีการวางแผนการใช้จ่าย และขาดความรู้ในการแสวงหารายได้ ให้มากขึ้น ประชากรส่วนใหญ่อยู่ในภาคเกษตรกรรม ซึ่งมีรายได้ต่ำ จึงเก็บออมได้น้อย อีกทั้งระบบการให้สวัสดิการหลังการเกษียณอายุถ้าประเทศใดวางแผนไม่ดีจะทำให้ ประชาชน

จะมีเงินออมเงินไว้ใช้ไม่สูงนัก เพราะคาดว่าเงินส่วนหนึ่งจะได้จากรัฐ ประเทศที่ระบบสวัสดิการไม่ดี ประชาชนจะต้องเพิ่มการออมในช่วงวัยทำงานให้มากขึ้นกว่าเดิม

เรื่องราวของการออมเพื่อวัยเกษียณ ถือเป็นอีกหนึ่งวาระสำคัญที่สังคมไทยจะต้องเร่งสร้างความรู้ และสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นในประชากรวัยทำงานที่เราปฏิเสธไม่ได้ว่า ในวันหนึ่งก็จะต้องเดินเข้าสู่วัยเกษียณเช่นเดียวกัน คนวัยหนุ่มสาวอาจยังไม่เคยคิดว่า เมื่อตัวเองเกษียณแล้ว ต้องมีเงินเท่าไรจึงจะพอใช้หลังจากเกษียณ แต่ละคนจะมีจำนวนเงินที่ตนเองต้องการใช้หลังเกษียณไม่เท่ากัน ซึ่งปัจจัยที่ทำให้แต่ละคนแตกต่างกันคือ คุณภาพชีวิตที่ต้องการ ยิ่งคุณภาพชีวิตดี ยิ่งต้องใช้เงินจำนวนมากขึ้น รวมถึงลักษณะนิสัยการใช้จ่ายเงิน และความสามารถในการหารายได้ในช่วงวัยทำงาน

จากความสำคัญของการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยเกษียณดังที่กล่าวมาแล้ว ประกอบกับการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัด พิจิตร โดยเลือกศึกษาพนักงานธนาคารพาณิชย์ เพราะ ต้องการศึกษายุทธศาสตร์ทางการเงินว่ามีการเตรียมความพร้อมระดับไหน ส่วนใหญ่แล้วผลตอบแทนจากการทำงานธนาคารค่อนข้างสูง แต่ที่ผ่านมาได้พบเจอปัญหามากมายเกิดขึ้นในเรื่องการออมเงิน ซึ่งผู้วิจัย ศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางการปฏิบัติตัวของพนักงานได้วางแผนการเตรียมความพร้อมหลังเกษียณอายุต่อไปในอนาคต

จังหวัดพิจิตร เป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็ก เป็นจังหวัดที่ไม่มีความวุ่นวาย จังหวัดพิจิตรไม่ได้เป็นจังหวัดทางผ่านนั้นหมายถึงเป็นจังหวัดที่ต้องตั้งใจเข้ามาเท่านั้น ลักษณะการใช้ชีวิตของคนในจังหวัดพิจิตรจึงเป็นไปด้วยความเรียบง่าย ผู้คนไม่มีความฟุ้งเฟ้อมากนัก คนส่วนใหญ่ใช้จักรยานยนต์เป็นยานพาหนะวิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดพิจิตรส่วนมากเป็นเกษตรกร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศมีแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งยังเป็นจังหวัดน่าอยู่เป็นอันดับ 4 ของประเทศเมื่อปี 2559 จังหวัดพิจิตรมีธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 12 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์,ธนาคารกรุงศรีอยุธยา,ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ธนาคารออมสิน, ธนาคารธนชาติ, ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ,ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ,ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย รวมพนักงานทั้งสิ้น 102 ราย

เมื่อพูดถึงภาพลักษณ์ของพนักงานธนาคารกับการทำงานที่อยู่ในอำเภอเมืองเล็ก ๆ ในจังหวัดพิจิตร จะเห็นว่าพนักงานธนาคารมีความนิยมในการเลือกใช้สิ่งของที่เกินความจำเป็นเลือกที่จะขับรถยนต์มากกว่าจักรยานยนต์ มีการใช้ชีวิตที่หรูหราพนักงานธนาคารเป็นอาชีพที่ต้องพบปะผู้คนตลอดเวลาจึงต้องดูแลตัวเองให้ดูดีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความประทับใจในการให้บริการ จะต้องใช้จ่ายกับการดูแลตัวเองมากกว่าปกติ จะดูแปลกตาจากคนที่ทำอาชีพอื่น ๆ มีเงินเดือนสูง มีโบนัส รวมทั้งจะต้องมีสิ่งของเพื่อแสดงตนให้เกิดความน่าเชื่อถือ ยกตัวอย่างเช่นรถยนต์ กระเป๋า นาฬิกา รวมไปถึง

เสื้อผ้าที่สวมใส่ จะต้องมียี่ห้อเหล่านี้เพื่อฐานะทางสังคมของตัวเอง การที่มีสิ่งเหล่านี้จึงทำให้พนักงานไม่ใส่ใจในด้านการออมเงิน จากประสบการณ์ที่ผู้วิจัยสัมผัสคือ พนักงานธนาคารให้ความสำคัญในการออมน้อยมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัด พิจิตร

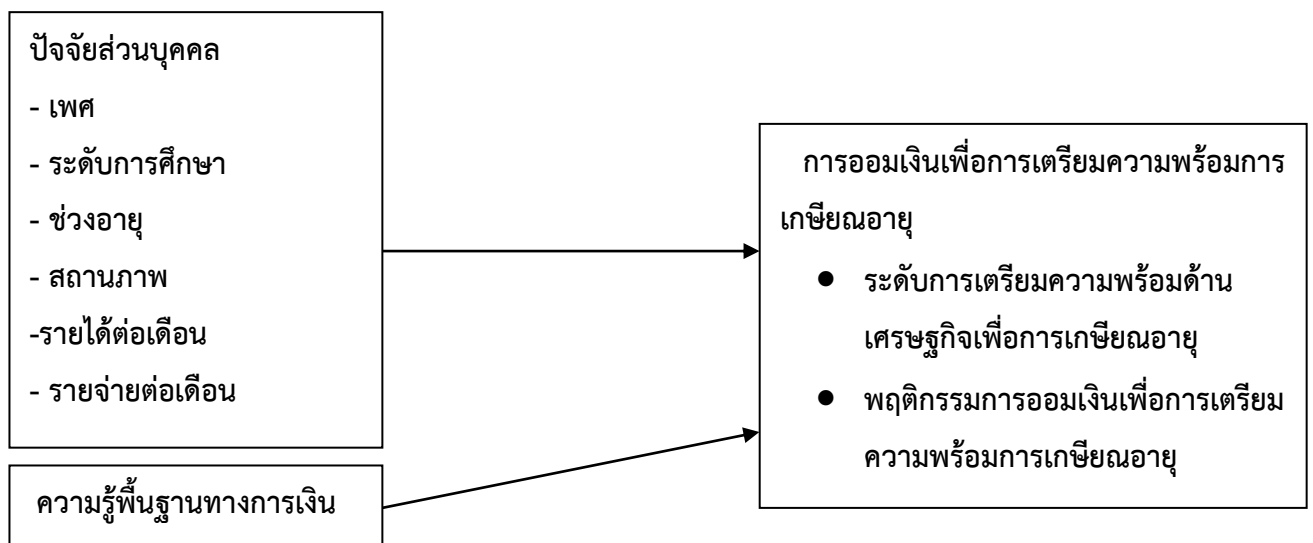
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน อ.เมือง จ.พิจิตร
2. เพื่อศึกษาความรู้พื้นฐานทางการเงินที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน อ.เมือง จ.พิจิตร
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ใน อ.เมือง จ.พิจิตร

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้บรรยายปัจจัยด้านประชากรด้านเศรษฐกิจและทัศนคติในการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ และการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุรวมถึงสภาพทั่วไปของกลุ่มประชากร โดยใช้การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละค่าต่ำสุดค่าสูงสุดค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

t-test, ANOVA และ Pearson Correlation ใช้สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม กับ การเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสัมภาษณ์พนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร จำนวน 10 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถามไว้ล่วงหน้า (Interview Guide) ตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้จนข้อมูลอิ่มตัว (Saturation) ได้ข้อมูลที่มีความหมายครบถ้วน สามารถตอบคำถามงานวิจัยและวัตถุประสงค์ในการวิจัยได้ ประกอบด้วย แนวคำถาม 2 ประเด็นใหญ่ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ และ ปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 177 คน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลและทำการกรอกลงคอมพิวเตอร์เพื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลออกมาได้กลุ่มตัวอย่าง 133 ฉบับ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นั้นจะขอทำการนำเสนอผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล คน ออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษาสูงสุด ระยะเวลาในการทำงานธนาคารแห่งนี้ ระยะเวลา ในการทำงานธนาคารอื่น รายได้ต่อเดือน และ รายจ่ายต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับการเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงิน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางการเงิน

โดยใช้สัญลักษณ์ในการแทนค่าที่ใช้วิเคราะห์ดังต่อไปนี้

n แทนผู้ตอบคำถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{x}$ แทนค่าเฉลี่ย

$S.D.$ แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t แทนค่าใช้พิจารณา t-Distribution

Sig แทนระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบสมมุติฐาน

* แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* * แทนนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**ตาราง1 แสดงการออมเงินในรูปแบบของเงินฝากเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ ของ
พนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

ที่	ข้อความ	n =177		
		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1	ประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ	111	62.71	3
2	เงินฝาก	132	74.58	1
3	กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	124	70.06	2
4	การลงทุนอื่น ๆ	9	5.08	4

จากตาราง1 การออมเงินในรูปแบบของเงินฝากเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร อันดับ 1 คือการเก็บในรูปแบบเงินฝากจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 74.58 รองลงมาคือ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 70.06 การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำเป็น 111 คน คิดเป็นร้อยละ 62.71 และการลงทุนรูปแบบอื่น ๆเป็น 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 ตามลำดับ

ตาราง2 แสดงการออมเงินในรูปแบบของตราสารหนี้เพื่อเตรียมความพร้อมก่อน การเกษียณ ของ
พนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ที่	ข้อความ	n =177		
		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1	พันธบัตรรัฐบาล	94	53.11	1
2	พันธบัตรรัฐวิสาหกิจประเภทออมทรัพย์	45	25.42	3
3	ตั๋วแลกคลัง	14	7.91	4
4	หุ้นกู้	46	25.99	2

จากตาราง2 พบว่าการออมเงินในรูปแบบของตราสารหนี้เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร อันดับที่ 1 พันธบัตรรัฐบาล จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 53.11 รองลงมาคือ หุ้นกู้จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 25.99 พันธบัตรรัฐวิสาหกิจประเภทออมทรัพย์จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 25.42 และตั๋วแลกคลังจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.91 ตามลำดับ

ตาราง3 ตารางแสดงคะแนนความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของ
พนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

ที่	คะแนน	n =177		
		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1	0	2	1.13	7
2	1	9	5.08	6
3	2	27	15.25	3
4	3	49	27.68	2
5	4	51	28.81	1
6	5	21	11.86	4
7	6	16	9.04	5
8	7	1	0.56	8
9	8	1	0.56	8

จากตาราง คะแนนความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้ที่คะแนน 4 คะแนน ร้อยละ 28.81จำนวน 51 คน รองลงมาคือ คะแนน 3 คะแนน ร้อยละ 27.68 จำนวน 49 คน คะแนน 2 คะแนน ร้อยละ 15.25จำนวน 27 คน คะแนน 5 คะแนน ร้อยละ 11.86 จำนวน 21 คน คะแนน 6 คะแนน ร้อยละ 9.04 จำนวน 16 คน คะแนน 1 คะแนน ร้อยละ 5.08 จำนวน 9 คน คะแนน 0 คะแนน ร้อยละ 1.13 จำนวน 2 คน และคะแนน 7 คะแนน 8 คะแนน ร้อยละ 0.56 จำนวน 2 คน ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร กับ การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

		2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	XA	4
2.1	Pearson								
	Correlation	1	.548(**)	.407(**)	.419(**)	.515(**)	.302(**)	.747(**)	.071
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.351
2.2	Pearson	.548(**)	1	.452(**)	.460(**)	.471(**)	.341(**)	.747(**)	.125
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.098
2.3	Pearson	.407(**)	.452(**)	1	.702(**)	.436(**)	.438(**)	.759(**)	.077
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.310
2.4	Pearson	.419(**)	.460(**)	.702(**)	1	.589(**)	.412(**)	.790(**)	.131
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.082
2.5	Pearson	.515(**)	.471(**)	.436(**)	.589(**)	1	.342(**)	.754(**)	.248(**)
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.001
2.6	Pearson	.302(**)	.341(**)	.438(**)	.412(**)	.342(**)	1	.633(**)	.130
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.084

XA	Pearson								
	Correlation	.747(**)	.747(**)	.759(**)	.790(**)	.754(**)	.633(**)	1	.174(*)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.021
4	Pearson								
	Correlation	.071	.125	.077	.131	.248(**)	.130	.174(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.351	.098	.310	.082	.001	.084	.021	.
	N	177	177	177	177	177	177	177	177

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตาราง 23 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร กับ การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 $r=.174$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อ 2.5 ท่านเตรียมความรู้เรื่องการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ เช่น การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ การลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล ความรู้เกี่ยวกับอาชีพสำรองเป็นต้น มีความสัมพันธ์กับความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.248$) ส่วนข้ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

1. ปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ

1.1 สรุปปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ ปัญหาส่วนใหญ่ คือ มีค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นทำให้ต้องดึงเงินออมออกมาใช้จ่าย รวมถึงมีการระในการผ่อนบ้าน ผ่อนรถ รวมถึงค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน อีกทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจที่ไม่อาจควบคุมได้ เช่น อัตราเงินเฟ้อ

1.2 ครอบครัวเป็นปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุหรือไม่ค่อนข้างมีปัญหา เพราะมีค่าใช้จ่ายในครอบครัวค่อนข้างสูง เช่น ค่าเดินทาง ค่าเล่าเรียนบุตรหลาน ค่ารักษาพยาบาล เป็นอุปสรรคในการเก็บออมเพราะต้องช่วยเหลือครอบครัว

1.3 ช่วงอายุเป็นปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุหรือไม่ ส่วนใหญ่ที่เป็นปัญหา คือ เป็นช่วงอายุที่ชอบเที่ยว ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวมากไปไม่สามารถออมเงินได้ อีกทั้งในช่วงอายุที่กำลังสร้างเนื้อสร้างตัว ต้องมีบ้าน มีรถ สร้างฐานะ ครอบครัวทำให้เป็นอุปสรรคกับการออมเงินเพราะเป็นช่วงที่ต้องลงทุนกับอสังหาริมทรัพย์ อีกทั้งช่วงอายุยังน้อยที่ยังมีรายได้ไม่มากพอที่จะตั้งเป้าหมายในการเก็บออม ส่วนคนที่มีอายุมากขึ้นก็มีปัญหาสุขภาพ เงินส่วนใหญ่ก็ไปเสียกับการรักษาพยาบาลตัวเองทำให้เป็นปัญหากับการออมเงินอย่างมาก ส่วนที่ตอบว่าไม่เป็น คิดว่า ความมีวินัย และความรับผิดชอบ เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดไม่เกี่ยวกับอายุ

2. การออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ

2.1 ในช่วงวัยรุ่นท่านมีการออมเงินหรือไม่

มีการออมบ้าง โดยมีการแบ่งเงินเป็น 4 ส่วน เก็บออม 1 ส่วน บางคนออมโดยการซื้อประกันชีวิต ซื้อกองทุน ฝากประจำ

ส่วนใหญ่ไม่มีการออม บางคนมีเหตุผลเนื่องจากครอบครัวค่อนข้างต้องลงทุนในธุรกิจ จำเป็นต้องช่วยเหลือครอบครัว บางคนอยู่ในช่วงวัยกำลังต้องการซื้อ ต้องการจ่าย

2.2 ท่านคิดว่าท่านมีการวางแผนการใช้เงินอย่างไรเพื่อจะมีเงินออมไว้ในวัยเกษียณ

มีการวางแผนการออมโดยการซื้อประกัน และกองทุนต่าง ๆ ไว้ เพื่อใช้ในวัยเกษียณ

มีการออมโดยการลงทุนใน RMF/LTF สม่ำเสมอทุกเดือน และใช้จ่ายอย่างประหยัดเพื่อให้เหลือเงินฝากประจำทุกเดือน

มีการออมโดยกองทุนเลี้ยงชีพของสถาบันที่ทำงานอยู่ ประกันสังคม ประกันชีวิต ใช้จ่ายอย่างประหยัด เพื่อให้เหลือเงินออม

ออมโดยการฝากประจำ และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

วางแผนการใช้จ่ายรายเดือน วางแผนการเก็บเงินรายเดือน

สร้างวินัยในการออม 60% ใช้ 40%

วางแผนการใช้จ่าย เก็บออม และลงทุน

ออมโดยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ แบ่งเงินไว้หลายๆ ที่เพื่อป้องกันความเสี่ยง

กองทุนเพอเลดหย่อนภาษี RMF/LTF กองทุนสำรองเลี้ยงชีพของหน่วยงาน ประกันชีวิต กองทุนเปิดต่าง ๆ ออมในหุ้น

สรุปและอภิปรายผล

พฤติกรรมการออมเงินในรูปแบบของเงินฝากเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร อันดับ 1 คือ การเก็บในรูปแบบเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 74.58 การออมเงินในรูปแบบของตราสารหนี้เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร อันดับที่ 1 พันธบัตรรัฐบาล ร้อยละ 53.11

ความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร คะแนนความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้ที่คะแนน 4 คะแนน ร้อยละ 28.81

ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร กับ การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=.174$)

ปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ

สรุปปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ ปัญหาส่วนใหญ่ คือ มีค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นทำให้ต้องดึงเงินออมออกมาใช้จ่าย รวมถึงมีการระดมเงินผ่านบ้าน ผ่านรถ รวมถึงค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน อีกทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจที่ไม่อาจควบคุมได้ เช่น อัตราเงินเฟ้อ ค่าใช้จ่ายในครอบครัว ช่วงอายุพนักงานส่วนใหญ่มีการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุบ้าง โดยวิธีแตกต่างกันไป

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่าความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร คะแนนความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ส่วนใหญ่พนักงานมีความรู้ที่คะแนน 4 คะแนน ร้อยละ 28.81 ซึ่งเป็นความรู้ระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฌักซิดา ชาราชีวิต (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลเพื่อการเกษียณ ซึ่งพบว่าพนักงานเอกชน มีความรู้พื้นฐานทางการเงินอยู่ในระดับปานกลางด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความรู้ความเข้าใจทางการเงินเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจง และเป็นเรื่องที่มีรายละเอียดมาก หากบุคคลผู้นั้นไม่มีความสนใจและใส่ใจก็มักจะไม่หาศึกษาหาความรู้ในเรื่องดังกล่าว

จากผลการวิจัยพบว่า ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้พื้นฐานทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร กับ การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจในการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=.174$) เป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ผู้ที่มีความรู้พื้นฐานทางการเงินมากทำให้มีการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุมากด้วยเช่นกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฏฐา ชาราริน (2558) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมส่วนบุคคลเพื่อการเกษียณ ที่พบว่า ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน ส่งผลในการใช้จ่ายเงินในชีวิตประจำวันด้วยความระมัดระวังมีการวางแผนในแต่ละช่วงของชีวิตมากยิ่งขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร คือ รายได้ที่แตกต่างกันของพนักงานทำให้การเตรียมความพร้อมแตกต่างกัน ดังนั้น ควรส่งเสริม สนับสนุน หรือจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้หรือกิจกรรมเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้เพิ่มรายได้หรือส่งเสริมให้เกิดรายได้ในครอบครัวเพิ่มมากยิ่งขึ้น

1.2 ความรู้พื้นฐานทางการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเตรียมความพร้อมนั้นหมายความว่าหากพนักงานมีความรู้พื้นฐานทางการเงินมากก็จะทำให้การเตรียมความพร้อมมีมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นควรมีการเพิ่มพูนความรู้พื้นฐานทางการเงินให้กับพนักงานให้มากยิ่งขึ้นทั้งในรูปแบบการส่งไปอบรม การจัดโครงการอบรม สัมมนา เพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ทางการเงินให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการวางแผนด้านการเงินไว้ล่วงหน้าก่อนการเกษียณอายุที่เหมาะสมกับพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

2.2 ควรทำวิจัยเรื่อง รูปแบบการออมเงินที่ดีที่สุดสำหรับพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

เอกสารอ้างอิง

- การเตรียมความพร้อมในวัยเกษียณ.สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์.
(2553). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <https://www.gotoknow.org>(1 ตุลาคม 2560,)
ครูพิจิกันต์ หวานพีช กลุ่มสาระสังคมศึกษา ศาสนา ฯ สว.กจ.(2559) การออมและการ
ลงทุน.[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <https://www.slideshare.net/Songsak1/2-58590439>(2กันยายน 2560,)
ณัฏฐา ธาราชีวิน.2558. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลเพื่อการเกษียณ.
วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
เนษพร นาคสีเหลือง.2557. ปัจจัยที่ีผลต่อการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงาน
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่.คณะบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
บรรลุ ศิริพานิ. (2551).คู่มือผู้สูงอายุ:ฉบับเตรียมตัวก่อนสูงอายุ(เตรียมตัวก่อนเกษียณอายุการ
งาน).กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
สฤณี อาชวานันทกุล.(2557). ความรู้ทางการเงิน. กรุงเทพฯ โอเพ่นบุ๊ก
สำนักงาน ก.ล.ต. (2553).การออมเงินเพื่อการเกษียณ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา.
http://www.thaipvd.com/content_th.php?content_id=00037(3 ตุลาคม 2560,)
ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน(2557).หลักสูตรวางแผนการเงิน:ชุดวิชาที่ 1 พื้นฐานการ
วางแผนทางการเงิน.ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

FACTORS AFFECTING THE NUMBER OF STUDEN STUDYING VOCATION

CERTIFICATE

นภัทร จิรภากรพัฒน์^{1*} ผศ.ดร.พุดตาน พันธูเณร² ดร.ชัยรัตน์ เขยสุวรรณ³ ดร.ภคจิรา นักบรรณ⁴
Naphat Jirapakornpat^{1*}, Pudtan Phanthunane², Chairat Choesawan³,
Pakchira Nugbanleng⁴

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

*Corresponding author. E-mail: naphatji56@nu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศไทยจำนวน 75 จังหวัด ใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – 2558 รวมระยะเวลา 5 ปี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ Panel Data ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ มี 2 ปัจจัย 1) รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร โดยพบว่าหากประชากรมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้มีจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพลดลง 2) ผลการเรียนรู้เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่าหากนักเรียนมีคะแนนผลการเรียนที่ดีขึ้นจะส่งผลทำให้มีจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพลดลง

การศึกษามีข้อเสนอแนะว่า 1) กระทรวงศึกษาธิการควรจัดสรรงบประมาณเพื่อช่วยเหลือสำหรับผู้ต้องการเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ 2) สถานศึกษาควรมีการแนะแนวทางการศึกษาต่อให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 เพื่อเป็นแนวทางการตัดสินใจเลือกเรียนระหว่างมัธยมศึกษาตอนปลายกับศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ 3) งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาด้วยการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิเพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ให้ตรงกับสภาพที่มีความแตกต่างกันของแต่ละจังหวัด

คำสำคัญ: ปัจจัย จำนวน ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

Abstract

The purpose of this study was to investigate the factors influencing the number of students attending vocational education. Data was collected as Panel Data, combination between time series data and cross-sectional data. Data was from the year 2011 to 2015 for a total of 5 years. Data were analyzed using the Panel Data analysis. The results showed that the factors affecting the number of students in the study were 1) Gross Provincial Product (GPP) per capita, namely if the GPP per capita increased, the number of vocational students decreased, and 2) the average grade of the students studying junior high school, namely if the students had better grades, the number of students in the vocational certificate decreased.

The results from the studies have suggested that 1) The Ministry of Education should allocate budgets to assist those who want to study for vocational certificate 2) The school should provide education guidance to the students studying junior high schools as a guideline for choosing between upper secondary school and vocational education. 3) The next research should be conducted by primary data collection since the results of the study in different areas would be different.

Keywords: Keywords: factors, number, vocational, certificate,

บทนำ

การอาชีวศึกษาเป็นกระบวนการศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนในด้านวิชาชีพระดับฝีมือระดับเทคนิค ระดับเทคโนโลยี การจัดการการอาชีวศึกษาจึงเป็นการศึกษาในด้านวิชาชีพที่สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนในด้านวิชาชีพ รวมถึงเป็นการยกระดับการศึกษาวិชาชีพให้สูงขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (พระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551)

แรงงานที่จบการศึกษาจากสถาบันอาชีวศึกษามีความสำคัญอย่างมากต่อภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้เครื่องจักรและทุนเป็นสำคัญ นอกจากแรงงานอาชีวศึกษาจะมีทักษะเป็นที่ยอมรับจากผู้จ้างงานแล้ว แรงงานที่จบจากสถาบันอาชีวศึกษายังช่วยเติมช่องว่างการขาดแคลนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิต และมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตการผลิตของแรงงานโดยรวม แต่ปัจจุบันกำลังเกิดปัญหาความขาดแคลนแรงงานที่จบการศึกษาจากสถาบัน

อาชีวศึกษา โดยลักษณะของความขาดแคลนแรงงานอาชีวศึกษา เป็นการขาดแคลนแรงงานเชิงปริมาณไม่ได้ขาดแคลนแรงงานเชิงคุณภาพ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2557) โดยผู้จบจากสถาบันอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จะเข้าสู่ตลาดแรงงานเพียงร้อยละ 25 โดยร้อยละ 75 จะเข้าเรียนต่อระดับปริญญาตรีเพื่อให้ได้ระดับเดือนที่สูงขึ้น

การศึกษาโครงสร้างการใช้กำลังคนหรือการจ้างงานของสถานประกอบการมีอัตราส่วนของการใช้กำลังคนหรือการจ้างงานของสถานประกอบการ มีอัตราส่วนของการใช้กำลังคนในระดับสูง ร้อยละ 10 ระดับกลางหรือระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 70 และระดับต่ำ ร้อยละ 20 ความต้องการกำลังคนส่วนใหญ่จึงเป็นความต้องการกำลังคนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) แผนการศึกษาแห่งชาติฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552 - 2559) ด้านการผลิตและการพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศจึงกำหนดนโยบายเพิ่มสัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษา โดยกำหนดเป้าหมายสัดส่วนผู้เรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญให้มีสัดส่วนเป็น 60 : 40 ในปี พ.ศ. 2559 แต่มีการปรับลดเป้าหมายลงในปี พ.ศ. 2556 โดยกำหนดสัดส่วนใหม่ให้มีอัตราส่วนเป็น 50 : 50

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 ต่อสัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปี พ.ศ. 2554 - 2558

ปี พ.ศ.	นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 (ร้อยละ)	นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น ปีที่ 1 (ร้อยละ)
2554	64.6	35.4
2555	65.8	34.2
2556	67.2	32.8
2557	67.7	32.3
2558	67.3	32.7

ที่มา: รายงานผลการจัดการศึกษาตามแผนการศึกษาแห่งชาติฉบับปรับปรุง (พ.ศ.2552 - 2559)

จากตารางที่ 1 ตารางแสดงสัดส่วนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญต่อสัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปี พ.ศ. 2554 - 2558 พบว่า ปี พ.ศ. 2554 มีสัดส่วนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญต่อสัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เท่ากับ 64.6 : 35.4 และพบว่ามีสัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2557 และปี พ.ศ. 2558 มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจากปี พ.ศ. 2557 โดยมีสัดส่วนเท่ากับ 67.3 : 32.7

ตารางที่ 2 แสดงสัดส่วนนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 ต่อสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพที่มีสัดส่วนสูงสุด 8 อันดับ ในระดับจังหวัด ปี พ.ศ. 2554 - 2558

อันดับ	จังหวัด	2554	2555	2556	2557	2558
		ม.4 : ปวช.	ม.4 : ปวช.	ม.4 : ปวช.	ม.4 : ปวช.	ม.4 : ปวช.
		1	1	1	1	1
1	ระยอง	25 : 75	26 : 74	54 : 46	54 : 46	55 : 45
2	นครนายก	38 : 62	37 : 63	40 : 60	65 : 35	56 : 44
3	ภูเก็ต	44 : 56	51 : 49	55 : 45	55 : 45	55 : 45
4	ฉะเชิงเทรา	44 : 56	49 : 51	56 : 44	56 : 44	55 : 45
5	พระนครศรีอยุธยา	45 : 55	48 : 52	54 : 46	55 : 45	55 : 49
6	ชลบุรี	50 : 50	47 : 53	46 : 54	52 : 48	47 : 53
7	สระบุรี	46 : 54	51 : 49	52 : 48	49 : 51	47 : 53
8	หนองคาย	55 : 45	61 : 39	50 : 50	60 : 40	56 : 44

ที่มา : จากการคำนวณสัดส่วนโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 ตารางแสดงสัดส่วนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญต่อสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพที่มีสัดส่วนสูงสุดในระดับจังหวัด 8 อันดับ ปี พ.ศ. 2554 - 2558 พบว่าจังหวัดที่มีสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพสูงสุดที่สุดคือจังหวัดระยอง รองลงมาคือนครนายก และภูเก็ตตามลำดับ แม้ว่าปี พ.ศ. 2554 ระยองมีนักเรียนอาชีวศึกษาต่อมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึง 75 : 25 แต่จะเห็นว่าสัดส่วนได้ลดลงอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งน้อยกว่า 50% ในปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นไป ซึ่งพบสถานการณ์ใกล้เคียงกันในจังหวัดนครนายกและภูเก็ต ทั้งนี้ในส่วนของจังหวัดชลบุรีและสระบุรีนั้นมีจำนวนนักเรียนอาชีวศึกษาต่อมัธยมศึกษาปีที่ 4 ประมาณครึ่งต่อครึ่งอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ไม่เคยขึ้นไปถึง 60%

จากปัญหาการผลิตและพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศตามแผนการศึกษาแห่งชาติฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552 – 2559) การดำเนินการระดับประเทศพบว่า จังหวัดส่วนใหญ่ไม่สามารถดำเนินการเพิ่มสัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ได้แต่เมื่อพิจารณาในระดับจังหวัดพบว่า มีจังหวัดที่สามารถดำเนินการและมีสัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นในการพิจารณาทางนโยบายต่อไป

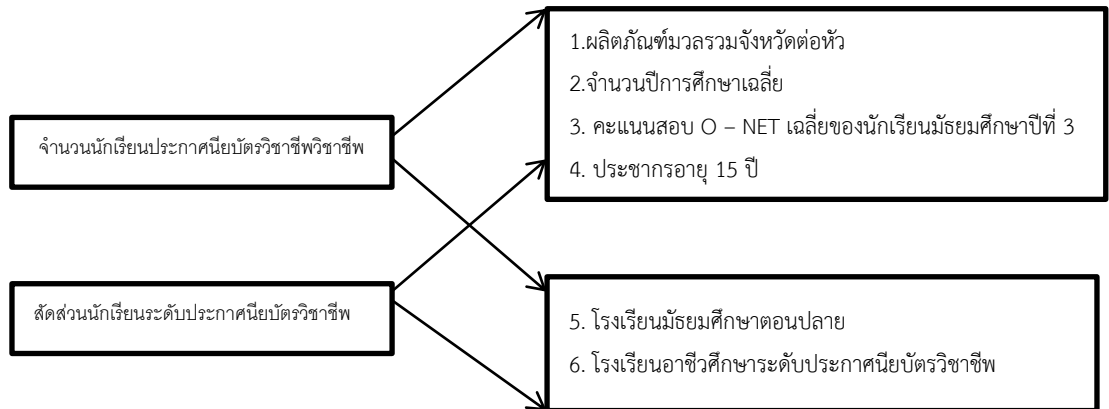
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

วิธีดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ของประเทศไทย จำนวน 75 จังหวัด (ไม่รวมกรุงเทพมหานครและจังหวัดบึงกาฬ) ใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – 2558 รวมระยะเวลา 5 ปี ประกอบด้วย 1) จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 2) สัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 4 3) ผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวของจังหวัด 4) จำนวนปีการศึกษาเฉลี่ย 5) คะแนนสอบ O – NET เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาที่ 3 6) จำนวนประชากรอายุ 15 ปี 7) จำนวนโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย 8) จำนวนโรงเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ข้อมูลที่ใช้เก็บรวบรวมจาก 1) ระบบสารสนเทศการบริหารจัดการการศึกษา (EIS) 2) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 3) ระบบคลังข้อมูลกลางด้านการศึกษา 4) ระบบสถิติทางกระทรวงมหาดไทย 5) รายงานประเมินผลคุณภาพผู้เรียนระดับชาติ ปี พ.ศ. 2554 และข้อมูลการประกาศของสำนักทดสอบแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กรอบแนวคิดการวิจัย



แบบจำลองที่ใช้ศึกษา

$$Svoc1 = +PPP_{it} + AYS_{it} + ONET_{it} + POP_{it} + HIS_{it} + VOS_{it}$$

แบบจำลองที่ 1

$$Rvoc1 = +PPP_{it} + AYS_{it} + ONET_{it} + POP_{it} + HIS_{it} + VOS_{it}$$

แบบจำลองที่ 2

Svoc1 คือ จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 (คน)

Rvoc1 คือ สัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ต่อสัดส่วนนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 (ร้อยละ)

PPP คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (บาท)

AYS คือ จำนวนปีการศึกษาเฉลี่ย (ปี)

ONET คือ คะแนนสอบ O - NET เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 (คะแนน)

POP คือ ประชากรอายุ 15 ปี (คน)

HIS คือ โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (แห่ง)

VOS คือ โรงเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (แห่ง)

i คือ จำนวนจังหวัดที่ศึกษา $i = 1, \dots, 75$

t คือ จำนวนปีที่ศึกษา $t = 1, \dots, 5$

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ Panel Data โดยลักษณะของข้อมูลแบบ Panel Data จะมีลักษณะข้อมูลที่มีการผสมผสานกันกับข้อมูล 2 รูปแบบคือ ข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross Section Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) เป็นข้อมูลที่เก็บต่อเนื่องตามช่วงเวลา โดยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล Panel Data มี 3 ขั้นตอน

1. Pool OLS Regression Model เป็นการวิเคราะห์ที่กำหนดให้ค่าสัมประสิทธิ์ของค่าคงที่ (Intercept) และค่าความชัน (Slope) มีค่าคงที่ ตัวแปรทุกตัวมีค่าเท่ากันทุกตัวและทุกช่วงเวลา โดยการประมาณการไม่ได้ประมาณค่าความแตกต่างของแต่ละจังหวัดและช่วงเวลาที่ศึกษา ละเลยอิทธิพลของปัจจัยต่อตัวแปรตามที่ไม่สามารถสังเกตได้ (Unobserved Effect) ของแต่ละจังหวัด โดยทำให้เกิดปัญหา Heterogeneity Bias เพราะละเลยผลกระทบที่เรียกว่า Time-invariant Unobserved Effect

$$Y_{it} = \beta_{0i} + \beta_1 X_{ijt} + \beta_2 X_{ijt} + a_i + u_{it}$$

โดยที่	Y	คือ	ตัวแปรตาม (dependent variable)
	X	คือ	ตัวแปรอิสระ (independent variable)
	a	คือ	ตัวแปรอิสระที่มีลักษณะเฉพาะ (omitted variable)
	u	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน (error term)
	β	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ $1 = 1, 2, 3, \dots, n$
	i	คือ	หน่วยสำรวจ (ตัวอย่าง) $i = 1, 2, 3, \dots, n$
	t	คือ	เวลา

2. Fixed Effects Model เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระโดยกำจัดตัวแปรที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละจังหวัดที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ (unobserved effects ; a_i) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลคงที่ไม่แปรผันไปตามเวลา (Time-Invariant) โดยที่ตัวแปร a_i ถูกกำจัดออกไปโดยการลบกันของค่าตัวแปรแต่ละตัวอย่างและค่าเฉลี่ยของตัวแปรในแต่ละตัวอย่างและตัวส่วนหารของเวลาที่สามารถนำมาประมาณค่าความชัน (β_i) และเมื่อกำจัดตัวแปร a_i ออกไปแล้วมาประมาณการด้วยวิธี ordinary least squares : OLS จะได้ผลการประมาณค่าที่ไม่เอนเอียง

3. Random Effects Mode เป็นการวิเคราะห์ที่มีสมมติฐานสำคัญคือตัวแปรที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละจังหวัดที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ (unobserved effects ; a_i) จะต้องไม่สัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในสมการ เพราะมีการแผ่กระจายอยู่นอกสมการ โดยตัวแปร a_i เป็นตัว

แปรสุมเมื่อนำไปรวมกับ u_{it} จะกลายเป็นค่าความคลาดเคลื่อน V_{it} แบบจำลอง Random Effects ต้องใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วย FGLS เพื่อแก้ไขปัญหาให้เป็นไปตามสมมติฐานและให้ได้ค่าสัมประสิทธิ์คงที่

การทดสอบแบบจำลองด้วย Hausman Test เป็นการทดสอบเพื่อตัดสินใจเลือกใช้แบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา โดยจะทดสอบว่า Unobserved Effects a_i และตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระหว่างกันหรือไม่ โดยมีวิธีการตั้งสมมุติฐานดังนี้

H_0 : Unobserved Effect, a_i และตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันใช้

Random Effects

H_a : Unobserved Effect, a_i และตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันใช้

Fixed Effects

ผลการวิจัย

1. ผลการทดสอบ Panel Unit Root Test โดยจะทดสอบว่าข้อมูลที่ใช้ศึกษามีลักษณะนิ่ง (Stationary) หรือมีลักษณะที่ไม่นิ่ง (Non Stationary) เพื่อหลีกเลี่ยงข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) และความแปรปรวน (Variances) ที่ไม่คงที่ในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงผลทดสอบความนิ่งของข้อมูล Panel Unit Root Test

ตัวแปร	ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูล	ระดับความนิ่ง
Svoc1	0.0000	Stationary
Rvoc1	0.0000	Stationary
PPP	0.0000	Stationary
AYS	0.0000	Stationary
ONET	0.0000	Stationary
POP	0.9999	Non Stationary
HIS	1.0000	Non Stationary
VOS	1.0000	Non Stationary

จากตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการทดสอบ Panel Unit Root Test จำนวน 8 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีลักษณะนิ่ง (Stationary) จะมีค่า P – Value น้อยกว่า 0.05 ผลของการทดสอบพบว่าตัวแปรจำนวน 5 ตัว ที่มีลักษณะนิ่ง (Stationary) คือ ตัวแปรจำนวนนักเรียน

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Svoc1) ตัวแปรสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Rvoc1) ตัวแปรผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวของจังหวัด (PPP) ตัวแปรจำนวนปีการศึกษาเฉลี่ย (AYS) ตัวแปรคะแนนสอบ O – NET เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 (ONET) และพบว่ามีตัวแปรจำนวน 3 ตัวแปร ที่มีลักษณะไม่นิ่ง (Non Stationary) คือตัวแปรจำนวนประชากรอายุ 15 ปี (POP) ตัวแปรจำนวนโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (HIS) ตัวแปรโรงเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (VOS) ผู้วิจัยจึงต้องตัดตัวแปรที่มีลักษณะไม่นิ่ง (Non Stationary) หรือตัวแปรที่มี Unit Root ออกจากการประมาณการ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	PPP	AYS	ONET
PPP	1.000		
AYS	0.3555	1.0000	
ONET	0.1064	0.1977	1.0000

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้สำหรับการศึกษามีค่าน้อยกว่า 0.5 ทำให้สามารถนำตัวแปรไปใช้ประมาณการได้โดยไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

แบบจำลองที่ใช้สำหรับการประมาณการ

$$Svoc1 = +PPP_{it} + AYS_{it} + ONET_{it} \quad \text{แบบจำลองที่ 1}$$

$$Rvoc1 = +PPP_{it} + AYS_{it} + ONET_{it} \quad \text{แบบจำลองที่ 2}$$

Svoc1	คือ	จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (คน)
Rvoc1	คือ	สัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ร้อยละ)
PPP	คือ	ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (บาท)
AYS	คือ	จำนวนปีการศึกษาเฉลี่ย (ปี)
ONET	คือ	คะแนนสอบ O – NET เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 (คะแนน)
i	คือ	จำนวนจังหวัดที่ศึกษา $i = 1, \dots, 75$
t	คือ	จำนวนปีที่ศึกษา $T = 1, \dots, 5$

2. ผลการประมาณการ Panel Data

ตารางที่ 4 แสดงผลการประมาณการแบบจำลองที่ 1 แบบจำลองจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

ตัวแปร	Pooled OLS		Fixed Effects		Random Effects	
	Coefficient	P	Coefficient	P	Coefficient	P
PPP	.0008478	0.311	-.0067357	0.001	-.0018804	0.157
AYS	549.6164	0.000	75.65783	0.436	122.1459	0.198
ONET	23.39159	0.590	-32.9828	0.011	-32.8058	0.011
Constant	-2228.542	0.172	4421.169	0.000	3364.668	0.000
Number of obs	375		375		375	
R-square Overall	-		0.0154		0.0044	
R-square	0.0581		-		-	
Adj R-square	0.0504		-		-	
Root MES	2076		-		-	
F-Statistic	7.62		5.99		8.41	
Prob (F-Statistic)	0.0001		0.0006		0.0382	
Heteroskedasticity	-		0.0000		-	
Hausman Test	-			0.0013		

*ตัวแปรตามคือจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Svoc1)

*ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติมีค่า P น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการประมาณการแบบจำลองที่ 1 แบบจำลองจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ผลการประมาณการขั้นตอน Pooled OLS Regression Model พบว่าตัวแปรจำนวนปีการศึกษาเฉลี่ย (AYS) มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่า Coefficient เท่ากับ 549.61 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับตัวแปรตาม แปลความหมายได้ว่า ถ้าจำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้น 1 ปี จะส่งผลทำให้มีจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Svoc1) เพิ่มขึ้นจังหวัดละ 550 คน โดยแบบจำลองมีความสามารถในการประมาณการได้ร้อยละ 5.8 และแบบจำลองมีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 2076

ผลการทดสอบด้วย Hausman Test มีค่าเท่ากับ 0.0013 ทำให้ขั้นตอนที่เหมาะสมของแบบจำลองจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพคือขั้นตอน Fixed Effects Model ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (PPP) มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่า Coefficient เท่ากับ -0.0067357 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับตัวแปรตาม แปลความหมายได้ว่า เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (PPP) ของแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Svoc1) ของแต่ละจังหวัดมีจำนวนลดลง 0.006 คน ตัวแปรคะแนนสอบ O – NET เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่า Coefficient เท่ากับ -32.98 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับตัวแปรตาม แปลความหมายได้ว่า เมื่อคะแนนสอบ O – NET เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 (ONET) ของแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลทำให้จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Svoc1) ของแต่ละจังหวัดมีจำนวนลดลง 32.98 คน แบบจำลองมีความสามารถในการประมาณการได้ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 5 แสดงผลการประมาณการแบบจำลองที่ 2 แบบจำลองสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

ตัวแปร	แบบจำลอง Pooled		Fixed Effects		Random Effects	
	Coefficient	P	Coefficient	P	Coefficient	P
PPP	.0000185	0.000	-.0000208	0.208	-.0000145	0.032
AYS	.7199206	0.274	-.1688679	0.835	.1430737	0.841
ONET	.6369373	0.001	.0230813	0.830	.060808	0.571
Constant	5.280318	0.478	37.714	0.000	29.06055	0.000
Number of obs	375		375		375	
R-square Overall	-		0.0846		0.0938	
R-square	0.1160		-		-	
Adj R-square	0.1088		-		-	
Root MES	9.43735		-		-	
F-Statistic	16.22		0.57		5.50	
Prob (F-Statistic)	0.000		0.6341		0.1386	
Heteroskedasticity	-		0.0000		-	
Hausman Test	-			-12.95		

*ตัวแปรตามคือจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Rvoc1)

*ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติมีค่า P น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 5 ตารางแสดงผลการประมาณการแบบจำลองที่ 2 แบบจำลองสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ผลการประมาณการ ขั้นตอน Pooled OLS Regression พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2 ตัวแปรคือ ตัวแปรผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (PPP) มีค่า coefficient เท่ากับ .0000185 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับตัวแปรอิสระ แปลความหมายว่า ถ้าผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวของแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้น 1 บาท จะส่งผลทำให้สัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Rvoc1) ของแต่ละจังหวัดมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.00001 ตัวแปรคะแนนสอบ O – NET เฉลี่ยของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 (ONET) มีค่า coefficient เท่ากับ .6369373 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับตัวแปรตาม แปลความหมายได้ว่า ถ้าคะแนนสอบ O – NET ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 (ONET) ของแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลทำให้สัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Rvoc1) ของแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.63 แบบจำลองมีความสามารถในการประมาณการได้ร้อยละ 11 และมีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 9.43735

ผลการทดสอบ Hausman Test มีค่าเท่ากับ -12.95 ขั้นตอนที่เหมาะสมของแบบจำลองสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพคือขั้นตอน Fixed Effects Model โดยพบว่าตัวแปรอิสระของแบบจำลองสัดส่วนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพขั้นตอน Fixed Effects Model ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 – 2558 รวมระยะเวลา 5 ปี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ Panel Data ผลการศึกษาพบว่าแบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาคือแบบจำลองที่ 1 แบบจำลองจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และขั้นตอนที่เหมาะสมมากที่สุดคือขั้นตอน Fixed Effects Model โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว และผลคะแนนสอบ O – NET ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3

รายได้เฉลี่ยของประชากรส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ โดยผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าถ้ารายได้เฉลี่ยของประชากรเพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้จำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพลดลง โดยนักเรียนส่วนใหญ่จะเลือกเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญมากกว่าระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ผู้ปกครองที่มีรายได้มากจะเลือกส่งให้บุตรหลานเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ โดยผลการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าสถานะทาง

เศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจเรียนต่อในระดับอาชีวศึกษา โดยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม

ผลการเรียนมีผลต่อจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ โดยผลการศึกษาพบว่าผลการเรียนที่ดีขึ้นจะส่งผลทำให้จำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพลดลง เพราะลักษณะหลักสูตรการเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจะเน้นการเรียนทางด้านทฤษฎีและต้องมีทักษะทางด้าน วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และภาษาที่ดี แต่หากมีผลการเรียนที่ไม่ดีพอจะเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ เพราะลักษณะการเรียนสายอาชีพจะเน้นภาคปฏิบัติ และเมื่อจบการศึกษาสามารถศึกษาต่อระดับที่สูงขึ้นได้เหมือนกับเรียนสายสามัญ ทำให้นักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำจะเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพก่อนแล้วนำวุฒิการศึกษาไปเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้นภายหลัง

ข้อเสนอแนะ

1. กระทรวงศึกษาธิการควรจัดสรรงบประมาณเพื่อช่วยเหลือนักเรียนที่มีความต้องการเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพโดยตรง ด้วยผลการศึกษาให้ข้อสรุปว่ารายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักเรียนที่ศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรืออีกนัยคือครัวเรือนที่มีรายได้น้อยมีแนวโน้มที่จะเรียนอาชีวศึกษามากกว่าครัวเรือนที่มีรายได้มาก ด้วยการเข้าเรียนมีต้นทุนสูงกว่าการเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ นักเรียนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษาจะไม่สามารถเข้าเรียนได้ รวมถึงครอบครัวที่ไม่มีความพร้อมจะไม่สามารถส่งบุตรหลานให้เข้าไปเรียนในพื้นที่ห่างไกลได้ ทำให้ต้องเลือกเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย กระทรวงศึกษาธิการควรจัดสรรเงินทุนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อให้นักเรียนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากสถานศึกษาเพื่อสามารถเข้าเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพได้

2. สถานศึกษาควรมีการแนะแนวทางการศึกษาต่ออาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับตัดสินใจเลือกเรียนต่อระหว่างมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญกับอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และต้องนำเสนอถึงแนวทางการก้าวหน้าของการเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพรวมถึงแนวทางการเรียนต่อหลังจากเรียนจบ จากผลการเรียนที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างคะแนน O – NET กับจำนวนนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ รวมทั้งรายได้ที่มีผลในทางตรงกันข้าม การแนะแนวกับนักเรียนและผู้ปกครอง เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติของครัวเรือนที่มีรายได้มากและในกลุ่มเด็กทำคะแนนได้ดีควรจัดความสำคัญเป็นลำดับแรกๆ

3. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลการศึกษาแบบปฐมภูมิ (Primary Data) เพราะลักษณะของพื้นที่แต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกัน รวมถึงความต้องการของแต่ละพื้นที่

ไม่เหมือนกันทำให้การเก็บข้อมูล โดยควรเก็บข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยตรง เพื่อรับรู้ถึงความต้องการและสาเหตุที่เป็นปัญหาต่อการเข้าเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ทำให้การศึกษาแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จะสามารถนำผลของการศึกษามาใช้วิเคราะห์ได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากกว่า

เอกสารอ้างอิง

- กองวิจัยตลาดแรงงาน . (2557). *การเตรียมความพร้อมเพื่อการศึกษา ต่อของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 และปีที่ 6* .กรุงเทพฯ: กองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน.
- กองวิจัยตลาดแรงงาน . (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อสายสามัญและสายอาชีวศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*. กรุงเทพฯ: กองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน.
- เจตนันท์ ราชเมืองมูล. (2553). *การวิเคราะห์ปัจจัยจำแนกการตัดสินใจศึกษาต่อสายอาชีพของนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542.
- พระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ.2551.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2557). *ทุนมนุษย์กับผลิตภาพแรงงานในภาคอุตสาหกรรมไทย*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). *แผนการศึกษาแห่งชาติฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552-2559)*. กรุงเทพฯ: สกศ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2555). *รายงานการวิจัย แนวทางการส่งเสริมการเพิ่มสัดส่วนผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายอาชีพตามเป้าหมายในแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552-2559)*. กรุงเทพฯ: สกศ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2555). *รายงานการวิจัย แนวทางการส่งเสริมการเพิ่มสัดส่วนผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายอาชีพตามเป้าหมายในแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552-2559)*. กรุงเทพฯ: สกศ.
- สำนักทดสอบทางการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2555). *ผลการประเมินคุณภาพผู้เรียนระดับชาติ ปีการศึกษา 2554 บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย*. ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการด้านการศึกษา (EIS). <http://www.eis.moe.go.th>.

ระบบฐานข้อมูลด้านสังคมและคุณภาพชีวิต. สืบค้นเมื่อวันที่ ,

<http://www.social.nesdb.go.th>.

ระบบคลังคลังข้อมูลกลางด้านการศึกษา (EIS). <http://www.eduwh.moe.go.th>.

ระบบสถิติทางการทะเบียนกรมการปกครอง . <http://www.stat.bora.go.th>.

สำนักงานสถิติแห่ง . <http://www.nso.go.th>.

การวางแผนผลิตพืชที่เหมาะสมของเกษตรกรกลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาล

บ้านหนองเขาควาย เทศบาลตำบลบางระกำเมืองใหม่

อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก

Crop production planning for groundwater users in Ban Nong Khao

Kheai Village, Bang Rakam Muang Mai Subdistrict municipality,

Bang Rakam district, Phitsanulok province

ชวาล ประดิษฐ์พัฒนา(Chawan Praditpattanachan)*

มาฆะสิริ เชาวกุล(Makasiri Chaowagul)

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

*Corresponding author. E-mail: chawan_pattanachan@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษานี้ เพื่อวิเคราะห์หาแผนการผลิตพืชที่เหมาะสมสำหรับ กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาล บ้านหนองเขาควาย จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้ตัวแบบโปรแกรมเชิงเส้น ที่มีฟังก์ชันวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รายรับสูงสุดจากกิจกรรมการผลิต 35 กิจกรรม ในช่วงปีการผลิต 2559/60 – 2560/61 ภายใต้ข้อจำกัดและปัจจัยการผลิตที่สำคัญในพื้นที่ โดยแผนการผลิตได้แนะนำให้ กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาล ทำการปลูกพืชไร่ทั้งระยะสั้นคือ ข้าวนาปี, ถั่วเขียวผิวน้ำและข้าวโพดหวาน ส่วนพืชสวนให้ทำการปลูก พริก, ผักคะน้าและผักกวางตุ้ง ซึ่งแผนการผลิตที่เหมาะสมนี้จะทำให้ ทรัพยากรน้ำบาดาลในพื้นที่อยู่ในระดับปลอดภัยและสร้างรายรับสูงสุดให้กับกลุ่มเกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาล นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรน้ำบาดาลที่มีผลต่อแผนการผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาล พบว่าเมื่อปริมาณน้ำบาดาล ที่เป็นปัจจัยในการผลิตลดลง ร้อยละ 5 แผนการผลิตได้แนะนำให้ลดพื้นที่การปลูกข้าวนาปีและพริก และหากปรับปริมาณน้ำบาดาลลดลง ร้อยละ 10 แผนการผลิตได้แนะนำให้ลดพื้นที่การผลิตข้าวนาปี,พริก ทำให้กลุ่มเกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาลมีแนวทางและสามารถปรับรูปแบบแผนการผลิตได้อย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ: แผนการผลิต โปรแกรมเชิงเส้น น้ำบาดาล

Abstract

The purpose of this study is to analyze the appropriate crop production plan for a group of farmers who use groundwater at Nong Khao Kheai Village, Ban Nong Khao Kheai Village, Bang Rakam Muang Mai Subdistrict municipality, Bang Rakam district, Phitsanulok province. The study has been done by using linear programming which has the objective function to maximize revenue from production including 35 activities during production years 2016/17 to 2017/18 under constraints and key production factors in the area.

The production plan recommended that farmers use groundwater for the short-term crops such as wet season rice, green beans, sweet corn, and horticultural crops; chillies, kales and Chinese cabbages. With the appropriate production plan, the groundwater resources are at a safe level and generate maximum revenue for groundwater users. In addition, the results of the analysis of groundwater resources affecting the production plan of a group of farmers who use groundwater found that when the groundwater was reduced by 5%, the production plan suggested that wet season rice, sweet corn and chillies should be reduced. If the groundwater was reduced by 10%, the production plan suggested reducing the production of wet season rice, kales and Chinese cabbages.

The appropriate production plan gives the group of farmers who use groundwater a chance to adjust their production plan to changes.

Keywords: production plan, linear programming, groundwater

บทนำ

การทำเกษตรกรรมที่ผ่านมาของประเทศไทย พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงทำการเพาะปลูกด้วยระบบพึ่งพาธรรมชาติ ทำให้ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของสภาพของดินฟ้าอากาศ ตลอดจนความผันแปรของปริมาณน้ำฝนที่ตกในแต่ละฤดูกาล ซึ่งปริมาณน้ำฝนที่ได้รับจะมีความเกี่ยวพันไปถึงระดับของปริมาณน้ำในแหล่งน้ำตามธรรมชาติและแหล่งน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น ดังนั้นกระบวนการนำทรัพยากรน้ำซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในการเพาะปลูก มาใช้ประโยชน์ทางการเกษตรนั้น จะมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะภูมิประเทศและระบบการชลประทานของแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ความไม่แน่นอนทางธรรมชาติที่เกษตรกรต้องพึ่งพาแล้ว เกษตรกรยังต้องเผชิญกับความผันผวนของราคาสินค้าเกษตร จากลักษณะของผลผลิตทางการเกษตรที่จะเข้าสู่ตลาดพร้อมๆกัน ทำให้ผู้

เพาะปลูกต้องยอมรับราคาสินค้า(Price taker)และขายผลผลิตไปตามราคาตลาดเท่านั้น แม้การช่วยเหลือจากภาครัฐจะมีนโยบายหรือมาตรการต่างๆเข้ามาช่วยเหลือทางกลไกราคาโดยตรงต่อเกษตรกรแต่กลไกการเข้าช่วยเหลือเหล่านั้น กลับทำให้เกษตรกรเกิดความเข้าใจผิดคลื่อนในราคาขายสินค้าและการใช้ต้นทุนที่เป็นปัจจัยในการผลิต จนนำไปสู่การวางแผนการผลิตที่ไม่สอดคล้องตามความเป็นจริงในระยะยาวผนวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจเพาะปลูกของเกษตรกรที่มักจะวางแผนการผลิตในฤดูกาลต่อไป จากราคาที่ได้รับในฤดูกาลปัจจุบัน ทำให้เกษตรกรต้องเผชิญกับความเสี่ยงของรายได้ที่จะได้รับการเพาะปลูกอยู่เสมอ

หมู่บ้านหนองเขาควาย เทศบาลตำบลบางระกำเมืองใหม่ อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก เป็นอีกหนึ่งหมู่บ้านที่จำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรจากแหล่งน้ำธรรมชาติเพื่อใช้ในการผลิต เนื่องจากหมู่บ้านตั้งอยู่นอกพื้นที่ระบบชลประทานและประชากรส่วนใหญ่ในหมู่บ้านประกอบอาชีพการเกษตรกว่าร้อยละ 60 จาก 288 ครัวเรือน ทำให้ต้องพึ่งพิงแหล่งทรัพยากรน้ำบาดาล เป็นปัจจัยในการเพาะปลูกจำนวนมาก โดยมีพืชที่ทำการเพาะปลูกหลักทั้งในและนอกฤดูฝนคือ ข้าวและพืชผัก

จากสภาพการเพาะปลูกข้าวในหมู่บ้านหนองเขาควาย พ.ศ.2552 ถึงปี พ.ศ. 2556 เกษตรกรได้รับแรงจูงใจทางด้านราคาข้าว ตามนโยบายภาครัฐ ทำให้มีการขยายจำนวนแปลงเพาะปลูกในพื้นที่หมู่บ้านเพิ่มมากขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกข้าว เฉลี่ยร้อยละ 4.23 ต่อปี ส่วนพื้นที่ทำการเพาะปลูกพืชสวนอื่นๆ มีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 1.78 ต่อปี ทำให้ในพื้นที่เกิดการใช้ทรัพยากรน้ำบาดาล ในปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกไปด้วย โดยการสำรวจสมดุลและศักยภาพน้ำบาดาลของกรมทรัพยากรน้ำบาดาล ในพื้นที่บ้านหนองเขาควาย โดยทำการพิจารณาปริมาณการใช้น้ำบาดาลและปริมาณน้ำบาดาลที่สามารถเพิ่มเติมรายปี ช่วงปี พ.ศ. 2553 ถึงปี พ.ศ. 2555 พบว่าสถานการณ์น้ำบาดาลในพื้นที่แม้จะยังอยู่ในระดับที่ปลอดภัย (Safe yield) แต่เนื่องจากรูปแบบการใช้น้ำบาดาลเพื่อทำการเกษตรในพื้นที่ เป็นการใช้น้ำบาดาลจากแอ่งบาดาลระดับตื้น (ระดับน้ำไร้แรงดัน ; Un-Confine Aquifer) เมื่อมีอัตราการใช้น้ำบาดาลที่เพิ่มสูงขึ้นจากการขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกตามที่กล่าวมา ส่งผลให้เกิดปัญหาระดับความลึกของน้ำบาดาลที่จะนำขึ้นมาใช้โยชน์ มีความลึกเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับอัตราเร็วการไหลเติมของน้ำบาดาลเข้าสู่บ่อสูบน้ำมีอัตราช้าลง ทำให้เกษตรกรในพื้นที่ต้องรับผลกระทบทั้งทางด้านต้นทุนการผลิต จากการทรุดบ่อบาดาลให้มีความลึกเพิ่มขึ้น, ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหัวสูบน้ำหรือหัวปั๊มซับเมอร์ส (Submersible Pumps) ,ค่าใช้จ่ายเป่าท่อบาดาลที่เพิ่มขึ้นจากตะกอนทรายที่พบมากขึ้นเมื่อต้องทรุดบ่อบาดาล ส่วนผลกระทบด้านการบริหารจัดการ คือ เกษตรกรไม่สามารถกำหนดระยะเวลาในที่ต้องใช้ในกิจกรรมการสูบน้ำบาดาล เนื่องจากน้ำบาดาลมีอัตราการไหลเติมเข้าบ่อสูบน้ำไม่แน่นอน ช่วงทำการเพาะปลูกข้าวนาปรังในพื้นที่ พบว่าเกษตรกรต้องทรุดบ่อบาดาลลงไปอีก 12 เมตรถึง 25 เมตร และปริมาณน้ำบาดาลที่ไหลเติมเข้าบ่อมีอัตราไหลช้ากว่าปกติที่เกษตรกรคาดไว้มาก ทำให้ปริมาณน้ำ

บาดาลที่เกษตรกรได้รับมีความไม่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืช เกษตรกรบางรายเลือกใส่ปุ๋ย แก้ไขอาการขาดน้ำของต้นข้าวหรือในเกษตรกรบางรายจ้างรถสูบน้ำ นำน้ำจากแหล่งน้ำอื่นมาใช้เสริม ทำให้มีต้นทุนการเพาะปลูกเพิ่มขึ้น ส่วนแปลงเพาะปลูกที่ไม่สามารถทำการปรับหรือแก้ไขอาการขาดน้ำของพืช ก็จำเป็นต้องเผชิญกับการลดลงของปริมาณผลผลิต สร้างความเสียหายให้แก่เกษตรกรและมีผลกระทบไปถึงผู้ใช้น้ำบาดาลเพื่ออุปโภคและบริโภคภายในพื้นที่อีก ด้วยเหตุนี้กรมทรัพยากรน้ำบาดาลจึงได้คัดเลือกหมู่บ้านหนองเขาควาย เข้าเป็นหมู่บ้านในโครงการนำร่อง “การศึกษาการพัฒนา น้ำบาดาลเพื่อการเกษตร” มีวัตถุประสงค์พัฒนาศักยภาพการใช้ น้ำบาดาลเพื่อการเกษตรในพื้นที่ให้เป็นการใช้งานน้ำบาดาลในระดับลึก (Confine Aquifer) โดยทำการขุดเจาะบ่อบาดาลระดับลึกให้จำนวน 16 บ่อ พร้อมจัดสร้างสถานีสำหรับจ่ายน้ำ 8 สถานี และจัดตั้ง “กลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาลเพื่อการเกษตรบ้านหนองเขาควาย” เพื่อเข้ามาดำเนินการบริหารจัดการ สร้างข้อตกลงร่วมกันในการใช้ ทรัพยากรน้ำบาดาล

ดังนั้นการศึกษาค้นหาแผนการผลิตทางการเกษตรจะเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจในการบริหารจัดการตลอดจนกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากร ทำให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลประโยชน์สูงสุด โดยใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ ลิเนียร์โปรแกรมมิ่ง (Linear Programming)หาแผนการผลิตที่เหมาะสม ซึ่งแผนการผลิตที่ศึกษานี้จะแสดงถึง การคำนึงในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในพื้นที่เช่น ที่ดินที่สามารถนำมาใช้ในการผลิต , ปริมาณทรัพยากรน้ำบาดาลที่สามารถนำใช้ โดยไม่สร้างผลกระทบในระยะยาว และปัจจัยข้อจำกัดอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ควบคู่ไปกับการนำเสนอ ผลการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรที่เป็น ปัจจัยการผลิต ณ ระดับที่เกษตรกรผู้ทำการเพาะปลูกยอมรับได้ ทำให้กลุ่มเกษตรกรมีแนวทางที่เหมาะสมสำหรับบริหาร และปรับตัวอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวางแผนการผลิตพืช ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดด้านปัจจัยการผลิต และเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องในพื้นที่บ้านหนองเขาควาย เทศบาลตำบลบางระกำเมืองใหม่ อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้แบบจำลองลิเนียร์โปรแกรมมิ่ง(Linear Programming) เพื่อให้เกษตรกรรับรายได้รวมสูงสุดจากรอบการเพาะปลูก 2559/60 ถึง 25560/61

2. เพื่อประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรน้ำบาดาลที่มีผลต่อแผนการผลิตของ กลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาลในหมู่บ้านหนองเขาควาย อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก

วิธีดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้การสัมภาษณ์ กรรมการและสมาชิก กลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาลเพื่อการเกษตร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะสภาพทั่วไปทางการผลิต รูปแบบในการผลิตและการเพาะปลูกพืช ตลอดจนข้อตกลงในการใช้ทรัพยากรน้ำบาดาลของชุมชนในพื้นที่หมู่บ้านหนองเขาควาย เพื่อนำมาใช้กำหนดรูปแบบ กิจกรรมการเพาะปลูก

ข้อมูลทุติยภูมิ เก็บรวบรวมจากเอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และหน่วยงานราชการต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมทรัพยากรน้ำบาดาล กรมชลประทาน สำนักงานเกษตรอำเภอ อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก และศูนย์อุทกวิทยาชลประทานภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดพิษณุโลก

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

นำข้อมูลที่รวบรวมมาสร้างเป็นสมการวัตถุประสงค์ ด้วยวิธีการ ลิเนียร์โปรแกรมมิ่ง (Linear Programming) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้กลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาลเพื่อการเกษตรมีรายได้สูงสุดจากกิจกรรมการเพาะปลูกพร้อมกับกำหนดตัวแปรของปัญหาในสมการให้เป็นการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรมการผลิต ดังนี้

ฟังก์ชันวัตถุประสงค์ (Objective function)

$$(\text{Maximize}) \quad Z = \sum_{j=1}^{35} C_j X_j$$

Z คือ ผลรวมรายรับเหนือต้นทุนเงินสดจากกิจกรรมการผลิตจำนวน 35 กิจกรรม ที่ทำการผลิตในรอบ การผลิต 2559/60 และรอบปีการผลิต 2560/61 (หน่วย: บาท)

$C_{01} \dots C_{35}$ คือ รายรับเหนือต้นทุนเงินสดในกิจกรรมการผลิตชนิดที่ j คำนวณจากรายได้จากการขายผลผลิตพืช ชนิดที่ j (หน่วย: บาทต่อไร่) หักออกด้วยต้นทุนเงินสดในการผลิตพืชชนิด ที่ j (หน่วย: บาทต่อไร่)

ภายใต้ข้อจำกัดและเงื่อนไข (Constraint functions)

$$\begin{bmatrix} a_{11} & \dots & a_{135} \\ a_{21} & \dots & a_{235} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ a_{721} & \dots & a_{7235} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} X_{01} \\ \vdots \\ \vdots \\ X_{35} \end{bmatrix} \leq \begin{bmatrix} b_1 \\ \vdots \\ \vdots \\ b_{72} \end{bmatrix}$$

โดย a_{ij} คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของการใช้ปัจจัยการผลิต i ที่อยู่ใน กิจกรรมการผลิตที่ j ($j = 1, 2, \dots, 35$)

b_i คือ ข้อจำกัด หรือเงื่อนไขในการใช้ปัจจัยการผลิตที่ i ($i = 1, 2, \dots, 72$)

มีรายละเอียดของข้อจำกัดในการผลิตดังนี้

ข้อจำกัดด้านปัจจัยที่ดิน หมายถึง จำนวนที่ดินของสมาชิกในโครงการผู้ใช้น้ำบาดาลเพื่อ
การเกษตร ที่สามารถนำมาทำการเพาะปลูกได้ในแต่ละเดือน(หน่วย:ไร่/เดือน) แสดงรายละเอียดดังนี้

$b_{01}...b_{12}$ คือ ข้อจำกัดสูงสุดของจำนวนที่ดินที่สามารถใช้ในการผลิตแต่ละเดือน ตั้งแต่เดือน
พฤศจิกายน (b_{01}) ถึงเดือนตุลาคม (b_{12}) รอบการเพาะปลูก 2559/60

$b_{13}...b_{24}$ คือ ข้อจำกัดสูงสุดของจำนวนที่ดินที่สามารถใช้ในการผลิตแต่ละเดือน ตั้งแต่เดือน
พฤศจิกายน (b_{13}) ถึงเดือนตุลาคม (b_{24}) รอบการเพาะปลูก 2560/61

ข้อจำกัดด้านปัจจัยแรงงาน หมายถึง จำนวนชั่วโมงทำงานที่สามารถใช้ในกิจกรรมการ
เพาะปลูกในแต่ละเดือน ของเกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาล (หน่วย: ชั่วโมง/เดือน)

$b_{25}...b_{36}$ คือ ข้อจำกัดสูงสุดของชั่วโมงทำงานที่สามารถใช้ในกิจกรรมการผลิตในแต่ละเดือน
ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน (b_{25}) ถึงเดือนตุลาคม (b_{36}) รอบการผลิต 2559/60

$b_{37}...b_{48}$ คือ ข้อจำกัดสูงสุดของชั่วโมงทำงานที่สามารถใช้ในกิจกรรมการผลิตในแต่ละเดือน
ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน (b_{37}) ถึงเดือนตุลาคม (b_{48}) รอบการผลิต 2560/61

ข้อจำกัดด้านปัจจัยทรัพยากรน้ำบาดาล หมายถึง ปริมาณน้ำบาดาลที่ได้รับจากโครงการ ที่
สามารถนำมาใช้เพื่อการผลิตได้ในแต่ละเดือน (หน่วย: ลบ.ม./เดือน) แสดงรายละเอียดดังนี้

$b_{49}...b_{60}$ คือ ข้อจำกัดสูงสุดของปริมาณน้ำบาดาลที่สามารถใช้ในกิจกรรมการผลิตในแต่ละ
เดือนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน (b_{73}) ถึงเดือนตุลาคม(b_{84})รอบการเพาะปลูก 2559/60

$b_{61}...b_{72}$ คือ ข้อจำกัดสูงสุดของปริมาณน้ำบาดาลที่สามารถใช้ในกิจกรรมการผลิตในแต่ละ
เดือนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน (b_{61}) ถึงเดือนตุลาคม(b_{72})รอบการเพาะปลูก 2560/61

โดยมีความหมายของกิจกรรมการผลิตคือ

X_1, X_2 คือ กิจกรรมการผลิต ข้าวนาปี รอบการเพาะปลูกปี 2559/60 และ 2560/61

X_3, X_4 คือ กิจกรรมการผลิต ข้าวนาปรัง รอบการเพาะปลูกปี 2559/60 และ 2560/61

X_5, X_6 คือ กิจกรรมการผลิต มันสำปะหลังรอบการเพาะปลูกปี 2559/60 และ 2560/61

X_7, X_8 คือ กิจกรรมการผลิต ข้าวโพดหวานรอบการเพาะปลูกปี 2559/60 และ 2560/61

X_9 คือ กิจกรรมการผลิต อ้อยโรงงาน เป็นกิจกรรมการผลิตที่แผนกำหนดให้ สามารถ
เก็บผลผลิตได้2รอบคือ รอบการผลิต 2559/60 และ 2560/61ตามลักษณะการเพาะปลูก

X_{10}, X_{11} คือ กิจกรรมการผลิต ถั่วเขียวผิวมัน รอบการเพาะปลูกปี 2559/60 และ 2560/61

- X_{12}, X_{13} คือ กิจกรรมการผลิต พริก รุ่น 1 และ 2 รอบการเพาะปลูกปี 2559/60
- X_{14}, X_{15} คือ กิจกรรมการผลิต พริก รุ่น 1 และ 2 รอบการเพาะปลูกปี 2560/61
- X_{16}, X_{17} คือ กิจกรรมการผลิต ถั่วฝักยาว รอบการเพาะปลูกปี 2559/60 และ 2560/61
- X_{18}, X_{19} คือ กิจกรรมการผลิต มะเขือเปราะ รอบการเพาะปลูกปี 2559/60 และ 2560/61
- $X_{20} \dots X_{23}$ คือ กิจกรรมการผลิต ผักคะน้า รุ่น 1, 2, 3, 4 รอบการเพาะปลูกปี 2559/60
- $X_{24} \dots X_{27}$ คือ กิจกรรมการผลิต ผักคะน้า รุ่น 1, 2, 3, 4 รอบการเพาะปลูกปี 2560/61
- $X_{28} \dots X_{31}$ คือ กิจกรรมการผลิต ผักกวางตุ้ง รุ่น 1, 2, 3, 4 รอบการเพาะปลูกปี 2559/60
- $X_{32} \dots X_{35}$ คือ กิจกรรมการผลิต ผักกวางตุ้ง รุ่น 1, 2, 3, 4 รอบการเพาะปลูกปี 2560/61

การกำหนดข้อจำกัดที่ใช้ในการศึกษา

ข้อจำกัดของจำนวนที่ดิน หมายถึงจำนวนที่ดิน ที่สามารถนำมาใช้ในกิจกรรมการผลิตของกลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาลเพื่อการเกษตร มีจำนวน 1,172 ไร่ จากจำนวนที่ดินของสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ 1,294 ไร่ โดยหักจากส่วนที่อยู่อาศัยและส่วนที่ใช้ประโยชน์อื่นๆ จำนวน 104, 18 ไร่ ตามลำดับ ข้อจำกัด จำนวนแรงงาน หมายถึงจำนวนแรงงานสูงสุดที่สามารถใช้ในกิจกรรมผลิตแต่ละเดือน (หน่วย : ชั่วโมง) โดยกำหนดแรงงานชาย มีค่า 1 หน่วย แรงงานหญิงมีค่า 0.8 หน่วย และผู้ประกอบการแบบไม่เต็มเวลาแรงงานเท่ากับ 0.2 หน่วย (แรงงาน 1 หน่วย เท่ากับ 1 วันทำงาน) 1 วันทำงานสามารถทำงานได้ละ 8 ชั่วโมง ซึ่งแผนการผลิตที่ศึกษานี้ กำหนดให้แรงงานภายในกลุ่มสามารถเคลื่อนย้ายภายในกลุ่มสมาชิกได้ แต่ไม่สามารถนำแรงงานนอกกลุ่มสมาชิกเกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาล นำมาใช้มาในการผลิตได้เพื่อทำให้เกิดข้อจำกัดทางด้านแรงงานที่ใช้ในแผนการผลิต (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนแรงที่ใช้ในแผนการผลิต

ประเภท	จำนวน	จำนวน	ชั่วโมง – วัน	จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ชั่วโมง)		
		เทียบเท่า		เดือนที่	เดือนที่	เดือนที่
	(คน)	(คน)	(1 วัน = 8 ชั่วโมง)	มี31วัน	มี30วัน	มี28วัน
ทำเกษตรเต็มเวลา						
เพศชาย	117	117	936	29,016	28,080	26,208
เพศหญิง	74	59.2	473.6	14,681.6	14,208	13,260
ทำเกษตรไม่เต็มเวลา	76	15.2	121.6	3,769.6	3,648	3,404.8
รวม	267	191.4	1,531.20	47,467.2	45,936	42,873.6

ทรัพยากรน้ำบาดาลในพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้กำหนดให้กิจกรรมการเพาะปลูกสามารถนำน้ำบาดาลจากระบบส่งน้ำบาดาลในโครงการนำร่องน้ำบาดาลเพื่อการเกษตร ที่กรมทรัพยากรน้ำบาดาล สร้างขึ้นในพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นน้ำบาดาลจากระดับลึก มาใช้เป็นปัจจัยในการวางแผนการผลิตได้เท่านั้น ไม่นับรวมกับปริมาณน้ำบาดาลของเกษตรกรที่มีอยู่ก่อนเดิม ซึ่งเป็นน้ำบาดาลจากระดับตื้น สำหรับศักยภาพน้ำบาดาลของระบบส่งน้ำบาดาลเพื่อการเกษตรของกรมทรัพยากรน้ำบาดาลในพื้นที่บ้านหนองเขาควาย มีศักยภาพการให้น้ำบาดาลต่ำสุดอยู่ที่อัตรา 25 ลูกบาศก์เมตรต่อชั่วโมงและสูงสุดไม่เกินที่ 30 ลูกบาศก์เมตรต่อชั่วโมง ระบายน้ำบาดาลให้สมาชิกติดต่อกันได้สูงสุด 12 ชั่วโมงต่อวัน ตามข้อตกลงของกลุ่มผู้ใช้ น้ำบาดาลเพื่อการเกษตร ดังนั้นในการศึกษาจึงเลือกใช้อัตราการสูบน้ำที่ 27 ลูกบาศก์เมตรต่อชั่วโมงมาเป็นตัวแทนในการคำนวณ

ตารางที่ 2 ปริมาณน้ำบาดาลที่ได้รับต่อวัน

จำนวน บ่อสูบ	อัตราการสูบน้ำ ต่อ บ่อสูบ1 (ลบ(ม./ชั่วโมง.	จำนวนชั่วโมงสูงสุดในการจ่าย น้ำต่อวัน (ชั่วโมงวัน/)	ปริมาณน้ำบาดาล ที่ได้รับสูงสุดจาก 16 บ่อสูบ (ลบ(ม./วัน.
16	27	12	5,184

ผลการศึกษาและวิจารณ์

แผนการผลิตที่เหมาะสมที่ได้จากแบบจำลอง ลิเนียร์โปรแกรมมิ่ง (Linear Programming Model) เป็นแบบจำลองที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมผลิต จำนวน 35 กิจกรรม และข้อจำกัดด้านปัจจัยการผลิต 107 ข้อ เพื่อหารายรับสูงสุด บนระยะเวลาในการผลิตช่วง 2 ปี โดยสมมติให้ราคาขายสินค้าจากกิจกรรมการผลิตและปัจจัยการผลิตคงที่ พบว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกในโครงการมีรายรับเหนือต้นทุนเงินสดสูงสุดจำนวน 15,080,670 บาท และมีรูปแบบการเพาะปลูกที่แผนการผลิตแนะนำสรุปได้ดังนี้

รอบการผลิต 2559/60 แผนการผลิตแนะนำให้ทำการผลิต ข้าวนาปี จำนวน 807.43 ไร่ ข้าวโพดหวาน จำนวน 133 ไร่ ถั่วเขียวผิวมัน จำนวน 141.88 ไร่ ส่วนของการผลิตพืชสวน แผนการผลิตแนะนำให้กลุ่มเกษตรกรทำการเพาะปลูกพริกขุน1 จำนวน 661.56 ไร่ ผักคะน้ารุ่น 3, จำนวน 48.61 ไร่ ส่วนผักกวางตุ้งแผนการผลิตแนะนำให้ทำการผลิต รุ่น 1 ถึง รุ่น 4 จำนวน 235.57, 235.57, 315.96 และ 364.57 ไร่

รอบการผลิต 2560/61 แผนการผลิตแนะนำให้ทำการผลิต ข้าวนาปี จำนวน 935.63 ไร่ เพิ่มปริมาณการผลิตจากปีก่อน 128.20 ไร่ แนะนำให้ทำการผลิตข้าวโพดหวานลดลงเหลือ 71.87 ไร่

และแนะนำให้ทำการผลิตถั่วเขียวผิวมันจำนวนใกล้เคียงกับรอบก่อนที่ 140.82 ไร่ ส่วนการผลิตพืชสวนแผนการผลิตได้แนะนำให้ทำการผลิต พริก รุ่น 1 และ รุ่น 2 จำนวน 729 ไร่ และ 11.19 ไร่ โดยรอบผลิตนี้แผนการผลิตแนะนำให้ปลูกผักคะน้า รุ่น 1, รุ่น 3 และ รุ่น 4 จำนวน 229.67, 225.18 และ 225.18 ไร่ และแนะนำให้กลุ่มเกษตรกรทำการผลิตผักกวางตุ้ง รุ่นที่ 2 จำนวน 184.79 ไร่

ส่วนของการใช้ปัจจัยการผลิตในแผนการผลิตที่เหมาะสมนี้ มีการใช้ปัจจัยการผลิต 3 ด้านมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยการผลิตทางด้านที่ดินรอบการผลิต 2559/60 จำนวนที่ดินถูกใช้จนเต็มข้อจำกัด ยกเว้นในเดือน พฤศจิกายน, เมษายน และ พฤษภาคม ซึ่งเดือนเหล่านั้นไม่มีกิจกรรมการผลิตที่เลือกเข้ามาในแผนการผลิตทำให้เกิดพื้นที่ส่วนเหลือ รอบการผลิต 2560/61 จำนวนที่ดิน ถูกใช้จนเต็มข้อจำกัดยกเว้นในเดือน พฤศจิกายน, กุมภาพันธ์, มีนาคม, เมษายน และ พฤษภาคม แม้ว่าช่วงเดือนดังกล่าวจะมีกิจกรรมการผลิต คะน้า รุ่น 2 และการผลิตกวางตุ้ง รุ่น 2 ที่สามารถผลิตได้ แต่จำเป็นต้องพิจารณาควบคู่ไปกับปัจจัยการผลิตอื่น ว่ามีทรัพยากรพอที่จะทำการผลิตหรือไม่ ดังนั้นการวางแผนการใช้ที่ดินจึงมีความสำคัญ เพาะทรัพยากรที่ดินนั้นเปลี่ยนแปลงได้ยากและมีราคาสูงกว่าทรัพยากรอื่น

ตารางที่ 3 ค่าส่วนเหลือของการใช้ทรัพยากรที่ดิน (หน่วย: ไร่ต่อเดือน)

เดือน	จำนวนที่ดินที่สามารถ ใช้ได้สูงสุด (ไร่/เดือน)	รอบการผลิต 2559/60 (ไร่/เดือน)	รอบการผลิต 2560/61 (ไร่/เดือน)
พฤศจิกายน	1,172	141.88	140.82
ธันวาคม	1,172	0.00	0
มกราคม	1,172	0.00	0
กุมภาพันธ์	1,172	0.00	44.87
มีนาคม	1,172	0.00	116.75
เมษายน	1,172	274.88	257.57
พฤษภาคม	1,172	807.43	935.62
มิถุนายน	1,172	0.00	0
กรกฎาคม	1,172	0.00	0
สิงหาคม	1,172	0.00	0
กันยายน	1,172	0.00	0
ตุลาคม	1,172	0.00	0

สำหรับการใช้ปัจจัยการผลิตแรงงานพบว่า ในการผลิตรอบการผลิต 2559/60 พบการใช้แรงงานมากที่สุดในเดือน กุมภาพันธ์ รองลงมาคือ เดือนมิถุนายน ส่วนเดือนที่มีการใช้ทรัพยากรแรงงานในการผลิตน้อยที่สุดคือ เดือนพฤษภาคม

ส่วนรอบการผลิต 2560/61 พบการใช้แรงงานมากที่สุดในเดือน กุมภาพันธ์ รองลงมาคือ เดือนมิถุนายน ส่วนเดือนที่มีการใช้ทรัพยากรแรงงานในการผลิตน้อยที่สุดคือ เดือนพฤษภาคม เช่นเดียวกับรอบการผลิต 2559/60 จากปริมาณส่วนเหลือของแรงงานทั้ง 2 รอบการผลิต พบว่า สภาพแรงงานของสมาชิกเกษตรกรกลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาลเพียงพอต่อการผลิตในกลุ่ม

ตารางที่ 4 ค่าส่วนเหลือของการใช้ทรัพยากรแรงงาน (หน่วย: ชั่วโมงต่อเดือน)

เดือน	จำนวนชั่วโมงสูงสุดในการ ทำงาน (ชั่วโมง/เดือน)	รอบการผลิต 2559/60 (ชั่วโมง/เดือน)	รอบการผลิต 2560/61 (ชั่วโมง/เดือน)
พฤศจิกายน	45,936.0	30,053.34	31,311.43
ธันวาคม	47,467.2	33,304.63	33,542.25
มกราคม	47,467.2	33,440.34	32,856.42
กุมภาพันธ์	42,873.6	18,551.11	20,180.96
มีนาคม	47,467.2	32,948.09	33,556.14
เมษายน	45,936.0	32,104.91	32,647.13
พฤษภาคม	47,467.2	42,241.68	44,066.51
มิถุนายน	45,936.0	24,728.61	28,356.53
กรกฎาคม	47,467.2	40,193.01	40,040.75
สิงหาคม	47,467.2	34,867.43	37,118.94
กันยายน	45,936.0	33,681.03	39,406.31
ตุลาคม	47,467.2	34,041.24	32,723.19

สำหรับการใช้ปัจจัยการผลิตทรัพยากรน้ำบาดาล รอบการผลิต 2559/60 น้ำบาดาลถูกใช้เต็มประสิทธิภาพในการผลิตให้กับสมาชิกในโครงการ เดือน พฤศจิกายน และ เดือน กุมภาพันธ์ ส่วนรอบการผลิต 2560/61 ปริมาณน้ำบาดาลที่สมาชิกได้รับ ถูกใช้จนเต็มประสิทธิภาพในการผลิต ในเดือนพฤศจิกายน, เดือนกุมภาพันธ์และเดือนมิถุนายน

ส่วนในเดือน กรกฎาคม ถึงเดือน ตุลาคม ที่มีการทำกิจกรรมการผลิตข้าวนาปีของทั้ง 2 รอบการเพาะปลูก แต่กลับมีการใช้น้ำบาดาลในปริมาณที่น้อยหรือไม่ใช้น้ำบาดาลในการเพาะปลูกเลยในเดือนตุลาคม เนื่องจากปริมาณของฝนใช้การในพื้นที่มีศักยภาพเพียงพอต่อการเพาะปลูก ทำให้เกษตรกรไม่ต้องพึ่งปัจจัยการผลิตจากแหล่งน้ำบาดาล

ตารางที่ 5 ค่าส่วนเหลือของการใช้ทรัพยากรน้ำบาดาล (หน่วย: ลูกบาศก์เมตร/เดือน)

เดือน	ปริมาณน้ำบาดาลที่ สามารถใช้ได้สูงสุด	รอบการผลิต 2559/60 (ลูกบาศก์เมตร/เดือน)	รอบการผลิต 2560/61 (ลูกบาศก์เมตร/เดือน)
พฤศจิกายน	155,520	0.00	0.00
ธันวาคม	160,704	9,578.00	13,522.99
มกราคม	160,704	44,548.19	34,488.37
กุมภาพันธ์	145,152	0.00	0.00
มีนาคม	160,704	23,471.90	20,578.59
เมษายน	155,520	112,500.90	108,416.80
พฤษภาคม	160,704	130,981.50	143,300.60
มิถุนายน	155,520	141,53.69	0.00
กรกฎาคม	160,704	145,976.50	143,638.10
สิงหาคม	160,704	113,081.00	124,150.30
กันยายน	155,520	143,726.10	150,234.50
ตุลาคม	160,704	160,704.00	160,704.00

ในส่วนการประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรน้ำบาดาลที่มีผลต่อแผนการผลิตที่เหมาะสมของกลุ่มผู้ใช้น้ำบาดาลในหมู่บ้านหนองเขาควนั้น เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนปัจจัยการผลิตน้ำบาดาลที่เป็นทรัพยากรสำคัญของหมู่บ้าน ซึ่งสามารถลดปริมาณลงได้เมื่อมีการใช้ทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง ผลของการวิเคราะห์มุ่งเน้นให้เห็นทางเลือก หากมีการลดลงของระดับปริมาณน้ำบาดาล เกษตรกรผู้ใช้น้ำบาดาลควรปรับลดกิจกรรมการผลิตใดก่อนหลัง เพื่อช่วยในการตัดสินใจของเกษตรกร ผลการศึกษาวเคราะห์ในส่วนนี้จะประกอบด้วย ผลของการจำลองลดปัจจัยการผลิตน้ำบาดาลลง ร้อยละ 5 ของปริมาณที่ได้รับต่อเดือนและ ผลการเปลี่ยนแปลงเมื่อลดปัจจัยการผลิตน้ำบาดาลลงร้อยละ 10 พบว่าเมื่อทำการลดปริมาณน้ำบาดาลลง ร้อยละ 5 แผนจะแนะนำให้เกษตรกรลดผลิตข้าวโพดหวาน 12 ไร่ พริกขุน 11 ไร่ และผักกวางตุ้ง รุ่น 1-4 224 ไร่ รอบการผลิต 2560/61 แผนการผลิตแนะนำให้ลดการผลิต ข้าวนาปี 62 ผักคะน้ารุ่น 1 69 ไร่ และผักกวางตุ้งรุ่นที่ 3 ทั้งหมด สำหรับการจำลองปรับลดปริมาณน้ำบาดาลที่ร้อยละ 10 แผนจะแนะนำให้เกษตรกรลดการผลิตลงในพืชทุกชนิดโดยเน้นไปที่การผลิตผักกวางตุ้งที่ทำการลดการผลิตลงกว่าร้อยละ 40 ในรอบการผลิต 2559/60 ส่วนรอบการผลิต 2560/61 แผนการผลิตแนะนำให้เกษตรกรลดการผลิต ข้าวนาปีลง 113 ไร่ลดการผลิต พริกขุน 1 ลง 184 ไร่ เมื่อนำรายได้ที่ลดลงมา

เฉลี่ยกับอัตราการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรจะพบว่ารายได้จากแผนการผลิตจะลดลง ร้อย 0.69 เมื่อปริมาณน้ำบาดาลที่เกษตรกรได้รับ ลดลงร้อยละ 1 หรือมีความหมายว่า หากปริมาณน้ำบาดาลลดลง ร้อยละ 1 จะทำให้ รายได้จากแผนการผลิตลดลง 104,056 บาท จากผลการวิเคราะห์นี้ พบว่าเมื่อทรัพยากรน้ำบาดาลในพื้นที่ได้รับผลกระทบ แนวทางเลือกคือการปรับตัวของเกษตรกร คือการลดการผลิตหรือควบคุมการผลิต ผักกวางตุ้ง, ผักคะน้าและข้าวนาปี นอกจากนี้เกษตรกรสามารถทำการเพาะปลูกหรือหาทางเลือกในกิจกรรมการผลิตชนิดอื่นเข้ามาทดแทนได้เนื่องจากยังมีปัจจัยส่วนเหลือทั้งแรงงานและพื้นที่ในการเพาะปลูก

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การศึกษาด้วยแบบจำลองในครั้ง มีเป้าหมายเพื่อหาแผนการผลิตให้กับกลุ่มเกษตรกรแผนที่ได้จึงเป็นภาพรวมให้กับกลุ่มเกษตรกรนั้นๆ ว่าสามารถทำการผลิต อะไร จำนวนเท่าใดได้บ้าง รูปแบบการผลิตที่กำหนดในแผนจึงจำเป็นต้องเหมือนกัน ซึ่งอาจต่างจากสภาพการเพาะปลูกจริง ที่เกษตรกรมีประสบการณ์ในไร่ฟาร์ม ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้ปัจจัยการผลิตตามค่าสัมประสิทธิ์ที่กำหนด
2. การกำหนดค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการวัตถุประสงค์ ที่มีกิจกรรมการเพาะปลูก 2 รอบการผลิตที่กำหนด จึงคงที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลหรือลักษณะราคาสินค้าเกษตร
3. ค่าสัมประสิทธิ์ความต้องการใช้น้ำของพืช เป็นค่าเก่าที่ทดลองกับพืช 40 ชนิด แต่ไม่ครอบคลุมชนิดพืชประชาชนนิยมบริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะพืชผัก นอกจากชนิดพืชแล้ว สภาพอากาศในปัจจุบันก็มีสภาพแตกต่างจากในอดีต จึงเห็นสมควรสนับสนุนให้ผู้เกี่ยวข้อง ทำการศึกษาปรับปรุงค่าสัมประสิทธิ์ความต้องการใช้น้ำของพืช ให้มีเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้เลือกกิจกรรมการผลิตพืชระยะสั้น(ผัก, ข้าวนาปรัง) ระยะกลาง(ข้าวนาปี, พริก, ถั่วฝักยาว) และระยะยาว(อ้อย 2 ปี มันสำปะหลัง 1 ปี) เข้ามาในแผนการผลิต แต่ไม่รวมถึงการทำสวนผลไม้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรคำนึงถึงการทำสวนผลไม้และพืชสวนระยะยาว เช่น กล้วย, มะนาว, ตะไคร้ เขามาในแผนการผลิตด้วย เพื่อให้แผนมีความเหมาะสม และสะท้อนสภาพการเพาะปลูกที่แท้จริงของแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

ศานิต แก้วเอียน. (2526). การวางแผนการผลิตทางการเกษตรโดยวิธีลิเนียโปรแกรมมิ่ง. กรุงเทพฯ :

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พัชรารณณ์ เนียมมณี. (2551). ตัวแบบจัดสรรทรัพยากร. : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

- สุจริต คุณชนกุลวงศ์ และคณะ. (2546). การจัดการน้ำใต้ดินในพื้นที่ด้านเหนือของที่ราบภาคกลาง
กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กานตพงศ์ นันตะรี. (2551). การเลือกปลูกพืชให้เหมาะสมกับทัศนคติที่มีต่อความเสี่ยงของเกษตรกร
ในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์
ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- กมลพันธ์ เกิดมัน. (2548). แผนการเพาะปลูกพืชที่เหมาะสมภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ใน
ตำบลหนองตอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐชนา ถาวรนนท์. (2551). แผนการเพาะปลูกพืชที่เหมาะสมในระดับฟาร์มภายใต้ความเสี่ยง อำเภอ
แม่ใจ จังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิมล พุ่มไย. (2544). แผนการผลิตการเกษตรที่เหมาะสม ภายใต้ความเสี่ยงในจังหวัดพิษณุโลก ปีการ
เพาะปลูก 2450/41. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์
เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรมทรัพยากรน้ำบาดาล. (2555). การศึกษาการพัฒนา น้ำบาดาลเพื่อการเกษตร กรณี กลุ่มผู้ใช้น้ำ
บาดาลเพื่อการเกษตร บ้านหนองเขาควาย ต.บางระกำ จ.บางระกำ อ.พิษณุโลก

พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการ

ท่าอากาศยานนครพนม

PASSENGER BEHAVIOR AND SATISFACTION AFFECT TO SERVICE

OF NAKHON PHANOM AIRPORT

ขวัญพิชชา แพงดี^{1*} ดร. เนตรศิริ เรืองอริยภักดี²

สาขาวิชาการจัดการการบิน คณะธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบินนานาชาติ มหาวิทยาลัยนครพนม

*Corresponding author E-mail : kwan-pitcha@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนม ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนม และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารท่าอากาศยานนครพนมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส โดยส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม 1-3 ครั้ง/ปี วัตถุประสงค์ในการเดินทางส่วนใหญ่เพื่อการท่องเที่ยว นิยมซื้อบัตรโดยสารจากเว็บไซต์ และส่วนใหญ่จะเช็คอินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) ในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เท่าเทียมกัน รวดเร็วทันเวลา ก้าวหน้า และพอเพียง ตามลำดับ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1) ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม 2) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง 3) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับช่องทางการซื้อบัตรโดยสาร และ 4) อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับช่องทางในการเช็คอิน

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจของผู้โดยสาร ท่าอากาศยานนครพนม

Abstract

The objective of this quantitative research was to investigate passenger behavior and satisfaction affect to service of Nakhon Phanom Airport. This study was a quantitative survey. To study behaviors and satisfactions of passenger toward Nakhon Phanom Airport's services. To study relationship between personal factors and behaviors of passenger toward Nakhon Phanom Airport's services and to compare the different between satisfactions of passenger toward Nakhon Phanom Airport's services divided by personal factors.

The results of this study showed that the respondents mostly were females; those aged 31-40 years; singles; those graduated with a bachelor's degree; government officials/ state enterprise officers; and those with monthly income of 20,001-30,000 Baht. The respondents mostly used Nakhon Phanom Airport's service for 1-3 times per year. The purpose of visiting was for travel. They preferred buying air ticket via an agent website. They did check-in via Internet. The respondents' satisfaction with Nakhon Phanom Airport's service was at a high level ($\bar{X}=4.11$). They were highly satisfied with consistent service, equal service, fast service, advanced service, and adequate service, respectively. In terms of the relationship between personal factors and passengers' behavior of using Nakhon Phanom Airport's service with a given statistical significance level of 0.05, it was found that 1) education level, occupation, and monthly income were related to the frequency of using Nakhon Phanom Airport's service, 2) age, education level, occupation, and monthly income were related to the purpose of visiting, 3) age, education level, and occupation were related to the channel to buy air ticket, and 4) age, marital status, education level, occupation, and monthly income were related to the check-in channel.

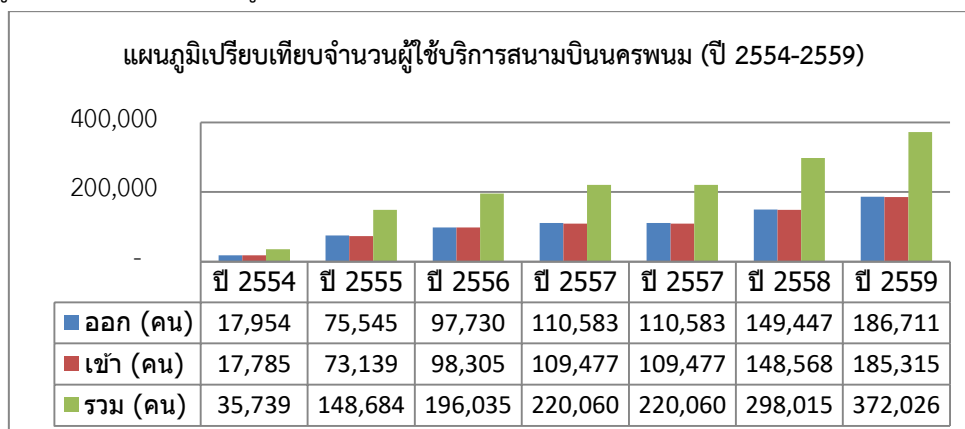
Keywords: passenger behavior, satisfaction affect, Nakhon Phanom Airport

บทนำ

จังหวัดนครพนม เป็นจังหวัดเล็กๆ ริมฝั่งแม่น้ำโขงในดินแดนที่ราบสูง ซึ่งอดีตเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรศรีโคตรบูรอันรุ่งเรือง การคมนาคม และขนส่งของจังหวัดนครพนม สามารถติดต่อได้ 3 ทาง คือ 1)ทางบก โดยมีทางหลวงแผ่นดิน และทางหลวงจังหวัด สำหรับใช้เดินทางติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก 2)ทางอากาศ ซึ่งมีสนามบินสำหรับขนส่งผู้โดยสาร และสินค้า ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่

ห่างจากจังหวัดประมาณ 15 กิโลเมตร ตามเส้นทางนครพนม-สกลนคร และ 3)ทางน้ำ มีเรือยนต์ข้ามฟากระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (จังหวัดนครพนม, 2561)

การเดินทางทางอากาศมีความสำคัญและได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว ทำให้ผู้โดยสารมาใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นทุกปี ดังภาพที่ 1 แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้บริการสนามบินนครพนม ปี 2554-2559



ภาพที่ 1 แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้บริการสนามบินนครพนม ปี 2554-2559

(ที่มา : สถิติขนส่งทางอากาศ ท่าอากาศยานจังหวัดนครพนม ปี 2561

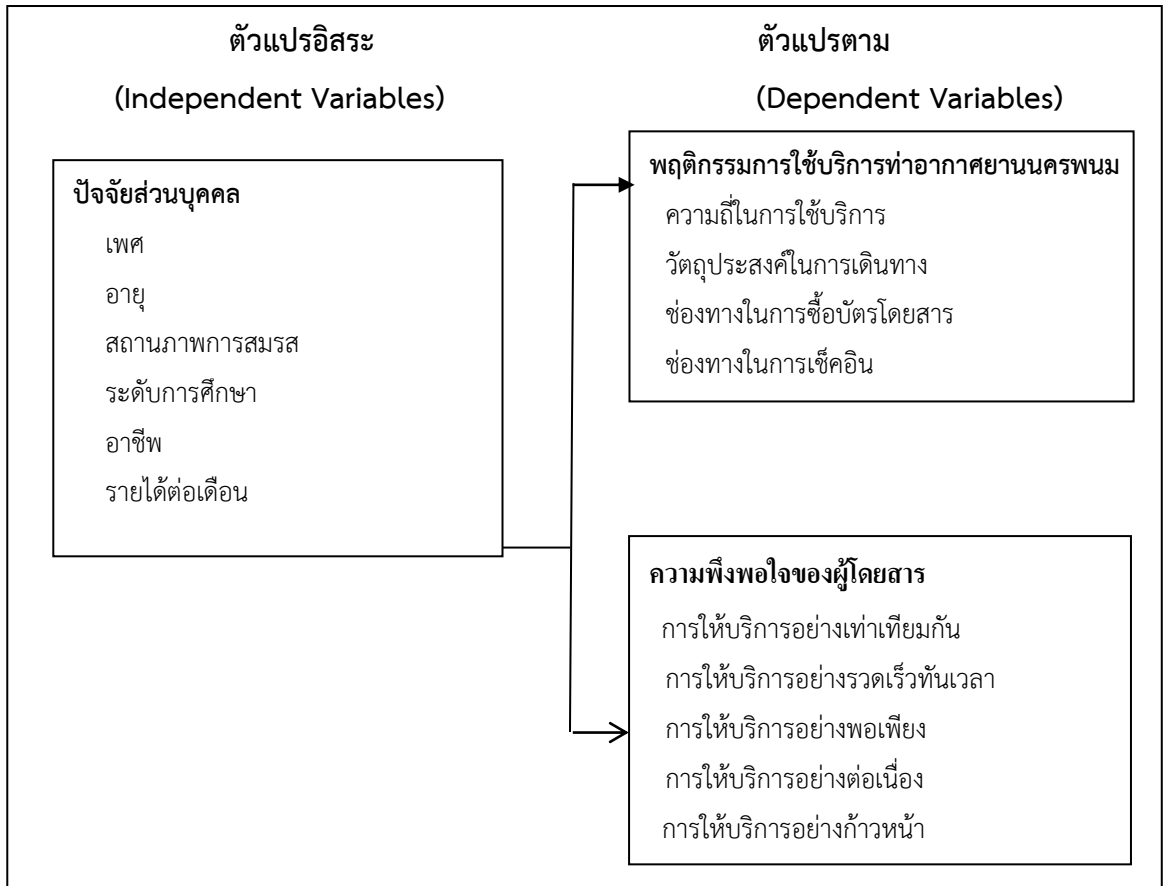
<https://minisite.airports.go.th/nakhonphanom/>)

จากสถิติการใช้บริการสนามบินนครพนมที่มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี และความต้องการในการใช้บริการมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นต่อเนื่อง ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงพฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการท่าอากาศยานนครพนมว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ต่อองค์กรผู้ให้บริการท่าอากาศยานนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาคุณภาพการให้บริการ
2. ประโยชน์ต่อพนักงานผู้ให้บริการในท่าอากาศยานนำผลวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาตนในด้านการให้บริการ
3. ประโยชน์ต่อ นักศึกษา นักวิจัย ผู้สนใจในการนำผลการวิจัยไปใช้ในการต่อยอดงานวิจัย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

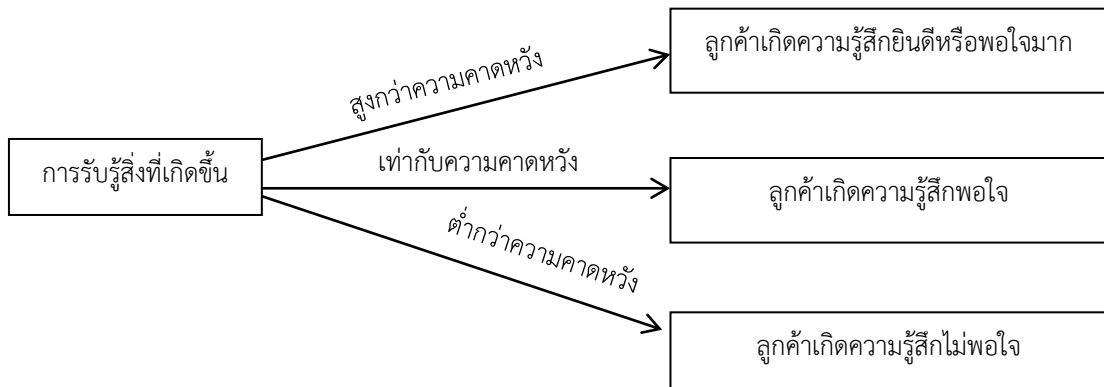
1. แนวคิด และทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจนั้นเป็นความรู้สึกที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจ บุคคลทุกคนมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างหลายระดับ หากได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความพึงพอใจ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคคล คือ ทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยแบรนดีส์ ระบุว่า บุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่สุดไปยังระดับสูงสุด กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้มี 3 ประการ คือ 1) บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการมีอิทธิพลหรือเป็นเหตุจูงใจต่อพฤติกรรม ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการสนองตอบเท่านั้นที่เป็นเหตุจูงใจ 2) ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความสำคัญจาก ความต้องการพื้นฐาน ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน 3) เมื่อความต้องการลำดับต่ำได้รับการสนองตอบอย่างดีแล้ว บุคคลจะก้าวไปสู่ความต้องการลำดับที่สูงขึ้นต่อไป

มาสโลว์ (1943) เห็นว่าความต้องการของมนุษย์จัดแบ่งได้เป็น 5 ระดับจากระดับต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs)
4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)
5. ความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต (Self-actualization Needs)

Kotler (1997, p. 40) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกหลังการซื้อหรือการรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่เขาคาดหวัง (Expected Performance) กรณีผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) นั้นต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าเป็นผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied Customer) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ ก็จะเป็นผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer) ผู้ให้บริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นแตกต่างจากคู่แข่ง สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการก็คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ โดยลูกค้าสามารถรู้สึกได้ 3 ระดับ ดังนี้



การวัดความพึงพอใจ ลักษณะของผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยทั่วไปที่เป็นตัวบ่งชี้และใช้กำหนดความพึงพอใจในหลายแง่มุม (Zeithaml, 1990) ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป การรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้บริโภคจะถูกแบ่งภายใต้พื้นฐานของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ และรายได้ เป็นต้น ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลหรือแตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในระดับเดียวกัน อาจมีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลไปยังพฤติกรรมของการซื้อซ้ำที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต จะเห็นได้ว่า ตลาดและกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคที่เกิดขึ้น (Anderson and Mittal, 2000)

มิลเลต (1954) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในงานบริการหรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พอใจหรือไม่ โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) หมายถึง การให้บริการที่มีความยุติธรรม ดูแลจัดระเบียบก่อน-หลัง
2. การบริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Time Service) หมายถึง การให้บริการตามความจำเป็นรีบด่วน เหมาะสม ถูกต้อง ไม่ซ้ำจนเกินไป
3. การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) หมายถึง ความต้องการเพียงพอทั้งในด้านบุคลากร สถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การดูแลลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนแรกที่มาใช้บริการจนถึงขั้นตอนสุดท้าย
5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การพัฒนางานบริการด้านปริมาณคุณภาพ โดยมีความทันสมัย ขยายตัว เจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

2. แนวคิด และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคในการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยถ้าเกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้นๆ จะกลับมาซื้อหรือใช้ซ้ำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Solomon, 2002 อ้างถึงใน วรรณวิมล ปิภะระโทก, 2558)

แบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ

- (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย ความต้องการ การจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ
- (2) ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บุคคลในครอบครัว วัฒนธรรม วัฒนธรรมกลุ่มย่อย ชนชั้นทางสังคม
- (3) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา และรูปแบบการดำรงชีวิต

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค มีประโยชน์ทางการตลาด 5 ประการดังนี้ (ชยพล เมฆหมอก, 2559)

- (1) ช่วยให้นักการตลาดได้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
- (2) ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางในการแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้อง
- (3) ช่วยให้การพัฒนาการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
- (4) เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนทางการตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ
- (5) ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขัน

3. แนวคิด และทฤษฎีการบริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติใดๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ลักษณะของการบริการ

บริการมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ คุณภาพไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับบริการ (Kotler, 1994, p.464 อ้างถึงใน ชลธิชา ศรีบำรุง, 2557)

ลักษณะสำคัญของการให้บริการ 4 ประการ ได้แก่

(1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการนั้นไม่สามารถจับต้องได้ ฉะนั้น กิจการต้องหาหลักประกันที่แสดงถึงคุณภาพและประโยชน์จากบริการ ดังนี้ สถานที่ (Place) บุคคล (People) เครื่องมือ (Equipment) วัสดุสื่อสาร (Communication material) สัญลักษณ์ (Symbols) ราคา (Price)

(2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) การให้บริการนั้นเป็นทั้งการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกันด้วย ผู้ขายแต่ละรายจะมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะจะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน เป็นผลให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

(3) ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการที่ไม่แน่นอน โดยขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการ จะเป็นใครจะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร

(4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นๆ เป้าหมายของการบริการ

Millett (1954, 397 อ้างถึงใน วรรณวิมล ปิภะโทก, 2558) กล่าวว่า เป้าหมายที่สำคัญของงานบริการ คือ การสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ผู้รับบริการโดยมีหลักดังนี้ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค 2) การให้บริการที่ตรงเวลา 3) การให้บริการอย่างพอเพียง 4) การให้บริการอย่างก้าวหน้า

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(1) รัฐนันท์ พุกภักดี (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทย” เป็นการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทย โดยจำแนกตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ รวมถึงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทย โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการสายการบิน ซึ่งจากการศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า โดยส่วนใหญ่ใช้บริการสายการบิน 4-6 ครั้ง/ปี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ โดยส่วนใหญ่ใช้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศ นอกจากนี้แล้วยังพบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินส่วนใหญ่ซื้อบัตรโดยสารผ่านทางตัวแทนจำหน่าย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยโดยจำแนกตามส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยด้านความรวดเร็วในการช่วยเหลือและให้บริการแก่ลูกค้าสูงสุด

(2) วรรณวิมล ปิภะโทก (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศกรณีศึกษา สายการบินนกแอร์” เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการสายการ

binต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศกรณีศึกษา สายการบินนกแอร์ และศึกษาการให้ระดับความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดของผู้โดยสาร ที่มีต่อการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศกรณีศึกษาสายการบินนกแอร์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินนกแอร์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,001 บาท เมื่อพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมา ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพและด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

(3) มณฑกานต์ พิระพงค์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินนกแอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินนกแอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อายุของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในระดับค่อนข้างสูง ในทิศทางเดียวกัน และปัจจัยด้านการร้องเรียนมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในระดับต่ำ ในทิศทางตรงกันข้าม

(4) จิตพัฒน์ พรหมพงษ์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า ปัจจัยใดส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งแบ่งปัจจัยเป็นสองส่วน ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการและปัจจัยด้านผู้ให้บริการ โดยปัจจัยผู้ให้บริการประกอบด้วย ปัจจัยด้านจิตวิทยา คือ ปัจจัยด้านความคาดหวัง และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยและอาชีพ สำหรับปัจจัยด้านผู้ให้บริการประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ท่าอากาศยาน) ด้านบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและการให้บริการอื่นๆ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยผลการวิจัย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิสูงที่สุด อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิสูงที่สุด และสำหรับปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

(5) มณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการรับบริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย และเพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคาดหวังของผู้รับบริการสายการบินไทยแอร์เอเชียในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

(6) ณัฐฐา เจริญรัตน์ธารา (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและความต้องการของผู้โดยสารสายการบินไทยสมายล์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการสายการบินไทยสมายล์ และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแยกเป็นรายข้อดังนี้ ผู้โดยสารพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคามากที่สุด และผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นในสายการบินไทยสมายล์อย่างมาก สำหรับข้อเสนอแนะควรมีการกระจายข่าวสารให้ทั่วถึงและพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความเสถียรมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม

1. ขอบเขตการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ฉบับ

- ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารที่มาใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม ปี 2559 จำนวน 372,026 คน (ท่าอากาศยานจังหวัดนครพนม, 2561)

- กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม จำนวน 400 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane, 1967:p.886)

- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

- (1) สร้างแบบสอบถามโดยตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวในรอบแนวคิด และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยผ่านการพิจารณาของอาจารย์ที่ปรึกษา

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการท่าอากาศยาน ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ช่องทางในการซื้อบัตรโดยสาร ช่องทางในการเช็คอิน

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสาร โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับคะแนนดังนี้ 5 หมายถึงมากที่สุด 4 หมายถึงมาก 3 หมายถึงปานกลาง 2 หมายถึงน้อย 1 หมายถึงน้อยที่สุด และการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์แปลความหมายดังนี้

4.21 – 5.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด 3.41 – 4.20 ระดับความพึงพอใจมาก 2.61 – 3.40 ระดับความพึงพอใจปานกลาง 1.81 – 2.60 ระดับความพึงพอใจน้อย 1.00 – 1.80 ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Question) เกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติม

- (2) นำแบบสอบถามที่ได้เสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แล้วตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถาม ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไป

(3) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Try out) กับกลุ่มผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนมจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่วัดความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach, 1990) พร้อมทั้งปรับปรุงข้อผิดพลาดเพื่อที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป ผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา พบว่า แบบสอบถามในส่วนที่วัดความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนมมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.7399 ถึง 0.9144 และโดยรวมเท่ากับ 0.9552 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 1990) จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

- การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จัดทำหนังสือเรียนผู้อำนวยการท่าอากาศยานนครพนมเพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูล และดำเนินการเข้าเก็บข้อมูลด้วยตนเองพร้อมผู้ช่วยเก็บข้อมูลอีก 5 คน ก่อนทำการเก็บได้มีการซักซ้อมความเข้าใจในข้อคำถามทุกข้อจนเป็นที่เข้าใจ จึงนำไปเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมจนครบถ้วนตามจำนวนที่วางแผนไว้

- การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้บรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่

(1) Chi-square Test จะใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเนื่องกับพฤติกรรมการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม

(2) t-test (Independent Sample t-test) ซึ่งจะใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เช่น ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม

(3) F-test (One-way ANOVA) ใช้ในการทดสอบทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Different) เช่น ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารท่าอากาศยานนครพนมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 อยู่ในสถานภาพสมรสจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 โดยส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุด 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมากที่สุดจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม

พฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-3 ครั้ง/ปี จำนวน 268 คนคิดเป็นร้อยละ 67 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ช้อบัตรโดยสารจากช่องทางเว็บไซต์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และส่วนใหญ่จะเช็คอินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) โดยมีความพึงพอใจระดับมากในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 4.12$) การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ($\bar{X} = 4.11$) การให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X} = 4.10$) และการให้บริการอย่างพอเพียง ($\bar{X} = 4.08$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม

ผลกาทดสอบ สมมติฐาน	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	สถานภาพการ สมรส	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน
พฤติกรรมการใช้ บริการ						
ความถี่ในการใช้ บริการ				✓	✓	✓
วัตถุประสงค์การ เดินทาง		✓		✓	✓	✓
ช่องทางซื้อบัตร โดยสาร		✓		✓	✓	
ช่องทางในการเช็คอิน		✓	✓	✓	✓	✓

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1) ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้นคือ ไม่ว่าจะจบการศึกษาระดับไหน อาชีพอะไร และรายได้ต่อเดือนเท่าไร มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการ อาทิเช่น โดยกลุ่มผู้โดยสารทุกระดับการศึกษา ผู้กลุ่มโดยสารทุกกลุ่มอาชีพ กลุ่มผู้โดยสารรายได้ต่อเดือนทุกช่วงรายได้แต่ไม่เกิน 40,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-3 ครั้ง/ปี โดยส่วนน้อยผู้ที่จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ต่ำกว่า และปริญญาโท ส่วนน้อยผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และส่วนน้อยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จะใช้บริการ 4-7 ครั้ง/ปี ส่วนเพศ อายุ สถานภาพสมรสจะพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ 2) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่าอากาศยานนครพนม จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้นคือ ไม่ว่าจะอายุเท่าไร การศึกษาระดับไหน อาชีพอะไร และรายได้ต่อเดือนเท่าไร การเดินทางมาท่าอากาศยานนครพนมจะมีวัตถุประสงค์เสมออาจจะมาเพื่อไปท่องเที่ยว ติดต่อธุระ เยี่ยมครอบครัวญาติหรือเพื่อน ประชุมสัมมนา เป็นต้น อาทิเช่น กลุ่มผู้โดยสารทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือการท่องเที่ยว ส่วนน้อยของผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปีจะเดินทางมาด้วยวัตถุประสงค์เพื่อประชุมสัมมนา กลุ่มผู้โดยสารทุกระดับการศึกษาแต่ไม่เกินปริญญาตรี กลุ่มผู้โดยสารอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือการท่องเที่ยว และกลุ่มผู้โดยสารทุกช่วงรายได้ต่อเดือนแต่ไม่เกิน 40,000 บาทส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือการท่องเที่ยว ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือการติดต่อธุรกิจ เป็นต้น ส่วนเพศ สถานภาพสมรสจะพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับช่องทางการซื้อบัตรโดยสารท่าอากาศยานนครพนม จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้นคือ ไม่ว่าจะอายุเท่าไร การศึกษาระดับไหน อาชีพอะไร จะซื้อบัตรโดยสารผ่านตัวแทนเว็บไซต์ หรือซื้อที่ทำอากาศยานนครพนม อาทิเช่น กลุ่มผู้โดยสารทุกช่วงอายุ ทุกระดับการศึกษา ตั้งแต่ปวส./อนุปริญญาจนถึงปริญญาโท อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่จะซื้อบัตรโดยสารผ่านช่องทางเว็บไซต์ ส่วนน้อยของผู้โดยสารทุกช่วงอายุแต่ไม่เกิน 50 ปี และผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ต่ำกว่า ส่วนใหญ่จะซื้อบัตรโดยสารที่ทำอากาศยานฯ เป็นต้น ส่วนเพศ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน จะพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ และ 4) อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับช่องทางในการเช็คอิน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้นคือ ไม่ว่าจะอายุเท่าไร สถานภาพสมรสอย่างไร การศึกษาระดับไหน อาชีพอะไร รายได้ต่อเดือนเท่าไร ส่วนใหญ่จะเช็คอินผ่านเว็บไซต์ ส่วนเพศ จะพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

**วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของ
ผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล**

ผลกาทดสอบ สมมติฐาน	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	สถานภาพการ สมรส	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน
ความพึงพอใจบริการ		✓				✓
การให้บริการเท่าเทียม กัน		✓			✓	
การให้บริการอย่าง รวดเร็ว		✓				✓
การให้บริการอย่าง พอเพียง		✓				✓
การให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง		✓				✓
การให้บริการอย่าง ก้าวหน้า		✓				✓

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า 1) เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน รวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ 2) อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน รวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างอายุน้อยมีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานในด้านต่างๆ อาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุมาก ท่าอากาศยานนครพนมควรนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความประทับใจหรือพึงพอใจให้กับผู้โดยสารทุกกลุ่มอายุ เพื่อให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากที่สุดเหมือนกันทุกกลุ่มอายุ 3) สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างพอเพียง การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่าง

ก้าวหน้า และโดยรวม ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ 4) ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน รวดเร็ว ทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ 5) อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ยกตัวอย่าง อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจในการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันไม่เท่ากัน อาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่า อาชีพพนักงานบริษัท ดังนั้น ท่าอากาศยานนครพนมควรใส่ใจในการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้ผู้โดยสารทุกอาชีพมีความพึงพอใจและรู้สึกได้ว่าท่าอากาศยานนครพนมไม่เลือกปฏิบัติ ให้บริการเหมือนกันหรือเท่าเทียมกันในทุกอาชีพ ส่วนด้านการให้บริการรวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมจะพบว่าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ และ 6) รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการรวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมจะพบว่าแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ผู้โดยสารมีรายได้ต่อเดือนไม่เท่ากัน มีความพึงพอใจในด้านการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านต่างๆ ไม่เท่ากันอาจจะมากหรือน้อย ตัวอย่างเช่น ผู้โดยสารที่มีรายได้น้อยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการอย่างรวดเร็ว พอเพียง ต่อเนื่อง ก้าวหน้า น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้มาก เป็นต้น ดังนั้น ท่าอากาศยานนครพนมควรนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความพึงพอใจ ใส่ใจ ให้ความดูแลแก่ผู้โดยสารทุกระดับทุกคน ส่วนด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันจะพบว่าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุป และอภิปรายผล

จากผลการวิจัยผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญมาใช้ในการอภิปรายผลดังนี้

1. จากผลการวิจัย พฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-3 ครั้ง/ปี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ซื้อบัตรโดยสารจากช่องทางเว็บไซต์ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร และส่วนใหญ่จะเช็คอินผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่เป็นเช่นนั้นเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น เป็นการกระทำของผู้บริโภคในการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยถ้าเกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้นๆ จะกลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณวิมล ปิบระโท เรื่องการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์ โดยศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์ พบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในเดินทางเพื่อท่องเที่ยวมากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 5 ครั้งต่อปี และส่วนใหญ่ซื้อบัตรโดยสารผ่านช่องทางเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน

2. จากผลการวิจัย ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมากในด้าน การให้บริการอย่างต่อเนื่อง รองลงมาการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างก้าวหน้า และการให้บริการอย่างพอเพียง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพัฒน์ ธีระภิมย์ไชย (2555) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองมีการรับรู้หรือพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากในด้าน การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน อย่างรวดเร็วทันเวลา อย่างก้าวหน้า อย่างพอเพียง และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับทฤษฎีของ มิลเลต์ (1954) โดยกล่าวถึงความพึงพอใจในงานบริการหรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พอใจหรือไม่ โดยวัดจาก การให้บริการอย่างเท่าเทียม อย่างรวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า และผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก แสดงว่า ผู้โดยสารมีความรู้สึกและทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการที่ได้รับการตอบสนองมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ ส่งผลให้มีความสุข เกิดความประทับใจ กลับมาใช้สินค้าหรือบริการอีกครั้ง สอดคล้องกับทฤษฎีของ มาสโลว์ (1943) ระบุว่า บุคคลมีความต้องการหากได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความพึงพอใจ โดยเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่ต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด มี 5 ระดับ คือ ความต้องการทางร่างกาย ความมั่นคงปลอดภัย สังคม เกียรติยศชื่อเสียง และความสมบูรณ์ในชีวิต ตามลำดับ

3. จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการให้บริการของท่าอากาศยานนครพนม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1) ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม 2) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่าอากาศยานนครพนม 3) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับช่องทางการซื้อบัตรโดยสารท่าอากาศยานนครพนม และ 4) อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับช่องทางในการเช็คอิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวิมล ปิภะโทก (2558) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์ พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ความถี่ในการใช้บริการ ช่องทางชำระเงินค่าบัตรโดยสาร และสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Solomon, 2002 อ้างถึงใน วรณวิมล ปิภะโทก, 2558, หน้า 9-13) แบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ

1) ปัจจัยภายใน 2) ปัจจัยภายนอก 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา และรูปแบบการดำรงชีวิต

4. จากผลการวิจัย การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1) เพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม รวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมไม่แตกต่างกัน 2) อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน รวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมแตกต่างกัน 3) อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันแตกต่างกัน และ 5) รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนครพนมในด้านการให้บริการรวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้า และโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพัฒน์ ธีระภิมย์ไชย (2555) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการรับรู้และพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน รวดเร็วทันเวลา อย่างพอเพียง อย่างต่อเนื่อง อย่างก้าวหน้าแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ Kotler (1994) การบริการมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ คุณภาพไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับบริการ และสอดคล้องกับการวัดความพึงพอใจ ลักษณะของผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยทั่วไปที่เป็นตัวบ่งชี้และใช้กำหนดความพึงพอใจในหลายแง่มุม (Zeithamal, 1990) ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป การรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้บริโภคจะถูกแบ่งภายใต้พื้นฐานของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ และรายได้ เป็นต้น ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลหรือแตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในระดับเดียวกัน อาจมีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลไปยังพฤติกรรมของการซื้อซ้ำที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต จะเห็นได้ว่า ตลาดและกลุ่มเป้าหมายทางตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคที่เกิดขึ้น (Anderson and Mittal, 2000)

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วนดังนี้

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-3 ครั้ง/ปี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการ

ท่องเที่ยว ดังนั้นในเว็บไซต์ของท่าอากาศยานนครพนม ควรเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ร้านอาหารที่พักโรงแรม ของจังหวัดต่างๆ เพื่อให้ผู้โดยสารเข้ามาค้นหา เยี่ยมชมในเว็บไซต์ และเป็นการประชาสัมพันธ์ท่าอากาศยานนครพนมอีกช่องทางหนึ่ง

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมากในด้าน การให้บริการอย่างต่อเนื่อง รองลงมาการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างก้าวหน้า และการให้บริการอย่างพอเพียง ตามลำดับ ดังนั้น ท่าอากาศยานนครพนม ควรปรับปรุงพัฒนาการให้บริการดังกล่าว เพื่อให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากขึ้นจนถึงมากที่สุด

3. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการของท่าอากาศยานนครพนม ในด้านการให้บริการอย่างพอเพียง คือ มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการกับลูกค้า บริเวณที่จอดรถสำหรับลูกค้ามีเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับลูกค้า เช่น จำนวนที่นั่งรอเวลาขึ้นเครื่อง แสงสว่างภายในอาคาร ห้องน้ำ ภายในอาคารสามารถรองรับผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก เครื่องมือ เทคโนโลยีต่างๆ มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการลูกค้า มีจุดรักษาความปลอดภัยกับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมากแต่น้อยที่สุดของการบริการทั้งหมด ดังนั้น ท่าอากาศยานนครพนม ควรปรับปรุงการให้บริการดังกล่าว ด้วยการเพิ่มจำนวนพนักงาน เพิ่มบริเวณที่จอด เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เพียงพอกับต้องการ เพื่อให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. มีการต่อยอดงานวิจัยในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก นำมาปรับปรุงและเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ/ผู้โดยสารในคุณภาพการบริการให้มากขึ้น เนื่องจากการทำวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยสามารถลงลึกในรายละเอียดของงานวิจัยตามที่ต้องการ เพราะเป็นการวิจัยกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กอีกทั้งยังมีความยืดหยุ่นในการออกแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูลและการดำเนินการวิจัย

2. มีการต่อยอดงานวิจัยด้วยการขยายขอบเขตการวิจัยในกลุ่มผู้โดยสาร ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง พัฒนา และวางแผนการให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการ ยกกระดับความพึงพอใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

3. มีการต่อยอดงานวิจัยด้วยการเพิ่มปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพิ่มภูมิลำเนา โดยแยกผู้โดยสารเป็นคนในพื้นที่ (จังหวัดนครพนม) และนอกพื้นที่ (จังหวัดอื่น) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นมุมมองของคนในพื้นที่กับนอกพื้นที่แตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์. (2558). การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. จังหวัดนครพนม. (2561). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <http://www.nakhonphanom.go.th/nakhonphanom/history.php> (10 มกราคม 2561,)
- จังหวัดนครพนม. (2561). ข้อมูลทั่วไป. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <http://www.nakhonphanom.go.th/nakhonphanom/dataprovince.php> (10 มกราคม 2561,)
- ชยพล เมฆหมอก. (2559). การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อปลากระป๋องของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัสพระราม 2 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). งานนิพนธ์เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐฐา เจริญรัตน์ธรา. (2557). การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการของผู้โดยสารสายการบินไทยสมายล์. มหาวิทยาลัยท่าอากาศยานนครพนม. (2561). ความเป็นมา. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. <https://minisite.airports.go.th/nakhonphanom/about862.html> (12 มกราคม 2561,)
- เบญจมาศ ศรีอมรรัตนกุล. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครด้วยแบบจำลอง ACSI. วิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- เบญจภา แจ้งเวชฉาย. (2559). การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มณีนรัตน์ รัตนพันธ์. (2559) การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- มนทกานต์ พิระพงศ์. (2559). การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินนกแอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- รัฐนันท์ พุกภักดี. (2557) การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสายการบิน. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). ความพึงพอใจ. ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (หน้า 775). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.

- วรรณวิมล ปิบัติกรโทก. (2558). *การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศกรณีศึกษา สายการบินนกแอร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- วิศนี เฟ่งพิทักษ์ธรรม. (2558). *การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการฝากถอนที่เคาน์เตอร์สาขาธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- Anderson, E. W., & Mittal, V. (2000). *Strengthening the satisfaction-profit chain. Journal of Service Research*, 3(2), 107–120.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essential of psychological testing. 5th ed.* New York: Harper Collins Publishers. Inc.
- Good, C.V. (1973). *Dictionary of Education.* (3rd ed.). New York: McGraw - Hill.
- Hornby, A.F. (2000). *Advance learner's dictionary.* (6th ed.). London, England: Oxford University.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management.* Trans. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control.* (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior (The Millennium).* New Jersey: Prentice Hall.
- Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation. Journal Psychology Review*, 50, pp. 370 – 396.
- Millet. (1954). *Management in the Public Service. The quest for effective performance.* New York: McGraw-Hill Book.
- Oliver, C. (1997). *Sustained Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource - Based Views.* Strategic Management Journal, 18 (9), pp. 697 - 713.
- Quirk, R. (1987). *Longman dictionary of contemporary English.* (2nd ed.). London, England: Richard Clay.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science.* London: Litton Educational.
- Yamane. (1967). *Taro Statistic : An Introductory Analysis.* New York: Harper & row.
- Zeithaml, Valerie A., Parasuraman, A. and Berry, Leonard L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations.* New York: The Free Press.