



วารสาร

รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Journal of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University

ISSN: 2730-3551 (Online)

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2562

Vol. 2 No. 2 July-December 2019



วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Journal of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562)

Vol. 2 No. 2 (July - December 2019)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพของนักศึกษาและบุคลากรทั้งภายในภายนอกสถาบัน
2. เพื่อนำเสนอและพัฒนาศักยภาพและผลงานทางวิชาการ การค้นคว้าและบทความทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษาและนักวิชาการภายนอก
3. เพื่อให้บริการทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

ขอบเขตของวารสาร

1. ขอบเขตของวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐศาสตร์
2. เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. การส่งบทความวิชาการและบทความวิจัยนั้น สามารถส่งโดยตรงไปที่กองบรรณาธิการวารสารผ่านระบบ online Submission ที่เว็บไซต์ บทความทั้ง 2 ประเภท ซึ่งบทความที่ส่งมานั้นจะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทำการประเมินแบบ Double-Blinded Review ก่อนที่จะพิจารณาจัดพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. การรับบทความของวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รศ.ดร.ฤเดช

เกิดวิชัย

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รศ.ดร.ชุดิภาญจน์

ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผศ.ดร.ณัฐณภรณ์

เอกนราจินดาวัดน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บรรณาธิการ

ดร.ณัฐชัย เอกนราจินดาวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รศ.ดร.ธนสุวิทย์	ทับทิมรัษฎ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รศ.ดร.วิทยา	เมฆขำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.กาญจนา	โพธิวิชยานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์ศรายุทธ	ขวัญเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศ.ดร.จำนงค์	อดิวิวัฒนสิทธิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.สิทธิพันธ์	พุทธหุน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.ทักษิณา	แสนเย็น	มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น
ดร.จิตภา	เร่งมีศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ดร.สมพงษ์	เกษานุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ดร.พงศ์สุภา	เฉลิมกลิ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.ธีรดนัย	กัปโก	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พิมพ์เผยแพร่ 2 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/polssru>

ติดต่อกองบรรณาธิการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

707 ม.3 ถ.เลี้ยวเมืองอุดรธานี-สามพร้าว ต.สามพร้าว อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-129556, 097-9359356 โทรสาร: 042-129662

Website: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/polssru>

E-mail: touch_life@outlook.co.th

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2562 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 6 บทความ

กองบรรณาธิการวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ดร.ณัฐชัย เอกนราจินดาวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	IV
รูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในแผนกอายุรกรรมใน โรงพยาบาลเอกชน Model of Health Care Services Affecting the Satisfaction of Patient In Internal Medicine Department Selected Private Hospitals	82
รุ่งโรจน์ สงสระบุญ	
พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร Customer's Behavior of Trip Advisor Application of Tourism in Bangkok	96
เปรมจิต พรหมสาระเมธี	
พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค Behavior and Satisfaction of Useing Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkae Branch	105
จิตรระวี ทองเถา	
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวน จตุจักร กรุงเทพมหานคร The Marketing Factors Affecting the Purchasing Behavior and Consumer's Fashion Clothing in Chatuchak Weekend Market, Bangkok	115
ปาริชาติ วงษ์ทองดี	
ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทย กรณีศึกษาบริษัท ABC Competitiveness Freeze Dried Durian Industry A Case Study of ABC (Thailand) Co.,Ltd.	124
วิทวัส สมานลี	
ความพึงพอใจของคนพิการที่มีต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์ คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 Satisfaction in Service of Community welfare Protection Center #18 in Issuing ID Card for Persons with Disabilities	133
วาโยรี สุดรัก	

คำแนะนำการส่งบทความ	VI
ตัวอย่างการเขียนบทความเพื่อลงตีพิมพ์	XIII

รูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย
ในแผนกอายุรกรรมในโรงพยาบาลเอกชน

Model of Health Care Services Affecting the Satisfaction of Patient
In Internal Medicine Department Selected Private Hospitals

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ

Rungroje Songsraboon

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม

Email: rrs101@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน (2) เพื่อค้นหารูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 880 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) สถิติที่ทดสอบสมมติฐานประกอบด้วยสถิติวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) และสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า (1) รูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการบริการทางการแพทย์และปัจจัยการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน โดยปัจจัยการบริการสุขภาพที่สำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยการต้อนรับของแผนก อายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยการบริการทางการแพทย์ ตามลำดับ (2) ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการแนะนำ บอกต่อลูกค้ารายอื่น

คำสำคัญ การบริการสุขภาพ, ความพึงพอใจของผู้ป่วย, แผนกอายุรกรรม





Abstract

This research aims to (1) analyze the influence of health care service affecting the satisfaction of patient in internal medicine department, private hospital. (2) find out the health care service model in internal medicine department selected private hospitals. The samplings were outpatient. This research was 880 samples of users in the internal medicine department, private hospitals. The data were collected by Multi-Stage random sampling. The statistics used standard deviation. The path analysis was used to test the hypotheses. The Structural equation modeling: SEM was used to test health care service model. The finding found 2 factors of the latent variable which had positive on the patient satisfaction. The health care factors were arranged in descending level of importance as follows: (1) hospital medical services and hospital hospitality service effect to patient satisfaction health care model (2) the consumer satisfaction factors of the service users in the internal medicine department, private hospitals were repeat and word of mouth.

Keywords Health care service, Patient satisfaction, Internal medicine department.

บทนำ

การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ.2553 - พ.ศ.2583 พบว่า สัดส่วนของประชากรสูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน กล่าวคือสัดส่วนของผู้สูงอายุวัยปลายจะเพิ่มจากประมาณร้อยละ 12.7 ของประชากรสูงอายุทั้งหมด เป็นเกือบ 1 ใน 5 ของประชากรสูงอายุ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุวัยปลายนี้จะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิง ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) ในปี พ.ศ. 2556 สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจผู้สูงอายุที่ใช้บริการในโรงพยาบาลทั่วประเทศ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเจ็บป่วยเป็นโรคความดันโลหิตสูง ไชมันในเลือดสูง ร้อยละ 33.69 โรคเบาหวาน ร้อยละ 15.03 โรคเก๊าท์ รูมาตอยด์ ปวดเข่า คอ เรื้อรัง ร้อยละ 10.05 โรคอัมพฤกษ์ อัมพาต ร้อยละ 1.73 และโรคไต ไตวายเรื้อรัง นิ่วในไต ร้อยละ 1.67 จากสถิตินี้ดังกล่าว แผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน จึงมีความจำเป็นต้องทำการพัฒนาการบริการสุขภาพให้มีคุณภาพมากขึ้น

การบริการที่ถูกกำหนดโดยคำว่า “คุณภาพ” ซึ่งมุมมองในปัจจุบันนั้นแตกต่างไปจากความเข้าใจแต่เดิมในอดีต จากเดิมที่คุณภาพจะถูกกำหนดโดยผู้ให้บริการ แต่ในปัจจุบันการตัดสินระดับคุณภาพได้ถูกเปลี่ยนมาเป็นการที่ต้องที่ผู้รับบริการเป็นผู้กำหนด ซึ่งคุณภาพจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับบริการได้สัมผัส ได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น หากผู้รับบริการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับเท่ากับหรือสูงกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจและจะทำให้เกิดการบอกต่อผู้อื่นในคุณภาพที่รับรู้ แต่ในทางกลับกันหากผู้รับบริการได้รับสินค้าหรือการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้รับบริการจะไม่เกิดความพึงพอใจทำให้ปฏิเสธที่จะใช้สินค้าและบริการนั้น จากมุมมองที่



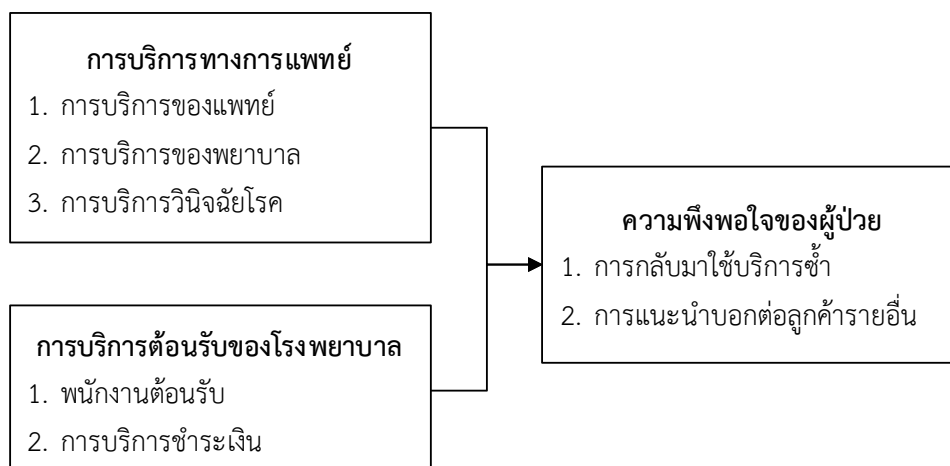
เปลี่ยนไปของการให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” ทำให้ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการกลายเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ ผู้รับบริการเป็นผู้มีสิทธิ์เลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้อ เป็นเหตุให้หน่วยงาน องค์กรและบริษัทต่าง ๆ ไม่ว่าภาครัฐหรือเอกชน ต่างตื่นตัวกับการรับรู้คุณภาพของสินค้าหรือบริการของตนในมุมมองของผู้รับบริการ คุณภาพการบริการ สุขภาพในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน จำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้สูงขึ้นและทำให้ผู้รับบริการได้รับการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพและผู้ป่วยเกิดการความพึงพอใจทำให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้าน ต่าง ๆ รวมถึงนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแผนทางการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับโรงพยาบาลในต่างประเทศและรองรับการให้บริการผู้ป่วยทั่วไปและผู้ป่วยสูงอายุที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน
2. เพื่อค้นหารูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน จากกลุ่มตัวอย่าง 880 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling)
2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ เดือนมกราคม – เมษายน พ.ศ. 2557

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน
2. ปัจจัยด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนมีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

ทบทวนวรรณกรรม

โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์ เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกในประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อ 15 กันยายน พ.ศ. 2441 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดย ฯพณฯ หลุยส์เวย์ มุขนายกมิสซังโรมันคาทอลิกแห่งกรุงสยาม ต่อมาในปี พ.ศ. 2515 มีจำนวนโรงพยาบาลเอกชนเพิ่มขึ้น 28 แห่ง และเพิ่มขึ้นเป็น 473 แห่ง ในปี พ.ศ. 2541 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2012) จำนวนโรงพยาบาลเอกชนเริ่มลดลงและเหลืออยู่น้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งเป็นผลจากการบังคับใช้กฎกระทรวงสาธารณสุขรองรับพระราชบัญญัติสถานพยาบาล ปี พ.ศ. 2541 อย่างจริงจังตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2546 โดยจำแนกสถานพยาบาลภาคเอกชนตามโครงสร้างและศักยภาพบริการที่แท้จริง โดยใช้จำนวนเตียงและศักยภาพตามมาตรฐานสถานพยาบาลที่สามารถรองรับการบริการได้จริง เช่น โรงพยาบาลขนาดเล็กที่ไม่มีผู้ป่วยในต้องแจ้งยกเลิกและขออนุญาตเปิดใหม่เป็นคลินิก โรงพยาบาลเอกชนที่มีขนาดเตียงผู้ป่วยต่ำกว่า 30 เตียง เปลี่ยนเป็นสถานพยาบาลเวชกรรม สำหรับจำนวนเตียงผู้ป่วย ในปี พ.ศ. 2512 มีจำนวนเตียงรวม 2,281 เตียง ในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนเตียงรวมเพิ่มขึ้นเป็น 29,361 เตียง ในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวนเตียงเพิ่มขึ้นเป็น 36,004 เตียง และในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนเตียงลดลงเหลือ 33,608 เตียง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2012) การเติบโตของโรงพยาบาลเอกชนเป็นไปในทิศทางเดียวกับการเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การวิเคราะห์การรับรู้ตามความหมายของ (Assael, 1998: 218) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการของบุคคลในการเลือก (Select) ประมวล (Organize) และตีความ (Interpret) สิ่งเร้า จนเกิดเป็นภาพของสิ่งนั้น ๆ การรับรู้ของผู้บริโภคแต่ละคนจึงแตกต่างกัน เนื่องจากการรับรู้ขึ้นอยู่กับความต้องการค่านิยม ความคาดหวังของบุคคลเป็นสำคัญ ดังนั้นแม้สถานการณ์ที่มีสิ่งเร้าเหมือนกันผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน กระบวนการรับรู้มีองค์ประกอบของ Assael (1998: 218) ประกอบไปด้วยการเลือกรับรู้ (Perceptual

Selection) การเลือกประมวลข้อมูล (Perceptual Organization) และการเลือกตีความ (Perceptual Interpretation)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Zeithaml and Bitner (2000) ได้กล่าวไว้ว่าคุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่กำหนดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งมีปัจจัย 5 ประการด้วยกัน ที่เกี่ยวข้องกับระดับของคุณภาพบริการและใช้เป็นแนวทางในการประเมินคุณภาพของการให้บริการ ดังนี้ 1) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) 2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) 3) การรับรองความเชื่อมั่น การรับประกัน (Assurance) 4) การเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง 5) การสามารถจับต้องได้ (Tangibles)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Panjakajornsak (2008) ทำการวิจัยเรื่อง “A Comprehensive Model Service Loyalty in The Context of Thai Private Hospitals” งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ (Service quality) คุณค่าการบริการ (Service value) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Patient satisfaction) และความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของผู้รับบริการ (Service loyalty) ซึ่งวัดจากพฤติกรรมการตั้งใจซื้อของผู้รับบริการ (Behavioral intension) ได้แก่ การใช้บริการซ้ำ (Repurchase intensions) การแนะนำบอกต่อทางบวก (Positive word of mouth) ทศนคติเชิงบวก (Positive attitude) การใช้บริการที่เกี่ยวข้อง (Cross-buying intension) การยินดีจ่ายค่าบริการในระดับ Premium price โดยศึกษาในโรงพยาบาลเอกชน 5 แห่งที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 นักศึกษาปริญญาตรีในเขต กรุงเทพฯ จำนวน 102 ตัวอย่าง และเก็บข้อมูลจากผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชน 5 แห่งจำนวน 380 ตัวอย่าง และ วิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบ Focus Group จากกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี เพื่อให้ได้ข้อมูลมาจัดทำแบบสอบถามและใช้แบบวัดคุณภาพการบริการ ตามแบบ SERVPERF Liker scale 7 ระดับ การวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) จากคุณภาพบริการ 13 ปัจจัย วิเคราะห์เหลือ 4 ปัจจัย และหาอิทธิพลของตัวแปรการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบสองตัวแปรและใช้โปรแกรม LESREAL ในการวิเคราะห์Structural Equation Modeling ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) และคุณค่าการบริการ (Service value) มีความสัมพันธ์ในระดับมากเท่ากับ 0.93 กับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของผู้รับบริการ(Service loyalty) ของโรงพยาบาลคุณภาพการบริการ (Service quality) และความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Patient satisfaction) มีความสัมพันธ์ในระดับมาก 0.92 กับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของผู้รับบริการ (Service loyalty) โรงพยาบาล คุณภาพการบริการ (Service quality) มีความสัมพันธ์โดยตรงในระดับความสัมพันธ์ 0.40 กับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของผู้รับบริการ (Service loyalty) โรงพยาบาลเอกชน



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้เทคนิคการวิเคราะห์โครงสร้างตัวแบบจำลอง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยวิธีพหุ ตัวแปรมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 15 ถึง 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) (กัลยา วาณิชขัญชา, 2557) จากการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 44 ตัวแปร จึงสามารถคำนวณกลุ่มตัวแปรได้จำนวน 660 (44×15) ถึง 880 (44×20) ราย ดังนั้นเพื่อความสอดคล้องกับเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 880 ราย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยผู้วิจัยทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากจากการสุ่มโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 15 แห่ง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2556) และทำการสุ่มแบบจับฉลากจำนวน 5 แห่ง โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามจำนวนแห่งละ 176 ชุด ซึ่งเป็นการแบ่งตามโควตา (Quota) และเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแห่งด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ผลการทดสอบความเชื่อมั่น พบว่า $\alpha = 0.91$ ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานประกอบด้วยการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path Analysis) การค้นหารูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้องค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้ ใช้โมเดลการวัด (Measurement Model) ของการบริการสุขภาพ และใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) (กัลยา วาณิชขัญชา, 2557)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

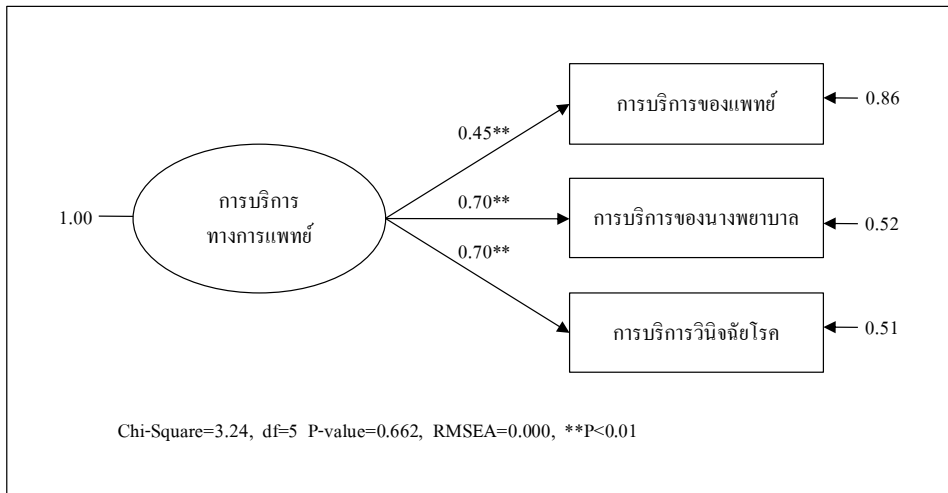
1.1 การพัฒนาตัวบ่งชี้ปัจจัยการบริการสุขภาพ ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

การวิเคราะห์โมเดลการวัด ตัวบ่งชี้ปัจจัยการบริการสุขภาพในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน ประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ ปัจจัยด้านการต้อนรับในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนและตัวแปรความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลตัวบ่งชี้ปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการบริการทางการแพทย์ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่าน้ำหนัก

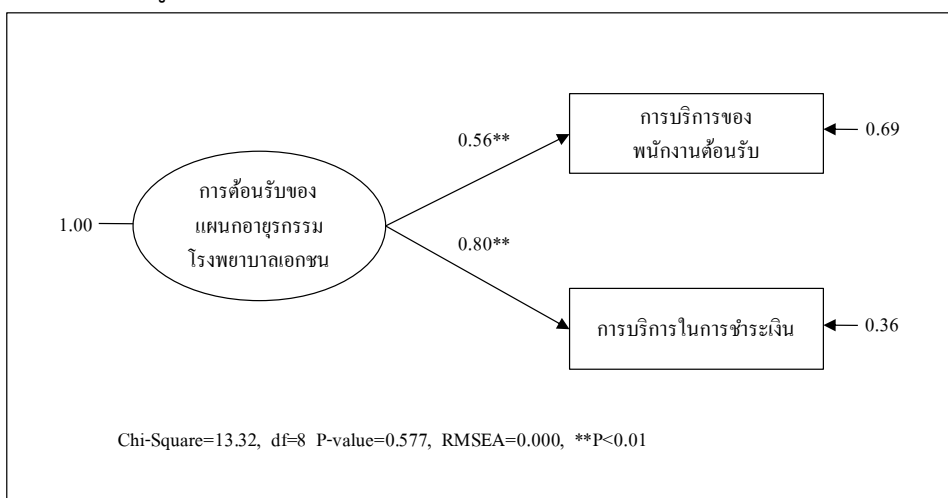


องค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางทางสถิติ ($P < .01$) แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้แก่ การบริการของแพทย์ การบริการของนางพยาบาลและการบริการวินิจฉัยโรค เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่บ่งบอกถึงปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการบริการทางการแพทย์ ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.45 ถึง 0.70 ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลตัวบ่งชี้ปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการบริการทางการแพทย์ของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

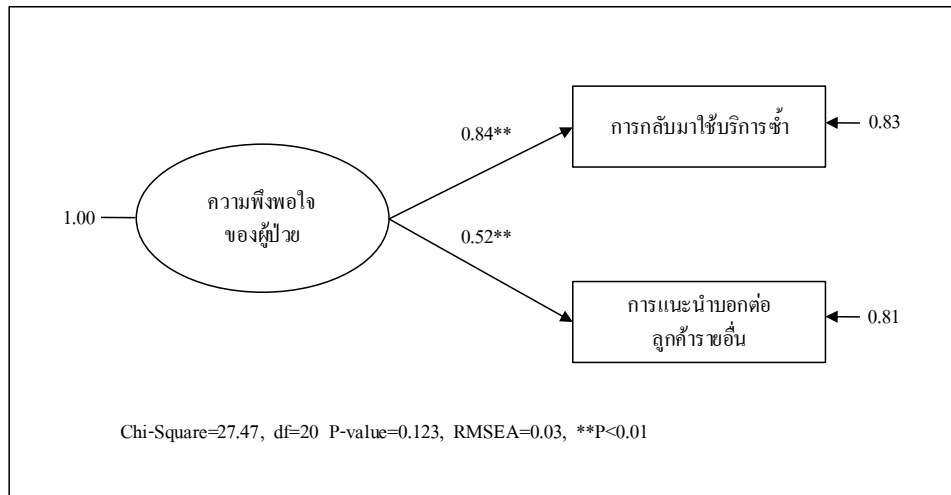
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลตัวบ่งชี้ปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางทางสถิติ ($P < .01$) แสดงว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัว ได้แก่ การบริการของพนักงานต้อนรับและการบริการในการชำระเงิน เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่บ่งบอกถึงปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.56 ถึง 0.80 ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลตัวบ่งชี้ปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน



ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของผู้ป่วยในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$) แสดงว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัว ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำและการแนะนำบอกต่อลูกค้ารายอื่น เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่บ่งบอกถึงความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.52 ถึง 0.84 ดังแสดงในภาพที่ 4

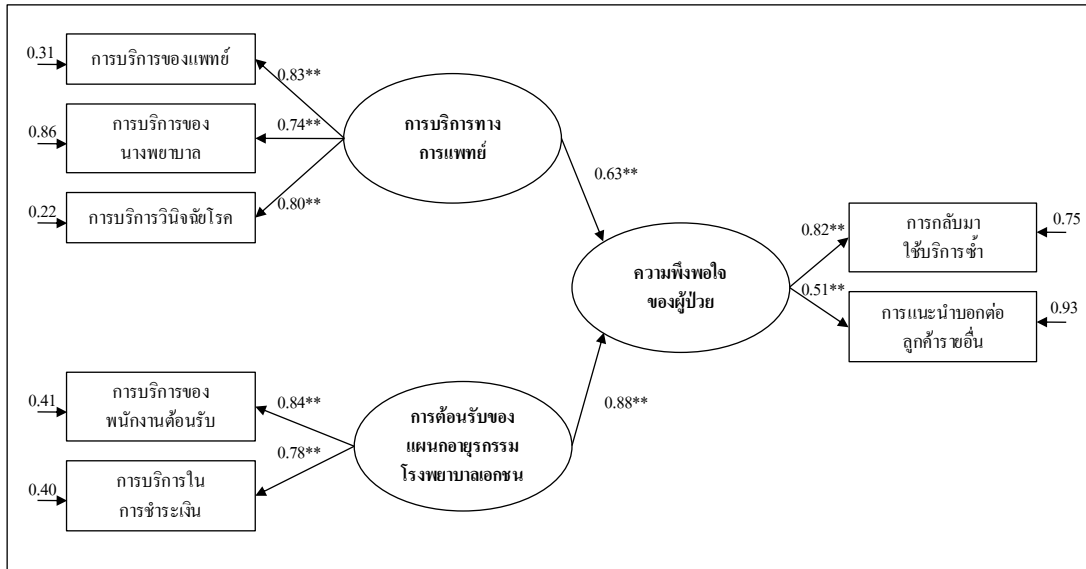


ภาพที่ 4 องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

1.2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

การทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi square=322.677, df=157, p-value=0.001, RMSEA=0.031, GFI=0.95, AGFI=0.93 **P<.01) ดังแสดงในภาพที่ 5





ภาพที่ 5 โมเดลสมการโครงสร้างของการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์และปัจจัยด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 2 และแสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน ดังข้อมูลในตารางที่ 3

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามสมมติฐาน 2 ข้อ

สมมติฐานการวิจัย	โรงพยาบาลภาพรวม	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
H1: ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน	✓	
H2: ปัจจัยด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนมีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน	✓	

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลของการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

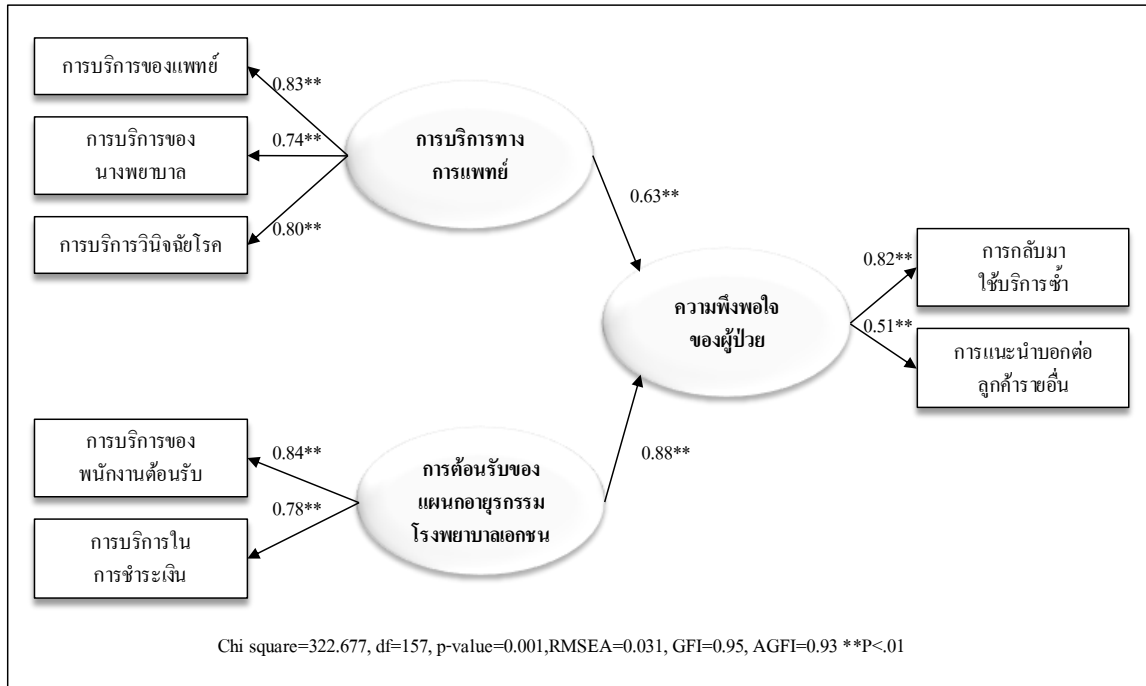
ตัวแปรผล	ความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรม โรงพยาบาลเอกชน		
	กลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeat)	การแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth)	ความพึงพอใจ รวม ทั้ง 2 ด้าน
	DE	DE	DE
ปัจจัยด้านการบริการทาง การแพทย์	0.58** (0.27)	0.45** (0.45)	0.63** (0.21)
ปัจจัยด้านการต้อนรับของแผนก อายุรกรรม โรงพยาบาลเอกชน	0.21** (0.61)	0.28** (0.35)	0.88** (0.16)
ค่าสถิติ	Chi square=322.677, df=157, p-value=0.001, RMSEA=0.031, GFI=0.95, AGFI=0.93 **P<.01		

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน, DE = อิทธิพลทางตรง

ตอนที่ 2 ผลการค้นหารูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย พบว่า ปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการบริการทางการแพทย์ (Path Coefficient = 0.63) และปัจจัยการบริการสุขภาพด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน (Path Coefficient = 0.88)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้ ปัจจัยการบริการสุขภาพในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Bata: b) ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การบริการของพนักงานต้อนรับ (0.84) รองลงมาคือ การบริการของแพทย์ (0.83) การบริการวินิจฉัยโรค (0.80) การบริการในการชำระเงิน (0.78) และการบริการของนางพยาบาล (0.74) โดยตัวแปรดังกล่าวนี้มีค่าสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบ (R^2) ปัจจัยการบริการสุขภาพในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน ได้ประมาณร้อยละ 16 ถึง ร้อยละ 76

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ ความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ (0.82) และการแนะนำบอกต่อลูกค้ารายอื่น (0.51) โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนได้ประมาณร้อยละ 18 ถึงร้อยละ 58 ดังแสดงข้อมูลภาพที่ 6



ภาพที่ 6 รูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน

อภิปรายผล

รูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการบริการทางการแพทย์และปัจจัยการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและด้านการแนะนำบอกต่อลูกค้ารายอื่น ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Farid (2008) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “Development of a Model for Healthcare Service Quality: An Application to the Private Healthcare Sector in Egypt” พบว่า มีปัจจัยการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่สำคัญมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ประกอบด้วยคุณภาพการบริการของแพทย์ คุณภาพการบริการของนางพยาบาล คุณภาพการให้บริการวินิจฉัยโรค คุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับ คุณภาพการให้บริการการเข้าพักรักษาในโรงพยาบาล คุณภาพการบริการอาหารผู้ป่วย คุณภาพการบริการห้องพักผู้ป่วยและคุณภาพการบริการชำระเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ของตัวแปรในระดับ $R=0.901$ การศึกษาในครั้งนี้ใช้เทคนิค Factor Analysis และหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

ปัจจัยด้านการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การบริการของพนักงานต้อนรับ รองลงมา ได้แก่ การบริการในการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg (1959) ซึ่งแรงจูงใจของพนักงานต้อนรับด้วยปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยบำรุงรักษา เช่นเดียวกับแนวคิด Service profit chain ที่กล่าวไว้ว่าการพัฒนาพนักงานต้อนรับ ความพึงพอใจของพนักงานและความจงรักภักดีของพนักงานส่งผลต่อคุณค่าการบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนและทฤษฎีโครงสร้างตามสถานการณ์ได้กล่าวไว้ว่าองค์การคุณภาพ



ต้องมีลักษณะที่ผสมผสานปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการวิเคราะห์องค์การ ได้แก่ กลยุทธ์ คน วัฒนธรรม โครงสร้าง และกระบวนการในการจัดการที่ดี

ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ ได้แก่ การบริการของแพทย์ การบริการของนางพยาบาลและการบริการวินิจฉัยโรค เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Brown & Swartz (1989) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การบริการสุขภาพที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชน” พบว่า บริการของแพทย์ บริการของพยาบาลและบริการวินิจฉัยโรคมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพและความพึงพอใจของผู้ป่วย ในโรงพยาบาลเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ของตัวแปรในระดับ $R=0.860$ การศึกษาในครั้งนี้ใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

สรุป

ผลการค้นพบรูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชน มีปัจจัยสำคัญประกอบด้วยปัจจัยการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนและปัจจัยการบริการทางการแพทย์ โดยปัจจัยการต้อนรับของแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นความพึงพอใจของผู้ป่วยจะต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานต้อนรับอย่างต่อเนื่อง รักษาพนักงานต้อนรับที่มีความสามารถไว้และคัดเลือกพนักงานต้อนรับอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากพนักงานต้อนรับจะเป็นบุคคลบุคคลแรกที่ผู้ป่วยได้สัมผัส ที่เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ป่วยเกิดความ รู้สึกที่ดี ประทับใจและรู้สึกพึงพอใจในการให้บริการในครั้งแรกที่ได้พบ ดังนั้นรูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนที่ค้นพบนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผนการให้บริการการต้อนรับในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนและการให้บริการทางการแพทย์ในบริบทดังต่อไปนี้ (1) ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนสามารถนำรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยการต้อนรับ ในแผนกอายุรกรรมโรงพยาบาลเอกชนมาพิจารณาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการต้อนรับให้ดียิ่งขึ้น การจัดหาพนักงานต้อนรับที่มีความรู้ความสามารถและให้บริการอย่างมีคุณภาพ มีการจัดสรรทรัพยากรทางการแพทย์ได้อย่างเหมาะสมกับศักยภาพที่แท้จริงของโรงพยาบาลและสามารถขยายฐานการบริการสุขภาพให้ครอบคลุมผู้ป่วยทั้งในประเทศ และผู้ป่วยต่างประเทศ (2) สมาคมโรงพยาบาลเอกชนและกระทรวงสาธารณสุข สามารถนำผลการวิจัยมาพัฒนารูปแบบการบริการสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยและสร้างการได้เปรียบทางการแข่งขันกับโรงพยาบาลในต่างประเทศได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนควรกำหนดนโยบายสำหรับการพัฒนาคุณภาพ ที่สะท้อนถึงความเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ได้มาตรฐาน โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนและส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพด้วยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สามารถวัดได้ด้วยผลงานและการจัดสรรทรัพยากรทางการแพทย์ได้อย่างเหมาะสมเพื่อใช้ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างมีทิศทางต่อไป



2. กำหนดมาตรการกระตุ้นการพัฒนาคุณภาพในโรงพยาบาลเอกชนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยชี้แนะให้มีการสร้างกิจกรรม โดยเฉพาะปัจจัยด้านการต้อนรับของโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ คุณภาพพนักงานต้อนรับ และคุณภาพด้านการบริการในการชำระเงิน ที่ควรจัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพทั้ง 2 ด้านนี้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่องเพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ในแผนกลยุทธ์กรมโรงพยาบาลเอกชน

3. ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มีความแตกต่างจากการฝึกอบรมตามปกติ เพื่อเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ที่เป็นแบบอย่างมาตรฐานที่มีความเป็นเลิศ โดยใช้นโยบายการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเชิงการแข่งขันระหว่างหน่วยงานและมีการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กรให้เกิดขึ้นต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบคุณภาพการให้บริการในปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม
2. ควรมีการศึกษารูปแบบคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนอื่นๆ เพิ่มเติม
3. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อจะได้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งและจะได้นำข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวมาปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนและเสริมจุดแข็งของแผนกลยุทธ์กรม โรงพยาบาลเอกชนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชขัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ด้วย AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เยาวภา ปฐมศิริกุล. (2552). *กลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย*. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2557). *ข้อมูลรายบริษัทหลักทรัพย์*. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2557, จาก <http://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=VIBHA&language=th&country=TH>
- สิทธิ์ ชีรสรณ์. (2550). *เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *จำนวนประชากรและจำนวนโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2557, จาก <http://service.nso.go.th/>
- Assale (1998). *Consumer and marketing action*. 6th Cincinnati. Ohio: South-Western College Publishing.
- Brown and Swartz. (1989). A Gap Analysis of Professional Service Quality. *Journal of Marketing*, 53,(2), 92-98.
- Fikry Farid. (2008). *Development of a Model for Healthcare Service Quality: An Application to the Private Healthcare Sector in Egypt*. PhD. Thesis. Maastricht School of Management. Netherlands.



Herzberg Frederick (1959). *The motivation of work*. New York: John Wiley & Sons.

Lovelock. (2007). *Service Marketing*. 6th edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.

Panjakajornsak. (2008). *A Comprehensive Model Service Loyalty in the Context of Thai Private Hospitals*. PhD. Thesis. Thailand: Eastern Asia University.

Zeithaml and Bitner. (2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across Firms*. USA : McGraw Hill Company.



พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร Customer's Behavior of Trip Advisor Application of Tourism in Bangkok

เปรมจิต พรหมสารเมธี

อาจารย์ประจำภาควิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ การจองห้องพัก การจองร้านอาหาร และการจองสนามกอล์ฟ ส่วนความถี่ในการไปใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ 3 - 5 ครั้งต่อ 1 ปี รองลงมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้งต่อ 1 ปี และมากกว่า 6 ครั้งต่อ 1 ปี ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านราคา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และพฤติกรรมในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

คำสำคัญ: พฤติกรรม, แอปพลิเคชัน Trip Advisor, นักท่องเที่ยว





Abstract

This research aims to study the demographic, Tourists' behavior, and Tourists' satisfaction of trip advisor application of tourism in Bangkok. The samples used for this study are 400 samples from people who servicing at trip advisor application. This research was purposive sampling. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing was used chi-square.

The results of the study showed that most Tourists were female, aged between 20 - 30 years old, hold bachelor's degree, single, worked in private companies, and earned more than 30,000 baht. Tourists' behavior was booking restaurant, reservation and booking a golf. The frequency of service was 3 - 5 time per year, 1 - 2 time per year and 6 time per year. In addition, Tourists' satisfaction at trip advisor application overall was high level. The most satisfaction was quality. Secondly, it was process. The lowest satisfaction was price.

The hypothesis testing revealed that demographic: gender, age, level of education, occupation and Tourists' behavior of used trip advisor application of tourism in Bangkok related to satisfaction: service quality, process and price.

Keywords: Behavior, trip advisor application, Tourists.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศและประชาชนทุกระดับชั้น แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมีชื่อเสียงย่อมเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ในแต่ละปีก็จะเป็นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว หากความเพลิดเพลินและความรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ ณ สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการใช้จ่ายขึ้นในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว ทั้งการเดินทาง ขนส่ง ที่พัก อาหาร ของที่ระลึกการนำเที่ยว กิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสร้างงานให้ประชาชนและเพิ่มรายได้ให้ประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค ตามนโยบายของรัฐบาล โดยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างประสบการณ์และกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีงแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ในระดับสากลอย่างยั่งยืน เพื่อบูมให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรม ในปัจจุบันปริมาณนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง ผู้ประกอบการหลายแห่งจึงได้การใช้เทคโนโลยีมาเป็น

เครื่องมือในการให้บริการกับนักท่องเที่ยว การนำแอปพลิเคชัน Trip Advisor มาให้บริการนั้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบาย และเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร” ว่าลูกค้ามีพฤติกรรม ความพึงพอใจ และให้ความไว้วางใจในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor มากน้อยเพียงใด ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการและสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

Pearce (2015) กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมและความภักดีต่อตราสินค้าอย่างมาก และเป็นผู้ที่ใช้สินค้าในปริมาณที่มาก ดังนั้นโปรแกรมการตลาดใด ๆ ที่มุ่งสร้างความภักดีของลูกค้าจะมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าและกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าในปริมาณมากจึงจะทำธุรกิจได้รับกำไรในระยะยาวเกิดจากโปรแกรมการสร้าง ความภักดีของลูกค้าและการที่นักการตลาดต้องการส่วนแบ่งการตลาดทำให้นักวิชาการมองว่า ความภักดีของลูกค้าเป็นเครื่องมือในการเพิ่มยอดขายและปกป้องส่วนแบ่งตลาด และทำให้ต้องใช้สิ่งจูงใจต่างๆในการสร้างความภักดีของลูกค้า ซึ่งอาจกำหนดเป็นแนวความคิดเอกพจน์เป็นทัศนคติที่มีต่อวัตถุ ความภักดีหรือการซื้อซ้ำเป็นพฤติกรรมการอุปถัมภ์หรืออาจรวมถึงทัศนคติและพฤติกรรมในการแสดงออกเชิงโต้ตอบ

Kotler (2015) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่มและองค์กรนั้นเลือกซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ และความปรารถนาของตนได้อย่างไร อีกทั้งยังคำนาย อภิปรายสากุล (2558) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายครอบคลุมสาระสำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ การกระทำของแต่ละบุคคล การได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ และกระบวนการตัดสินใจ

Bloch & Richins (2015) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการให้บริการ และผู้ปฏิบัติจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการนำเสนอบริการที่ผู้ให้บริการชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณสมบัติของบริการที่ผู้ให้บริการต้องการวิธีตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ผู้ให้บริการปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และสามารถตอบสนองบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้ให้บริการคาดหวังไว้ได้จริง



ภัทรพงศ์ ชาร์เมืองกุล (2557) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวต่างประเทศ ศักยภาพในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

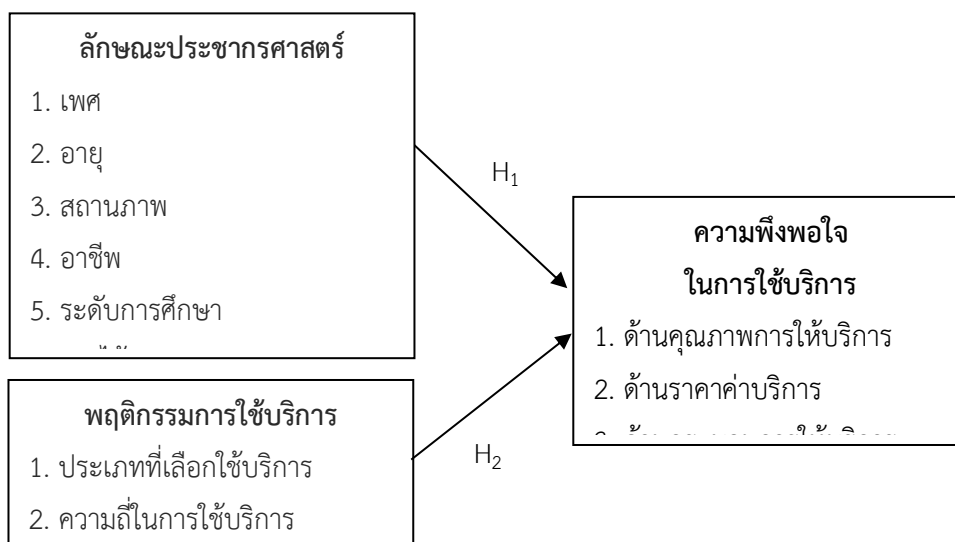
2. พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

จากสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. การกำหนดประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (กัลยา วานิชปัญญา, 2557) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดย

คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใช้มาตรวัดแบบช่วงระยะ (Interval scale) ซึ่งประกอบด้วย ระดับมากที่สุด = 5, ระดับมาก = 4, ระดับปานกลาง = 3 ระดับน้อย = 2 และระดับน้อยที่สุด = 1 และหาคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชปัญญา, 2557) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นพบว่า $\alpha = 0.901$

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ ซึ่งจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน สถานที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 ถึงเดือนธันวาคม 2560

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้จากค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi - Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (กัลยา วานิชปัญญา, 2557) เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการจำนวน 400 คน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.00 และ 45.00 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.20 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.50 สถานภาพโสดมากกว่าสมรส คิดเป็นร้อยละ 60.50 ทำอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และมีรายได้ 30,000 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.40

พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ประเภทที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ ได้แก่ การจองห้องพัก คิดเป็น ร้อยละ 72.00 รองลงมา คือ การจองร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 26.20 และการจองสนามกอล์ฟ คิดเป็นร้อยละ 2.60 ส่วนความถี่ในการไปใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ 3 - 5 ครั้งต่อ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้งต่อ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.80 และมากกว่า 6 ครั้งต่อ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor มากที่สุด คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.617) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.684) และน้อยที่สุด คือ ด้านราคา ($\bar{x} = 3.76$ S.D. = 0.795) จากการสัมภาษณ์



ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพราะ คุณภาพการให้บริการที่ดี มีความละเอียดถี่ถ้วน การใช้งานแอปพลิเคชันได้ง่าย และการประมวลผลที่รวดเร็ว ส่วนราคาการให้บริการที่มีความพึงพอใจน้อย เพราะการให้บริการบางประเภทมีราคาสูง อาจจะเป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านราคา แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Trip Advisor

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านคุณภาพการบริการ	3.97	0.617	มาก
ด้านราคาค่าบริการ	3.94	0.684	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.76	0.795	มาก
รวม	3.89	0.698	มาก

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณภาพการบริการ ด้านราคาค่าบริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ในด้านราคาและด้านกระบวนการ ส่วนอาชีพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณภาพและด้านกระบวนการ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สามารถสรุปผลการทดลองสมมติฐานได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร		
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านกระบวนการ
เพศ	0.041*	0.017*	0.045*
อายุ	0.061	0.001*	0.031*
สถานภาพ	0.001*	0.005*	0.001*
อาชีพ	0.005*	0.074	0.003*
ระดับการศึกษา	0.015*	0.671	0.000*
รายได้	0.001*	0.000*	0.025*

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ * $p < 0.05$

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน

Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่เลือกใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณภาพ ด้านราคา และด้านกระบวนการ ส่วนความถี่ในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานครในด้านราคา และด้านกระบวนการ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร		
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านกระบวนการ
ประเภทที่เลือก	0.041*	0.017*	0.045*
ความถี่ในการใช้บริการ	0.061	0.001*	0.031*

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ $*p < 0.05$

สรุปและอภิปรายผล

1. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้ใช้บริการจะใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะต้องมีการประเมินทางเลือกแอปพลิเคชันที่ให้บริการดีที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้นผู้บริการจะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ราคาค่าบริการที่เหมาะสม ความรวดเร็วในการให้บริการ และมีความสะดวกในการไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่าการตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยผู้ที่มีเพศต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกันออกไป ส่วนผู้ที่มีอายุต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ในการเคยใช้บริการมา นอกจากนี้คนที่มีการศึกษาสูงจะมีการพิจารณาหรือหาข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ ส่วนคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดค่านิยมที่มีต่อการใช้บริการที่แตกต่าง



กันออกไปตามอาชีพที่ประกอบ ส่วนคนที่มีรายได้สูงย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีการใช้จ่ายหรือใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำซึ่งต้องคิดพิจารณาในการเลือกซื้อ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นจริง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Trip Advisor ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมการใช้บริการอาจช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความความพึงพอใจในการใช้บริการได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการ และคุณภาพการให้บริการที่ดีเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับภัทรพงศ์ ชาร์เมืองกุล (2557) ที่ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยวพบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ตัวแปรในการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการให้บริการของแอปพลิเคชัน Trip Advisor เช่น ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาล สถานะทางเศรษฐกิจของประเทศหรือของโลก สภาวะสังคม ส่วนด้านกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเฉพาะแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแอปพลิเคชัน Trip Advisor ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นหรือประเทศอื่นด้วย



เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2557). *สมการโครงสร้าง SEM โดย AMOS*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ค่านาย อภิปรีชาสกุล. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. กรุงเทพฯ: โฟกัส มีเดีย แอนด์พับลิชชิง จำกัด.
- ภัทรพงศ์ ชาร์เมืองกุล.(2557).*ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไม่เลือกใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว.วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- Bloch, P., & Richins, M. (2015).*Investigation of consumer browsing behavior*. Advances in Consumer Research.
- Kotler, P. (2015). *Marketing Management*. 18th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Pearce, R. D. (2015). *Global competition and technology Basingstoke*. London: Macmillan.



พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค
Behavior and Satisfaction of Using Thailand Post Company Limited, Seacon
Bangkae Branch

จิตรวี ทองเถา

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค และความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัย พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พฤติกรรมของผู้ใช้บริการคือ การเลือกใช้บริการรับ-ส่งพัสดุในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้บริการเดือนละครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 12.01 - 16.00 น. และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 50 บาท นอกจากนี้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจมากที่สุด คือด้านราคาค่าบริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการการให้บริการ และมีความพึงพอใจในน้อยที่สุด คือด้านลักษณะกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และพฤติกรรมในการใช้บริการที่บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด



Abstract

This research aims to study the demographic, customers' behavior, and customers' satisfaction at Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch. The samples used for this study are 400 samples from people who servicing at Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch. This research was purposive sampling. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing was used chi-square.

The results of the study showed that most customers are female, aged between 20-30 years old, hold bachelor's degree, single, worked in private companies, and earned more than 30,000 baht. Customers' behavior is the choice of courier services for domestic or oversea. They send 1 time per month. The time period is 12:01-4:00 pm. The expense per time is below 50 Baht. In addition, customers' satisfaction at Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch overall was high level. The most satisfaction was price. Secondly, it was process. The lowest satisfaction was physical evidence.

The hypothesis testing revealed that demographic: gender, age, level of education, occupation and customers' behavior of used Thailand Post Company Limited, Seacon Bangkhae branch related to satisfaction: service quality, price, personal, process and physical evidence.

Keywords: Behavior, Satisfaction, Thailand Post Company Limited.

บทนำ

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 โดยแปลงสภาพมาจากหน่วยธุรกิจด้านบริการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์หลักในการแปลงสภาพเป็นบริษัทจำกัดเพื่อปฏิรูปกิจการไปรษณีย์ของประเทศไทยให้สามารถดำเนินงานต่อเนื่องไปด้วยตนเองในระยะยาวโดยไม่เป็นภาระของรัฐบาลรวมทั้งสามารถรองรับการให้บริการไปรษณีย์ที่สนองตอบความต้องการของธุรกิจในประเทศและต่างประเทศโดยให้บริการสื่อสารขั้นพื้นฐานในลักษณะเชิงสังคมแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันการส่งจดหมายและสิ่งของโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นที่นิยมและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในหลายด้าน ทำให้มีปริมาณงานที่สูงขึ้นจากการเติบโตของธุรกิจ อีคอมเมิร์ซหรือการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากถึงหลักล้านต่อวัน ไปรษณีย์ยังมีบริการมากมายให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น รับฝาก ส่งต่อ นำจ่าย การเติมเงินออนไลน์ การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของไปรษณีย์เอง การต่อ พ.ร.บ.รถยนต์ การสำรองตั๋วการเดินทางและตั๋วการแสดง การชำระค่าสาธารณูปโภค รวมถึงการบริการ Bank @ Post โดยมีการฝาก-โอน-รับ แต่การบริการที่หลากหลายก็เกิดปัญหาต่างๆตามมามากมายเช่นกัน จากการเก็บสถิติตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557 ถึง





เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 พบว่า บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด มีการจัดส่งสินค้าไปแล้วทั้งสิ้น 123,495 ชิ้น และสร้างรายได้มากกว่า 11,836,285 ล้านบาท (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, 2560) จากจำนวนงานที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีกระบวนการทำงานในหลายขั้นตอน ตั้งแต่รับฝาก ส่งต่อ นำจ่าย และมีระบบลำเลียงซับซ้อน มีคนเข้ามาเกี่ยวข้องหลายคน หลายขั้นตอนกว่าพัสดุจะถึงมือผู้รับ จำนวนพนักงานก็ไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราว ความรับผิดชอบในหน้าที่และประสิทธิภาพในการทำงานจึงไม่เทียบเท่าพนักงานประจำที่มีประสบการณ์และความชำนาญมากกว่า จึงนำไปสู่ปัญหาด้านการบริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัญหาพวกนี้ส่งผลให้คนใช้บริการไปรษณีย์ลดลง และเกิดการแข่งขันทางการตลาดโดยมีคู่แข่งชั้นสูง ทั้งบริษัทของคนไทยและต่างชาติที่หันเข้ามาทำธุรกิจนี้ อย่างเช่น DHL, UPS, FedEx และบริษัทนิมชีเส่งขนส่ง 1988 จำกัด (กิตติยา, 2553)

จากที่ได้กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแคเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค ว่าลูกค้ามีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัดเพียงใด ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการและสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาซีคอนบางแค
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ซีคอนบางแค

การทบทวนวรรณกรรม

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

Pearce (2015) กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมและความภักดีต่อตราสินค้าอย่างมาก และเป็นผู้ที่ใช้สินค้าในปริมาณที่มาก ดังนั้นโปรแกรมการตลาดใด ๆ ที่มุ่งสร้างความภักดีของลูกค้าจะมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าและกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าในปริมาณมากจึงจะทำธุรกิจได้รับกำไรในระยะยาวเกิดจากโปรแกรมการสร้าง ความภักดีของลูกค้าและการที่นักการตลาดต้องการส่วนแบ่งการตลาดทำให้นักวิชาการมองว่า ความภักดีของลูกค้าเป็นเครื่องมือในการเพิ่มยอดขายและปกป้องส่วนแบ่งตลาด และทำให้ต้องใช้สิ่งจูงใจต่างๆ ในการสร้างความภักดีของลูกค้า ซึ่งอาจกำหนดเป็นแนวความคิดเอกพจน์เป็นทัศนคติที่มีต่อวัตถุ ความภักดีหรือการซื้อซ้ำเป็นพฤติกรรมการอุปถัมภ์หรืออาจรวมถึงทัศนคติและพฤติกรรมในการแสดงออกเชิงโต้ตอบ

Kotler (2015) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่มและองค์กรนั้นเลือกซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ และความปรารถนาของตนได้อย่างไร อีกทั้งยังคำนาย อภิปรัชญาสกุล (2558) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายครอบคลุมสาระสำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ การกระทำของแต่ละบุคคล การได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ และกระบวนการตัดสินใจ



ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ

Wang (2016) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการให้บริการ และ ผู้ปฏิบัติจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการนำเสนอบริการที่ผู้ใช้บริการชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณสมบัติของ บริการที่ผู้ใช้บริการต้องการวิธีตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ผู้ใช้บริการปรารถนาซึ่งเป็นผลดีต่อ ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และสามารถตอบสนองบริการที่ตรงกับลักษณะและ รูปแบบที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ได้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล พันธุ์เตี้ย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพ ทำงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท พฤติกรรมของผู้ใช้บริการคือ การเลือกใช้ บริการรับ-ส่งพัสดุในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้บริการเดือนละครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 12.01 – 16.00 น. และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่า 100 บาท นอกจากนี้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจมากที่สุด คือด้านราคาค่าบริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการการให้บริการ และมีความพึงพอใจในน้อยที่สุด คือด้านลักษณะกายภาพ และ ประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่ เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา สำหรับ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค
2. พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

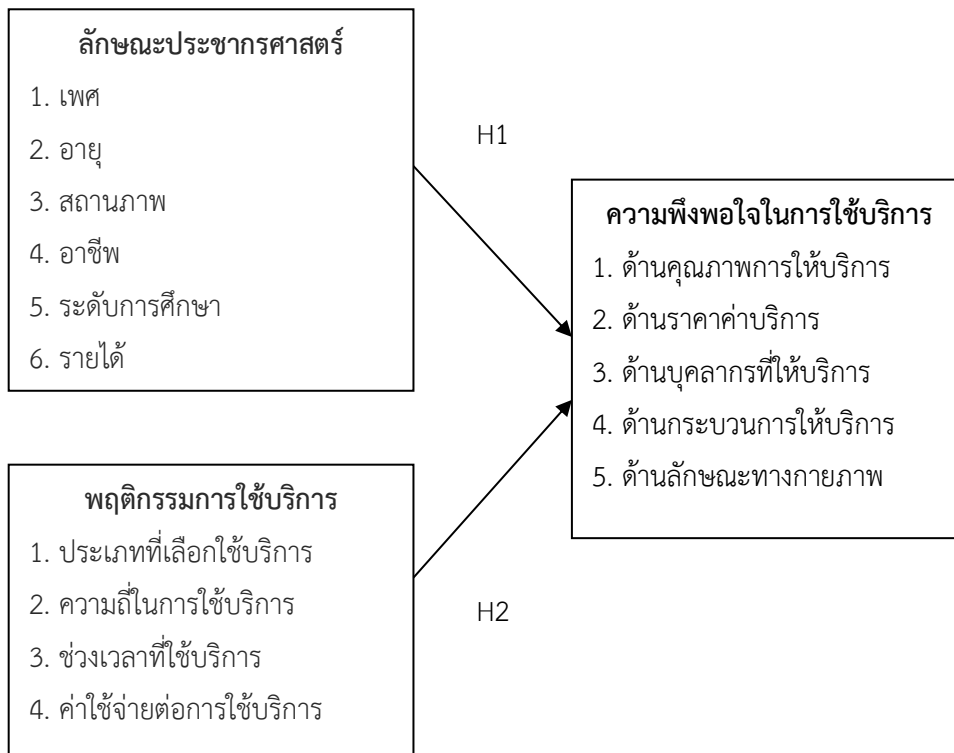


กรอบแนวคิด

จากสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การกำหนดประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค
2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค การศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (กลยา วานิชปัญษา, 2557) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใช้มาตรวัดแบบช่วงระยะ (Interval scale) ซึ่งประกอบด้วย ระดับมากที่สุด = 5, ระดับมาก = 4, ระดับปานกลาง = 3 ระดับน้อย = 2 และระดับน้อยที่สุด = 1

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างโดยแบ่งออกเป็น ส่วนที่ 1 ครอบคลุมเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่วนที่ 2 ครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการ ใช้บริการ ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยสถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (- Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชบัญชา, 2557) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นพบว่า = 0.899

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 11.00 น. ถึง 16.00 น. จำนวน วันละ 40 ตัวอย่าง เป็นเวลา 10 วัน โดยจะเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการทุก ๆ รายที่เข้ามาใช้ผู้ให้บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา สีคองบางแค โดยเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้จากค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi - Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (กัลยา วานิชบัญชา, 2557) เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการ จำนวน 400 คน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.00 และ 45.00 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.20 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.50 สถานภาพโสดมากกว่าสมรส คิดเป็นร้อยละ 60.50 ทำอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และมีรายได้ 30,000 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.40

พฤติกรรมการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา สีคองบางแค

จากผลการวิจัย พบว่า ประเภทที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ ได้แก่ การรับส่งจดหมายในประเทศและต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 72.00 รองลงมาคือการรับ - ส่งจดหมายในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 26.20 และรับส่งธนาคัตติในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.60 ส่วนความถี่ในการไปใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.80 และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ ผู้ใช้บริการนิยมไปใช้บริการในช่วงเวลา 12.01 น. - 16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 8.30 น. -12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.50 และใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 น.-17.00น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง จำนวน ต่ำกว่า 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมาใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 100 -500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.50 และใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มากกว่า 500 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.50



ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค มากที่สุด คือ ด้านราคาค่าบริการ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.617) รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.684) และน้อยที่สุดคือ ด้านลักษณะกายภาพ ($\bar{X} = 3.76$ S.D. = 0.795) จากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพราะความสะอาดภายใน ไปรษณีย์ การบริการที่มีคุณภาพ มีการกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสม และมีการอบรมมารยาทในการให้บริการของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ตลอดจนทางร้านมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการรับบริการของพนักงาน ส่วนการให้บริการด้านสถานที่จอดรถยนต์ที่มีน้อย อาจจะเป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงผลดังตารางที่ 1

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านคุณภาพการบริการ	3.95	0.518	มาก
ด้านราคาค่าบริการ	3.97	0.617	มาก
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.91	0.714	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.94	0.684	มาก
ด้านลักษณะกายภาพ	3.76	0.795	มาก
รวม	3.91	0.715	มาก

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

ผลการทดสอบผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการบริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพ ส่วนอายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการบริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการบริการ ค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สามารถสรุปผลการทดลองสมมติฐานได้ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค				
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการ	ลักษณะกายภาพ
เพศ	0.041*	0.017*	0.758	0.045*	0.012*
อายุ	0.021*	0.001*	0.004*	0.031*	0.002*
สถานภาพ	0.001*	0.005*	0.512	0.001*	0.000*
อาชีพ	0.005*	0.045*	0.016*	0.003*	0.014*
ระดับการศึกษา	0.015*	0.671	0.008*	0.000*	0.000*
รายได้	0.001*	0.000*	0.001*	0.025*	0.005*

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ $*p < 0.05$

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่เลือกใช้บริการ และช่วงเวลาที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ในด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนความถี่ในการใช้บริการ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค

พฤติกรรมการใช้บริการ	ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค				
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการ	ลักษณะทางกายภาพ
ประเภทที่เลือกใช้บริการ	0.010*	0.781	0.512	0.014*	0.001*
ความถี่ในการใช้บริการ	0.000*	0.014*	0.012*	0.001*	0.032*
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	0.024*	0.515	0.662	0.000*	0.000*
ค่าใช้จ่ายต่อการใช้บริการ	0.000*	0.001*	0.001*	0.035*	0.001*

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ $*p < 0.05$



สรุปและอภิปรายผล

1. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($= 3.91$) ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้ใช้บริการจะใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่สาขา ชีคอนบางแค นั้น จะต้องมีการประเมินทางเลือกไปรษณีย์ที่ให้บริการดีที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้นผู้ใช้บริการจะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ราคาค่าบริการที่เหมาะสม ความรวดเร็วในการให้บริการ และมีความสะดวกในการไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้น ย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยผู้ที่มีเพศต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกันออกไป ส่วนผู้ที่มีอายุต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ในการเคยใช้บริการมา นอกจากนี้คนที่มีการศึกษาสูงจะมีการพิจารณาหรือหาข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ ส่วนคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดค่านิยมที่มีต่อการใช้บริการที่แตกต่างกันออกไปตามอาชีพที่ประกอบ ส่วนคนที่มีรายได้สูงย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีการใช้จ่ายหรือ ใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำซึ่งต้องคิดพิจารณาในการเลือกซื้อ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นจริง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมการใช้บริการอาจช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความความพึงพอใจในการใช้บริการได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการใช้บริการ และคุณภาพการให้บริการที่ดีเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloch & Richins (2015) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับ นฤมล พันธุ์เตี้ย (2558) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำหรับ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ หลักสี่ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อการใช้บริการที่บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแคในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการเพิ่มการพัฒนาคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น มีการกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสม อีกทั้งควรมีการอบรมมารยาท การแต่งกาย บุคลิกภาพ และการช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงานให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด และจากความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ นั้น ผู้ประกอบการควรจัดให้มีที่จอดรถยนต์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ตัวแปรในการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการให้บริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เช่น ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาล สถานะทางเศรษฐกิจของประเทศหรือของโลก สภาวะสังคม ส่วนด้านกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเฉพาะบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา ชีคอนบางแค เท่านั้น ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่สาขาอื่นด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา เหมงค์. (2553). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับฝาก ณ ที่ทำการไปรษณีย์ หลักสี่*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2557). *สมการโครงสร้าง SEM โดย AMOS*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- คำนาย อภิรัชญาสกุล. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชชิง จำกัด.
- นฤมล พันธุ์เตี้ย. (2558). *พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำโรง*. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยสยาม.
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. (2560). *ไปรษณีย์ไทยเพิ่มความสะดักนักช้อป*. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1444279899
- Kotler, Philip. 2015. *Marketing Management*. 18th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Pearce, R. D. (2015). *Global competition and technology Basingstoke*. London: Macmillan.
- Bloch, P., & Richins, M. (2015). *An investigation of consumer browsing behavior*. Advances in Consumer Research.





ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค
ในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

The Marketing Factors Affecting the Purchasing Behavior and Consumer's
Fashion Clothing in Chatuchak Weekend Market, Bangkok

ปาริชาติ วงษ์ทองดี

บัณฑิตวิทยาลัยด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Email: bifac2010@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์และศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 1 ครั้ง ต่อเดือน นิยมซื้อช่วงเวลา 14.01 - 15.30 น. ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณโซน 12 มากที่สุด และส่วนใหญ่ซื้อไว้ใช้เอง ส่วนการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาด, พฤติกรรมการซื้อ, ตลาดนัดสวนจตุจักร



Abstract

This research aims to explore the personality and to study the Factors affecting the purchasing behavior and consumption fashion clothing in Chatuchak Weekend Market, Bangkok. The samples were customer's buy clothes in Chatuchak Weekend Market 400 samples by accident random sampling. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation and chi square is used to test hypothesis results, it is found by research results that

The result of the study showed that most consumers were female, aged between 31 - 40 years, hold bachelor's degree and earned up to 30,000 Baht. In addition, Most of them used frequency of purchasing 1 time per month; Most of them purchased at fashion zone no 12 and bought their own used. For assumption test, it has found that sex, age, education level income per month and occupation were related to purchasing behavior and consumer's fashion clothing in Chatuchak Weekend Market, Bangkok. Besides, it also has found that marketing mix was related to purchasing behavior and consumer's fashion clothing in Chatuchak Weekend Market, Bangkok too.

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Behavior, Chatuchak Weekend Market.

บทนำ

ในปัจจุบันสภาวะการตลาดของธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง มีตราสินค้าเกิดขึ้นมากมาย การออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาให้มีความทันสมัยตลอดเวลา ในส่วนทางด้านการตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นนั้นมีผู้ประกอบการเข้ามาในตลาดนี้ตลอดเวลาเช่นกัน จึงทำให้ต้องมีการพัฒนาในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย เพื่อดึงดูดให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค ในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีบทบาทมากขึ้นในการซื้อสินค้า จึงส่งผลให้หลายธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และเป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นได้ง่ายขึ้น

สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อเสื้อผ้าในขณะนี้ ได้แก่ ตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งเป็นสถานที่ที่ติดหนึ่งในสิบสถานที่ยอดนิยมที่ผู้บริโภคชอบไปซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ความหลากหลายของเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักรทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจ โดยรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นมีความหลากหลายและมีรูปแบบที่สามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการมากขึ้น ตลาดนัดสวนจตุจักรจึงเป็นช่องทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่ให้ความสนใจเป็นอันดับต้นๆ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร



จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร” เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยดังกล่าว ไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการในการให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

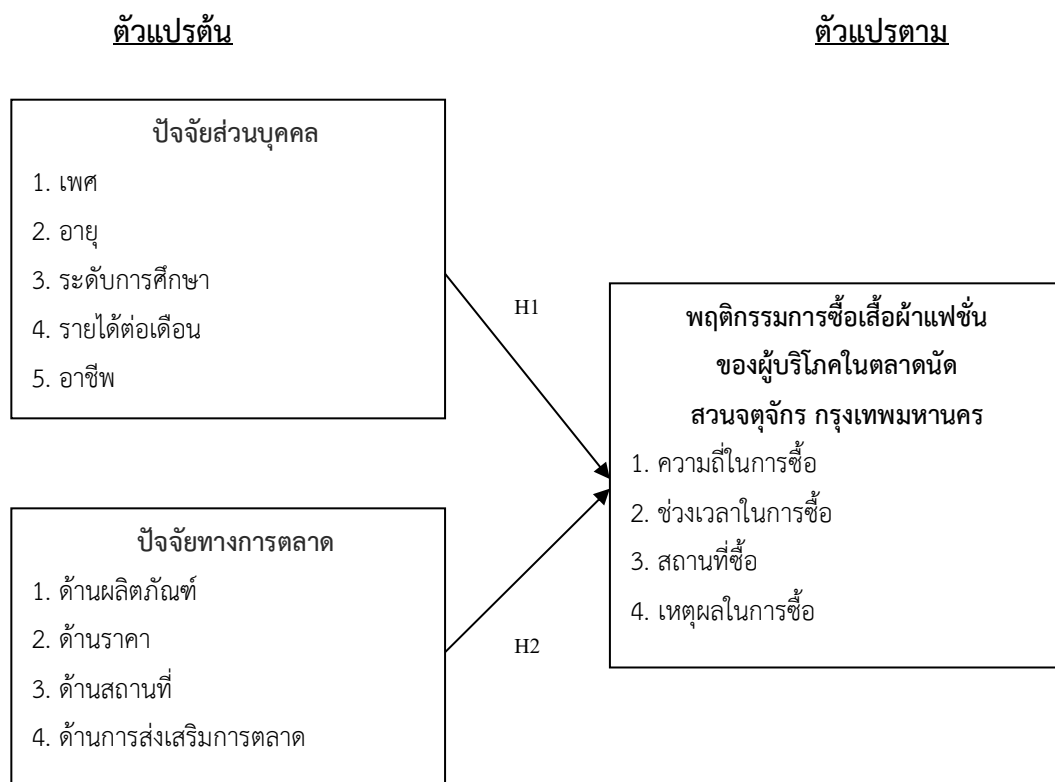
1. เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



การทบทวนวรรณกรรม

ลัดนา วัณณะชีวะกุล (2553) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ (Personal Factors) เป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคลดังนี้ (1) อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน (2) วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน (3) อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน (4) โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน และ (5) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

Kotler (2000) ได้ให้ความหมายของปัจจัยทางการตลาดไว้ว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

ดารา ทิปะปาน (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าว เพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณ ยังอยู่ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประชาชนในเขตบางแค ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตบางแคเลือกผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป มีความหลากหลายยี่ห้อ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีหลายราคาให้เลือกซื้อ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าการนำไปจ้างตัดเฉพาะตัวที่ร้านตัดเย็บ มีการออกแบบสวยงามทันสมัยตรงตามความต้องการ และสามารถทดลองสวมใส่ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อได้ ซึ่งในการเลือกซื้อนั้นก็อาศัยข้อมูลจากญาติ พี่ น้อง พ่อ แม่ เพื่อนเป็นหลัก โดยเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ยี่ห้อต่างๆ เน้นที่คุณภาพสินค้ากับราคา และเกิดจากความเชื่อถือในสินค้าก็ต่อเมื่อได้ทดลองใช้หรือสวมใส่ ส่วนความภักดีต่อราคาสินค้านั้นมีผลต่อการซื้อของประชาชนในเขตบางแคแต่ละครั้งนั้นก็มักจะมีการหาข้อมูลก่อนซื้อทุกครั้งแต่จะอาศัยประสบการณ์ความชอบส่วนตัวในการเลือกซื้อ มากกว่า

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 385 คน คำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 แต่เพื่อความมั่นใจในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ราย



3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ และปัจจัยทางการตลาด ใช้มาตรวัดแบบช่วงระยะ (Interval scale) ซึ่งประกอบด้วย ระดับมากที่สุด = 5, ระดับมาก = 4, ระดับปานกลาง = 3 ระดับน้อย = 2 และระดับน้อยที่สุด = 1 ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างโดยแบ่งออกเป็น ส่วนที่ 1 ครอบคลุมเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ส่วนที่ 2 ครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ สถานที่ซื้อ และเหตุผลในการซื้อ ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาด

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) วันเสาร์ และ วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 8.00 น. ถึง 18.00 น. จำนวนวันละ 100 ตัวอย่าง เป็นเวลา 4 วัน โดยเก็บข้อมูลในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) [6] เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด และพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ส่วนการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด และพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ใช้สถิติไคสแควร์ [6] โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 และสถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ผลการทดสอบความเชื่อมั่น $\alpha = 0.906$

ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.00 และ 42.00 ตามลำดับ มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.30 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 43.00

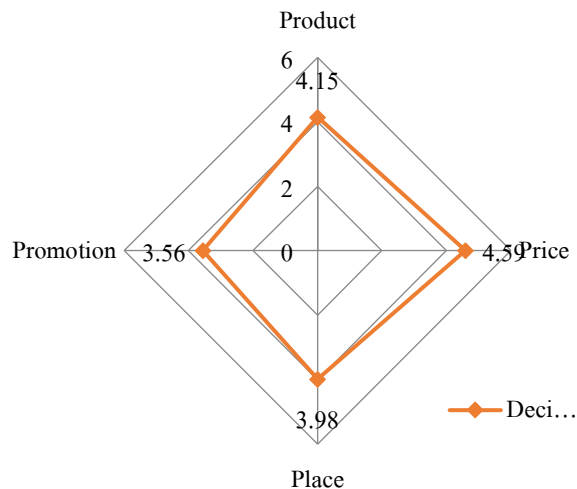
พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดนัดจตุจักร 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.00 นิยมมาซื้อในเวลา 14.01น. - 15.30น. คิดเป็นร้อยละ 32.30 ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณโซน 12 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.50 และเหตุผลในการซื้อเพื่อซื้อไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 36.50



ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักรให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$) เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า ผู้ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดสวนจตุจักรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับรองลงมา ($\bar{x} = 4.15$) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{x} = 3.56$) แสดงผลดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานครในด้านความถี่ในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ เหตุผลในการซื้อ ส่วนอายุ รายได้ต่อเดือน และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ สถานที่ซื้อ และเหตุผลในการซื้อ ส่วนระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ และสถานที่ซื้อ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ลักษณะประชากรศาสตร์	พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค ในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร			
	ความถี่ในการซื้อ	ช่วงเวลาในการซื้อ	สถานที่ซื้อ	เหตุผลในการซื้อ
เพศ	✓	✓	✗	✓
อายุ	✓	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	✓	✗
รายได้ต่อเดือน	✓	✓	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน ✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการซื้อ ช่วงเวลาในการซื้อ และสถานที่ซื้อ ส่วนด้านราคาและด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานครในด้านความถี่ในการซื้อ และสถานที่ซื้อ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยทางการตลาด	พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค ในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร			
	ความถี่ในการซื้อ	ช่วงเวลาในการซื้อ	สถานที่ซื้อ	เหตุผลในการซื้อ
ด้านผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✗
ด้านราคา	✓	✗	✓	✗
ด้านสถานที่	✓	✗	✓	✗
ด้านส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✗

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน ✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน



สรุปและอภิปรายผล

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ขนาดครอบครัว และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจาก การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยผู้มีเพศต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรแตกต่างกันไป ส่วนผู้ที่มีอายุต่างกัน ย่อมมีการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่เปลี่ยนไปตามประสบการณ์ของความนิยมในสังคม ส่วนระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ส่วนผู้ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีรายได้สูงย่อมมีการตัดสินใจในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ต่ำที่ต้องพิจารณาในการตัดสินใจอย่างระมัดระวัง และอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดค่านิยมที่มีต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่างกันออกไปตามอาชีพที่ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโซโลมอน (Solomon, 2007) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย และรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่ตัดสินใจซื้อ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ยังอยู่ (2554) [4] ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประชาชนในเขตบางแคพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในเขตบางแค

2. ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักร ผู้บริโภคจะทำการศึกษาค้นหาข้อมูล ประเมินทางเลือก เพื่อที่จะได้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักร ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้น ผู้ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรจะคำนึงหรือให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาขายเสื้อผ้าแฟชั่นที่เหมาะสม สถานที่ตั้งของร้านที่จัดจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสามารถเดินทางได้สะดวกสบาย มีการส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็น การให้ส่วนลด หรือบัตรกำนัล ซึ่งสอดคล้องกับตารา ทีปะปาน (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าว เพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

3. จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากมาจากปัจจัยทางการตลาดซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการของสินค้าและบริการ หรืออาจกล่าวได้ว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 2000) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจในการใช้บริการ





ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคามากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการในตลาดนัดจตุจักรควรให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาขายเสื้อผ้าแฟชั่นให้เหมาะสม เพื่อจูงใจให้ผู้สนใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นให้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดนัดจตุจักรให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในอันดับรองลงมา ดังนั้นผู้ประกอบการในตลาดนัดจตุจักรควรนำเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีคุณภาพมาจำหน่าย และควรมีการกำหนดระยะเวลาการรับประกันผลิตภัณฑ์ให้ด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น และกลับมาใช้บริการซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ยังอยู่. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประชาชนในเขตบางแค. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยสยาม.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2557). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ด้วย AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารา ทีปะปาน. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ลัคนา วัฒนชะวีกุล. (2553). ประชากรศาสตร์: สารสำคัญโดยสังเขป. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2558, จาก <http://www.stat.mju.ac.th/lakhana/demography/bib.pdf>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. 10th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.



ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทย กรณีศึกษาบริษัท ABC
Competitiveness Freeze Dried Durian Industry A Case Study of
ABC (Thailand) Co.,Ltd.

วิทวัส สมานลี

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทคัดย่อ

เนื่องจากอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีผลต่ออุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องหลายด้าน และยังสามารถบ่งบอกการเติบโตของอุตสาหกรรมอื่นได้ด้วย เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่มีการบริโภคเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งสามารถนำมาเก็บรักษาไว้บริโภคได้เกิน 1 ปี และยังมีรูปแบบหลากหลาย ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าได้ด้วย ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาหาข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการผลิตทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทยของบริษัท ABC และเพื่อการศึกษาถึงระดับและความสามารถในการแข่งขันและแนวโน้มการแข่งขันของอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทยโดยเปรียบเทียบข้อมูลกับบริษัทผู้ร่วมธุรกิจ ในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ผลิตอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งจำนวน 10 บริษัท ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ABC แตกต่างกันไปผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง และข้อมูลความคิดเห็นของบริษัทผู้ร่วมในอุตสาหกรรมมีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ABC มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง หมวดพิกัดศุลกากร 0810.60.00 ในตลาดโลก

คำสำคัญ: ข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน, ตัดสินเพิ่มเครื่องจักรในการผลิต, ทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง





Abstract

The freeze dried fruit industry is a huge industry and other industries that affect many aspects and also indicates the growth of other industries as well. Since most products are consumed in large numbers. The current freeze dried fruit has been extremely popular. Because the freeze dried fruit can be preserved consumed more than one year. And also a variety of forms. Which can add value to the product as well. In this study aimed to identify competitive advantages in the production of freeze-dried fruit of Thailand ABC. And educational levels and the competitiveness of the industry and competitive trends freeze drying the fruit of Thailand. By comparing the data with business partners in the industry, dried fruit freezing questionnaire was used for data analysis. The study was qualitative research. Depth interviews with industry manufacturers, dried fruit frozen 10 companies. Results showed that information about the different business resulted in the competitiveness of the company ABC differences affecting the competitiveness of industrial drying frozen durian. And reviews of companies engaged in the industry with the ability to influence. Tournament of ABC Company. Affecting the competitiveness of industrial drying frozen durian. It can implies that the four countries have also gain a comparative advantage in the export of Durian freeze-drying in world market under harmonize code 0810.60.00

Keywords: Competitive advantages, Judging increase in production machinery.

บทนำ

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีศักยภาพทางการตลาดเนื่องจากผลผลิตทุเรียนของประเทศไทยมีชื่อเสียง ในด้านคุณภาพรสชาติที่ดีที่สุดในโลก และยังเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีคู่แข่งน้อยรายอีกด้วย ผลผลิตทุเรียนของไทยจึงเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ

ปัญหาผลผลิตทางการเกษตรล้นตลาด คงจะเป็นปัญหาที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ของเกษตรกรไทย และสามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง โดยเฉพาะเมื่อถึงฤดูร้อนผลไม้จะมีผลผลิตออกมาจำนวนมาก ส่งผลให้ราคาตกต่ำ ดังนั้นวิธีที่ดีที่สุดคือการนำผลไม้ไปแปรรูป ปัจจุบันนี้ได้มี ได้นำเทคโนโลยี Freeze-Drying ที่เป็นการนำผลไม้สดไปแช่แข็งเพื่อให้รสชาติของผลไม้คงคุณค่าและรสชาติให้ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด และนำไปผ่านระบบ Freeze-Drying ซึ่งวิธีนี้ทั่วโลกต่างยอมรับกันว่า เป็นกรรมวิธีการถนอมอาหารที่สามารถรักษาคุณค่า ทางอาหารทั้งรส กลิ่น และรูปทรงได้ใกล้เคียงกับอาหารสดมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผักและ ผลไม้รวมทั้งยังสามารถควบคุมเรื่องความสะดวกได้อีกด้วย

ดังนั้นการคิดค้นวิธีการถนอมอาหารที่สามารถ เก็บคุณค่าของอาหารได้หมดทุกอย่างโดยเรา เรียกวิธีการนี้ว่าระบบ Freeze Dry หรือ อบแห้งเยือกแข็ง เทคโนโลยีการฟรีซดราย (Freeze Dry) ถ้าหากอธิบาย ให้เห็นภาพ



ง่าย ๆ นั้นก็เปรียบเสมือนการ ดึงเอาน้ำหรือของเหลวออกจากอาหารโดยไม่ใช้ความร้อนแต่คง ไว้ซึ่ง สารอาหารแร่ ธาตุ และ วิตามินต่างๆ ไว้เช่นเดิม ซึ่งวิธีการถนอมอาหารนี้ เป็นแบบเดียวกับที่องค์กร นาซ่าของอเมริกาใช้เพื่อ แปรรูปอาหาร ให้นักบินอวกาศด้วย โดยอาหารบางชนิดเมื่อผ่านการฟรีซตราย หรือ อบ ด้วยวิธีนี้แล้ว จะสามารถ มีอายุได้เกิน 10 ปี เลยทีเดียวเมื่อจัดเก็บในอุณหภูมิ ที่เหมาะสม แตกต่างจากการอบแห้งแบบเก่าอย่างสิ้นเชิง ที่จะต้องใช้ การใช้อุณหภูมิความร้อน ซึ่งจะทำลายคุณค่าทางโภชนาการ ของอาหารไปเกิน 90% จะเหลือก็เพียง น้ำตาลหรือคาร์โบไฮเดรต เท่านั้น อีกทั้งอายุของอาหารก็ยังสั้นกว่าการอบฟรีซตราย อีกด้วย

แม้ว่าการจำหน่ายในประเทศไทยมีอัตราส่วนที่น้อยหากเทียบกับการจำหน่ายใน ต่างประเทศ ซึ่งสาเหตุ หลักอยู่ที่ประเทศไทยมีผลไม้สดให้บริโภคได้ตลอดทั้งปี และราคาก็ไม่สูงมาก ดังนั้น ผลไม้แปรรูปจึงไม่ค่อยเป็นที่ นิยมมากสำหรับคนไทย แต่สำหรับชาวต่างชาติการนำเทคโนโลยีนี้ มาใช้ในการแปรรูปผลไม้ถือว่าตรงกับ ชาวต่างชาติมาก ที่นอกจากจะคงคุณค่าและรสชาติได้ เหมือนกับผลไม้สดแล้ว ผลไม้เหล่านี้ยังคงวิตามินซีไว้ด้วย รสชาติจะไม่มีการใช้ น้ำตาลหรือ ใช้ส่วนผสมอาหารเพื่อเพิ่มความน่ารับประทานของผลไม้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อการศึกษาหาข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการผลิตทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง ของไทยของบริษัท ABC
2. เพื่อการศึกษาถึงระดับและความสามารถในการแข่งขันและแนวโน้มการแข่งขันของอุตสาหกรรม ทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทยเท่านั้น
2. เก็บข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามของตัวแทนแต่ละบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรม
3. ระยะเวลาศึกษาในช่วง มกราคม 2558 – กุมภาพันธ์ 2558

แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

1. ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ
2. ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ Five-Force Model
3. ทฤษฎีการวิเคราะห์องค์การโดย SWOT Analysis

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหารบริษัทคู่แข่งทั้งหมด 10 บริษัทในอุตสาหกรรมทุเรียน อบแห้งเยือกแข็ง เนื่องด้วยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งยังคงมีน้อยรายในประเทศไทย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล





เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดจากการศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาสร้างแบบสอบถาม

3. วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ

3.1 ขั้นตอนการทำวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 การตอบแบบสอบถามเจ้าของผู้ผลิตอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอรายงานการวิจัย

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

3.3 วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดจากการศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการแข่งขันของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (Competitive Advantage Theory) โดยใช้แบบ Diamond Model โดยวิเคราะห์ทั้ง 6 ด้าน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ โดยใช้แบบ Five-Forces Model ปัจจัยหรือสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง โดยวิเคราะห์ทั้ง 5 ด้าน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎี SWOT Analysis โดยวิเคราะห์สภาพองค์การ หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญใน การดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคตโดยวิเคราะห์ทั้ง 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายใน และสภาพการณ์ภายนอก

ผลการวิจัย

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของบริษัท ABC ในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทย โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจะนำมาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งจาก



ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และได้จากแบบสอบถามผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกโดยการศึกษา จะประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1. การวิเคราะห์ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันตามแบบจำลอง Diamond Model 2. การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญทั้งในระดับธุรกิจและระดับอุตสาหกรรมโดยใช้แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) และ และส่วนที่ 3 การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งโดยรวม โดยใช้แบบจำลอง SWOT Analysis Model ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันตามแบบจำลอง Diamond Model

จากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในระดับอุตสาหกรรม โดนใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันตามแบบจำลอง Diamond Model เป็นเครื่องมือ พบว่าประเทศไทยมีปัจจัยที่ผลักดันให้อุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน ได้แก่ ความได้เปรียบจากการความอุดมสมบูรณ์ของทุเรียนในประเทศไทย ทำให้มีผลผลิตทุเรียนป้อนเข้าสู่โรงงานเพื่อแปรรูปเป็นอย่างดี และมีความพร้อมด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมแปรรูปทุเรียนที่มีทักษะและมีประสบการณ์สูง รวมถึงมีเกษตรกรที่มีความเชี่ยวชาญ อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และได้ประโยชน์จากอุปสงค์ทุเรียนอบแห้งของผู้บริโภคภายในประเทศมากขึ้น เนื่องจากกระแสการรักสุขภาพ และโครงสร้างประชากรที่มีผู้สูงอายุมากขึ้น และบางส่วนมาจากการที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งหันมาทำตลาดในประเทศมากขึ้นอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทย มีข้อเสียเปรียบ และอุปสรรคบางประการที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทย คือ การแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศจีน เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ที่มีค่าแรงต่ำกว่าประเทศไทย และสินค้าเกษตรกรรมของประเทศไทยมีความอ่อนไหวผันผวนง่ายทำให้ผู้ประกอบการบริหารต้นทุนวัตถุดิบได้ลำบาก ซึ่งอุปสรรคเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทยได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็ก ในอุตสาหกรรมผลไม้อบแห้งที่กำลังได้รับผลกระทบอย่างมากจากสภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น เนื่องจากการเข้ามาของบริษัทชาวจีน ซึ่งเปลี่ยนจากพ่อค้าคนกลางผู้รับซื้อผลผลิตมาเป็นผู้ผลิตเอง

2. การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญทั้งในระดับธุรกิจและระดับอุตสาหกรรมโดยใช้แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model)

จากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญในระดับธุรกิจ โดยใช้แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) เป็นเครื่องมือ พบว่า สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทยมีการแข่งขันสูง โดยผู้ประกอบการขนาดเล็กต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มากกว่าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ เนื่องจากมีแรงกดดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เป็นบริษัทชาวต่างชาติและต้องเผชิญกับผู้ประกอบการเดิมภายในอุตสาหกรรมที่มีอยู่จำนวนมากอีกทั้งไม่มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ซื้อและผู้จัดหาวัตถุดิบมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กปรับตัวโดยการเพิ่มมาตรฐานการผลิตให้สินค้าของบริษัทได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เช่น มาตรฐานอาหารและยา (อย.) มาตรฐาน GMP เป็นต้น และดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด และสร้างตราสินค้าของตนเองให้เป็นที่รู้จัก เพื่อลดพึ่งพิงลูกค้าคนกลางโดยผ่านโครงการสินค้าประจำตำบล (OTOP) เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตราสินค้าของบริษัท และเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของบริษัทได้ทางหนึ่งโดยผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเป็นจำนวนมาก ส่วน





ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ปรับตัวต่อสภาวะการแข่งขันโดยเพิ่มการบริหารจัดการและการวางแผน ด้านแหล่งวัตถุดิบของบริษัท โดยเพิ่มการทำ Contract Farming กับชาวนา และใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานคือ เน้นการวิจัยและพัฒนา เพื่อเสริมสร้างความแตกต่างและมูลค่าให้กับสินค้าของบริษัท (Product Differentiation) โดยการวิจัยและพัฒนาสินค้าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทั้งในด้านการสร้างสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด การเพิ่ม คุณภาพสินค้าเดิม และการลดต้นทุนการผลิต ประกอบกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

3. การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งโดยรวม โดยใช้แบบจำลอง SWOT Analysis Model จากการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งโดยรวม โดยใช้แบบจำลอง SWOT Analysis Model เป็นเครื่องมือพบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีจุดแข็งในด้านประสบการณ์และความสัมพันธ์กับ ผู้จัดหาวัตถุดิบและผู้ซื้อเนื่องจากติดต่อกันมานาน ประกอบกับมีโอกาสในการเติบโตเนื่องจากความต้องการซื้อ ของพ่อค้าคนกลางยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรมักได้รับการสนับสนุนจาก รัฐบาล แต่ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีจุดอ่อนในการวางแผนการดำเนินงาน และการทำการตลาด รวมไปถึง มาตรฐานของสินค้า อีกทั้งต้องเผชิญกับการแข่งขันจากพ่อค้าชาวจีนที่หันมาเป็นผู้ผลิตเองทำให้แย่งส่วนแบ่งทาง การตลาด ส่วนผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดใหญ่มีจุดแข็งในด้านคุณภาพสินค้ากระบวนการผลิตที่ได้ มาตรฐาน และมีกรวางแผนการดำเนินงานและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการ แข่งขัน รวมถึงมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดหาวัตถุดิบ และผู้ซื้อ ประกอบกับการได้รับประโยชน์จากการเปิดการค้าเสรี กับประเทศคู่ค้า ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่มีจุดอ่อนในด้าน ต้นทุน เนื่องจากใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรสูง แต่การผลิตบางส่วนยังคงต้องอาศัยแรงงานคน ซึ่งค่าแรงสูงขึ้นอย่าง ต่อเนื่อง ทำให้มีต้นทุนที่แล้วต้นทุนแปรผันสูง และการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศมากทำให้ได้รับผลกระทบจาก สภาวะเศรษฐกิจโลกมาก อีกทั้งผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศ เพื่อนบ้านซึ่งมีข้อได้เปรียบคือมีต้นทุนค่าแรงที่ต่ำกว่าอีกด้วย

ทั้งนี้ภาครัฐบาลและนโยบายของรัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในระดับ อุตสาหกรรมของผู้ประกอบการทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทย หากรัฐบาลมีการวางแผนการบริหารงาน มีความชัดเจนในนโยบายและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงจะส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือก แข็งของประเทศไทยได้เป็นอย่างมากและเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนในอนาคต

อภิปรายผล

เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของ ประเทศไทย จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากปัญหาการพึ่งพิงพ่อค้าคนกลางมากเกินไป ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง ของประเทศไทยควรทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น โดยหันมาติดต่อกับผู้ซื้อทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ และหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง ลดสัดส่วนการค้าขายกับพ่อค้าคนกลางซึ่งส่วนมากจะ เป็นชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีน ซึ่งมักจะมีอิทธิพลในการกำหนดราคาและปริมาณการรับซื้อจากผู้ประกอบการ



มาก ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ประกอบการหมดไป และผู้ประกอบการมีความเสี่ยงที่พ่อค้าคนกลางเหล่านี้จะหันมาเป็นผู้ผลิตแข่งกับผู้ประกอบการเองในอนาคต

2. จากปัญหาด้านการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งรายใหญ่ซึ่งเป็นบริษัทต่างชาติ หน่วยงานของรัฐบาลควรมีนโยบายในการสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรของประเทศไทยอย่างชัดเจน เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลยังมีการให้การสนับสนุนแก่นักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการแปรรูปสินค้าเกษตร ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังการเข้ามายุติครองส่วนแบ่งทางการตลาดของนักลงทุนต่างชาติจากผู้ประกอบการของประเทศ และเข้ามามีอิทธิพลเหนือตลาด ทั้งที่จริงแล้วอุตสาหกรรมเหล่านี้ควรได้รับการปกป้อง เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการภายในประเทศเท่านั้น

3. จากปัญหาความผันผวนของปริมาณ และราคาผลผลิตทางการเกษตร หน่วยงานของรัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาภาคเกษตรมากขึ้น โดยจัดทำแผนงานอย่างเป็นรูปธรรม เกี่ยวกับการให้ความรู้ และสาธิตวิธีการเพาะปลูกทุเรียนที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อเสริมสร้างการทำการปลูกทุเรียนเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

นอกจากนี้การเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งสามารถทำได้ อย่างจำกัด เนื่องจากการตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการเพื่อขอข้อมูล ผู้ประกอบการจะยินดีให้ข้อมูลเพียงบางส่วนเท่านั้น ประกอบกับปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทยโดยตรง ทำให้ข้อมูลเชิงลึกในบางส่วนยังคงขาดอยู่

ทั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของไทย

1. ควรศึกษาด้านการเจาะลึกถึงนโยบายของภาครัฐซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการของประเทศไทยทั้งแง่บวกและแง่ลบ
2. ควรศึกษาปัจจัยในผลิตที่สามารถนำไปสู่การเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของผลกระทบหรือการปรับตัวของผู้ประกอบการของไทยต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านมาตรฐานการนำเข้าสินค้าของประเทศคู่ค้า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการดำเนินงาน และพัฒนากระบวนการผลิตของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทุเรียนอบแห้งเยือกแข็งของประเทศไทย
4. ควรศึกษาปัจจัยที่เป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมเพื่อเป็นผู้นำการส่งออกของทุเรียนอบแห้งเยือกแข็ง



เอกสารอ้างอิง

- กัตติญญ หิรัญญสมบุรณ์. (2554). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ International Business Management*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). *ร่วมสร้างประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. กรุงเทพฯ: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.
- กรมส่งเสริมการส่งออก. *โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่การทำธุรกิจในต่างประเทศ (Internationalization Project)*. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.dephtai.go.th/tabid/100/Default.aspx>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. *การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (ECIT: Enhancing SMEs Competitiveness Through IT)*. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2554, จาก <http://info.dip.go.th/>
- โชคชัย ชัยธวัช. (2546). *ผู้ประกอบการชาวจีนในตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊คสแตนด์การ์ด.
- ญาณัญญา ศิริภักธธาดา (2549). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร*. รายงานการวิจัยตามโครงการวิจัยและบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2552). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ทศพล คำวังแคน. *สาเหตุและแรงจูงใจของการดำเนินธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.totsapon3003.blogspot.com>
- บุญธรรม กิจปรีดาภิรุทธิ์. (2549). *รวมบทความ การวิจัย การวัดและประเมินผล*. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: โรงพิมพ์นิตการพิมพ์.
- พงษ์สรรค ลิลาหงส์จุฑา และลักคณา วรศิลป์ชัย. (2553). *กลยุทธ์ผู้ส่งออกไทยบนความท้าทายของบริบทโลก*. *วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*. 30(4), 177-180.
- พัชรี วิหะกะรัตน์. (2554). *ความสามารถในการแข่งขันอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา เศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. (2550). *การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวคิดฐานทรัพยากร : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออกกรณีศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. *ความสำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2555, จาก <http://blog.rmutsb.ac.th>
- ราวดี สุริสระพันธ์. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ด. (ธุรกิจระหว่างประเทศ). บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิวิมล สุขบท. (2546). *การตลาดระหว่างประเทศ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์ แอนด์ เจอนัลพับลิเคชั่น จำกัด.

- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2555). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ International Business Management*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2546). *โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *นิยาม SMEs*. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2554, จาก <http://www.ismed.or.th>
- สโรกาญจน์ เปี่ยมพงษ์สานต์. *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กับผลกระทบต่อ ประเทศไทย (ตอนที่ 1)*. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2555, จาก <http://www.manager.co.th/mutualfund/ViewNews.aspx?NewsID=9550000074740>



ความพึงพอใจของคนพิการที่มีต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ

โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18

Satisfaction in Service of Community welfare Protection Center #18 in Issuing ID Card for Persons with Disabilities

วายุรี สุตรัก

มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการโดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชนเขต 18 เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนารูปแบบงานบริการออกบัตรประจำตัวคนพิการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ คนพิการที่มาใช้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ ณ ศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชนเขต 18 จำนวน 245 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าสถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ย ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบค่าไคสแควร์ และวัดทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าแกมม่า ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของคนพิการที่มีต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ คือ ระดับการให้บริการในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอน ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านอาคาร/สถานที่ แต่ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทความพิการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

คำสำคัญ: คนพิการ, การให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ, ความพึงพอใจ



Abstract

This research has an objective to study the satisfaction of disabled people toward the issue of disable identification card of Community Welfare Protection Center, District 18, for the purpose of using the knowledge to improve and develop disable identification card issuing service. The sampled groups used in this study are the disabled people who receive the disable identification card issuing service at Community Welfare Protection Center, District 18 for 245 persons. The tool used for data gathering is questionnaires, analyzed the data by frequency, percentages, and means. Examining the hypothesis by statistics, and analyzed the data using Chi-square and measuring the relating direction between the variables by gamma. The result of the study shows that the satisfaction of disabled people toward the issue of disable identification card of Community Welfare Protection Center, District 18 is in high level. The factors that related to the satisfaction are the services level in each sector e.g. procedures/methods, personnel and service officers, facilities, and building/locations. However the personal factors are gender, age, educational level, and types of disabilities are not related to the satisfaction.

Keywords: Disabled People, Issue of Disable Identification Card, Satisfaction.

บทนำ

การจดทะเบียนคนพิการจึงถือเป็นบันไดสำหรับคนพิการที่จะก้าวเข้าสู่การรับสิทธิและสวัสดิการต่าง ๆ จากภาครัฐได้เริ่มให้คนพิการออกมาจดทะเบียนคนพิการครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2537 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน และพัฒนารูปแบบจากเดิมมีลักษณะเป็นเล่มแต่ปัจจุบันจะเป็นแบบบัตรแทน แต่การใช้งานสามารถใช้ได้ทั้งสองรูปแบบ (ดังภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ตัวอย่างบัตรประจำตัวคนพิการและสมุดประจำตัวคนพิการ
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ



หน่วยงานของภาครัฐที่ทำหน้าที่ออกบัตรประจำตัวคนพิการมี 2 หน่วยงาน คือ 1) กระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ โรงพยาบาลของรัฐตามประกาศของสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ และ 2) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด 76 จังหวัด และหน่วยงานกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ คือ ศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต จำนวน 12 แห่ง

ศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 ทำหน้าที่เป็นศูนย์บริการร่วมของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ การให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการเป็นภารกิจหนึ่งของศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2555 ปัจจุบันมีคนพิการที่จดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 14,731 คน ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2557 (สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ, 2557) แต่การให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการก็ยังมีข้อร้องเรียนซึ่งในปี 2556 มีข้อร้องเรียน รวม 36 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 44.44 และในปี 2557 รวม 45 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 55.56 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.12 จากปัญหาการร้องเรียนดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการยังไม่เคยมีการศึกษา เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของคนพิการที่มาใช้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดย ศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 เพื่อให้ทราบความพึงพอใจของผู้รับบริการและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานออกบัตรประจำตัวคนพิการ และเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานและใช้เป็นแนวทางในการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการและเพื่อให้คนพิการมีความพึงพอใจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18
- 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คนพิการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คนพิการที่มีประเภทความพิการแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการแตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 3 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านกระบวนการ/ขั้นตอนที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านอาคาร/สถานที่ที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยในลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา วิชาการ หนังสือ ผลงานวิจัยเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เพิ่มศักดิ์ อินทโสโร (2550: 58-59) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา กลุ่มเป้าหมายคือคนพิการที่มาขอรับบริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา พบว่า การจำแนกเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และประเภทความพิการมีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน และศึกษาภาคสนามโดยผู้วิจัยจัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ คนพิการที่มาใช้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 จำนวน 245 คนซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

การทดสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามให้ตรงกับเนื้อหาที่ต้องการ แล้วนำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา นำไปแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์ แล้วไปทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่นกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามชุดเดิมไปถามคนกลุ่มเดิมโดยเว้นระยะเวลาห่างประมาณ 3-4 สัปดาห์ แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งคำนวณค่า Alpha = 0.8307 อยู่ในระดับสูง

ขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลคนพิการที่มาใช้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ ณ ศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 ด้วยตนเองโดยประสานงานกับหัวหน้าศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามและขอรับคืนด้วยตนเองโดยระบุเวลาในการตอบแบบสอบถาม รวมระยะเวลา 1 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for Social Science Statistical) แบ่งเป็น 1) สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทความพิการ และ 2) สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน จะใช้ในการทดสอบสมมติฐานเป็นแบบไม่มีพารามิเตอร์ ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัว



แปรอิสระกับตัวแปรตามว่ามี ความสัมพันธ์กันหรือไม่ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Gamma ใช้อธิบายเกี่ยวกับทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางใด

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 68.16 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 31.84 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.96 รองลงมา คือ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.63 และ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.47 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.53 รองลงมาคือมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.63 และปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 19.59 และมีประเภทความพิการส่วนใหญ่พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย คิดเป็นร้อยละ 37.55 รองลงมาคือพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 31.84 และพิการทางการเห็น คิดเป็นร้อยละ 13.06

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อระดับการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ

ลำดับ ที่	คำถาม	ระดับการให้บริการ					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
ด้านกระบวนการหรือขั้นตอน							3.90
1.	ขั้นตอนในการให้บริการมีความชัดเจน เข้าใจง่าย	48 (19.6)	174 (71.0)	18 (7.3)	2 (0.8)	3 (1.2)	4.06
2.	ขั้นตอนในการให้บริการมีลำดับการให้บริการ ก่อน-หลัง	35 (14.3)	114 (46.5)	89 (36.3)	5 (2.0)	2 (0.8)	3.71
3.	ขั้นตอนในการให้บริการมีระยะเวลาที่เหมาะสม	41 (16.7)	167 (68.2)	30 (12.2)	3 (1.2)	4 (1.6)	3.95
4.	ขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา	37 (15.1)	152 (62.0)	50 (20.4)	4 (1.6)	2 (0.8)	3.88
5.	มีการแนะนำบริการตามกระบวนการ/ขั้นตอน	43 (17.6)	141 (57.6)	54 (22.0)	4 (1.6)	3 (1.2)	3.88
ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ							4.00
1.	ให้ความรู้ และสามารถตอบคำถามได้อย่าง ชัดเจนเข้าใจง่าย	40 (16.3)	174 (71.0)	25 (10.2)	4 (1.6)	2 (0.8)	4.00
2.	มีการแนะนำการให้บริการ	43 (17.6)	156 (63.7)	40 (16.3)	3 (1.2)	3 (1.2)	3.95
3.	เอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	42 (17.1)	156 (63.7)	41 (16.7)	4 (1.6)	2 (0.8)	3.95

ลำดับ ที่	คำถาม	ระดับการให้บริการ					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
4.	บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม เป็นกันเอง	45 (18.4)	169 (69.0)	24 (9.8)	4 (1.6)	3 (1.2)	4.02
5.	แต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย	51 (20.8)	156 (63.7)	31 (12.7)	4 (1.6)	3 (1.2)	4.01
6.	บริการด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียม	52 (21.2)	156 (63.7)	32 (13.1)	2 (0.8)	2 (0.8)	4.03
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							3.90
1.	มีการติดป้ายบอกจุดบริการและขั้นตอนการบริการ	63 (25.7)	132 (53.9)	42 (17.1)	5 (2.0)	3 (1.2)	4.02
2.	ความเพียงพอของวัสดุ/อุปกรณ์/เครื่องมือสำหรับผู้รับบริการ	60 (24.5)	119 (48.6)	54 (22.0)	9 (3.7)	3 (1.2)	3.75
3.	มีสื่อประชาสัมพันธ์/คู่มือ/เอกสารเผยแพร่ให้ความรู้	60 (24.5)	119 (48.5)	57 (23.3)	6 (2.4)	3 (1.2)	3.93
ด้านอาคาร/สถานที่							3.85
1.	ความสะดวกในการติดต่อ	63 (25.7)	143 (58.4)	24 (9.8)	12 (4.9)	3 (1.2)	4.02
2.	การจัดที่พักร/เก้าอี้ที่นั่งพักระหว่างรอรับบริการ	47 (19.2)	103 (42.0)	84 (34.3)	8 (3.3)	3 (1.2)	3.75
3.	ความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	48 (19.6)	146 (59.6)	40 (16.3)	8 (3.3)	3 (1.2)	3.93
4.	สถานที่ให้บริการมีแสงสว่างเพียงพอ	43 (17.6)	106 (44.1)	76 (31.6)	14 (5.7)	2 (0.8)	3.72
5.	ห้องน้ำสำหรับคนพิการ	45 (18.4)	121 (49.4)	65 (26.5)	12 (4.9)	2 (0.8)	3.80
6.	ทางลาดสำหรับคนพิการ	53 (21.6)	129 (52.7)	52 (21.2)	9 (3.7)	2 (0.8)	3.91
7.	สถานที่จอดรถสำหรับคนพิการ	54 (22.0)	114 (46.5)	63 (25.7)	11 (4.5)	3 (1.2)	3.84



สรุปผลการวิเคราะห์สรุปผลเกี่ยวกับระดับการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพ ชุมชน เขต 18 ในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ได้รับการด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18

ลำดับ ที่	ความพึงพอใจของคนพิการที่มีต่อการ ให้บริการ ออกบัตรประจำตัวคนพิการ ณ ศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18	ระดับความพึงพอใจที่เกิดขึ้น					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	
1.	ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ	85 (34.7)	135 (55.1)	19 (7.8)	4 (1.6)	2 (0.8)	3.90
2.	ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร	79 (32.2)	103 (42.0)	55 (22.4)	6 (2.4)	2 (0.8)	3.99
3.	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	57 (23.3)	138 (56.3)	37 (15.1)	11 (4.5)	2 (0.8)	3.97
4.	ด้านอาคาร/สถานที่	59 (24.1)	126 (51.4)	47 (19.2)	11 (4.5)	2 (0.8)	3.85
ค่าเฉลี่ยรวม							3.93

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ได้รับการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการทั้ง 4 ด้านในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการศึกษา	Chi-Square	Sig.	Gamm a	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 คนพิการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการแตกต่างกัน	2.94	≤ .001 .086	-0.42	≤ .001 .104	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 คนพิการที่มีประเภทความพิการแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการแตกต่างกัน	.02	≤ .001 .896	-0.04	≤ .001 .889	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านกระบวนการ/ขั้นตอนที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน	6.60	≤ .001 .010	0.61	≤ .001 .018	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน	6.60	≤ .001 .010	0.61	≤ .001 .018	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน	5.18	≤ .001 .023	0.54	≤ .001 .034	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านอาคาร/สถานที่ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน	10.56	≤ .001 .001	0.61	≤ .001 .002	ยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า คนพิการที่มีระดับการศึกษาต่ำ คือ การศึกษาไม่เกินระดับประถมศึกษา กับคนพิการที่มีระดับการศึกษาสูง คือ การศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า คนพิการที่มีความพิการโดยประจักษ์ คือ มีความพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย ทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย และทางการเห็น กับคนพิการที่มีความพิการโดยไม่ประจักษ์ คือ มีความพิการทางจิตใจหรือพฤติกรรม ทางสติปัญญา ทางการเรียนรู้ ทางออทิสติกและอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า คนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านกระบวนการ/ขั้นตอนในระดับการให้บริการที่มากจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการด้านกระบวนการ/ขั้นตอนในระดับ



มากแสดงให้เห็นว่าคนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านกระบวนการ/ขั้นตอนที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า คนพิการที่ได้รับการด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ในระดับการให้บริการที่มากจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ในระดับมากแสดงให้เห็นว่าคนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า คนพิการที่ได้รับการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับการให้บริการที่มากจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากแสดงให้เห็นว่าคนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 คนพิการที่ได้รับการด้านอาคาร/สถานที่ในระดับการให้บริการที่มากจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการด้านอาคาร/สถานที่ในระดับมากแสดงให้เห็นว่าคนพิการที่ได้รับการให้บริการด้านอาคาร/สถานที่ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการวิจัยจะเห็นได้ว่า คนพิการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการ โดยศูนย์คุ้มครองสวัสดิภาพชุมชน เขต 18 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน ตามลำดับ ได้แก่ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการ/ขั้นตอน และด้านอาคาร/สถานที่ที่ให้บริการ โดยมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจคือ การให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการทั้ง 4 ด้านอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้คนพิการที่มาใช้บริการออกบัตรมีความพึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม หากคนพิการมาใช้บริการแต่ได้รับการที่ไม่มีประสิทธิภาพ มีความล่าช้า สถานที่ไม่เอื้ออำนวยต่อคนพิการ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นตอนยุ่งยากซับซ้อน เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติไม่ใส่ใจ ก็จะทำให้คนพิการที่มาใช้บริการไม่พึงพอใจและจะทำให้เกิดข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการ แสดงให้เห็นว่า การให้บริการออกบัตรประจำตัวคนพิการในด้านขั้นตอน/กระบวนการ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านอาคารสถานที่ที่แตกต่างกันจะทำให้คนพิการมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและประเภทความพิการ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของเพ็ญศักดิ์ อินทสโร (2550: 58-59) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา กลุ่มเป้าหมายคือคนพิการที่มาขอรับบริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา จำนวน 360 คน ผลการวิจัยพบว่า คนพิการพึงพอใจต่อการให้บริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการด้านอาคาร สถานที่ และด้านความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบความพึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยาต่อการให้บริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงาน



พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา พบว่า การจำแนกเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และประเภทความพิการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ. (2557). รายงานประจำปี 2557. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ.
- อริวัฒน์ ปิยะนันท์.(2553). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน จังหวัดอ่างทอง. การศึกษาค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- นัตถา สุขสมโภชน์.(2552). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักจัดหางาน จังหวัดนนทบุรี.บธ.ม (บริหารธุรกิจ).พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อริวัฒน์ ปิยะนันท์.(2553). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีของกองคลัง เทศบาลตำบลในเขตจังหวัดสกลนคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เพิ่มศักดิ์ อินทสร.(2550). ความพึงพอใจของคนพิการต่อการให้บริการสงเคราะห์ช่วยเหลือของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาสารคาม:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.



คำแนะนำการส่งบทความ

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดผลงานวิจัยและผลงานวิชาการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

ข้อมูลเบื้องต้นของวารสาร

1. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารราย 6 เดือน (2 ฉบับ/ปี) โดยมีกำหนดออก ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม
2. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดพิมพ์เพื่อเป็นแหล่งตีพิมพ์เผยแพร่ และแลกเปลี่ยนความรู้วิชาการ สำหรับคณาจารย์ นักวิชาการ ตลอดจนนิสิต นักศึกษา

นโยบายพิจารณาถ้อยแถลงบทความ

1. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา รับพิจารณาบทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร เอกสารการประชุม หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาขอตีพิมพ์ในวารสารอื่น
2. ขอบเขตของวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์และสหวิทยาการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐศาสตร์
3. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านการถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review)

กระบวนการพิจารณาถ้อยแถลงบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review) ดังนี้

1. กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้ว
2. กองบรรณาธิการจะตรวจสอบบทความว่าอยู่ในขอบเขตเนื้อหาวารสารหรือไม่ รวมถึงคุณภาพงานวิชาการ และประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ
3. ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรรับบทความไว้พิจารณาตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะดำเนินการส่งบทความเพื่อถ้อยแถลงต่อไป โดยจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน ประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมจะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการถ้อยแถลงนี้ทั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-Blind Peer Review)
4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าบทความนั้นๆควรนำลงตีพิมพ์ หรือควรส่งให้ผู้เขียนแก้ไขก่อนส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินอีกครั้งหนึ่งหรือปฏิเสธการตีพิมพ์

1. ข้อกำหนดต้นฉบับ

1.1 การจัดพิมพ์ต้นฉบับ ผลงานที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์ควรมีความยาวประมาณ 8-15 หน้ากระดาษ A4 บทความภาษาไทยพิมพ์ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point บทความภาษาอังกฤษพิมพ์ด้วย ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับบทความ

- ขนาดกระดาษ A4
 - กรอบของข้อความ ในแต่ละหน้าให้มีขอบเขตดังนี้ จากขอบบนของกระดาษ 1.0 นิ้ว ขอบล่าง 1.0 นิ้ว ขอบซ้าย 1.0 นิ้ว ขอบขวา 1.0 นิ้ว
 - หมายเลขหน้า ให้ใส่ไว้ในตำแหน่งด้านขวาดังแต่ต้นจนจบบทความ
 - ระยะห่างระหว่างบรรทัด หนึ่งช่วงบรรทัดของเครื่องคอมพิวเตอร์ 8 point
 - ตัวอักษร การจัดพิมพ์ต้นฉบับ ผลงานที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์ควรมีความยาวประมาณ 8-15 หน้ากระดาษ A4 บทความภาษาไทยพิมพ์ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point บทความภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วย ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point และพิมพ์ตามที่กำหนดดังนี้
 - ขนาดกระดาษแยกเป็นสองคอลัมน์เดียว

รายการ	ลักษณะตัวอักษร	รูปแบบการพิมพ์	ขนาดตัวอักษร
ชื่อเรื่อง/ชื่อบทความ (Title)	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ (ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่)	กำหนดตรงกลาง, ตัวหนา	ขนาด 20 point,
ชื่อผู้เขียน (ทุกคน)	ตัวหนา	กำหนดริมขวา (ไม่ต้องระบุตำแหน่งการพิมพ์หรือค่านำหน้าชื่อ)	ขนาด 16 point
ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน	ตัวปกติ	ด้านล่างการอ้างอิง	ขนาด 14 point
อีเมล (Email)	ตัวปกติ	กำหนดริมขวา	ขนาด 14 point
ชื่อบทความย่อ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ	ตัวหนา	กำหนดริมซ้าย	ขนาด 16 point
ข้อความบทคัดย่อภาษาไทย	ตัวธรรมดา	ย่อหน้า 0.5 นิ้ว	ขนาด 16 point
คำสำคัญ (Keywords) ใช้ตัวอักษรภาษาไทย หรือ ภาษาอังกฤษ	ตัวหนา สำหรับหัวข้อ ตัวปกติ สำหรับเนื้อหา *ประมาณ 3-5 คำ	กำหนดชิดขอบซ้าย	ขนาด 16 point
เนื้อหาบทความ หัวข้อใหญ่	ตัวหนา	กำหนดชิดซ้าย	ขนาด 16 point
หัวข้อรอง	ตัวหนา	ย่อหน้า 0.5 นิ้ว	ขนาด 16 point
เนื้อหา	ตัวปกติ	ย่อหน้า 0.5 นิ้ว	ขนาด 16 point
ข้อความในภาพและตาราง	ตัวปกติ	-	ขนาด 16 point
ข้อความอ้างอิง (ด้านล่าง)	ปกติ	-	ขนาด 16 point

2. ส่วนประกอบของบทความ

1. **บทความวิชาการ** หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับ เนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์และเสนอแนะประเด็นอย่างสมบูรณ์ โดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบที่แตกต่าง)

1.1 **ชื่อเรื่อง (Title)** ชื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยชื่อภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา

1.2 **บทคัดย่อ (Abstract)** สรุปเนื้อหาของบทความให้ได้ใจความชัดเจน และควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ให้มีจำนวนคำควรอยู่ระหว่าง 200-300 คำควรเป็นบทคัดย่อที่สั้น ใช้คำได้กระชับและให้สาระสำคัญตรงประเด็น

1.3 **คำสำคัญ (Keywords)** ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหาเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นคำค้นในระบบฐานข้อมูลทั้ง

1.4 **บทนำ (Introduction)** เป็นส่วนแนะนำและปูพื้นเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านทราบข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหา รวมทั้งระบุ ถึงขอบเขตเนื้อหาของบทความ

1.5 **เนื้อหา (Body of Text)** เป็นส่วนหลักของเนื้อหาบทความ มีการแบ่งประเด็นออกเป็นย่อๆ และมีการจัดเรียงลำดับเป็นหัวข้อตามรายละเอียดของเนื้อหา

1.6 **สรุป (Conclusion)** เป็นการสรุปเนื้อหาในบทความทั้งหมดออกมาอย่างชัดเจน และกระชับ โดยมีการสรุป ปิดท้ายเนื้อหาที่เราได้นำเสนอไปแล้วว่ามีผลดี หรือผลเสียอย่างไร

1.7 **เอกสารอ้างอิง (Reference)** เขียนบรรณานุกรมในรูปแบบAPA (American Psychological Association)

2. **บทความวิจัย** ควรมีการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้รับอย่างเป็นระบบ โดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

2.1. **ชื่อเรื่อง (Title)** ชื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยชื่อภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา

2.2 **ชื่อผู้เขียนและหน่วยงานสังกัด** ให้ระบุชื่อนามสกุลของผู้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่ต้องระบุตำแหน่งหรือคำนำหน้าชื่อแต่ให้ระบุงานประจำและหน่วยงานสังกัดที่เชิงอรรถ

2.3 **บทคัดย่อ (Abstract)** ควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาวไม่เกิน 15 บรรทัด **หรือไม่เกิน 300 คำ** (การเขียนบทคัดย่อ คือการสรุปสาระสำคัญของเรื่อง โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ วิธี**การวิจัย** และผลการวิจัย)

2.4 **คำสำคัญ (Keyword)** ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหาเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นคำค้นในระบบฐานข้อมูล

2.5 **บทนำ (Introduction)** เป็นการอธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา และเหตุผลที่นำไปสู่การวิจัยมีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนหรือโต้แย้ง รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.6 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives) ระบุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย

2.7 การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) การค้นหา สรุปย่อ และวิเคราะห์ผลการวิจัยของผู้อื่นที่เคยได้ทำวิจัยและถูกตีพิมพ์ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบทความ

2.8 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) อธิบายถึงกระบวนการดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดและชัดเจน

2.9 ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการวิจัยที่ตรงประเด็นตามลำดับขั้นของการวิจัย การใช้ตารางหรือแผนภูมิไม่ควรเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิโดยมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบอย่างชัดเจน

2.10 อภิปรายผล (Discussion) ผสมผสานเปรียบเทียบและตีความผลการวิจัยให้เข้ากับหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเชื่อมโยงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาการวิจัย

2.11 สรุป (Conclusion) สรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ประโยชน์

2.12 เอกสารอ้างอิง (Reference) เขียนบรรณานุกรมในรูปแบบของ APA (American Psychological Association)

3. การเขียนเอกสารอ้างอิง

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ใช้รูปแบบการอิงแบบ APA (American Psychological Association)

3.1 การอ้างอิงในเนื้อหา (In text citation)

ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบ นาม-ปี (Author-Year Format)

ภาษาไทย (ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์)

ภาษาอังกฤษ (นามสกุล, ปี ค.ศ.)

3.2 อ้างอิงในเนื้อหาจากสิ่งพิมพ์ (หนังสือ ตำรา เอกสาร)

กรณีผู้แต่งคนเดียว

การอ้างอิงให้ระบุ ชื่อ-นามสกุล ผู้แต่ง (ภาษาไทย) หรือนามสกุลผู้แต่ง (ภาษาอังกฤษ) ตามด้วยเครื่องหมาย (, ปีที่พิมพ์ เครื่องหมาย (,) ตามด้วยหมายเลขหน้าเอกสารที่อ้างอิงใส่ไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น

(กิงกาน แก้วดี, 2556)

กรณีที่สรุปเนื้อหาหมดทั้งเล่ม ไม่เฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ต้องระบุเลขหน้า

เช่น

(กิงกาน แก้วดี, 2556)

กรณีผู้แต่งใช้ฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ สมณศักดิ์ นำหน้าให้คงไว้เหมือนที่ปรากฏในหน้าหนังสือ

เช่น

(พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2556)

กรณีผู้แต่งมียศทางทหาร ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ คำเรียกทางวิชาชีพไม่ต้องใส่ เช่น ศาสตราจารย์กุลพล แสงจันทร์ เป็น

(กุลพล แสงจันทร์, 2556)

การอ้างอิงเอกสารหลายเรื่อง แต่ผู้แต่งคนเดียว ให้เขียนชื่อผู้แต่งครั้งเดียว แล้วเรียงปีที่พิมพ์จากน้อยไปหามาก

เช่น

(กุลพล แสงจันทร์, 2556; 2557)

กรณีผู้แต่ง 2 คน

กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้เขียนชื่อผู้แต่งคนที่ 1 ตามด้วยเครื่องหมาย (,) เว้นวรรคหนึ่ง ตามด้วย “และ” ไม่เว้นวรรค ตามด้วยผู้แต่งคนที่ 2

เช่น

(กิงกาน แก้วดีและประยงค์ ยิ่งยืน, (2556)

กรณีชาวต่างประเทศให้เขียนชื่อสกุล ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) เว้นหนึ่งวรรคตามด้วยตัวอักษรชื่อต้น ชื่อกลาง (ถ้ามี) และเครื่องหมายมหัพภาค (.) ตามด้วยเครื่องหมาย “&” และเว้นหนึ่งวรรคตามด้วยชื่อสกุลคนที่ 2 แล้วใส่เครื่องหมายจุลภาค (.) ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้นแล้วใส่จุด

เช่น

(William & Sales, 2008)

กรณีผู้แต่ง 3-6 คน

ชาวไทยใช้ชื่อ ชื่อสกุล คั่นเครื่องหมายจุลภาค (,) และเว้นวรรคหน้าผู้แต่งทุกคน และใช้คำว่า “และ” โดยไม่เว้นวรรค หน้าผู้แต่งคนสุดท้าย

เช่น

(กุลพล แสงจันทร์, เกียรติขจร เจริญยิ่ง, และสมหญิง ใจซื่อ, 2544).

กรณีชาวต่างประเทศให้เขียนชื่อสกุล ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) คั่นผู้แต่งทุกคน เว้นหนึ่งวรรคตามด้วยตัวอักษรชื่อต้น ชื่อกลาง (ถ้ามี) และใช้เครื่องหมาย “&” และเว้นหนึ่งวรรค หน้าผู้แต่งคนสุดท้าย แล้วใส่เครื่องหมายจุลภาค (.) ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้นแล้วใส่จุด

เช่น

Salmon, Earman, Wilson, McGarry, & Hopman, (2009)

กรณีผู้แต่งเป็นสถาบัน

ให้ลงรายการด้วยหน่วยงานระดับสูงก่อน และตามด้วยหน่วยงานระดับรอง ลงมา

เช่น

(มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, บัณฑิตวิทยาลัย, 2560)

เอกสารไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง

ให้ลงชื่อแล้วตามด้วยปีที่พิมพ์ และเลขหน้า

เช่น

(การพัฒนา, 2556)

กรณีไม่ใช้ผู้เขียน แต่เป็น ผู้รวบรวม เรียบเรียง ผู้แปล หรือบรรณาธิการ

ให้ลงรายการด้วยชื่อ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และบอกต่อท้ายว่าเป็น “ผู้รวบรวม”

“ผู้เรียง” “บรรณาธิการ” หรือ “ผู้แปล”

เช่น

(โกวิท รักษาติ, บรรณาธิการ, 2556)

(Shah & Ratcliffe, editor, 2009)

อ้างอิงในเนื้อหาจากโสตทัศนวัสดุ

ให้ลงรายการชื่อผู้รับผิดชอบหรือผู้ผลิต ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ปีที่ผลิต ตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (:) และลักษณะของโสตทัศนวัสดุ

เช่น

(กระทรวงสาธารณสุข, 2556: CD-ROM)

การอ้างอิงในเนื้อหา จากระบบสารสนเทศออนไลน์ (WWW.)

ให้ลงรายการชื่อผู้รับผิดชอบ หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ปีที่ค้น

ข้อมูล

เช่น

(มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2556)

(Suan Sunandha Rajabhat University, 2013)

4. การเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายเรื่อง

4.1 หนังสือ

ชื่อ ชื่อสกุล. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ* (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

4.2 บทความวารสาร

ชื่อ ชื่อสกุล. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*. ปีที่. หน้าแรก-หน้าสุดท้ายที่อ้างถึง

-วารสารสืบค้นจากฐานข้อมูลไทย

ชื่อ ชื่อสกุล. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*, ปีที่, หน้าแรก-หน้าสุดท้าย, ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก URL หรือ ชื่อฐานข้อมูล

4.3 รายงานการประชุม

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่ประชุม). ชื่อเรื่อง. วัน เดือน พ.ศ.(หน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

4.4. วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขา คณะ ชื่อมหาวิทยาลัย, เมืองที่ตั้งมหาวิทยาลัย

4.5 เอกสารอ้างอิงจากเว็บไซต์

ชื่อผู้แต่งหรือหน่วยงานเจ้าของเว็บไซต์. (ปีที่เผยแพร่ข้อมูล). ชื่อเรื่อง. ค้นเมื่อ วันที่ เดือน ปี พ.ศ. ,จาก <https://www>.

4.6 บทความในนิตยสาร หรือ หนังสือพิมพ์

ชื่อผู้แต่งหรือชื่อคอลัมน์. (วัน เดือน ปี). ชื่อบทความ. ชื่อนิตยสารหรือ หนังสือพิมพ์, ปีที่, หน้า.

กรณีภาษาอังกฤษ จะใช้ว่า ปี,เดือน วัน (year, month day) และ p. หรือ pp.

4.7 การเขียนบรรณานุกรมแผ่นพับ

ชื่อผู้แต่งหรือหน่วยงานที่ผลิต. (ปี). ชื่อเรื่อง. [แผ่นพับ]. สถานที่พิมพ์: ผู้แต่งหรือหน่วยงานที่ผลิต.

4.8 อ้างอิงจากการสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์. (ปี/เดือน/วัน). ตำแหน่ง. สัมภาษณ์.

การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนส่งไฟล์ต้นฉบับบทความ (Microsoft Word) และแบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในช่องทางของวารสารระบบออนไลน์ (Online Submission) เท่านั้น

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณา จะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ประเมินจากภายนอกเมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไขจะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ

ตัวอย่างการเขียนบทความเพื่อลงตีพิมพ์ (ขนาด A 4)

ชื่อเรื่องภาษาไทย (ขนาด 20 ตัวหนา)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ขนาด 20 ตัวหนา)

ชื่อ-นามสกุล ผู้แต่ง (ไทย) (ขนาด 16 ตัวหนา)

ชื่อ-นามสกุล ผู้แต่ง(อังกฤษ) (ขนาด 16 ตัวหนา)

ชื่อภาควิชาหรือหน่วยงานคณะและสถาบันของผู้แต่ง (ไทย) (ขนาด 14 ตัวหนา)

ชื่อภาควิชาหรือหน่วยงานคณะและสถาบันของผู้แต่ง (อังกฤษ) (ขนาด 14 ตัวหนา)

ที่อยู่ E-mail ผู้รับผิดชอบบทความ (ขนาด 14 ตัวหนา)

บทคัดย่อ (ภาษาไทย) (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....(ระหว่าง250-300 คำ) (ขนาด 16 ปกติ).....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

คำสำคัญ:,, (3-5 คำ คั่นด้วยจุลภาค) (ขนาด 16 ปกติ)

Abstract (บทคัดย่อภาษาอังกฤษ)

.....(ขนาด 16 ปกติ).....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Keywords:,, (3-5 keywords must be given)

[illegible]

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา)

1.

2.

สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) (ขนาด 16 ตัวหนา)

1.

.....

.....

2.

.....

.....

การทบทวนวรรณกรรม (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

วิธีดำเนินการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

ผลการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

อภิปรายผล (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

องค์ความรู้ใหม่ (ถ้ามี) (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารอ้างอิง (ใช้รูปแบบการเขียนแบบ APA)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....