

วารสาร

นวัตศาสตร์สหวิทยาการ

Journal of Innovative Interdisciplinary Science

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2
พฤษภาคม – สิงหาคม
2567



<https://ms.nsu.ac.th>



056-219100 ต่อ 2400



คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์



ชมรม นวัตกรรมแห่งสหวิทยาการ

Innovate of Interdisciplinary Sciences Club



วารสาร นวัตกรรมสหวิทยาการ

Journal of Innovative Interdisciplinary Sciences

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการของอาจารย์ นักศึกษา ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ และเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระหว่างคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์กับสถาบันการศึกษาอื่นหรือองค์กรอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์คล้ายกัน

ชื่อวารสาร

ภาษาไทย : นวัตกรรมสหวิทยาการ

ภาษาอังกฤษ : Journal of Innovative Interdisciplinary Sciences

Website : <https://ms.nsruc.ac.th>

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ลักษมี งามมีศรี

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.มานิตย์	สิงห์ทองชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐธีรนนท์	รอดชื่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดุลเดช	ถาวรชาติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริกาญจน์	ทวีพิธานนท์
อาจารย์ ดร.ไกรวิชญ์	ดีเอม
อาจารย์เจนจิรา	เงินจันทร์
อาจารย์มัลลิกา	ภูมะธน

กองบรรณาธิการภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์	จันทะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร. ปาจารย์	ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา	สิงห์ทองชัย	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

ดร.รุจิกาญจน์ สานนท์

ดร.อำนาจ บุญรัตน์ไมตรี

ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์

ดร.ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์

เสียงใต้

Mrs.Xuan Ning

Mr.Xin Liu

Mr.Soulxay Inthasone

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สมาคมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยเกริก

โรงเรียนนานาชาติจีน (ประเทศไทย)

National University of Laos in Lao PDR

ฝ่ายประสานงานและดำเนินการ

นายหิรัญ ศรีพิณฑุสร

นายภานุวัตร แดงนวลจันทร์

นางกัลยา จูท่า

นางสาววาสนา อาจสาริกิจ

เจ้าของ

ชมรม นวัตกรรมแห่งสหวิทยาการ

(Innovative of Interdisciplinary Sciences Club)

ตัวย่อ น.ศ.ว. ย่อภาษาอังกฤษ I.N.Sc.

ตั้งอยู่ที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เลขที่ ๓๘๙ หมู่ที่ ๙ ถนนสวรรค์วิถี

ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ๖๐๐๐๐

กำหนดออก

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

ประเภทบทความที่รับตีพิมพ์

1) บทความวิชาการ (Academic Article)

2) บทความวิจัย (Research Article)

3) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

กระบวนการพิจารณาบทความ

บทความแต่ละบทความจะได้รับพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองบทความวารสาร (Peer Review) และบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ท่าน จาก 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาวิชาหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องและไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ โดยได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ โดยการพิจารณาบทความจะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อหรือข้อมูลของผู้นิพนธ์บทความ และผู้นิพนธ์บทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความ (Double – Blind Peer Review) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ภาษาที่รับตีพิมพ์

เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ข้อมูลลิขสิทธิ์ต่าง ๆ

เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ผู้นิพนธ์ทุกท่านต้องลงลายมือชื่อในแบบฟอร์มใบมอบลิขสิทธิ์บทความให้แก่วารสารฯ พร้อมกับบทความต้นฉบับที่ได้แก้ไขครั้งสุดท้าย นอกจากนี้ ผู้นิพนธ์ทุกท่านต้องยืนยันว่าบทความต้นฉบับที่ส่งมาตีพิมพ์นั้น ได้ส่งมาตีพิมพ์เฉพาะในวารสารนวัตศาสตร์สหวิทยาการ (Journal of Innovative Interdisciplinary Sciences) เพียงแห่งเดียวเท่านั้น หากมีการใช้ภาพหรือตารางหรือเนื้อหาอื่นๆ ของผู้นิพนธ์อื่นที่ปรากฏในสิ่งตีพิมพ์อื่นมาแล้ว ผู้นิพนธ์ต้องขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน พร้อมทั้งแสดงหนังสือที่ได้รับการยินยอมต่อบรรณาธิการ ก่อนที่บทความจะได้รับการตีพิมพ์ หากไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเบื้องต้น ทางวารสารจะถอดบทความของท่านออกโดยไม่มีข้อยกเว้นใด ๆ ทั้งสิ้น



บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตศาสตร์สหวิทยาการฉบับนี้ เป็นฉบับประจำปีที 2 ฉบับที่ 2 เนื้อหาของบทความ ยังคงเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับบริหารธุรกิจและการจัดการ รวมถึงการศึกษาเชิงประยุกต์ในศาสตร์สหวิทยาการแบบบูรณาการ ทั้งในรูปแบบบทความวิชาการและ บทความวิจัยที่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิมีความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขา มานำเสนอจำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย บทความวิชาการจำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ ธุรกิจสีเขียว: การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนภายใต้ความท้าทายยุคดิจิทัล ส่วนบทความวิจัยจำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดนครสวรรค์ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี แนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหาร กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร และปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจและสาขารัฐศาสตร์ เนื้อหาของบทความมีความหลากหลายและน่าสนใจ สำหรับนักวิชาการและผู้สนใจทั่วไป

กองบรรณาธิการวารสารนวัตศาสตร์สหวิทยาการ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับนักวิจัย นักวิชาการและผู้อ่านทุกท่าน และขอขอบคุณที่ท่านผู้อ่านได้ให้ความสนใจติดตามวารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคมอย่างต่อเนื่อง พบกันใหม่ฉบับหน้า

รองศาสตราจารย์ ดร.ลักษมี งามมีศรี

บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
บทความวิชาการ	
ธุรกิจสีเขียว: การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนภายใต้ความท้าทายยุคดิจิทัล พงศ์ธวัช ทหารพันธ์ และจันทิมา บุญมาตร	1
บทความวิจัย	
คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการ คุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ เกษมณี เอี่ยมหน่อ และพัชรภา สิม์ธนสาร	17
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง ของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี ศิวัจน์ ประจักษ์สกุลวุฒิ และคณะ	30
แนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดสระเบ็ดทหาร กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร กาญจนาพร นาครัตน์ และณัฐชัย นิ่มนวล	44
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อการเมืองท้องถิ่น ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ กนกพร วงศ์วิลาวัณย์ และณัฐชัย นิ่มนวล	59



ธุรกิจสีเขียว: การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนภายใต้ความท้าทายยุคดิจิทัล

Green Business: Driving Towards Sustainability

Under the Challenges of the Digital Era

พงศ์วัช หารพันธ์¹ และ จันทิมา บุญมาตร²

Pongthawat Harnpun¹ and Janthima Boonmats²

นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ โรงพยาบาลแม่วงก์ จังหวัดนครสวรรค์¹

นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองพิจิตร จังหวัดพิจิตร²

General Administration Officer, Professional Level. Mae Wong Hospital, Nakhon Sawan Province.¹

Finance and Accounting Analyst, Professional Level. Muang Kao Subdistrict Administrative Organization,

Mueang Pichit District, Phichit Province.²

E-mail: pongthawat21@gmail.com¹, janaeoyjan@gmail.com²

Received: August 4, 2024

Revised: August 8, 2024

Accepted: August 26, 2024

บทคัดย่อ

ธุรกิจสีเขียว มุ่งเน้นการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กำลังมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจยุคดิจิทัล โดยเฉพาะเมื่อความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น การใช้พลังงานหมุนเวียนและการรีไซเคิลเข้ามาประยุกต์ใช้ในธุรกิจสีเขียว ช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ยังคงมีความท้าทายที่ธุรกิจสีเขียวต้องเผชิญ เช่น ต้นทุนการลงทุนในเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างความตระหนักรู้ของผู้บริโภค การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ การปฏิบัติตามกฎระเบียบสิ่งแวดล้อม และการจัดการทรัพยากรทางการเงิน

บทความวิชาการนี้เสนอแนวทางการขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวสู่ความยั่งยืนในยุคดิจิทัล โดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อช่วยให้ธุรกิจสีเขียวสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษานี้ พบว่า การขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวนี้ต้องอาศัยการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านนวัตกรรมและกระบวนการที่ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำแนวคิด SDGs 2030 มาประยุกต์ใช้ พร้อมทั้งเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความยั่งยืน ธุรกิจจึงต้องมีความยืดหยุ่นและคล่องตัว พร้อมทั้งสร้างสมดุลระหว่างผลกำไร การดูแลสังคม และการปกป้องสิ่งแวดล้อมตามแนวคิด Triple Bottom Line เพื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืน การขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดการใช้พลังงานได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ธุรกิจสีเขียวยังต้องมุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้ การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการสนับสนุนทางการเงิน เพื่อบรรลุความยั่งยืนและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อไป

คำสำคัญ : ธุรกิจสีเขียว; ความท้าทายทางธุรกิจ; ความยั่งยืน

ประเภทบทความ: บทความวิชาการ

Abstract

Green business, which focuses on environmentally friendly operations, is playing a significant role in the digital economy, especially as environmental awareness among consumers rapidly increases. The integration of new technologies and innovations, such as the use of renewable energy and recycling, helps green businesses reduce the consumption of natural resources and greenhouse gas emissions. However, green businesses still face challenges such as the cost of investment in eco-friendly technologies, raising consumer awareness, adapting to new technologies, complying with environmental regulations, and managing financial resources.

This academic article proposes strategies for driving green businesses towards sustainability in the digital age, utilizing concepts such as sustainable development to help green businesses minimize environmental impacts while increasing competitiveness. Results of this study shows that steering green businesses towards sustainability in the digital age requires reducing environmental impact through innovations and processes that use resources efficiently, applying the SDGs 2030 framework, and facing challenges from technological change and consumer behavior demanding sustainability. Businesses must be flexible and agile while balancing profits, social responsibility, and environmental protection according to the Triple Bottom Line concept to achieve sustainable growth. The advancement of green businesses, including the use of digital technologies, can significantly enhance operational efficiency and reduce energy consumption. However, green businesses must continue to focus on raising awareness, efficiently managing resources, and securing financial support to achieve sustainability and create positive impacts on society and the environment in the long term.

Keywords : Green Business; Business Challenges; Sustainability

Type of Article : Academic article

บทนำ

ธุรกิจสีเขียว (Green Business) หรือธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมกำลังกลายเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคดิจิทัล ธุรกิจสีเขียวกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วทั้งในระดับโลก และในประเทศไทย โดยทั่วโลกมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนและพลังงานทดแทนมากกว่า 20,000 ราย (Renewable Energy Policy Network for the 21st Century, 2023) และการลงทุนในธุรกิจสีเขียว มีมูลค่าประมาณ 1.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (International Finance Corporation, 2023) ในประเทศไทย

มีธุรกิจสีเขียวที่ได้รับการรับรองมากกว่า 1,000 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) โดยรัฐบาลไทยได้ลงทุนกว่า 10,000 ล้านบาทในโครงการพลังงานทดแทนและการพัฒนาเทคโนโลยีสะอาด (กระทรวงพลังงาน, 2567) แต่ปัญหามลพิษจากอุตสาหกรรมยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญในทั่วโลก โดยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมีประมาณ 50,000 ล้านตันต่อปี (World Resources Institute, 2023) ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพมนุษย์ การปล่อยสารพิษจากการผลิตและการจัดการขยะที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดมลพิษที่มีผลกระทบทางลบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (World Health Organization, 2023) การควบคุมและลดมลพิษจึงเป็นความจำเป็นที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและการปรับปรุงคุณภาพชีวิต และธุรกิจสีเขียวมีความเชื่อมโยงกับวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 (Sustainable Development Goals 2030 หรือ SDGs 2030) ในหลายมิติ เนื่องจากธุรกิจสีเขียวเน้นการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยสนับสนุนเป้าหมายหลายข้อ เช่น เป้าหมายที่ 7 การใช้พลังงานสะอาดและเข้าถึงได้ด้วยการส่งเสริมพลังงานหมุนเวียน, เป้าหมายที่ 12 การบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืนผ่านการลดของเสียและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ, เป้าหมายที่ 13 การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก, เป้าหมายที่ 9 การพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมยั่งยืน และเป้าหมายที่ 15 การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ ธุรกิจเขียวยังสนับสนุนเป้าหมายที่ 8 โดยการสร้างงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน (United Nations, 2015) ผนวกกับความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้บริษัทต่าง ๆ ต้องปรับตัวและพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่เพียงแต่ช่วยลดผลกระทบต่อธรรมชาติ แต่ยังเป็นการสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ของตนเอง (Elkington, 1997) อีกทั้งในยุคดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ กำลังเข้ามาช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การรีไซเคิล และการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ โดยคาดการณ์ว่าหากนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในอุตสาหกรรมอย่างแพร่หลาย จะสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากถึง 20% ภายในปี 2050 โดยเฉพาะในภาคพลังงาน วัสดุ และการขนส่ง (World Economic Forum, 2022; Boston Consulting Group, 2022) เทคโนโลยีดิจิทัลยังมีศักยภาพในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ในอาคารและการขนส่งได้มากถึง 10% (International Energy Agency, 2022) อย่างไรก็ตาม ความท้าทายในการขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัลยังคงมีอยู่ หนึ่งในนั้นคือการลงทุนในเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งมักมีต้นทุนสูง ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางอาจต้องการการสนับสนุนทั้งในด้านการลงทุนและการวิจัย การสร้างความตระหนักรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ยังเป็นความท้าทายสำคัญ (Boston Consulting Group, 2022; International Energy Agency, 2022) นอกจากนี้ความท้าทายอื่น ๆ ของการเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืนรวมถึงการยอมรับของตลาดที่อาจมีความลำบากในการเข้าถึงลูกค้า, ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบที่อาจไม่สนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, และผลกระทบทางการเงินที่เกิดจากการลงทุนในเทคโนโลยีและแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายสูงในระยะแรก การจัดการกับความท้าทาย

เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของธุรกิจสีเขียวด้วย (Odeyemi, O., et al, 2024)

บทความวิชาการฉบับนี้ จึงนำเสนอการเชื่อมโยงการขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวสู่ความยั่งยืนที่สอดคล้องกับวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 จะช่วยให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของตลาดปัจจุบัน แต่ยังเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย และเพิ่มผลการวิเคราะห์ประเด็นความท้าทายต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจสีเขียวอาจต้องเผชิญเพื่อสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจในยุคดิจิทัล รวมทั้งนำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืน รวมทั้งองค์กรภาคเอกชน องค์กรภาครัฐ และผู้สนใจได้นำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมตามบริบทต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564) ประกอบด้วย 5 กระบวนการ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์บริบท ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (Materiality) โดยธุรกิจต้องเข้าใจบริบทขององค์กรและความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อกำหนดประเด็นและจัดลำดับความสำคัญ, (2) การกำหนดนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กร (Policy) โดยธุรกิจควรกำหนดนโยบายและบทบาทความรับผิดชอบ, (3) การกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร (Strategy) ซึ่งรวมถึงการวางแผนปฏิบัติการในระยะสั้น, ระยะกลาง, และระยะยาว, (4) การขับเคลื่อนความยั่งยืนไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) โดยการเฝ้าติดตามและปรับแนวทางตามสถานการณ์, และ (5) การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน (Disclosure) เพื่อการติดตามและสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและการเปิดเผยผลการดำเนินงาน



ภาพ 1 กระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2564)

ทั้งนี้ การบริหารจัดการธุรกิจเพื่อความยั่งยืนควรรวมเอาหลักการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งการดำเนินธุรกิจสีเขียวในปัจจุบันเป็นการขับเคลื่อนธุรกิจที่สอดคล้องกับ SDGs 2030 ต้องเผชิญกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลง ความตระหนักของผู้บริโภคด้านสิ่งแวดล้อม และความท้าทายของยุคดิจิทัล ในหลายด้านทั้งความเสี่ยงด้านต้นทุนที่สูงขึ้น เทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาอยู่เสมอ

เพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคง การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนจึงกลายเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญและบูรณาการในการประกอบธุรกิจ (ESG Integration) ด้วยแนวคิดดังกล่าว บทความนี้จะมุ่งนำเสนอการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนภายใต้ความท้าทายยุคดิจิทัล ตามแนวคิดข้างต้น แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ ธุรกิจสีเขียวและการขับเคลื่อนธุรกิจ, ความท้าทายของธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัล, และความยั่งยืนทางธุรกิจ เพื่อวางแนวทางดำเนินธุรกิจนำไปสู่ความยั่งยืนและสร้างความสามารถในการแข่งขันที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน อธิบายได้ดังนี้

1. ธุรกิจสีเขียวและแนวคิดการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

1.1 ธุรกิจสีเขียว (Green Business) คือ การดำเนินกิจการที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสร้างของเสีย การปนเปื้อน และการใช้พลังงานที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (U.S. Environmental Protection Agency, n.d.) เป้าหมายคือการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ ใช้พลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์และลม, ลดของเสียและรีไซเคิล เช่น นำของเสียกลับมาใช้ใหม่, ใช้วัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุที่ย่อยสลายได้หรือรีไซเคิลได้, ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานยาวนาน, ลดการใช้ทรัพยากร เช่น ใช้น้ำและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ, ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น สนับสนุนชุมชนและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม, และ ปฏิบัติตามมาตรฐานและการรับรอง เช่น ISO 14001 เป็นต้น

1.2 แนวคิดการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

แนวคิดการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนสามารถแยกออกเป็นหลายทฤษฎีที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและจัดการธุรกิจสีเขียว แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) โดย Brundtland (1987) มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่กระทบต่อความสามารถของคนรุ่นอนาคต ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน พร้อมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุรีไซเคิลและเทคโนโลยีที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในขณะเดียวกัน แนวคิดการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) โดย Hart และ Milstein (1999) เน้นการลดผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้เทคโนโลยีที่สะอาดและการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้ง แนวคิด Triple Bottom Line (TBL) โดย Elkington (1997) ประเมินผลลัพธ์ของธุรกิจในสามมิติ ได้แก่ การเงิน สิ่งแวดล้อม และสังคม ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถวัดผลกระทบในทุกด้านและพัฒนานโยบายที่ส่งเสริมความยั่งยืน ขณะเดียวกัน แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) โดย Barney (1991) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนแนวคิดวงจรชีวิต (Life Cycle) โดย Guinée et al. (2001) ช่วยให้ธุรกิจสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของผลิตภัณฑ์ การลงทุนที่ยั่งยืน (Sustainable Investment Theory) โดย Sullivan และ Mackenzie (2006) มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และแนวคิด ESG (Environmental, Social, Governance) ใช้ใน

การประเมินผลกระทบของกิจกรรมธุรกิจในด้านหลัก ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล การนำแนวคิดเหล่านี้มาปรับใช้ในธุรกิจสีเขียวจะช่วยให้ธุรกิจดำเนินการอย่างยั่งยืนและมีผลกระทบเชิงบวก ทั้งสิ่งแวดล้อมและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคตและยังสอดคล้องกับวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 หรือ SDGs 2030 อีกด้วย

2. ความท้าทายของธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัล

ความท้าทาย (Challenges) คือ อุปสรรคและปัญหาที่ธุรกิจที่มุ่งเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือธุรกิจสีเขียวต้องเผชิญเมื่อใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนหรือเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกด้านของชีวิตประจำวัน ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือธุรกิจสีเขียว (Green Business) ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจสีเขียวไม่ได้มีเพียงแค่เป้าหมายในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังมุ่งหวังที่จะสร้างความยั่งยืนในระยะยาวให้กับสังคมและเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัลยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ การจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ หรือการสร้างความตระหนักรู้และสนับสนุนจากผู้บริโภค โดยความท้าทายต่าง ๆ ที่ธุรกิจสีเขียวอาจต้องเผชิญ อธิบายได้ดังนี้

2.1 การรักษาความสมดุลระหว่างความยั่งยืนและกำไร

การดำเนินธุรกิจสีเขียวมักต้องลงทุนในเทคโนโลยีและกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายสูง การรักษาความสมดุลระหว่างการรักษาความยั่งยืนและการสร้างกำไรเป็นความท้าทายที่สำคัญ ธุรกิจต้องหาวิธีการที่จะลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการเพื่อคงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันในตลาด ซึ่งการรักษาความสมดุลระหว่างความยั่งยืนและการทำกำไรเป็นหนึ่งในความท้าทายหลักของธุรกิจสีเขียว ทั้งนี้ จากผลการศึกษาในต่างประเทศพบว่า การใช้เทคโนโลยีสีเขียวและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสามารถลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไรได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่น บริษัทที่ใช้พลังงานหมุนเวียนในยุโรปลดต้นทุนการดำเนินงานลงถึง 20% (Weber & El-Alami, 2022) และธุรกิจที่สมดุลระหว่างความยั่งยืนและกำไรสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ (Smith, R., & Thompson, H, 2021; Harris & White, 2020) ส่วนในประเทศไทย ผลการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกพบว่า การนำเทคโนโลยีประหยัดพลังงานและการจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้ถึง 25% (จันทนา ภาณุพันธุ์, และ ประเสริฐ ศรีเมือง. 2563) ดังนั้น การรักษาความสมดุลระหว่างความยั่งยืนและกำไรของธุรกิจสีเขียว ควรมองการณ์ไกลและสร้างความมุ่งมั่นในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าและความเชื่อมั่นทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้ในระยะยาว

2.2 การยอมรับจากผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยตระหนักถึงความสำคัญของสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้การตลาดและการสร้างความตระหนักรู้เป็นสิ่งสำคัญ ธุรกิจสีเขียวต้องลงทุนในกิจกรรมการตลาดและการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจถึงประโยชน์ของการเลือกใช้สินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อเพิ่มการยอมรับจากผู้บริโภคซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจสีเขียว จากการศึกษาในสหรัฐอเมริกา และยุโรปพบว่า การให้ความรู้และการตลาดที่เน้นการสื่อสารเรื่องความยั่งยืนช่วยให้ผู้บริโภครับรู้เพิ่มการยอมรับและการเลือกใช้สินค้าสีเขียวถึง 25% และ 30% ตามลำดับ (Smith & Williams, 2023; Lee & Chen, 2021; Nguyen & Hunter, 2020) ส่วนในประเทศไทย งานวิจัยที่สำรวจตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค และตลาดออนไลน์พบว่า การให้ความรู้และการสื่อสารถึงประโยชน์ของสินค้าสีเขียวช่วยเพิ่มการเลือกใช้สินค้าสีเขียวถึง 30% (ปวีณา สุทธิวัง, และ สุนิสา เจริญสุข, 2566) นอกจากนี้ การศึกษาในโรงเรียนยังแสดงให้เห็นว่า การให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคที่ยั่งยืนช่วยเพิ่มความรู้และการเลือกใช้สินค้าสีเขียวในกลุ่มนักเรียนถึง 25% (กัลยา ทวีปศรี, และ พรทิพย์ ปานบรรจง, 2563) ดังนั้น การยอมรับจากผู้บริโภคต่อธุรกิจสีเขียวมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจที่เน้นความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถส่งเสริมธุรกิจสีเขียวให้เติบโตและขยายฐานลูกค้าได้ในระยะยาว

2.3 การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่

เทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจสีเขียวต้องสามารถปรับตัวและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การใช้ IoT (Internet of Things) เพื่อการตรวจสอบและควบคุมการใช้พลังงาน การใช้ AI (Artificial Intelligence) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เป็นต้น การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความยั่งยืนในธุรกิจสีเขียว (Wang & Liu, 2020) จากผลการศึกษาในต่างประเทศ การใช้เทคโนโลยี IoT และ AI ในการจัดการพลังงานและการดำเนินงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่น การใช้ IoT ในธุรกิจสหราชอาณาจักรช่วยลดการใช้พลังงานได้ 25% (Taylor, M., & Green, J, 2022a) และในธุรกิจการผลิตของประเทศจีนลดการใช้พลังงานได้ถึง 30% (Brown & Zhang, 2021) ในประเทศไทยการใช้ IoT และ AI ในโรงงานผลิตและธุรกิจในเมือง ฯ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ถึง 23% และลดการใช้พลังงานได้ 28% (สมปอง วงศ์พานิช, และ กิตติยศ สกุลชัย, 2564; สมบัติ สมบัติ, และ ฉัตรชัย คงประเสริฐ, 2565) นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลยังช่วยเพิ่มความยั่งยืนในธุรกิจพลังงานสีเขียวโดยลดการใช้พลังงานถึง 17% (รัตนชัย ประเสริฐสังข์, และ บุรณศรี ชัยวัฒน์, 2563) ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ในธุรกิจสีเขียวมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของธุรกิจ และเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจสีเขียวไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม แต่ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

2.4 การปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจสีเขียวต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวด การเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอาจสร้างความท้าทายในการปรับตัว ธุรกิจต้องติดตามและปรับปรุงกระบวนการให้สอดคล้องกับข้อกำหนดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง การปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจสีเขียวอย่างยั่งยืน จากผลการศึกษาธุรกิจสีเขียวในแคนาดา การปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากผู้บริโภค โดยมี

การเพิ่มขึ้นของความไว้วางใจถึง 22% (Johnson, P., & Marlowe, K, 2022) การปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับใหม่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการลดลงของการหยุดชะงักในการดำเนินงานถึง 18% (Carter, R., & Blake, S, 2021) ในประเทศไทย ผลวิจัยที่สำรวจธุรกิจสีเขียวในจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลางพบว่า การปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากผู้บริโภคถึง 20% นอกจากนี้ การปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับใหม่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการลดลงของการหยุดชะงักในการดำเนินงานถึง 15% และการปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีการเพิ่มขึ้นของการปฏิบัติตามมาตรฐานถึง 23% (ธรรมพร พิพัฒน์ไพบูลย์, และ สังคีตร ขุนทวี, 2565; จิตร กิตติศักดิ์, และ ทองสุข ทองสุข, 2564; กิตติศักดิ์ พานิช, และ อุดมศักดิ์ ทองมาก, 2563) ดังนั้น การปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสีเขียวมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมความยั่งยืนและการปกป้องสิ่งแวดล้อม และไม่เพียงแต่ช่วยปกป้องสิ่งแวดล้อม แต่ยังสามารถช่วยเพิ่มความเชื่อถือและสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ดีขึ้นในระยะยาวได้อีกด้วย

2.5 การขาดทรัพยากรและการสนับสนุนทางการเงิน

การลงทุนในเทคโนโลยีสีเขียวต้องใช้เงินทุนที่มาก การหาแหล่งทุนสนับสนุนเป็นสิ่งสำคัญ ธุรกิจต้องสร้างความน่าเชื่อถือและแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเติบโตเพื่อดึงดูดการลงทุนจากแหล่งทุนที่สนใจ ในโครงการที่ยั่งยืน การขาดทรัพยากรและการสนับสนุนทางการเงินเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ธุรกิจสีเขียวต้องเผชิญ จากผลการศึกษาในสหรัฐอเมริกาและยุโรป พบว่าธุรกิจสีเขียวที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลหรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนได้มากขึ้น เช่น การสนับสนุนเงินทุนช่วยเพิ่มการลงทุนในเทคโนโลยีสีเขียวถึง 30% และเพิ่มการจ้างงานในธุรกิจสีเขียวได้ถึง 20% (James & Walker, 2020) และการสร้างแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนและแสดงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมช่วยดึงดูดการลงทุนจากกองทุนเพื่อความยั่งยืนในธุรกิจสีเขียวในประเทศเกาหลีใต้เพิ่มการลงทุนถึง 20% (Lee & Kwan, 2021) ซึ่งหากมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีสีเขียวร่วมด้วยจะเพิ่มการทำกำไรถึง 18% (Anderson & Roberts, 2020) ส่วนประเทศไทย พบว่าการขาดทรัพยากรและการสนับสนุนทางการเงินยังคงเป็นปัญหาใหญ่สำหรับธุรกิจสีเขียว ซึ่งจากการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้พบว่า ธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลหรือองค์กรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนได้มากขึ้นถึง 25% (ธรรมศักดิ์ พิพัฒน์ศรี, และ สมศักดิ์ นคร, 2564) ดังนั้น การเผชิญกับปัญหาขาดทรัพยากรและการสนับสนุนทางการเงิน ธุรกิจควรวางแผนอย่างรอบคอบและการมองหาโอกาสในการจัดการทรัพยากรและเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การร่วมมือกับองค์กรที่สนใจในความยั่งยืนหรือการเข้าถึงแหล่งทุนพิเศษที่สนับสนุนธุรกิจสีเขียวเพื่อความยั่งยืนในธุรกิจระยะยาว

2.6 การจัดการทรัพยากรบุคคล

การพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงานในด้านเทคโนโลยีและการดำเนินงานสีเขียวเป็นสิ่งสำคัญ ธุรกิจต้องมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้

ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การขาดความรู้และทักษะทางเทคนิคเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ธุรกิจสีเขียวต้องเผชิญ ผลการศึกษาในธุรกิจสีเขียวในสหรัฐอเมริกาพบว่า การจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มความยั่งยืนของธุรกิจ โดยมีการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานถึง 25% (Carter, R., & Blake, S., 2021) ส่วนผลการศึกษาในประเทศออสเตรเลียในกลุ่มธุรกิจสีเขียว 20 แห่ง พบว่าการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดอัตราการลาออกของพนักงาน โดยมีการลดลงของอัตราการลาออกถึง 15% (Taylor, M., & Green, J., (2022b) ในประเทศไทย การขาดความรู้และทักษะทางเทคนิคยังคงเป็นปัญหาใหญ่สำหรับธุรกิจสีเขียว ซึ่งจากผลการศึกษาในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะทางเทคนิคช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของธุรกิจสีเขียว โดยมีการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพการดำเนินงานถึง 18% และการลดการใช้ทรัพยากรถึง 12% (ศักดิ์ชัย วงษ์เพชร, และ สมพงษ์ พิพัฒน์, 2563; วัฒนา ศรีสุข, และ สุพัฒน์ สมบูรณ์, 2564) ดังนั้น การจัดการทรัพยากรบุคคลในธุรกิจสีเขียวจึงไม่เพียงแต่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม แต่ยังรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการพัฒนาความสามารถของพนักงานเพื่อสนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

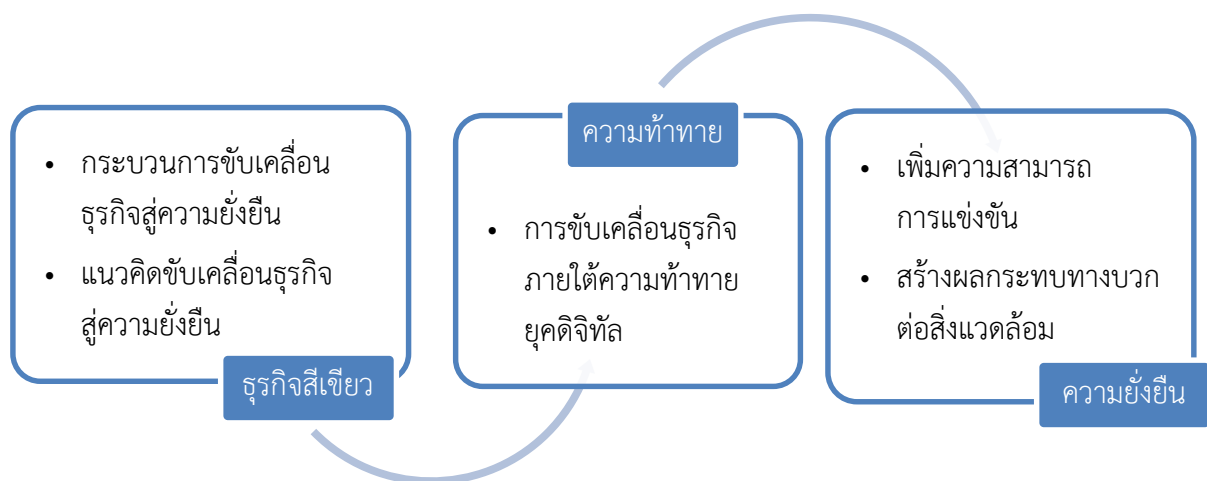
กล่าวโดยสรุป ธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัลเผชิญความท้าทายหลายด้าน รวมถึงการรักษาสมดุลระหว่างความยั่งยืนและกำไร การยอมรับจากผู้บริโภค การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ การปฏิบัติตามกฎระเบียบสิ่งแวดล้อม การขาดทรัพยากรและการสนับสนุนทางการเงิน และการจัดการทรัพยากรบุคคล แม้จะมีค่าใช้จ่ายสูง แต่แนวทางเผชิญความท้าทายข้างต้นธุรกิจควรวางกลยุทธ์ด้านการใช้พลังงานหมุนเวียนและเทคโนโลยีประหยัดเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มกำไร การมุ่งเน้นที่การตลาดและให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มการยอมรับสินค้าสีเขียว การปรับตัวกับเทคโนโลยีใหม่ เช่น IoT และ AI เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานการปฏิบัติตามกฎระเบียบสิ่งแวดล้อมช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ การสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐและองค์กร ช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ยั่งยืน และการพัฒนาทักษะพนักงานช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนทางธุรกิจ ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจสีเขียวสามารถเติบโตและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมได้อย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล การวางแผนและการดำเนินการอย่างรอบคอบในทุกด้านเป็นสิ่งจำเป็น การเผชิญความท้าทายเหล่านี้ต้องการ ความมุ่งมั่นและความพยายามในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

3. ความยั่งยืนทางธุรกิจ

ความยั่งยืนทางธุรกิจ (Business Sustainability) หมายถึง การดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่ไม่เพียงแต่สร้างผลกำไรในระยะสั้น แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบระยะยาวต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย การทำธุรกิจอย่างยั่งยืนจะรวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมสังคมที่เป็นธรรม และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Elkington, J., 1997) เช่น ลูกค้า พนักงาน และชุมชน ซึ่งหลักการสำคัญของความยั่งยืนทางธุรกิจมักประกอบด้วย (1) เศรษฐกิจ คือ การสร้างผลกำไรและการเติบโตทางธุรกิจในระยะยาว (2) สังคม คือ การส่งเสริมความเป็นธรรมและคุณภาพชีวิตที่ดีในชุมชน

และ (3) สิ่งแวดล้อม คือ การลดผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน สรุปว่า การทำธุรกิจอย่างยั่งยืนสามารถช่วยสร้างความแข็งแกร่งและความเชื่อมั่นในตลาดได้ โดยการใช้แนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสร้างคุณค่าให้กับสังคมในขณะเดียวกัน ยกตัวอย่างธุรกิจที่ดำเนินการธุรกิจสีเขียวสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจ เช่น บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) (2566) ตระหนักดีถึงการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผนวกความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัท เพื่อเน้นย้ำความพยายามในการรักษาสมดุลระหว่างการดำเนินงานเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทได้ประกาศและบังคับใช้นโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nation Sustainable Development Goals) เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสร้างความตระหนักของพนักงานในการมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน เป็นต้น

กรอบในการวิเคราะห์



ภาพ 2 การขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวสู่ความยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์

การขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวสู่ความยั่งยืนภายใต้ความท้าทายในยุคดิจิทัลสามารถมองผ่านองค์ประกอบ 3 ส่วนสำคัญที่เชื่อมโยงกันได้ดังนี้

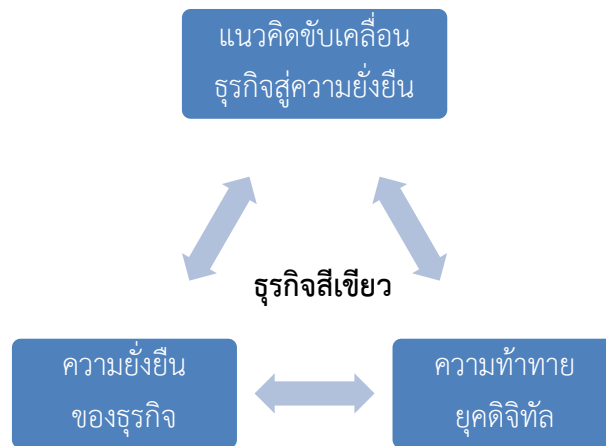
1. ธุรกิจสีเขียว (Green Business) ธุรกิจสีเขียวมุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการใช้นวัตกรรมและกระบวนการที่ช่วยลดการปล่อยมลพิษ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ (Circular Economy) การนำแนวคิดกระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน และเชื่อมโยงกับ SDGs 2030 มาปรับใช้ในกระบวนการธุรกิจจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างยั่งยืน

2. ความท้าทาย (Challenges) ในยุคดิจิทัล ธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของนโยบายและกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจที่ต้องการความยั่งยืนจำเป็นต้องสร้างความยืดหยุ่น (resilience) และความคล่องตัว (agility) เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

3. ความยั่งยืน (Sustainability) ความยั่งยืนในธุรกิจไม่ใช่แค่การปกป้องสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม การใช้แนวคิด Triple Bottom Line (3Ps: People, Planet, Profit) เข้ามาช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

บทสรุป

ธุรกิจสีเขียว (Green Business) มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคดิจิทัล ด้วยความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทต่าง ๆ ต้องพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ของตนเอง อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัลต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การลงทุนในเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีต้นทุนสูง และการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ต้องการการวิจัยและการทดลองที่ยาวนาน นอกจากนี้ ยังมีประเด็นการสร้างความรู้ความตระหนักรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ยังคงเป็นความท้าทาย ซึ่งบทความนี้ได้นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวสู่ความยั่งยืน ได้แก่ ทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Theory) โดย Brundtland, ทฤษฎีด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Theory) โดย Hart และ Milstein, แนวคิด Triple Bottom Line (TBL) โดย Elkington, ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) โดย Barney, ทฤษฎีของวงจรชีวิต (Life Cycle Theory) โดย Guinée et al., และทฤษฎีการลงทุนที่ยั่งยืน (Sustainable Investment Theory) โดย Sullivan และ Mackenzie นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงความท้าทายของธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัล 6 ประการ ได้แก่ การรักษาความสมดุลระหว่างความยั่งยืนและกำไร, การยอมรับจากผู้บริโภค, การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่, การปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานสิ่งแวดล้อม, การจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ, และการสร้างความรู้ความตระหนักรู้และสนับสนุนจากผู้บริโภค



ภาพ 3 การขับเคลื่อนธุรกิจสีเขียวสู่ความยั่งยืนภายใต้ความท้าทายยุคดิจิทัล

กล่าวโดยสรุป การนำแนวคิดการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนไปปรับใช้ในธุรกิจสีเขียวจะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการอย่างยั่งยืนและมีผลกระทบเชิงบวกต่อทั้งสิ่งแวดล้อมและสังคมในอนาคต สร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การปกป้องสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคม รวมทั้งการเผชิญความท้าทายในการดำเนินธุรกิจสีเขียวในยุคดิจิทัลเป็นสิ่งที่ต้องการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้บริโภค การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลงทุนในโครงการที่มีความยั่งยืน และการสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ธุรกิจสีเขียวสามารถเติบโตและสร้างผลกระทบเชิงบวกได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. การลงทุนในเทคโนโลยีสีเขียว ควรลงทุนในการพัฒนาและนำเสนอเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงานทดแทน การรีไซเคิลวัสดุ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เทคโนโลยีเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดต้นทุนในระยะยาว รวมทั้งสร้างกรอบนโยบายสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสีเขียว (Green Technology) ที่ชัดเจนในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การให้เงินทุนสนับสนุนการลดภาษี หรือการสร้างสิทธิประโยชน์สำหรับบริษัทที่พัฒนาเทคโนโลยีสีเขียว รวมถึงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวในภาคธุรกิจ

2. การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของธุรกิจสีเขียวและการศึกษาให้แก่ผู้บริโภคและพนักงานเกี่ยวกับการดำเนินการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและเพิ่มการรับรู้ของตลาด การจัดทำแคมเปญการตลาดที่เน้นความยั่งยืนและการจัดอบรมให้กับพนักงานเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถส่งเสริมการรับรู้และการสนับสนุนจากทุกฝ่ายได้

3. ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ การทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร สามารถช่วยส่งเสริมความร่วมมือในด้านการพัฒนาและการดำเนินธุรกิจสีเขียว การมีเครือข่ายพันธมิตรที่แข็งแกร่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรและการสนับสนุนที่จำเป็น

4. การติดตามและประเมินผล ธุรกิจควรกำหนดตัวชี้วัดและมาตรฐานในการติดตามและประเมินผล กระบวนการสิ่งแวดล้อมและสังคมของการดำเนินงาน เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง การมีระบบรายงานและการวิเคราะห์ผลกระทบที่ชัดเจนจะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืน

5. สร้างมาตรการจูงใจ เช่น ลดภาษี หรือสิทธิพิเศษทางการเงิน ให้กับธุรกิจที่มีการนำแนวทาง ESG และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาปรับใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นให้ธุรกิจต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและกลยุทธ์ไปในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา ทวีปศรี, และ พรทิพย์ ปานบรรจง. (2563). การศึกษาและการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคที่ยั่งยืนในโรงเรียนกรุงเทพฯ. *วารสารวิจัยการศึกษา*. 9(2): 45-60.
- กิตติศักดิ์ พานิช, และ อุดมศักดิ์ ทองมาก. (2563). การปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมในธุรกิจสีเขียวในภาคกลาง. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม*. 8(1): 33-50.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *รายงานธุรกิจสีเขียวประเทศไทย 2024*. สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม, 2567, จาก <http://www.dbd.go.th>
- กระทรวงพลังงาน. (2567). *แผนพัฒนาและสนับสนุนพลังงานทดแทน*. สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม, 2567, จาก <http://www.energy.go.th>
- จันทนา ภาณุพันธุ์, และ ประเสริฐ ศรีเมือง. (2563). การจัดการต้นทุนในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารเกษตรกรรมภาคเหนือ*. 5(1): 77-95.
- จิตร กิตติศักดิ์, และ ทองสุข ทองสุข. (2564). การปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับในธุรกิจสีเขียวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการจัดการธุรกิจสีเขียว*. 9(2): 55-75.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). *กระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม, 2567, จาก <https://www.wealthythai.com/en/updates/sustainability/1975>
- ธรรมพร พิพัฒน์ไพบูลย์, และ สังคีตร ขุนทวี. (2565). การปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมในธุรกิจสีเขียวในเชียงใหม่. *วารสารการปฏิบัติตามกฎระเบียบสิ่งแวดล้อม*. 10(3): 120-135.
- ธรรมศักดิ์ พิพัฒน์ศรี, และ สมศักดิ์ นคร. (2564). การสนับสนุนทางการเงินในธุรกิจสีเขียวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารเศรษฐกิจสีเขียว*. 9(1): 112-125.
- บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน). (2566). *การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนองค์กร*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม, 2567, จาก <https://www.ptgenergy.co.th/Sustainable>

/SustainableDevelopmentStrategy

ปวีณา สุทธิวัง, และ สุนิสา เจริญสุข. (2566). การให้ความรู้และการตลาดสินค้าสีเขียวในกรุงเทพฯ. *วารสารวิจัยผู้บริโภค*. 12(1): 88-105.

ศักดิ์ชัย วงษ์เพชร, และ สมพงษ์ พิพัฒน์. (2563). การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะทางเทคนิคในธุรกิจสีเขียวในภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีสีเขียว*. 11(2): 101-115.

สมปอง วงศ์พานิช, และ กิตติศ สกลชัย. (2564). การใช้ IoT ในการจัดการพลังงานในโรงงานผลิตในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*. 11(2): 90-110.

สมบัติ สมบัติ, และ ฉัตรชัย คงประเสริฐ. (2565). การใช้ AI ในธุรกิจสีเขียวในกรุงเทพฯ. *วารสารเทคโนโลยีสีเขียว*. 9(3): 78-95.

วัฒนา ศรีสุข, และ สุพัฒน์ สมบูรณ์. (2564). การพัฒนาทักษะทางเทคนิคในธุรกิจสีเขียวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีสีเขียว*. 12(1): 98-110.

Anderson, S., & Roberts, T. (2020). The impact of green investment on sustainable business growth. *Journal of Environmental Economics and Management*. 100: 102-328.

Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Boston Consulting Group. (2022, October 26). *Using technology as a way to reduce emissions*. Retrieved August 14, from <https://www.bcg.com>

Brown, P., & Zhang, L. (2021). IoT applications in energy management for sustainable businesses. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 135: 110255.

Brundtland, G. H. (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford University Press.

Carter, R., & Blake, S. (2021). Navigating environmental regulations in the green economy. *Business and Society Review*. 126(2): 205-222.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.

Guinée, J. B., et al. (2001). *Handbook on Life Cycle Assessment: Operational Guide to the ISO Standards*. Kluwer Academic Publishers.

Harris, J., & White, K. (2020). Cost management strategies for sustainable business practices. *Journal of Environmental Management*. 241: 336-344.

Hart, S. L., & Milstein, M. B. (1999). Global Sustainability and the Creative Destruction of Industries. *Sloan Management Review*, 41(1), 23-33.

- International Energy Agency. (2022). *Digitalization and energy*. Retrieved August 14, from <https://www.iea.org>
- International Finance Corporation. (2023). *Green finance: A catalyst for sustainable development*. Retrieved August 19, from <https://www.ifc.org/greenfinance>
- James, R., & Walker, D. (2020). Financial Support for Green Businesses in the United States and Europe. *Journal of Green Economics*. 15(2): 134-150.
- Johnson, P., & Marlowe, K. (2022). Compliance with environmental regulations: Challenges and opportunities for green businesses. *Environmental Policy and Governance*. 32(1): 45-60.
- Lee, J., & Kwan, H. (2021). Securing investment for sustainable green projects. *Journal of Sustainable Finance & Investment*. 11(3): 187-204.
- Lee, S., & Chen, H. (2021). Marketing strategies for promoting eco-friendly products. *International Journal of Marketing Studies*. 13(1); 123-138.
- Nguyen, T., & Hunter, T. (2020). The role of consumer education in promoting sustainable consumption. *Journal of Environmental Education*. 51(4): 289-301.
- Odeyemi, O., Usman, F. O., Mhlongo, N. Z., Elufioye, O. A., & Ike, C. U. (2024). Sustainable entrepreneurship: A review of green business practices and environmental impact World. *Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(2), 346-358.
- Renewable Energy Policy Network for the 21st Century. (2023). *Renewable energy and jobs – Annual review 2023*. Retrieved August 21, from <https://www.irena.org/publications/2023/Jul/Renewable-Energy-and-Jobs-Annual-Review-2023>
- Smith, J., & Williams, A. (2023). Consumer awareness and preferences for green products. *Journal of Consumer Research*. 49(2); 245-259.
- Smith, R., & Thompson, H. (2021). Balancing sustainability and profitability in green enterprises. *Business Strategy and the Environment*. 30(3): 678-691. Retrieved July 20, 2024, from <https://doi.org/10.1016/j.sbr.2020.12.003>.
- Sullivan, R., & Mackenzie, C. (2006). *Responsible Investment: A Guide to the Principles for Responsible Investment*. Global Reporting Initiative.
- Taylor, M., & Green, J. (2022a). Artificial intelligence in enhancing operational efficiency in green enterprises. *Journal of Cleaner Production*. 320: 128-728.
- Taylor, M., & Green, J. (2022b). Employee training and development in sustainable business practices. *Journal of Business Ethics*. 170(3): 421-435.

U.S. Environmental Protection Agency. (n.d.). *Green business*. Retrieved August 2, 2024, from <https://www.epa.gov/green-business>.

Wang, H., & Liu, S. (2020). The impact of digital technologies on green business practices. *Sustainable Computing: Informatics and Systems*. 28: 100-431.

Weber, M., & El-Alami, S. (2022). The impact of energy-saving technologies on operational costs in green businesses. *Journal of Sustainable Development*. 15(4): 345-362. Retrieved July 24, 2024, from <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112234>.

World Economic Forum. (2022). *Digital technologies can cut global emissions by 20%*. Retrieved August 18, from <https://www.weforum.org>

World Health Organization. (2023). *Air pollution and health*. Retrieved August 17, from [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-\(outdoor\)-air-quality-and-health](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-(outdoor)-air-quality-and-health)

World Resources Institute. (2023). *Global greenhouse gas emissions data*. Retrieved August 19, from <https://www.wri.org/resources/data-sets/global-greenhouse-gas-emissions>

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. Retrieved August 17, from <https://sdgs.un.org/2030agenda>

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครอง
สิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์

The Quality of Service Affecting the Satisfaction of Service Recipients in Civil Rights
Protection Legal Aid and Legal Execution in Nakhon Sawan Province

เกษมณี เอี่ยมหน่อ¹ และ พัชรภา สิงห์ธนาสาร²
Ketmanee Aimno¹ and Phatcharapha Singtanasarn²

Received: June 13, 2024

Revised: June 27, 2024

Accepted: July 4, 2024

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์¹

รองศาสตราจารย์ ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์²

Student of Master of Business Administration, Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University¹

Associate Professor Dr., Faculty of Management Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University²

E-mail: ketmanee1311@gmail.com¹

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ (2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ และ (3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประชากร ได้แก่ ประชาชนผู้มาติดต่อขอใช้บริการสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 180 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการวิจัย พบว่า (1) ระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.47) (2) ความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.45) (3) คุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความเห็นอกเห็นใจ ด้านความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ โดยสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ร้อยละ 83.5 ($R^2 = 0.835$) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ; ความพึงพอใจของผู้รับบริการ; สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

Abstract

The objectives of this research article are (1) to study the level of service quality, (2) to study the level of satisfaction, and (3) to study the quality of service that affects the satisfaction of service recipients. The population includes people who come to request the services of the civil rights protection aid and legal execution, Nakhon Sawan province. The study was based on a sample of 180 people. The instrument used was a questionnaire. The data were analyzed using mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The results of the research found that (1) the service quality level of the civil rights protection legal aid and legal execution, Nakhon Sawan overall is at the highest level ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.47). (2) Satisfaction of the service recipients of the civil rights protection legal aid and legal execution, Nakhon Sawan overall is at a high level ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.45). (3) Service quality: tangible, responsiveness, empathy, assurance and reliability aspects affect the satisfaction of service recipients of the civil rights protection legal aid and legal execution, Nakhon Sawan and they were able to predict the satisfaction of service recipients 83.5 percent ($R^2 = 0.835$) with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Service Quality; Satisfaction of Service Recipients; The Civil Rights Protection Legal Aid and Legal Execution

Type of Article: Research Article

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ เป็นหน่วยงานภายในของสำนักงานอัยการสูงสุด จึงมีหน้าที่เกี่ยวกับการบริการประชาชนให้ความช่วยเหลือประชาชนเช่นกัน โดยปฏิบัติหน้าที่ตามระเบียบสำนักงานอัยการสูงสุดว่าด้วยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน พ.ศ. 2562 รายละเอียดของภารกิจในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การให้คำปรึกษาทางกฎหมายแก่ประชาชน การจัดทำนิติกรรมสัญญา การไกล่เกลี่ยประนอมข้อพิพาท การช่วยเหลือประชาชนด้านอรรถคดี การคุ้มครองสิทธิทางศาล การคุ้มครองผู้บริโภค การเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายแก่ประชาชน การให้ความช่วยเหลือกองทุนหมู่บ้าน การเจรจาไกล่เกลี่ยประนอมหนี้ในระบบระหว่างลูกหนี้และเจ้าหนี้ในระบบ งานส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิผู้ติดเชื่อเอชไอวี/เอดส์และเพศสภาวะ งานด้าน MOU กับหน่วยงานต่าง ๆ รับเรื่องราวร้องทุกข์แทนรัฐบาล การประชุมคณะรัฐมนตรีนอกสถานที่ (คณะรัฐมนตรีสัญจร) และการช่วยเหลือประชาชนที่ทูลเกล้าถวายฎีกาขอพระราชทานความช่วยเหลือ ที่ส่งมาจากสำนักพระราชวัง สำนักกราชเลขาธิการ สำนักงานองคมนตรี และพระบรมวงศานุวงศ์ (สำนักงานอัยการสูงสุด. 2564: 22)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการประชาชนในพื้นที่ จังหวัดนครสวรรค์เป็นภารกิจหลัก ขณะทำงานบริการของภาครัฐและเอกชน มีคุณลักษณะของการบริการที่แตกต่างกัน การบริการภาคเอกชนมุ่งเน้นที่การเพิ่มลูกค้าหรือผู้รับบริการหรือความภักดีในการซื้อสินค้าหรือซื้อบริการมากขึ้น จึงมุ่งมั่นอยู่กับการแข่งขันในด้านคุณภาพของการบริการ ส่วนภาครัฐเป็นผู้นำเสนอบริการเพียงผู้เดียว เช่น การให้บริการด้านกฎหมายระเบียบต่าง ๆ ของสำนักงานอัยการ คุณภาพบริการจึงมุ่งไปที่การลดการบริโภคลง หรือการเข้ารับบริการให้น้อยลง ด้วยการให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ชัดเจน และประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจกระทั่งสามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ การบริการภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับผู้รับบริการในฐานะพลเมืองของประเทศ ซึ่งทรัพยากรต่าง ๆ ล้วนมาจากประชาชน ตัวชี้วัดความสำเร็จประการหนึ่งในการให้บริการของหน่วยงานรัฐแก่ประชาชน จึงพิจารณาจากระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ นอกจากนี้ การรับรู้ในด้านการคุ้มครองและบริการที่มีคุณภาพจะเป็นประโยชน์ต่อการเชื่อมั่นของประชาชน ในการมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการแก้ไขต่าง ๆ ต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจจากประชาชนที่ได้รับบริการโดยตรงของ สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำผลการศึกษา มาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการมีคุณภาพตรงตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ณ สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์
2. นำความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของประชาชนที่มีต่อการให้บริการ ไปปรับปรุงงานบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ให้ดียิ่งขึ้น

3. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางหน่วยงานของภาครัฐที่ปฏิบัติงานด้านการบริการประชาชน ปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หรือพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมาย ดังนี้

Oliver (1999: 33) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การสัมผัสถึงการได้รับการเติมเต็มความต้องการ ความปรารถนา เป้าหมาย หรือการเติมเต็มอื่นๆที่ทำให้เกิดความน่ายินดี ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ขัดแย้งกับมาตรฐานของความยินดีจึงเป็นความไม่พึงพอใจ

Aday and Andersen (1971: 4-11) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นความรู้สึก หรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับ ทักษะคนใด ของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปใช้บริการในสถานบริการนั้น และประสบการณ์นั้นได้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการมากน้อยเพียงใด

องค์ประกอบความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ณภัส ทองมีขวัญ (2564: 155); นกุล ชื่นพิง, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว, เพ็ญสุข เกตุมณี, และฐิติพงศ์ เกตุอมร (2023: 66); ศูนย์วิจัยและพัฒนาการสื่อสารการเมืองและสังคม, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2561) ได้แบ่งองค์ประกอบความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ โดยเฉพาะการให้บริการสาธารณะของหน่วยงานราชการ ออกเป็น 4 ด้านได้แก่ ด้านขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการ ณภัส ทองมีขวัญ (ณภัส ทองมีขวัญ. 2561: 13-15) ได้สรุปขั้นตอนในการให้บริการ คือ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อการส่งมอบบริการให้กับผู้รับบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วมีความคล่องตัว มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง เป็นธรรม และทั่วถึงแก่ประชาชนผู้มาติดต่อในทุกๆระดับ ไม่มีการเลือกปฏิบัติหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีความเสมอภาคในการบริการ

2. ด้านช่องทางการให้บริการ หมายถึง ช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางในการติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการรับบริการ ช่องทางในการประสานงานหรือติดต่อสอบถามที่สะดวกรวดเร็ว เช่น โทรศัพท์ อีเมล เว็บไซต์ ต่างๆ มีช่องทางให้ผู้รับบริการเลือกใช้ ติดต่อและประสานงานได้อย่างหลากหลาย และเพียงพอ (ศูนย์วิจัยและพัฒนาการสื่อสารการเมืองและสังคม, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2561: ก)

3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ทำหน้าที่บริการต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้ มีอัธยาศัยดี ทั้งสีหน้า แววตา ท่าทาง และคำพูดที่ใช้ในการสื่อสารกับผู้รับบริการ มีมิตรไมตรีคือ มีการแสดงออกให้ผู้รับบริการเห็นว่า มีมิตรต่อผู้มารับบริการ มีมิตรภาพและเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ มีความมุ่งมั่นในการให้บริการ แต่งกาย

สภาพสะอาดเรียบร้อย มีกิริยาสุภาพมารยาทงดงาม ใ้วาจาสุภาพในการสื่อสารกับผู้รับบริการ โดยเฉพาะประชาชนผู้ใช้บริการของหน่วยงานรัฐ ทุกคนล้วนต้องการการบริการด้วยภาพสุภาพทั้งกิริยา และวาจา (อรุณไชยนิษฐ์. 2564: 32-34)

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ ด้านอาคารสถานที่ มีความเหมาะสมในการจัดและตกแต่งภายใน มีความสะดวกสบาย ที่จอดรถเพียงพอ แสงสว่างภายในอาคารการถ่ายเทอากาศภายในอาคาร อุณหภูมิและบรรยากาศในอาคารมีความเหมาะสม เครื่องใช้อุปกรณ์สำนักงานเพียงพอต่อการใช้งานเพื่อบริการประชาชน การมีป้ายบอกช่องทางการติดต่อ ป้ายประชาสัมพันธ์ บอร์ดแสดงข่าวสาร การแนะนำการให้บริการ รวมทั้งห้องน้ำสะอาดไว้บริการประชาชน (น้ำลิน เทียมแก้ว. 2561: 9)

ดังนั้น องค์ประกอบของความพึงพอใจในด้านการบริการจึงประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบได้แก่ (1) ด้านกระบวนการหรือขั้นตอนในการให้บริการ (2) ด้านช่องทางการให้บริการ (3) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ

ความหมายการบริการ

Kotler (2000: 200) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือการแสดงใดๆ ที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถเสนอให้กับผู้อื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่ส่งผลให้เป็นเจ้าของสิ่งใดๆ การผลิตอาจจะเชื่อมโยงหรืออาจไม่เชื่อมโยงกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

สำหรับตัวแบบที่นักวิชาการใช้ในการศึกษา การวัดหรือประเมินคุณภาพการบริการคือ ตัวแบบ SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) 5 มิติ ที่เป็นตัวบ่งชี้สำคัญ ได้แก่

1. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ความสะดวกสบายทางกายภาพ เครื่องมืออุปกรณ์ในการบริการ พนักงาน อุปกรณ์ในการสื่อสาร เป็นต้น

2. การตอบสนอง (responsiveness) หมายถึง การแสดงออกของผู้ให้บริการในการบริการผู้รับบริการ โดยมีความตั้งใจในการช่วยเหลือลูกค้าหรือผู้รับบริการหรือผู้รับบริการในการบริการอย่างทันท่วงที

3. ความเห็นอกเห็นใจ (empathy) หมายถึง การเข้าใจผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความต้องการแตกต่างกัน โดยการดูแลเอาใจใส่เป็นรายบุคคล ความใส่ใจต่อผู้รับบริการ

4. ความมั่นใจ (assurance) หมายถึง ความรู้และมารยาทของผู้ให้บริการและความสามารถถ่ายทอด ความไว้วางใจและความมั่นใจ

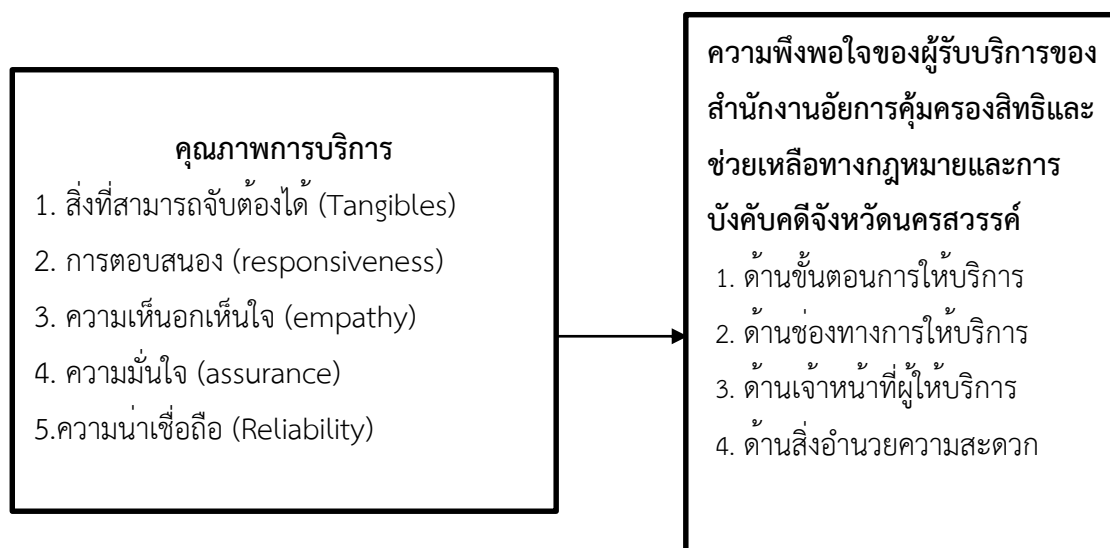
5. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการได้ตามสัญญาอย่างถูกต้องและเชื่อถือได้ (Parasuraman, et al, 1988: 17-23)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

คุณภาพกับความพึงพอใจ คือ ความคาดหวังเทียบกับการรับรู้ คุณภาพการบริการที่ผู้บริโภครับรู้ขึ้น เกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่พวกเขารู้สึกว่าผู้ให้บริการควรนำเสนอด้วยการรับรู้ถึงผลการดำเนินงานที่ให้บริการ คุณภาพของการบริการที่รับรู้ จึงเป็นระดับและทิศทางในความแตกต่างระหว่างความรับรู้และความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้บริโภค ความคาดหวังที่ใช้ในการวัดคุณภาพบริการนั้น แตกต่างจากการนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยความพึงพอใจเป็นการระบุถึงความคาดหวัง ที่ถูกมองว่าเป็นการคาดการณ์ที่ผู้บริโภคคำนึงเกี่ยวกับสิ่งที่น่าจะเกิดขึ้น ในช่วงเวลาที่มีการดำเนินงานบริการ โดยความหมายอย่างง่ายทั่วไป ความคาดหวังคือความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคกำหนดขึ้นเอง ทั้งในเหตุการณ์เชิงบวกและเชิงลบ เมื่อผู้บริโภคมีส่วนร่วมในพฤติกรรมบางอย่าง ในทางตรงกันข้ามกันคุณภาพการบริการมองว่า ความคาดหวังเป็นความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคกล่าวคือ ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณให้บริการควรจะเสนอมากกว่าที่เสนอ (Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1988: 16-17)

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจ เนื่องจากความคาดหวังของผู้รับบริการมีความคาดหวังได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวัง จึงเกิดเป็นความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ ขณะเดียวกันคุณภาพในการบริการดำเนินการเพื่อคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า และลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับผลที่ได้รับให้มากที่สุด ดังนั้น คุณภาพในการบริการจึงส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยตรง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณพื้นที่วิจัยคือ จังหวัดนครสวรรค์ ประชากร คือ ประชาชนผู้มาติดต่อขอใช้บริการสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 1,225 คน โดยใช้อ้างอิงจำนวนของประชาชนที่มาติดต่อขอใช้บริการสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ นับตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2565 ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2566

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้เกณฑ์ในการประมาณกลุ่มตัวอย่างของ บุญชม ศรีสะอาด (2535: 38) หากประชากรทั้งหมดเป็นหลักพัน ขนาดกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่จำนวน ร้อยละ 10 – 15 ผู้ศึกษากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15 ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 184 คน ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 185 ชุด การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) และเลือกใช้วิธีการเก็บตามความสะดวก (Convenience Sampling) แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ พบว่าแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ได้มีเพียง 180 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) การหาค่าความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (Item Objective Congruence – IOC) (สุวิมล ติรภานนท์. 2546: 137-138) เลือกข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และคำถามมีค่าคะแนนระหว่าง 0.66 -1.00 นำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินไปทดสอบก่อนการศึกษจริง (Try-out) กับผู้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง จำนวน 30 คน และทำการตรวจสอบค่าความน่าเชื่อถือได้ โดยวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ (Reliability Analysis) ได้ค่าความเชื่อถือได้ (Alpha Coefficient) ของ Cronbach มีค่าเท่ากับ 0.97 จึงถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้ (Cronbach. 1990: 204)

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ณ สำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2567 ถึง วันที่ 30 เมษายน 2567 ระยะเวลา 60 วัน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานใช้ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter Estimation

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย นำเสนอตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวม (n=180)

ข้อ	คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ	ระดับความพึงพอใจ
1	คุณภาพบริการด้านสิ่งที่จับต้องได้	4.53	.60	2	มากที่สุด
2	คุณภาพบริการด้านการตอบสนอง	4.44	.50	5	มาก
3	คุณภาพบริการด้านความมั่นใจ	4.49	.55	3	มาก
4	คุณภาพบริการด้านความเห็นอกเห็นใจ	4.49	.48	4	มาก
5	คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ	4.74	.53	1	มากที่สุด
รวม		4.54	.47	มากที่สุด	

จากตาราง 1 พบว่าคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .53 คุณภาพบริการด้านสิ่งที่จับต้องได้อยู่ในอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .60 คุณภาพบริการด้านความมั่นใจอยู่ในอันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .55 คุณภาพบริการด้านความเห็นอกเห็นใจอยู่ในอันดับที่ 4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .48 และลำดับสุดท้ายคือคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .50 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ 2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวม (n=180)

ข้อ	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ	ระดับความพึงพอใจ
1	ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ	4.39	.50	3	มาก
2	ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ	4.11	.48	4	มาก
3	ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.42	.49	2	มาก
4	ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.58	.59	1	มากที่สุด
รวม		4.38	.45	มาก	

จากตาราง 2 พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อันดับ 1 คือ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .59 อันดับ 2 คือ ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .49 อันดับ 3 คือ ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .50 และอันดับสุดท้าย คือ ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .48 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ 3 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความเห็นอกเห็นใจ ด้านความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวม

ตัวแปร	SAT	SQT	SQR	SQE	SQA	SQRE	VIF
$\bar{X}$	4.37	4.52	4.44	4.49	4.48	4.74	
S.D.	.451	.598	.500	.546	.482	.530	
SAT		.817**	.803**	.760**	.778**	.853**	
SQT			.707**	.643**	.681**	.708**	2.338
SQR				.696**	.754**	.799**	3.255
SQE					.736**	.807**	3.038
SQA						.837**	3.741
SQRE							5.377

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 แสดงการทดสอบ Multicollinearity ของตัวแปรอิสระแต่ละด้าน โดยใช้ค่า VIF ซึ่งตัวแปรอิสระ คุณภาพบริการทุกด้าน มีค่าระหว่าง 2.338 ถึง 5.377 มีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้น ตัวแปรอิสระจึงไม่มีความสัมพันธ์กัน และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระดับสูงถึงสูงมาก ระหว่าง .760 ถึง .853

ตาราง 4 การวิเคราะห์ถดถอยพหุของคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความเห็นอกเห็นใจ ด้านความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวม

คุณภาพการบริการ	ความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยรวม		t	p-value
	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาดเคลื่อน จากมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)		.137	3.772	.000**
ด้านสิ่งที่จับต้องได้	.358	.036	7.587	.000**
ด้านการตอบสนอง	.175	.050	3.139	.002*
ด้านความน่าเชื่อถือ	.347	.061	4.858	.000**

$R = .914$, $R^2 = .835$, $SEE = .186$, $F = 175.584$, $P = .000**$

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 (* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$)

จากตาราง 4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า .914 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีค่าเท่ากับ .835 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ตัวจึงสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวมได้ร้อยละ 83.5 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ .186 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ .358 ด้านการตอบสนองส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ รองลงมา มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ .347 และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการลำดับสุดท้าย มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ .175 ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปร ส่งผลในทางบวก ส่วน 2 ตัวแปรที่เหลือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\hat{Z} = .358 (\text{ด้านสิ่งที่จับต้องได้}) + .175 (\text{ด้านการตอบสนอง}) + .347 (\text{ด้านความน่าเชื่อถือ})$$

อภิปรายผลการวิจัย

ระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และสองอันดับแรก คือ ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความมั่นใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเป็นหลัก ทั้งนี้ อาจเกิดจาก เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ ในการการปฏิบัติงาน จึงทำให้สามารถปฏิบัติงานบริการได้อย่างมีคุณภาพ (นคร รัตนพรกุล, 2559: 13-14) รวมทั้งการมีทัศนคติที่ดีของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการผู้มาขอรับบริการ (Ramseook-Munhurrun, Lukea-Bhiwajee, & Naidoo. 2010: 38-39) ผลการศึกษานี้ สอดคล้อง

กับ ศิริญา เมืองโคตร (2565); สุพินธ์ วงษ์คำ, และศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ (2565) ซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานที่เลือกศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการศึกษาของ ภัทรกร เขียวสี, สืบชาติ อันทะไชย, และวณิชย์ ไชยแสง (2566) และ เกวรินทร์ เมืองมูล (2561) พบว่า คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานที่เลือกศึกษาอยู่ในระดับดี (ระดับมาก) เท่านั้น ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนี้

ความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ ภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สองอันดับแรกคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งอาจเกิดจากความพร้อมในด้านสถานที่ กว้างขวาง ความสะอาดสบาย มีวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ รองรับเพียงพอแก่ผู้มารับบริการ รวมทั้งการทำงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ทำหน้าที่ตอบสนองต่อความปรารถนาหรือข้อเรียกร้อง ของผู้รับบริการอย่างดี หรืออาจสูงเกินกว่าที่ผู้เข้ารับบริการ ความคาดหวังไว้ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจและความน่ายินดีในระดับมาก (Oliver, 1999: 33; Aday & Andersen. 1971: 4-11, Tse & Wilton, 1988: 210) สอดคล้อง ศิริญา เมืองโคตร (2565); กฤตพรพรณ ดีนิสัย (2560) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า คุณภาพการบริการ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านการตอบสนอง และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ โดยรวมในระดับสูงมาก ($R = .914$) ซึ่งอาจเกิดจากผลลัพธ์ของการบริการตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ Rust and Oliver (1994: 11-12) อธิบายว่า ผลลัพธ์หรือรูปแบบของการบริการ สภาพแวดล้อมในการบริการ ซึ่งประกอบด้วยบุคคลผู้ให้บริการ สภาพแวดล้อมภายนอก วัฒนธรรมขององค์กร บรรยากาศ ที่ตั้ง อาคารสถานที่ พื้นที่ในการให้บริการ และการนำส่งหรือบทบาทของพนักงานในการให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ เขียวธิดา สุริจักหงส์, และรัชดา ภักดียิ่ง (2565) คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจการให้บริการ ได้ร้อยละ 85.30 และสอดคล้องกับ ศิริญา เมืองโคตร (2565) ผลการศึกษา องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการสามารถร่วมกันพยากรณ์ความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ร้อยละ 83.5 ขณะที่ การศึกษาของภัทรกร เขียวสี, สืบชาติ อันทะไชย, และวณิชย์ ไชยแสง (2566) พบว่า คุณภาพการให้บริการของสำนักงานอัยการจังหวัดหนองคายซึ่งประกอบด้วย การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ ร่วมการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการจังหวัดหนองคายได้ ร้อยละ 10.20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนี้

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์ รับบริการทางด้านขอคำปรึกษาทางกฎหมายเป็นส่วนใหญ่

หน่วยงานควรรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไว้เป็นหมวดหมู่เพื่อให้เกิดความสะดวกในการให้คำปรึกษาแก่ผู้ขอรับบริการ

2. จากผลการวิจัย ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านความมั่นใจในเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด หน่วยงานจึงควรส่งเสริมให้มีการอบรม เพิ่มพูนความรู้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เพื่อพัฒนางานบริการให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤตชนพรณ ตินิสัย. (2560). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดนครนายก. *วารสารการพัฒนาภูมิสังคมอย่างยั่งยืน*. 1(1), 55-76.
- เกวรินทร์ เมืองมูล. (2561). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดพะเยา. สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัด เชียงราย สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก <http://www.ba-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/83.ru>.
- ณภัส ทองมีขวัญ. (2018). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลา นครินทร์.
- นศกร ธนัตพรกุล. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- นกุล ชื่นพัก, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว, เพ็ญสุข เกตุมณี, & ฐิติพงศ์ เกตุอมร. (2023). การให้บริการงานบริการสาธารณะจากทัศนะผู้รับบริการของเทศบาลเมืองคองหงส์ในจังหวัดสงขลา. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(6), 296-308.
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทย บริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560. สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *หลักการวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น
- ภัทรกร เขียวสี, สืบชาติ อันทะไชย, และวนิชย์ ไชยแสง. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อ ภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการจังหวัดหนองคาย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏ สกลนคร*. 4(2), 1-12.
- เยาวธิดา สุริจักหงส์, และรัชดา ภักดียิ่ง. (2565). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการ ให้บริการ ของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 7(11): 1-16.
- ศิริญา เมืองโคตร. (2565). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่ส่งผลต่อ ความเชื่อถือไว้วางใจสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี

- จังหวัดมุกดาหาร: อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อถือว่าไว้วางใจสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดี จังหวัดมุกดาหาร. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*. 2(2): 74-89.
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการสื่อสารการเมืองและสังคม, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (ม.ป.ป.). รายงานผลการวิจัย ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของ เทศบาลตำบลเสาชิงหิน อำเภอ บางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี. นนทบุรี: ผู้แต่ง
- สุพันธ์ วงษ์คำ, & ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์. (2565). คุณภาพบริการของสำนักงานอัยการ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการ. *วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร*, 1(1), 1-22
- สุวิมล ติรกานนท์. (2548). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานอัยการสูงสุด. (2564). *Info OAG รู้จักสำนักงานอัยการสูงสุด Office of the Attorney General*. กรุงเทพมหานคร: Idealready.
- อรุณ ไชยนิทย์ และคณะ. (2565). รายงานผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของ เทศบาลเมืองโคราชอำเภอบางบัวทองจังหวัดนนทบุรี. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- Aday, L. A. & Andersen, R. (1978). Theoretical and methodology issue in Sociology study of satisfaction with medical care. *Social Science and Medicine*. (12), 28.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of marketing*, 63(4_suppl1), 33-44.
- Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. 1988, 64(1): 12-40.
- Ramseook-Munhurrin, P., Lukea-Bhiwajee, S. D., & Naidoo, P. (2010). Service quality in the public service. *International journal of management and marketing research*, 3(1), 37-50.
- Rust, R.T. and Oliver, R.L. (1994) Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier. In: Rust, R.T. and Oliver, R.L., Eds., *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage Publications, Thousand Oaks, 1-19.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988): "Models of Consumer Satisfaction: An Extension", *Journal of Marketing Research*, 25 (May): 204-212.

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการ
ในจังหวัดปทุมธานี

Factors Influencing the Service Decision Making Usage of Medium-Sized
Fitness Center in Pathum Thani Province

ศิวัจน์ ประจักษ์สกุลวุฒิ¹, เดชาธร โคกดอน², ปาकिन สมชาติ³

สินิทธรา สุขสวัสดิ์⁴ และ รุจิกาญจน์ ซานนท์⁵

Siwat Prajuksakhunwut, Dachathorn Cokdon, Pakhin Somchart

Sinittra Suksawat, Rujikarn Sanont

นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี^{1,2,3}

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี⁴

Student, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi^{1,2,3}

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi^{4,5}

E mail: rujikarn_s@rmutt.ac.th⁴

Received: June 11, 2024

Revised: August 8, 2024

Accepted: August 26, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการ (2) ศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาด (3) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจใช้ฟิตเนสขนาดกลางอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.80) ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสขนาดกลาง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.83) และส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน สามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางร่วมกันได้ร้อยละ 93.5 ($R^2=0.935$) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านบุคคลสามารถพยากรณ์ได้มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่สามารถพยากรณ์ได้

คำสำคัญ: การตัดสินใจใช้บริการ; ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps); ฟิตเนสเซ็นเตอร์; การออกกำลังกาย

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

Abstract

This research article aim to (1) the level of decision making to use services (2) study the level of the marketing mix (3) study the marketing mix that affects users' decision to use a medium-sized fitness center in Pathum Thani province. This is quantitative research. The population is those who use a medium-sized fitness center in Pathum Thani province. The sample size was 400 people using convenience sampling. The instrument used to collect data was a questionnaire. Statistics used in the analysis included: descriptive statistics: percentage, mean, standard deviation and the statistics used to test the hypothesis are multiple regression analysis.

The results of the research revealed that : level of decision to use a medium-sized fitness center at the highest level ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.83), the level of marketing mix that affects the decision to use medium-sized fitness services overall, it is at the highest level ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.83) and all 7 aspects of the marketing mix were able to predict the decision to use a medium-sized fitness center together 93.5 percent ($R^2=0.935$) with statistical significance at the 0.05 level, with the people aspect being able to predict the most, followed by the process aspect, product aspect, price aspect, physical aspect and promotion as for place cannot predict.

Keywords: Decision Making on Using Service; Marketing Mix (7Ps); Fitness Center; Exercise

Type of Article: Research Article

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิถีชีวิตในยุคปัจจุบันเต็มไปด้วยความเครียด ความเร่งรีบและการใช้ชีวิตท่ามกลางมลภาวะต่าง ๆ รวมทั้งความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ส่งผลให้มีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่เมืองหลวง กระแสของการดูแลสุขภาพจึงเติบโตมากขึ้น (วิลาวัณย์ ตีแก้ว, 2561) จากข้อจำกัดในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและสถานที่การออกกำลังกาย ศูนย์ฟิตเนส (Fitness Center) จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมและรองรับรูปแบบของผู้ที่ดำเนินชีวิตอยู่ในพื้นที่เมือง

ฟิตเนสเซ็นเตอร์ (Fitness Center) คือ สถานที่ออกกำลังกายที่มีขนาดแตกต่างกันไป เน้นการออกกำลังกายโดยเฉพาะและให้ความสำคัญกับการเดินทางมาใช้บริการที่ต้องมีความสะดวกสบาย ส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนต่างๆ ภายในศูนย์การค้า และอาคารสำนักงาน มีการคิดค่าบริการที่หลากหลายตามแพคเกจ

ที่เลือกใช้บริการ โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) ฟิตเนสเซ็นเตอร์เชิงพาณิชย์ (Commercial Fitness Center) (2) ฟิตเนสเซ็นเตอร์สำหรับภายในองค์กร (Corporate Fitness Center) (3) ฟิตเนสเซ็นเตอร์สำหรับชุมชน (Community Fitness Center) และ (4) ฟิตเนสเซ็นเตอร์สำหรับบำบัดและฟื้นฟู (Clinical Fitness Center) การแบ่งขนาดฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทยใช้เกณฑ์จำนวนสาขาเป็นเกณฑ์ แบ่งได้ 4 ประเภท คือ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดใหญ่ มีจำนวนตั้งแต่ 10 สาขาขึ้นไป ฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง มีจำนวนตั้งแต่ 5 -9 สาขา และฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดเล็ก มีจำนวนตั้งแต่ 1 -5 สาขา ส่วนฟิตเนสเซ็นเตอร์เฉพาะองค์กรจะเป็นสวัสดิการขององค์กรให้กับพนักงานใช้บริการเท่านั้น (จิราภา พึ่งบางกรวย, 2550 และ ฉัตรชัย มะสุนสืบ , 2553)

ผู้วิจัยสนใจศึกษาฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางในเขตจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากเป็นพื้นที่ปริมณฑล และเป็นพื้นที่ ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้เลือกให้เป็นพื้นที่ในการจัดทำโมเดล ภายใต้ชื่อ หลักหกโมเดล ด้วยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยรังสิต และองค์การบริหารจังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีเป้าหมายคือ มุ่งเสริมสร้างสุขภาพ สร้างสุขภาวะ และคุณภาพชีวิตที่ดีในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เริ่มดำเนินการมานับตั้งแต่ปี พ.ศ 2565 และได้สร้างการขยายความร่วมมือณีกำลังภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม เข้ามาร่วมเป็นหุ้นส่วนสร้างเสริมสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2565) ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาการดำเนินธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง ในจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากการดำเนินงานของภาคเอกชน ตามความร่วมมือในโครงการดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งค้นหาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดปทุมธานี เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ และเป็นการร่วมกันมุ่งสร้างเสริมสุขภาพ สร้างสุขภาวะให้แก่ประชาชนในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสขนาดกลางของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางในเขตปทุมธานีสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการฟิตเนสเพื่อให้สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการฟิตเนสในด้านต่าง ๆ
2. ผู้ประกอบการธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนธุรกิจตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
3. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน และประโยชน์ทางการศึกษาแก่ผู้ที่สนใจต้องการดำเนินธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ในเขตปทุมธานี

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาดบริการ เป็นสิ่งนักการตลาดไม่สามารถขาดได้ ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร เนื่องจากจะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินการทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดบริการมี ดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์ (product) Kotler and Armstrong (2010) ให้คำจำกัดความหมายถึง ผลประโยชน์ที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ที่ถูกเสนอเข้าสู่ตลาดเพื่อความสนใจ และการได้มาซึ่งความพึงพอใจที่ตอบสนองความต้องการ โดยประโยชน์ที่จับต้องได้ส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์ ขณะที่ประโยชน์อีกด้านหนึ่งที่จับต้องไม่ได้เรียกว่าบริการ การบริการ เป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ที่ประกอบขึ้นด้วยผลิตภัณฑ์สิทธิประโยชน์ และความพึงพอใจที่ถูกเสนอเพื่อขาย ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วจับต้องไม่ได้และไม่ส่งผลให้เกิดความเป็นเจ้าของสิ่งใด ๆ ขึ้น (2) ราคา (price) Kotler and Armstrong (2010) กล่าวว่า การกำหนดราคาเป็นศิลปะและไม่มีแนวทางใดเป็นแนวทางที่ดีที่สุด ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคาและปัจจัยอื่น ๆ นอกจากนี้ราคายังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกเมื่อเมื่อจำเป็น รวมถึงการตัดสินใจด้านราคาในกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดนั้น มีความสำคัญมากกับองค์กรที่ขายในด้านบริการ (3) สถานที่ (place) คือ สิ่งที่องค์กรเลือกเพื่อจัดตั้งสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้โดยง่ายความสะดวกสบายของทำเลที่ตั้ง มีบทบาทสำคัญมากเป็นทางเลือกของลูกค้าในด้านธุรกิจบริการ (4) การส่งเสริมการตลาด (promotion) สินค้าหรือบริการที่นำเสนอโดยองค์กรจะกลายเป็นไร้ประโยชน์หากลูกค้าไม่รู้จักรู้จักลูกค้าจะเลือกซื้อในสิ่งที่พวกเขารู้จัก ดังนั้น องค์กรจึงสามารถมีอิทธิพลต่อลูกค้าผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและโน้มน้าวใจ ธุรกิจบริการสามารถได้รับอิทธิพลจากแคมเปญส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ (Bowie, & Buttle, 2004) (5) บุคคล (people) งานบริการขึ้นอยู่กับบุคคลที่นำส่งบริการ หรือผู้ที่ปฏิบัติงานบริการเนื่องจากพวกเขาเกี่ยวข้องโดยตรงกับประสบการณ์ของลูกค้า ในขณะที่ให้บริการพนักงานที่ดีต้องทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ หรือมีความสุขจากการได้รับบริการ (Bowie, & Buttle, 2004) (6) กระบวนการ

(process) กระบวนการให้บริการคือ เรื่องราวของรูปแบบที่สัมพันธ์กับการนำเสนอบริการที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งต้องมีความสะดวกสบายสูงสุด หรือเป็นการเน้นการส่งมอบบริการที่เพิ่มประสบการณ์ให้กับลูกค้า (Akroush, 2011) (7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ลักษณะทางกายภาพหมายถึงองค์ประกอบที่จะต้องได้ทั้งหมดได้แก่ บรรยากาศในการให้บริการและสภาพแวดล้อมการบริการซึ่งจะต้องมีความเป็นกันเอง ทั้งนี้รวมถึงการบำรุงรักษาสถานที่ การตกแต่งภายในพื้นที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย เพื่อเป็นการยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ (Akroush, 2011)

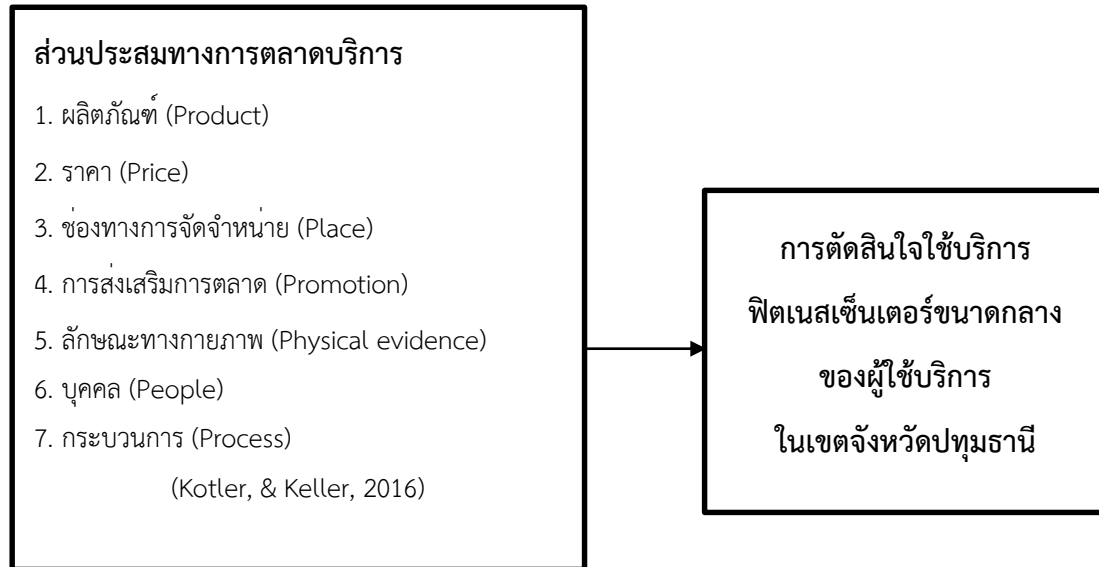
การตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือซื้อบริการของผู้บริโภค ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอนคือ (1) การรับรู้ถึงความต้องการ คือการเกิดสภาพปัญหาภายในตัวบุคคลโดยมีสาเหตุมาจากของเดิมใช้หมดไป การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม และการส่งเสริมการตลาดทำให้เกิดความต้องการเพิ่มเติมในสิ่งที่อยากได้ (2) การค้นหาข้อมูล โดยแหล่งข้อมูลอาจเป็นจากบุคคลรอบข้าง สื่อทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และหน่วยงาน องค์กรต่างๆที่ให้ข้อมูลได้ (3) การประเมินทางเลือก เป็นการเปรียบเทียบข้อมูลสินค้าหรือบริการ ทั้งในด้านคุณสมบัติการใช้งาน ราคาสินค้า และผลประโยชน์ที่จะได้รับ (4) การตัดสินใจซื้อ ความพอใจหรือการรับรู้ถึงอรรถประโยชน์ คือ ขั้นตอนหลังการเลือกสินค้าหรือบริการแล้ว และดำเนินการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น และ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น หลังการซื้อสินค้าหรือซื้อบริการแล้ว ผู้บริโภคจะทำการประเมินความพึงพอใจของตนเองหากมีความพึงพอใจจะมีการซื้อสินค้าหรือซื้อบริการซ้ำ แต่หากผู้บริโภคไม่พึงพอใจจะยกเลิกการใช้หรือไม่ใช้บริการซ้ำอีก (Kotler, & Keller, 2006)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พรณราย พินิจ (2562) พบว่า ลักษณะทางประชากรคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ และระยะเวลาในการใช้บริการฟิตเนส ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับการใช้บริการพบว่า ปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ การศึกษาของอุษา ศรีไชยา และเทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย (2017) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพศและระดับการตัดสินใจส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ การศึกษาของ จิรศักดิ์ ชาพรพมา และมนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2017) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และการนำเสนอทางกายภาพ ด้านการกระตุ้นการใช้บริการ ด้านอุปกรณ์และความสะดวก ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านค่านิยมส่วนบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยหัวข้อเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในเขตปทุมธานี มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ บุคคล กระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในเขตปทุมธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางในเขตปทุมธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางในเขตปทุมธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงคำนวณโดยใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% ตามการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่าง เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลมากยิ่งขึ้น รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) กับกลุ่มเป้าหมายที่ยินดีให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยใน

การให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้ให้บริการฟิตเนสในขนาดกลางในเขตปทุมธานี จำนวน 5 แห่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม รวมถึงการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำคะแนนที่ได้มาคำนวณด้วยสูตร $IOC = R/N$ โดย IOC หมายถึง ดัชนี ความสอดคล้อง R หมายถึง ผลรวมของคะแนน และ N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมิน เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อคำถาม มีค่าดัชนี ความสอดคล้องมากกว่า 0.5 ถือว่าเป็นข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด ข้อคำถามใดที่มี ความสอดคล้องน้อยกว่า 0.5 จะถูกตัดออก ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (try out) ประชากรมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.912

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการขออนุญาตจากสถานประกอบการฟิตเนสขนาดกลาง ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 5 แห่ง ติดป้ายคิวอาร์ โค้ด แบบสอบถามออนไลน์ บริเวณแผนกปฏิบัติการส่วนหน้าของฟิตเนส เซ็นเตอร์ โดยขอความร่วมมือ และอธิบายวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คำชี้แจงในการตอบ แบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยมีระยะเวลาการดำเนินการทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2566 – เดือนมีนาคม 2567

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (multiple regression) เพื่อหาอิทธิพลของตัวแปร ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่า จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 เพศหญิง 155 คิดเป็น ร้อยละ 38.7 และอื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.8 มีอายุอยู่ในช่วง 18-22 ปี จำนวน 354 คน คิดเป็น ร้อยละ 88.5 อายุ 23 - 38 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และอายุ 38 ปีขึ้นไปจำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.7 โดยมีสถานภาพโสด จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.2 และสถานภาพสมรส 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.8 อาชีพนิสิตนักศึกษามากที่สุด จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 88.2 และประกอบ

อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 รายได้ 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม

ส่วนประสมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.36	0.806	มากที่สุด
ด้านราคา	4.30	0.848	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	0.910	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.22	0.859	มากที่สุด
ด้านบุคคล	4.31	0.790	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.32	0.830	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.34	0.792	มากที่สุด
รวม	4.30	0.834	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.36 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.806 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.792 ต่อมา คือด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.830 ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.790 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.848 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.910 และสุดท้ายคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.859 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี แสดงดังตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี

การตัดสินใจใช้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. การตัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ด้วยตัวเอง	4.41	0.897	มากที่สุด
2. การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ด้วยการพิจารณาจากข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	4.15	0.916	มาก
3. การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ โดยเข้าใช้บริการสม่ำเสมอ (อย่างน้อย 4 ครั้งต่อเดือน)	4.26	0.912	มากที่สุด
4. การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ด้วยความมุ่งมั่นเพื่อการมีสุขภาพและรูปร่างที่ดี หลังการใช้บริการ	4.18	1.012	มาก
ด้านการตัดสินใจโดยรวม	4.25	0.804	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.804 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ให้บริการทำการตัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ด้วยตัวเอง และการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์โดยเข้าใช้บริการสม่ำเสมอ (อย่างน้อย 4 ครั้งต่อเดือน) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.898 และ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.912 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดปทุมธานี

จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดปทุมธานี แสดงผลภาวิเคราะห์ดังตาราง 3

ตาราง 3 วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.042	0.060		0.693	0.489
ด้านผลิตภัณฑ์	0.436	0.047	0.437	9.323	0.000**
ด้านราคา	0.391	0.045	0.413	8.744	0.000**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.001	0.049	-0.001	-0.025	0.980
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.150	0.064	0.160	2.362	0.019**
ด้านบุคคล	0.719	0.086	0.706	8.345	0.000**
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.247	0.067	-0.255	-3.667	0.000**
ด้านกระบวนการ	-0.468	0.077	-0.462	-6.102	0.000**

$r = .967$, $R^2 = 0.935$, Adjusted $R^2 = 0.933$, $F = 799.948$, $Sig = .000$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับสูงมาก โดยมีค่า R เท่ากับ .967 ส่วนการพยากรณ์ค่าอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์รวมเท่ากับ 0.935 จึงสามารถพยากรณ์ค่าการตัดสินใจใช้บริการได้ ร้อยละ 93.5 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง มากที่สุด ($B = .706$) ส่วนลำดับรองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ($B = -0.462$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($B = 0.437$) ด้านราคา ($B = 0.413$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($B = -0.255$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($B = 0.160$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ในรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง = 0.437 (ด้านผลิตภัณฑ์) + 0.413 (ด้านราคา) + 0.160 (ด้านการส่งเสริมการตลาด) + 0.706 (ด้านบุคคล) - 0.255 (ด้านลักษณะทางกายภาพ) - 0.462 (ด้านกระบวนการ)

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสขนาดกลางของผู้ใช้บริการ ในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งอาจเกิดจากเทรนด์ในการดูแลสุขภาพของประชาชนในปัจจุบันมีมากขึ้น จึงหันมาออกกำลังกายเพื่อให้มีสุขภาพแข็งแรง ขณะเดียวกันในพื้นที่เมือง การออกกำลังกายในพื้นที่กว้าง เช่น ในลานบ้าน ของตนเอง สวนสาธารณะ หรือสนามกีฬา อาจมีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ รวมทั้งการเดินทางไปยังสถานที่ที่สามารถออกกำลังกายได้ การใช้บริการฟิตเนสจึงมีความเหมาะสมมากกว่า โดยการตัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ด้วยตัวเอง อยู่ในอันดับแรก รองลงมาคือ มีการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ถัดมาคือ ตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ด้วยความมุ่งมั่นเพื่อการมีสุขภาพและรูปร่างที่ดี หลังการใช้บริการ และอันดับสุดท้ายคือ การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ด้วยการพิจารณาจากข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานีโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของอุษา ศรีไชยา และเทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย (2017) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับสูงที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ ลำดับถัดมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบบริการ ที่ผู้ประกอบการเสนอให้แก่ผู้เข้ารับบริการ ในการที่จะสร้างความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับบริการ ผู้ใช้บริการจึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ กระบวนการ คือ ขั้นตอนในการรับบริการ หากขั้นตอนการรับบริการไม่ยุ่งยากซับซ้อนและสะดวก รวมทั้งลักษณะทางกายภาพคือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในการออกกำลังกาย สภาพแวดล้อมในการออกกำลังกายมีบรรยากาศที่ดีเยี่ยมส่งผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ด้านบุคคล หมายถึง บุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการอธิบายของ Hollensen (2010) กล่าวว่าธุรกิจบริการ หรืองานบริการนั้นขึ้นอยู่กับผู้ที่ส่งมอบบริการ หรือบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการบริการ เนื่องจากพวกเขา

เกี่ยวข้องโดยตรงกับประสบการณ์ของลูกค้าที่เข้ารับบริการ ส่วนด้านราคา Tan, Ching-Yick Tse, and Wong (2009) กล่าวว่า การกำหนดราคาสามารถสร้างหรือทำลายธุรกิจได้ หากราคาไม่ตอบสนองต่อต้นทุน การดำเนินงานแล้วขาดทุน อาจทำให้ต้องเลิกกิจการในที่สุด แต่หากการกำหนดราคาสูงเกินกว่าลูกค้าจะสามารถจ่ายได้ธุรกิจก็มีแนวโน้มที่จะขาดทุนสะสม และนำไปสู่การเลิกกิจการได้เช่นกัน ส่วนด้านช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นน้อยกว่าด้านอื่น อาจเกิดจากการใช้บริการฟิตเนสเป็นสินค้าประเภทบริการ ไม่มีความเป็นรูปธรรมและไม่สามารถจับต้องได้ ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจไม่มีผลต่อการตัดสินใจมากนัก ส่วนการส่งเสริมการตลาดมักเป็นการลดแลก แจก แถมสินค้าซึ่งในธุรกิจบริการ อาจมีการลดแลก แจกแถมชั่วโมงในการเข้ารับบริการต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ตาม ผู้รับบริการอาจให้ความสำคัญกับด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการ และต่อเป้าหมายในการเข้ารับบริการมากกว่านั้นคือ การดูแลส่งเสริมสุขภาพ จึงมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดใน 2 ด้านนี้น้อยกว่าด้านอื่น ๆ

3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางได้ร้อยละ 93.5 ($R^2=0.935$) โดยด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลาง มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการแต่ส่งผลในทิศทางลบ สามารถอธิบายได้ว่ากระบวนการที่มากส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการน้อยลง หากมีกระบวนการน้อยลง กระชับ ใช้เวลาน้อยในการเข้ารับบริการย่อมส่งผลต่อการใช้บริการมากขึ้น ถัดมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับการศึกษาของ จิรศักดิ์ ชาพรมา, และมนวิกา ผดุงสิทธิ์ (2017) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึง การบริการของพนักงานและองค์กรโดยรวม รวมทั้งด้านอื่นๆ ที่มีความสอดคล้องกัน ด้านการส่งเสริมการตลาด และการนำเสนอทางกายภาพ ด้านอุปกรณ์และความสะดวก ด้านราคา แต่ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสอดคล้องกัน อย่างไรก็ตาม Peter and Donnelly (2007) ได้กล่าวว่า ราคา เป็นปัจจัยที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา ให้ความสำคัญมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งในงานวิจัยนี้ ราคา ไม่ได้มีความสำคัญที่สุดหรือไม่อยู่ในระดับสูงที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี คือ ด้านบุคคล ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ทำ

หน้าที่ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ รวมถึงลดขั้นตอนในการเข้ารับบริการให้สั้น กระชับ เพื่อความสะดวกสบายของผู้บริโภคเมื่อเข้ารับบริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยเรื่องนี้ ไม่มีการนำลักษณะทางประชากรศาสตร์มาวิเคราะห์ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำไปวิเคราะห์เพื่อให้ทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ขนาดกลางของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา คุณภาพการบริการ

เอกสารอ้างอิง

- จิรศักดิ์ ชาพรมา, และมนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2017). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิราภา พึ่งบางกรวย. (2550). กลยุทธ์การตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทย. วารสารศรีปทุมปริทัศน์, 6(2), 26-37.
- ฉัตรชัย มะสุนสืบ. (2553). การจัดการศูนย์สุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณราย พินิจ. (2562). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการฟิตเนสของผู้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิลาวัลย์ ดีแก้ว. (2561). การศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายตลาดธุรกิจยेलลี่ไฟเบอร์ ไปยัง สปป.ลาว. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2565). หลักหกโมเดล จ.ปทุมธานี หนุนสุขภาพะพัฒนาคุณภาพชีวิต. สืบค้นจาก <https://www.thaihealth.or.th/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%AB%E0%B8%81%E0%B9%82%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B8%A5-%E0%B8%88-%E0%B8%9B%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%98%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B5-E0%B8%AB/>
- อุษา ศรีไชยา และเทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย. (2017). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของเขต กรุงเทพมหานคร. วารสารสุโขทัยศึกษาและสันตนาการ. 46(2), 270-282.
- Akroush M.N. (2011). The 7Ps Classification of the Services Marketing Mix Revisited: An Empirical Assessment of their Generalizability, Applicability and Effect on Performance-Evidence

- from Jordan's Services Organizations, Jordan. *Journal of Business Administration*. 7(1), pp. 116-125.
- Bowie D., & Buttle F. (2004). *Hospitality Marketing: An Introduction*, 1st edition. UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: Wiley
- England. Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13th Ed.). USA: Pearson Prentice Hall.
- Hollensen, S. (2010). *Marketing Management: A Relationship Approach* (2nd edition). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Harlow England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edition) (5th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Peter, P. J. and Donnelly, J. H. (2007). *Marketing Management: Knowledge and Skills* (8th edition). New York: McGraw-Hill.
- Pinbut, K., Robkob, A., & Pansuppawatt, A. (2023). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *SSRU Graduate Studies Journal*. 16(2), 86-110.
- Tan A., Ching-Yick Tse E., & Wong C.L. (2009). *Hospitality Marketing*. (1st edition). University of Hong Kong.

แนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัตถุระเบิดทหาร
กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร
The Guidelines of Developing Personnel Retention in Military Explosives Factory
of Defence Industry under the department of Weapon Production
Defence Industry and Energy Centre

Received: August 8, 2024

Revised: August 17, 2024

Accepted: August 26, 2024

กาญจนพร นาครรัตน์¹ และ ณัฐชัย นิ่มนวล²
Kanjanaporn Nakrat¹ and Nattachai Nimnuan²

นักศึกษาหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์¹
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์²
Student, Master of Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University¹
Assistant Professor Dr., Lecturer, Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University²
E-Mail: kanjanaporn.nr@gmail.com¹, E-Mail: nattachai.n@nsru.ac.th²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาการคงอยู่ของบุคลากร (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร และ (3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัตถุระเบิดทหาร กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ข้อมูลเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 212 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และค่าถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ข้อมูลเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย

ผลการวิจัย พบว่า (1) ระดับการคงอยู่ของบุคลากรภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.57) (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ พบว่า ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านผลตอบแทน ด้านการสนับสนุนขององค์กร ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านภาวะผู้นำ และด้านความรับผิดชอบในงาน มีอิทธิพลทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีสมการพยากรณ์ของการคงอยู่ในงานของบุคลากร ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{y} = -0.154 + 0.293 (X_1) + 0.175 (X_2) + 0.118 (X_3) + 0.130 (X_4) + 0.260 (X_5) + 0.163 (X_6)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{z} = 0.277 (Z_1) + 0.233 (Z_2) + 0.136 (Z_3) + 0.165 (Z_4) + 0.231 (Z_5) + 0.146 (Z_6)$$

(3) แนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร มีดังนี้ (1) ด้านการพัฒนาความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (2) ด้านการพัฒนาผลตอบแทน (3) ด้านการพัฒนาการสนับสนุนจากองค์กร (4) ด้านการพัฒนาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (5) ด้านความรับผิดชอบในงาน และ (6) การพัฒนาภาวะผู้นำ

คำสำคัญ: การคงอยู่ในงาน, บุคลากร, กรมการอุตสาหกรรมทหาร

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

Abstract

The purposes of this study were 1) to study the level of the personnel retention 2) to study the factors affecting personnel retention and 3) to develop the strategies to enhance the personnel retention of military explosives factory Department of Military Explosives Factory of Defence Industry Department at Weapon Production Defence Industry and Energy Centre. This study applied mixed-methods approach. The quantitative data were collected from a sample of 212 personnel using stratified sampling. The tool used for data collection was a questionnaire with a reliability score of 0.97. The statistical analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and stepwise multiple regression. The qualitative data were collected from 15 key informants using purposive sampling and semi-structured interviews by analytic induction.

The results of the research revealed that (1) The level of the personnel retention in overall was at a moderate level. ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.57) 2) The factors influencing employee retention included career advancement, compensation, organizational support relationships with colleagues, leadership, and job responsibility. These factors were statistically significant at the 0.05 level. The predictive equation for employee retention at the Military Explosive Factory in raw scores and standard scores were as follows:

The predictive equation for raw scores:

$$\hat{y} = -0.154 + 0.293 (X_1) + 0.175 (X_2) + 0.118 (X_3) + 0.130 (X_4) + 0.260 (X_5) + 0.163 (X_6)$$

The predictive equation for standardized scores:

$$\hat{z} = 0.277 (Z_1) + 0.233 (Z_2) + 0.136 (Z_3) + 0.165 (Z_4) + 0.231 (Z_5) + 0.146 (Z_6)$$

3) The guidelines for improving personnel retention were as follows: (1) career advancement development, (2) compensation development, (3) organizational support development, (4) development of relationships with colleagues, (5) job responsibility development, and (6) leadership development.

Keyword: Job Retention, Personnel, Department of Military Industry

Type of Article: Research Article

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรเป็นการรวมกลุ่มทางสังคมรูปแบบหนึ่ง ซึ่งมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปในการบริหารองค์กรนั้นมีจุดมุ่งหมายที่จะบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอสำหรับองค์กรของรัฐ ข้าราชการหรือบุคลากรถือเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการบริหารงานในองค์กร จึงต้องมีการบริหารจัดการคนอย่างมีระเบียบแบบแผนทุกขั้นตอนโดยเริ่มตั้งแต่การสรรหา การพัฒนา และรักษาไว้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ความผูกพันองค์กรนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการช่วยให้องค์กร มีประสิทธิผลและ ทำให้บุคลากรมีแรงผลักดันในการปฏิบัติงานได้ดีขึ้นลดการปรับย้ายหรือลาออกจากองค์กร (เกษม แก้วสนั่น, และเพ็ญศรี ฉิรินัง, 2564: 90)

โรงงานวัดถูระเบิดทหาร กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร เป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม มีหน้าที่ดำเนินการผลิตวัตถุระเบิด กระสุนปืน วิจัยและพัฒนา เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้แก่ส่วนราชการกระทรวงกลาโหม ส่วนราชการอื่น และเอกชนทั้งภายในและภายนอกประเทศ ตามที่กระทรวงกลาโหมกำหนด ในปัจจุบันองค์กรประสบปัญหาบุคลากรในโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ มีแนวโน้มที่จะเกษียณอายุราชการและการปรับย้ายออกภายนอกหน่วยงานเป็นจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในห้วงปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นไป ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรยังเป็นปัญหาที่สำคัญ ซึ่งหากไม่มีการทดแทน และถ่ายทอดองค์ความรู้จะส่งผลกระทบต่อภารกิจของโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ เป็นอย่างมาก (ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร, 2566: 16)

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหาร กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร ซึ่งจะเสนอแนะในการบริหารและการปฏิบัติงาน เพื่อลดหรือแก้ไขปัญหาการลาออกหรือการปรับย้าย เป็นแนวทางให้ผู้บังคับบัญชาในการจัดทำแผนบริหารทรัพยากรบุคคล และการรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในหน่วยงานมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรในด้านต่าง ๆ ต่อไป

คำถามการวิจัย

1. การคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ อยู่ในระดับใด
2. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ
3. แนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงระดับการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ
3. ได้ข้อมูลสำคัญเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนบริหารทรัพยากรบุคคล และการรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในหน่วยงานมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรในด้านต่าง ๆ ต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การคงอยู่ในงาน หมายถึง การพยายามการรักษาบุคลากรหรือผู้ปฏิบัติงานตั้งแต่การเข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและยาวนานโดยมีจุดเป้าหมายเพื่อรักษาบุคลากรที่ดีมีทักษะความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงาน ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลปฏิบัติงานเต็มความสามารถที่มีอยู่มี

สุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีแข็งแรงสมบูรณ์ ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจในงาน ช่วยลดการลาออกและเพิ่มความมุ่งมั่นในการทำงาน 2) ความมั่นใจในการบริหารจัดการ ช่วยเพิ่มความรู้สึกมั่นคงให้กับบุคลากร สร้างความเชื่อมั่นในการทำงานและอยู่กับองค์กรในระยะยาว และ 3) ความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ช่วยให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นและมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ที่ตัวเองได้รับมอบหมาย ซึ่งส่งผลดีต่อการคงอยู่ของบุคลากรในองค์กร ทั้งนี้ จากการสังเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยของ ลลิตา จันทรงาม (2559), รัตน์สินี รื่นนุสาน (2560), ปาริชาติ วิเศษรัตน์ (2560), จุไรวรรณ บินดุเหล็ม (2562), อินทร ปันทา และคณะ (2562), ชัชชม ทัพชุมพล (2562), บุรพัชร ด่านวิไล (2563), ณัฐณิชา ขยายแยม (2563), พิษญา แสงแก้ว (2563), ทิพย์ชนก เสนมดุง (2563), นันทน์ลิน เทพคง (2563), ศิริศักดิ์ จังคศิริ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข (2564) และอนันตชัย ศิริสูงเนิน (2565) พบว่ามีจำนวน 6 ปัจจัย ซึ่งจะใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ 6 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หมายถึง การเลื่อนฐานะทางตำแหน่งให้สูงขึ้นโดยพิจารณาจาก โอกาสในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง การได้พัฒนาความรู้และความมั่นใจในอนาคต

ด้านที่ 2 ด้านผลตอบแทน หมายถึง ค่าใช้จ่ายและสวัสดิการต่าง ๆ ที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ค่าใช้จ่ายนี้อาจจ่ายในรูปตัวเงินหรือมิใช่ตัวเงินก็ได้ เพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ และจงใจให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

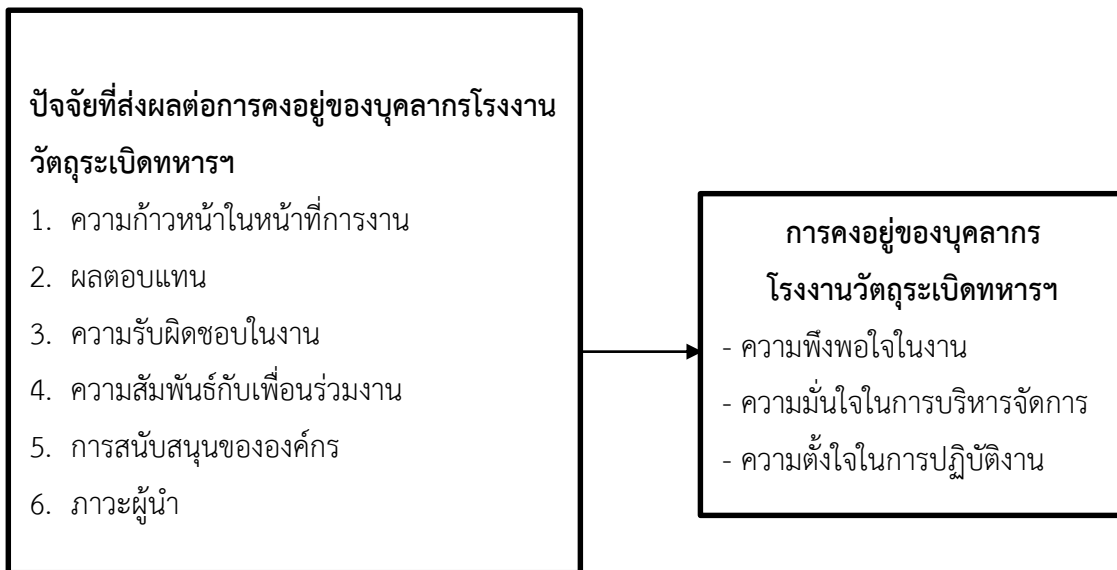
ด้านที่ 3 ด้านความรับผิดชอบ หมายถึง ความรู้สึกในจิตใต้สำนึกของบุคลากรที่มีต่อการทำงานปฏิบัติตามหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบของตนเอง อาจเริ่มตั้งแต่ การวางแผน ดำเนินงาน ปรับปรุงแก้ไข ด้วยตนเอง โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะในการปฏิบัติงาน ตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

ด้านที่ 4 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อเพื่อนร่วมงานเป็นสัมพันธภาพที่ดี ในลักษณะของการให้ความช่วยเหลือ การให้คำแนะนำที่ดี การเป็นที่ปรึกษาและการสนับสนุน แบ่งเบาหน้าที่ในการปฏิบัติงานซึ่งกันและกัน ด้วยความเต็มใจรวมถึงการให้ความเคารพซึ่งกันและกันมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานที่ทำงานร่วมกัน

ด้านที่ 5 ด้านการสนับสนุนขององค์กร หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรโรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ กับสิ่งที่ยังคงได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือดูแล ในด้านการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากร เพื่อให้เกิดการรับรู้และปฏิบัติได้ทั่วทั้งองค์กร ทั้งยังยกระดับคุณภาพการพัฒนาบุคลากรให้เป็นไปตามมาตรฐานของสายงาน

ด้านที่ 6 ด้านภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้นำหรือผู้บังคับบัญชา ในโรงงานวัดสระเบ็ดทหาร รวมถึงรูปแบบ กระบวนการ ในการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาที่มีอิทธิพลในการทำให้บุคลากรในโรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านผลตอบแทนส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงานส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการสนับสนุนขององค์กรส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

ประชากร

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ ได้แก่ ข้าราชการทหารชั้นประทวน ข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตร ลูกจ้าง และพนักงานราชการ จำนวน 451 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการของโรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ จำนวน 212 คน ได้มาจากการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ Taro Yamane (ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร. 2566: 16)

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากบุคลากรโรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ ประกอบด้วย ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่ของ

บุคลากร เป็นข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตร (พ.ต.-พ.อ.) จำนวน 5 คน บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ เป็นข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตร (ร.ต.-ร.อ.) จำนวน 5 คน และ บุคลากรที่ปรับย้ายออกภายนอกหน่วยงาน เป็นข้าราชการทหารชั้นประทวน (ส.ต.-ส.อ.) จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ ผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. แบบสอบถาม เพื่อศึกษาระดับการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ลักษณะสายงาน และรายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการคงอยู่ของบุคลากรเป็นคำถามที่มีความหมายเชิงบวก จำนวน 5 ข้อ ตั้งแต่ข้อที่ 1-5 ซึ่งใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอัตราภาคแบบมาตรประเมินค่าตามมาตรวัดของลิเคอร์ท

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร รวม 6 ด้าน ได้แก่ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ผลตอบแทน ความรับผิดชอบในงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนขององค์กร และภาวะผู้นำ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

2. แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประเด็นเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ชื่นยศ ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และลักษณะสายงาน

ส่วนที่ 2 ประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ และความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่าโรงงานวัตถุระเบิดทหารฯ ควรปรับปรุงแก้ไข

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 212 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google form โดยมีช่วยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึงวันที่ 25 มกราคม 2567 รวมระยะเวลา 25 วัน

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้างานวิจัยที่มีผู้ดำเนินการไว้แล้ว ตำราวิชาการ และบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทาง ในการศึกษาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามมาตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริหาร

ผู้ปฏิบัติงาน และบุคลากรที่ปรับย้ายออกภายนอกหน่วยงาน เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ โดยมีการดำเนินการดังนี้

2.1 ผู้วิจัยขอหนังสือลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ หลังจากนั้นประสานขอความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

2.2 นัดวันในการสัมภาษณ์กับผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ และผู้ที่ปรับย้ายออกภายนอกหน่วยงาน

2.3 เตรียมการสัมภาษณ์ได้แก่ ประเด็นคำถามหลักในการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียงแบบดิจิทัล 1 เครื่อง กล้องถ่ายรูป สมุดจดบันทึก นิตหมายผู้ช่วยจดประเด็นการสัมภาษณ์

2.4 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง ตามวัน เวลา ได้นิตหมายกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย จากนั้นเริ่มการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยขออนุญาต บันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ พร้อมบันทึกประเด็นสำคัญลงสมุดจดบันทึก โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลในแต่ละรายใช้เวลาประมาณ 30 นาทีต่อครั้ง

2.5 นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมโดยคำนึงถึงความครอบคลุมของประเด็นคำถามตาม วัตถุประสงค์ และนำไปสู่การวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งจะใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยมีเกณฑ์การประเมินผลระดับการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับน้อยที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ สถิติที่ใช้ได้แก่

1. ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยมีเกณฑ์การประเมินผลระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง การคงอยู่ของบุคลากรอยู่ระดับน้อยที่สุด

2. ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กำหนดไว้ ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แปลผล

- 0.91 - 1.00 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
 0.71 - 0.90 มีความสัมพันธ์ระดับสูง
 0.31 - 0.70 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
 0.01 - 0.30 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
 0.00 ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ (Content analysis) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3.2 จัดระบบข้อมูล และใช้การจำแนก เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ ออกให้เป็นระบบ

3.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของเรื่องนั้น

3.4 นำเสนอข้อมูลเป็นข้อความแบบบรรยาย

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการคงอยู่ของบุคลากร

การคงอยู่ของบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการคงอยู่	ลำดับที่
1. มองเห็นถึงความก้าวหน้าจากการปฏิบัติงานในโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ	3.37	1.46	ปานกลาง	3
2. รู้สึกพึงพอใจในงานที่ท่านได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติในโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ	2.63	1.31	ปานกลาง	4
3. มีความมั่นใจว่าโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ มีการบริหารจัดการในแต่ละด้านอย่างเหมาะสมยุติธรรม	1.82	0.38	น้อย	5
4. ตั้งใจจะปฏิบัติงานที่โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ จนถึงเกษียณอายุราชการ	4.19	0.88	มาก	2
5. ยืนยันว่าจะปฏิบัติงานที่โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ	4.32	0.88	มากที่สุด	1
รวม	3.26	0.57	ปานกลาง	

จากตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการคงอยู่ของบุคลากร โดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก คือ ยืนยันว่าจะปฏิบัติงานที่โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = 0.88) ความสำคัญจัดอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ตั้งใจจะปฏิบัติงานที่โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ จนถึงเกษียณอายุราชการ ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.88) อยู่ในระดับมาก และมีความมั่นใจว่า

โรงงานวัดฐานะเปิดทหรรฯ มีการบริหารจัดการในแต่ละด้านอย่างเหมาะสมยุติธรรม ($\bar{x} = 3.37, S.D. = 1.46$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดฐานะเปิดทหรรฯ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากรแต่ละด้านในภาพรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	4.24	0.66	มากที่สุด	5
ด้านผลตอบแทน	4.30	0.58	มากที่สุด	3
ด้านความรับผิดชอบในงาน	4.50	0.47	มากที่สุด	1
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.33	0.54	มากที่สุด	2
ด้านการสนับสนุนขององค์กร	4.21	0.58	มากที่สุด	6
ด้านภาวะผู้นำ	4.27	0.55	มากที่สุด	4
รวม	4.31	0.48	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากรในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.31, S.D. = 0.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าลำดับแรก คือ ด้านความรับผิดชอบในงาน ($\bar{x} = 4.50, S.D. = 0.47$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ($\bar{x} = 4.33, S.D. = 0.54$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลตอบแทน ($\bar{x} = 4.30, S.D. = 0.58$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านภาวะผู้นำ ($\bar{x} = 4.27, S.D. = 0.55$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\bar{x} = 4.24, S.D. = 0.66$) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการสนับสนุนขององค์กร ($\bar{x} = 4.21, S.D. = 0.58$) ความสำคัญจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3. ผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามของปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดฐานะเปิดทหรรฯ แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

Correlations								
		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	ภาพรวม
X ₁	Pearson Correlation	1						
	Sig. (2-tailed)							
X ₂	Pearson Correlation	.458**	1					
	Sig. (2-tailed)	.000						
X ₃	Pearson Correlation	.404**	.720**	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000					
X ₄	Pearson Correlation	.378**	.500**	.504**	1			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000				

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (ต่อ)

		Correlations						
		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	ภาพรวม
X ₅	Pearson Correlation	.482**	.365**	.323**	.396**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000			
X ₆	Pearson Correlation	.456**	.460**	.453**	.600**	.424**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		
ภาพรวม	Pearson Correlation	.679**	.692**	.640**	.634**	.621**	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

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

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน คือ ด้านผลตอบแทน (X₂) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.692 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (X₁) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.679 ด้านความรับผิดชอบในงาน (X₃) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.640 ด้านภาวะผู้นำ (X₆) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.639 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X₄) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.634 ด้านการสนับสนุนขององค์กร (X₅) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.621 อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 นำไปใช้ต่อในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เป็นลำดับถัดไป

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดสระเบ็ดทหาร

แสดงดังตาราง 4

ตาราง 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดสระเบ็ดทหาร

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-0.154	0.184		-0.836	0.404
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน X ₁	0.293	0.043	0.277	6.743	0.000*
ผลตอบแทน X ₂	0.175	0.038	0.233	4.656	0.000*
ความรับผิดชอบในงาน X ₃	0.118	0.042	0.136	2.779	0.006*
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน X ₄	0.130	0.035	0.165	3.717	0.000*
การสนับสนุนขององค์กร X ₅	0.260	0.044	0.231	5.848	0.000*
ภาวะผู้นำ X ₆	0.163	0.049	0.146	3.302	0.001*

R = 0.882, R² = 0.778, R²_{adj} = 0.772, F = 119.948

SE_{est} = 0.294, Durbin-Watson = 2.414, Sig. = 0.000 a = -0.154

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 จากการศึกษาปัจจัยที่มีส่งผลกระทบต่อการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) โดยมีตัวแปรอิสระที่นำเข้าสู่สมการเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ ทั้งหมด 6 ตัว คือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (X_1), ผลตอบแทน (X_2), ความรับผิดชอบในงาน (X_3), ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X_4), การสนับสนุนขององค์กร (X_5) และภาวะผู้นำ (X_6) มีอิทธิพลทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อการคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ และตัวแปรตาม คือ การคงอยู่ของบุคลากรโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ พบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($R = 0.882$) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.788 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2_{adj}) เท่ากับ 0.772 ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.414

5. ผลการหาแนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ

5.1 แนวทางการพัฒนาความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ควรมีการตั้งเป้าหมายในการปฏิบัติงาน โดยการกำหนดเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว โดยการสร้างแผนการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาทักษะและความรู้ของตนเอง โดยการพัฒนาด้านการฝึกและศึกษาอบรมให้กำลังพลได้มีโอกาสศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และยังสามารถให้กำลังพลนำมาปรับใช้สนับสนุนในตำแหน่งงานที่สูงขึ้น

5.2 แนวทางการพัฒนาด้านผลตอบแทน

ควรให้สวัสดิการต่าง ๆ เพิ่มเติม จากที่รัฐบาลให้ เช่น มีการมอบเงินสวัสดิการพิเศษเพิ่ม สำหรับผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างถิ่นกับโรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ มีการพิจารณาบำเหน็จความชอบเป็นกรณีพิเศษ รวมถึงสวัสดิการต่าง ๆ สำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติงานห่างไกลจากภูมิลำเนา โดยจะได้รับบำเหน็จเพิ่มขึ้นเป็นกรณีพิเศษ เช่น การเพิ่มเงินบำนาญ เพื่อลดการลาออกหรือปรับย้ายของกำลังพลทำงานอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ สร้างผลงานที่ดีและเป็นที่ยอมรับในองค์กร

5.3 แนวทางการพัฒนาด้านการสนับสนุนจากองค์กร

ควรมีการสื่อสารที่ชัด เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการเพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การขออุปกรณ์เครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน หรือการขอสวัสดิการต่าง ๆ ควรสร้างความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน โดยการทำงานอย่างมืออาชีพ เพื่อการทำงานมีคุณภาพสูงสุดและตรงตามกำหนดเวลา อีกทั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญในงานที่ทำ

5.4 แนวทางการพัฒนาด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

ควรมีการสื่อสารที่ดี โดยการสื่อสารอย่างชัดเจนและสุภาพ รับฟัง และเข้าใจสิ่งที่เพื่อนร่วมงานสื่อสาร หรือแสดงออก ควรสร้างความไว้วางใจ โดยการรักษาคำพูด และการปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานอย่างสม่ำเสมอ ควรสร้างการยอมรับและเคารพในความแตกต่างของแต่ละบุคคล ควรทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดการความขัดแย้งอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์โดยการฟังความคิดเห็นของทุกฝ่ายและหาทางแก้ไขร่วมกัน ช่วยให้ทีมสามารถข้ามผ่านปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.5 แนวทางการพัฒนาความรับผิดชอบในงาน

ควรกำหนดบทบาทและหน้าที่ของกำลังพลแต่ละนายอย่างชัดเจน รวมถึงการกำหนดเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมและวัดผลได้ การมีบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนจะช่วยให้กำลังพลรู้ว่าต้องทำอะไร และควรทำอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร มีระบบการประเมินผลงานที่ชัดเจนและเป็นธรรม เช่น การประเมินผลงานประจำปี การให้ฟีดแบ็คที่สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ การตั้งเป้าหมายในการพัฒนา

ตนเอง การประเมินที่เป็นธรรมจะช่วยให้กำลังพลรู้สึกถึงความพยายามและความรับผิดชอบของพวกเขาได้รับการยอมรับและให้ความสำคัญ

5.6 แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำ

ควรมีทัศนคติที่ดีและการคิดบวก ต้องมีทัศนคติที่ดีและมองโลกในแง่บวก การคิดบวกช่วยให้สามารถปรับตัวกับสถานการณ์ที่ยากลำบากและมองปัญหาเป็นโอกาสในการเติบโต มีระเบียบวินัยและการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ควรเป็นแบบอย่างในการมีระเบียบวินัย และมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหาร กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ระดับการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหาร กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในสภาพปัจจุบันบุคลากรมีความมุ่งมั่น และตั้งใจในการปฏิบัติงานที่โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ และตั้งเป้าหมายที่จะทำงานที่นี้จนถึงเกษียณอายุราชการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความผูกพันและความพึงพอใจในการทำงานที่มีอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิศาชล ภูมิพันธ์ (2559) พบว่าระดับการคงอยู่ของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับ บุรพัทธ์ ด่านวิไล (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน กรณีศึกษาการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานกลาง ผลการศึกษาพบว่า ระดับการคงอยู่ของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง

2. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ แนวคิดทฤษฎีความต้องการ อี อาร์ จี (Existence-Relatedness-Growth theory : ERG) ของ Alderfer (1972) โดยแบ่งความต้องการของมนุษย์ทั่วไปว่ามีความต้องการอยู่ 3 ประการดังต่อไปนี้ (Ivancevich, Konopaske, & Matteson, 2005: 143)

1. ความต้องการดำรงอยู่ได้ เป็นความต้องการของมนุษย์ขั้นพื้นฐานที่จะต้องทำให้มีชีวิตอยู่รอดได้โดยเป็นการตอบสนองทางด้านสรีระร่างกาย
2. ความต้องการมีสัมพันธภาพกับคนอื่น
3. ความต้องการเจริญก้าวหน้าเป็นความต้องการของมนุษย์อันเป็นเป้าหมายสูงสุดที่ทุกคนที่มีความคาดหวังไว้เพื่อต้องการความสำเร็จในชีวิตในหาทางหน้าที่การงานของตน

3. ด้านผลตอบแทน ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิศักดิ์ ฉันทวโร (2561) พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นต่อการคงอยู่ในงานอยู่ในระดับมาก 2) ผลการศึกษาพบว่า ค่าตอบแทน การสนับสนุนของหัวหน้า การอบรมและพัฒนา ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ความก้าวหน้าในงานและการเดินทางทำงาน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

4. ด้านความรับผิดชอบในงาน ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดถูระเบิดทหารฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุไรวรรณ บินดุเหล็ม (2562) พบว่า ข้าราชการและลูกจ้างองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา มีความตั้งใจคงอยู่ในงานอยู่ในระดับมาก และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจคงอยู่ในงานเป็นปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร ความต่อเนื่องในงานและความมั่นคง สวัสดิการ ความรับผิดชอบและการมีอิสระในงาน ความสัมพันธ์ระหว่าง

ผู้ร่วมงานและการได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลางกับความตั้งใจอยู่

5. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ชัชชม ทัพชุมพล (2562) พบว่า ปัจจัยค่าจ้างการทำงาน ได้แก่ ความสัมพันธ์กับหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน นโยบายและการบริหารขององค์กร ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความก้าวหน้าอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

6. ด้านการสนับสนุนขององค์กร ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ศิริศักดิ์ จังคศิริ, และกฤษดา เขียววัฒนสุข (2564) พบว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่คงอยู่ เนื่องจากองค์กรให้ความมั่นคงในการทำงานและสิทธิประโยชน์ที่ดี รวมถึงสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน

7. ด้านภาวะผู้นำ ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร โรงงานวัดสระเบ็ดทหารฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ นิศาชล ภูมิพินผล (2559) พบว่า ด้านนโยบายและการบริหารของบริษัท ด้านความมั่นคงของบริษัท ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านควบคุมบังคับบัญชา ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้ามีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน องค์กรควรสร้างโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งงานและความก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้กับบุคลากร โดยการกำหนดเงื่อนไขที่รูปธรรม เพื่อให้บุคลากรมองเห็นอนาคตในอาชีพของตนอย่างชัดเจน และมีความหวังในการเติบโตในสายงานของตน

2. ด้านผลตอบแทน องค์กรควรตรวจสอบและปรับปรุงระบบค่าตอบแทนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นไปตามความสามารถและผลงานของบุคลากร นอกจากนี้ยังควรมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินผลที่ชัดเจนและยุติธรรม เพื่อสร้างความไว้วางใจในระบบการจ่ายค่าตอบแทนของบุคลากร

3. ด้านความรับผิดชอบในงาน องค์กรควรให้ความสำคัญในการทำงานแก่บุคลากร บุคลากรที่ได้รับอิสระในการทำงาน มักจะมีความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง องค์กรควรมอบหมายงานที่ท้าทายที่ส่งเสริมความรับผิดชอบในงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้มากขึ้น

4. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน องค์กรควรส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรและมีความร่วมมือกันอย่างดี

5. ด้านการสนับสนุนขององค์กร องค์กรควรมีระบบสนับสนุนที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เช่น การให้โอกาสในการก้าวหน้าในงาน การจัดอบรมและพัฒนาทักษะให้กับบุคลากร และการสร้างความมั่นคงในงาน การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้บุคลากรมีความมั่นใจในอนาคตของตนในองค์กร

6. ด้านภาวะผู้นำ องค์กรควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาภาวะผู้นำในองค์กร ซึ่งผู้นำที่ดีควรสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากร และมีความสามารถในการจัดการปัญหาภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. องค์กรควรมีการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มโอกาสในการพัฒนาความก้าวหน้าในงานของบุคลากรเพื่อเพิ่มแรงจูงใจและความมุ่งมั่นของบุคลากร
2. องค์กรควรปรับปรุงระบบผลตอบแทนและสวัสดิการให้เหมาะสมและเป็นธรรม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันของบุคลากร

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลกับองค์กรอื่น ๆ เพื่อให้ได้แผนพัฒนาของการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. ควรนำปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร ที่อยู่ในระดับมากที่สุดของการวิจัยครั้งนี้มาศึกษาวิจัยต่อยอดเพื่อนำไปเป็น แนวทางในการบริหารงานบุคคลของโรงงานอุตสาหกรรมเปิดตลาดฯ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกษม แก้วสนั่น, และเพ็ญศรีฉิรินัง. (2564, ตุลาคม-ธันวาคม). การจัดการองค์กรไปสู่ความสำเร็จ. วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์. 6(4): 88-100.
- จุไรวรรณ บินดุเล็ม. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจคงอยู่ในงานของข้าราชการและลูกจ้างองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. (รัฐประศาสนศาสตร์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ซัชชม ทัพชุมพล. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในองค์กร ของพนักงานมหาวิทยาลัย สายปฏิบัติการที่มีสมรรถนะสูง กรณีศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐนิชา ขยายแยม. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในที่ทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพย์ชนก เสนผดุง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการข้าว. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทน์ลิน เทพคง. (2563). อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีต่อการคงอยู่ในงานของข้าราชการตำรวจกองทะเบียนพล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. (รัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิสาชล ภูมิพินผล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เดล แมกซ์ แมชินเนอรี่ จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุรพพัชร ด่านวิไล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน กรณีศึกษาการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานกลาง. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (การบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- ปาริชาติ วิเศษรัตน์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาบุคลากรฝ่ายบริการลูกค้าของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการองค์การเภสัชกรรม). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชญา แสงแก้ว. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการคงอยู่ของข้าราชการชั้นสัญญาบัตร สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รัตน์สินี รื่นนุสาน. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของครูโรงเรียนประจำสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศการศึกษาและพัฒนา). (ครุศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลลิตา จันทรงาม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริศักดิ์ จังศิริ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2564, มกราคม-เมษายน). บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลทั่วไประดับมาตรฐานแห่งหนึ่งสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข. *วารสารศิลปการจัดการ*. 5(1): 192-205.
- ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร. (2566). *แผนการบริหารทรัพยากรบุคคล ระยะยาว 3-5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สิทธิศักดิ์ ฉันทวโร. (2561). ปัจจัยการคงอยู่ในงานต่อความผูกพันต่อองค์การของอุทการเรือพระจุลจอมเกล้า. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อนันตชัย ศิริสูงเนิน. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดจากการปฏิบัติหน้าที่และความผูกพันองค์กรของเจ้าหน้าที่บุคลากร ภูมิศึกษา สำนักงานบุคลากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อินทร ปันทา, พิศุทธิ์ อุดร และกัญญาณัฐ อารณ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. รายงานการวิจัย.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Alderfer, C. P. (1972). *Existence : Relatedness and growth, human needs in organizational setting*. New York: Free Press.
- Ivancevich, J.M., Pokopaske, R., & Matteson, M.T. (2005). *Organizational Behavior and management* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่น

ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

Factors Affecting the Political Trust of People towards Local Politicians in Nakhon Sawan Municipality

กนกพร วงศ์วิลาวัณย์¹ และ ณัฐชัย นิมนวล²

Kanokporn Wongwilawan¹ and Nattachai Nimnuan²

นักศึกษาหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์¹

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์²

Student, Master of Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University¹

Assistant Professor Dr., Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University²

E-mail: kanokporn.wongwilawan@gmail.com³; nattachai.n@nsru.ac.th²

Received: August 10, 2024

Revised: August 22, 2024

Accepted: August 26, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาระดับความไว้วางใจทางการเมือง (2) เปรียบเทียบความไว้วางใจทางการเมือง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ค่าถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่าที การทดสอบแบบเอฟ และทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัย พบว่า (1) ระดับความไว้วางใจทางการเมือง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.36) (2) การเปรียบเทียบความไว้วางใจทางการเมือง พบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความไว้วางใจทางการเมือง ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชาชนที่มีเพศ อาชีพ และสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีความไว้วางใจทางการเมือง ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ พบว่า ด้านความโปร่งใส ด้านการระดมทางการเมือง ด้านการสื่อสารทางการเมือง ด้านทุนทางสังคม และด้านการเมืองในระบบราชการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีอิทธิพลทางบวก โดยมีสมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.785 + 0.174 (X_1) + 0.198 (X_2) + 0.163 (X_3) + 0.125 (X_4) + 0.143 (X_5)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.200 (Z_1) + 0.272 (Z_2) + 0.185 (Z_3) + 0.147 (Z_4) + 0.165 (Z_5)$$

คำสำคัญ : ความไว้วางใจทางการเมือง; ประชาชน; นักการเมืองท้องถิ่น

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

Abstract

The objectives of this research article are : (1) study the level of political trust (2) compare the political trust, classified by the personal factors and (3) study the factors affecting the political trust of the people towards local politicians in Nakhon Sawan Municipality. This study employed a quantitative research approach. The sample group consisted of 384 residents, determined through stratified random sampling. The data collection tool was a questionnaire, which yielded a reliability test result of 0.85. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, multiple regression, T-Test, F-Test, and Scheffé's method for multiple comparison tests.

The results of the research found that : (1) The political trust was at a high level ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.36). (2) The comparison results showed that citizens with different ages, education levels, and monthly incomes had significantly different levels of political trust overall, with a statistical significance at the 0.05 level. In contrast, citizens with different genders, occupations, and marital statuses did not show any significant differences in overall political trust. 3) The factors affecting the political trust of the people towards local politicians in Nakhon Sawan Municipality included transparency, political mobilization, political communication, social capital, and bureaucratic politics. These factors were statistically significant at the 0.05 level and had a positive influence. The predictive equations for the political trust of the people towards local politicians in Nakhon Sawan Municipality (Y) in both raw scores and standardized scores were as follows:

The Predictive Equation in Unstandardized score:

$$\hat{Y} = 0.785 + 0.174 (X_1) + 0.198 (X_2) + 0.163 (X_3) + 0.125 (X_4) + 0.143 (X_5)$$

The Predictive Equation in Standardized score:

$$\hat{Z} = 0.200 (Z_1) + 0.272 (Z_2) + 0.185 (Z_3) + 0.147 (Z_4) + 0.165 (Z_5)$$

Keywords: Political Trust; People; Local Politician

Type of Article: Research Article

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลักการกระจายอำนาจการปกครองในประเทศไทยเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 โดยมีการจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารและการให้บริการด้านต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การกระจายอำนาจนี้ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากรัฐส่วนกลางยังคงควบคุมอำนาจทางการเงินและการตัดสินใจ ทำให้ชุมชนท้องถิ่นไม่สามารถแก้ไขปัญหาของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ความรู้สึกเป็นเจ้าของบ้านเมืองลดน้อยลงและเกิดความไม่สมดุลระหว่างรัฐส่วนกลางกับชุมชนท้องถิ่น (โกวิทย์ พวงงาม, 2554)

รัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2560 ยืนยันความสำคัญของการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดให้องค์กรเหล่านี้มีบทบาทในการดูแลและจัดบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชน การถ่าย

โอนภารกิจ รายได้ และงบประมาณจากรัฐส่วนกลางไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นช่วยเพิ่มความตื่นตัวทางการเมืองในระดับท้องถิ่น แต่ยังคงมีความท้าทายในการดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพัฒนาชุมชน (พิรุณวรรณ กิตติคุณ, 2563)

นักการเมืองท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและพัฒนาท้องถิ่น โดยต้องสร้างความไว้วางใจจากประชาชนเพื่อให้สามารถดำเนินการตามนโยบายและแผนงานที่กำหนด ความไว้วางใจนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในผู้นำท้องถิ่นและสามารถร่วมมือในการแก้ไขปัญหาชุมชน (พระนิรุต ญาณวุฑโฒ และพระอภิวัชร อภิวัชโร, 2565) การเลือกตั้งนักการเมืองท้องถิ่นจึงเป็นการแสดงออกถึงความคาดหวังของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น

การตัดสินใจที่เกิดจากความไว้วางใจส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น นักการเมืองท้องถิ่นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการและปัญหาของประชาชน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จากการวางแผนและการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักการเมืองท้องถิ่นและประชาชนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาชุมชน (พิชญ์ณัฐา พรหมศิลป์ และคณะ, 2558) ซึ่งการพัฒนาท้องถิ่นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากประชาชนและนักการเมืองท้องถิ่นเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ นักการเมืองต้องมีบทบาทในการสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจและการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การกระจายอำนาจการปกครองสามารถส่งผลดีต่อความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง (ยุภา นารินทร์, 2563)

นายกเทศมนตรีนครนครสวรรค์ ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนโดยได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลนครนครสวรรค์ติดต่อกันถึง 4 วาระ ซึ่งการอยู่ในตำแหน่งอย่างยาวนาน ย่อมส่งผลให้ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนมีแนวโน้มที่สูงด้วย

ดังนั้น จากความเป็นมา และความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ เพื่อเปรียบเทียบความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาว่าปัจจัยที่ใดส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ที่ทำให้นักการเมืองท้องถิ่น ได้รับความไว้วางใจมาอย่างยาวนาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
2. เพื่อเปรียบเทียบความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

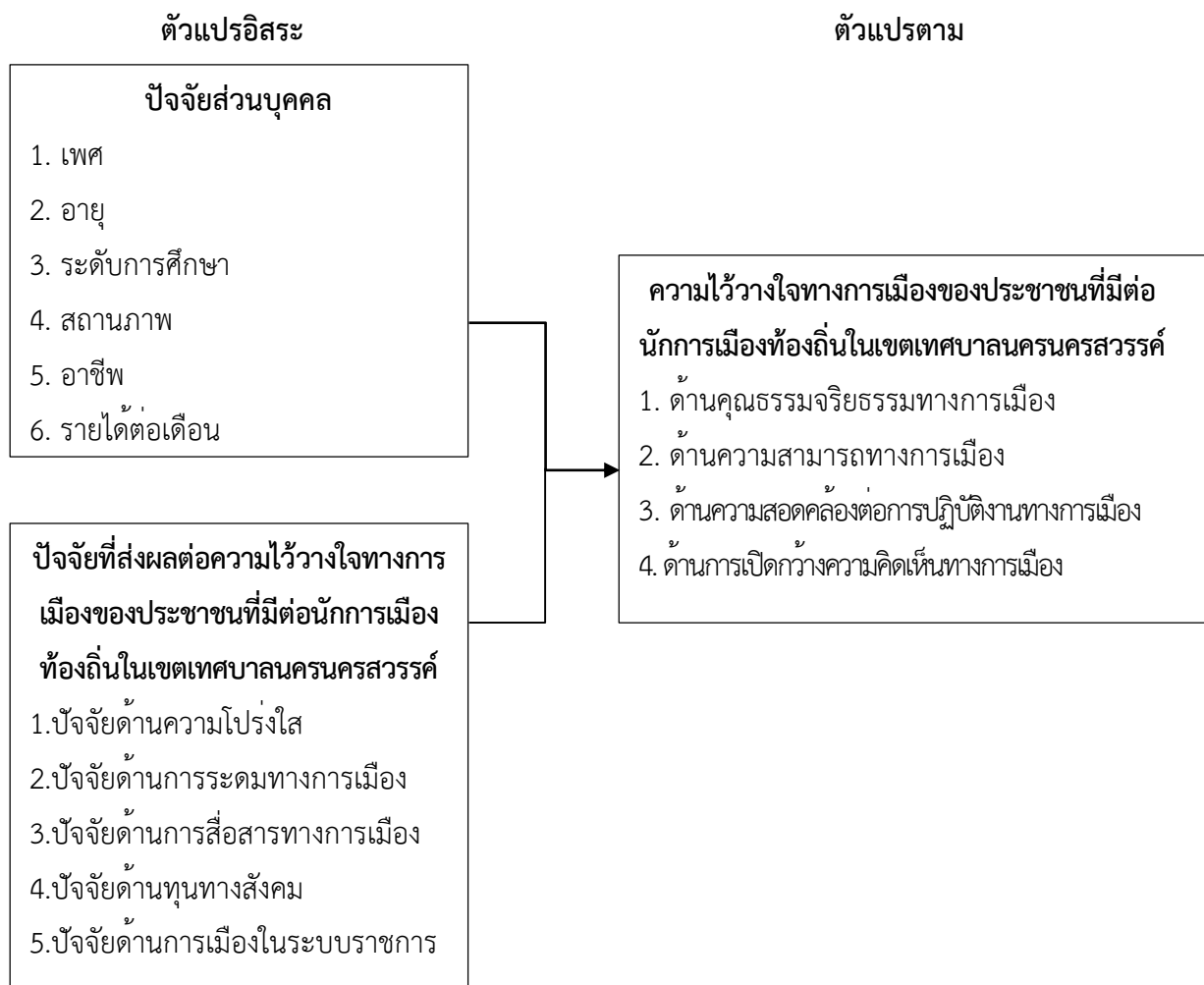
1. ทำให้ทราบถึงระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
2. ทำให้ทราบถึงความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครสวรรค์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครสวรรค์ และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาประชาธิปไตย
4. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความไว้วางใจทางการเมือง หมายถึง ความมั่นใจ หรือความรู้สึกเชื่อมั่นในตัวบุคคล โดยวัดจากความรู้สึกที่มีต่อตัวบุคคล ว่าบุคคลที่เราไว้วางใจนั้น สามารถปฏิบัติงานได้เป็นไปตามคาดหวัง ในรูปแบบของการปฏิบัติตนในทางชอบธรรม และกระทำการที่เป็นประโยชน์ไม่เอารัดเอาเปรียบประชาชน โดยผลการสังเคราะห์ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน แต่ละด้านที่ได้จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยของ ญัณฐ์ชุตา วิจิตรจามรี (2558) นิภา ทัดตานนท์ (2563) และพระไกรสร สุ่มโน (2563) มาประยุกต์ใช้ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ความไว้วางใจด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง 2) ความไว้วางใจด้านความสามารถทางการเมือง 3) ความไว้วางใจด้านความสอดคล้องต่อการปฏิบัติงานทางการเมือง และ 4) ความไว้วางใจด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดการยอมรับในการใช้อำนาจ โดยผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน ที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยของ วสันต์ จิสวัสดิ์ (2562) ไพบุลย์ สุขเจตน์ และคณะ (2563) และภัคสิริ แอนิน และวัชรินทร์ ชาญศิลป์ (2567) ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้ 1) ความโปร่งใส 2) การระดมทางการเมือง 3) การสื่อสารทางการเมือง 4) ต้นทุนทางสังคม 5) การเมืองในระบบราชการ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความไว้วางใจทางการเมืองต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านความโปร่งใส ปัจจัยด้านการระดมทุนทางการเมือง ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมือง ปัจจัยด้านทุนทางสังคม และปัจจัยด้านการเมืองในระบบราชการ ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 5 ตำบล 71 ชุมชน จำนวน 384 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้กำหนดเครื่องมือตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาได้ศึกษาตามกรอบ แนวคิดของ "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์" โดยเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักเท่ากับ 0.85 จึงถือว่ามีความเชื่อมั่นในการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง ด้านความสามารถทางการเมือง ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้ และด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านความโปร่งใส ปัจจัยด้านการระดมทางการเมือง ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมือง ปัจจัยด้านทุนทางสังคม และปัจจัยด้านการเมืองในระบบราชการเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 5 ตำบล 71 ชุมชน จำนวน 384 คน โดยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ผู้ศึกษาขอหนังสือแนะนำตัวจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ในการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามกับประชาชน

1.2 ผู้ศึกษาส่งหนังสือและแบบสอบถามไปยังเทศบาลนครนครสวรรค์ และลงพื้นที่แจกแบบสอบถามกับประชาชน

1.3 ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมด เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป เพื่อให้ได้กลุ่ม ตัวอย่างที่ต้องการศึกษาทั้งหมด 384 ชุด โดยมีช่วยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึงวันที่ 25 มกราคม 2567 รวมระยะเวลา 25 วัน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้างานวิจัยที่มี ผู้ดำเนินการไว้แล้ว ตำราวิชาการและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทาง ในการศึกษาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามมาตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การศึกษาระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ค่าเฉลี่ย (Mean; $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3. การเปรียบเทียบความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลศึกษา สถิติที่ใช้ ได้แก่ การทดสอบค่า T-test และ F-test การทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของเชฟเฟ

4. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการพยากรณ์ตัวแปรตามหนึ่งตัว ซึ่งผลมาจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระสองตัวแปรขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาวิเคราะห์ระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

การคงอยู่ของบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง	4.08	0.42	มาก	3
2.ด้านความสามารถทางการเมือง	4.15	0.45	มาก	1
3.ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้	4.09	0.50	มาก	2
4.ด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง	4.07	0.49	มาก	4
รวม	4.10	0.36	มาก	

จากตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านความสามารถทางการเมือง รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้ ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง และด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำแนกตามเพศ

ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.125	2	.562	3.113	.046*
	ภายในกลุ่ม	68.835	381	.181		
	รวม	69.960	383			
2.ด้านความสามารถทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.034	2	.517	2.464	.086
	ภายในกลุ่ม	79.983	381	.210		
	รวม	81.017	383			
3.ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้	ระหว่างกลุ่ม	.371	2	.186	.726	.484
	ภายในกลุ่ม	97.316	381	.255		
	รวม	97.687	383			
4.ด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	.565	2	.282	1.161	.314
	ภายในกลุ่ม	92.629	381	.243		
	รวม	93.193	383			

ตาราง 2 (ต่อ)

ความไว้วางใจทางการเมือง ของประชาชน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.631	2	.315	2.323	.099
	ภายในกลุ่ม	51.744	381	.136		
	รวม	52.375	383			

จากตาราง 2 ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ในภาพรวม จำแนกตามเพศ พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความไว้วางใจทางการเมืองต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำแนกตามอายุ

ความไว้วางใจทางการเมือง ของประชาชน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรม ทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.787	4	.447	2.483	.043*
	ภายในกลุ่ม	68.173	379	.180		
	รวม	69.960	383			
2.ด้านความสามารถทาง การเมือง	ระหว่างกลุ่ม	3.343	4	.836	4.078	.003*
	ภายในกลุ่ม	77.675	379	.205		
	รวม	81.017	383			
3.ด้านความสอดคล้องต่อ นโยบายที่เคยประกาศไว้	ระหว่างกลุ่ม	2.569	4	.642	2.559	.038*
	ภายในกลุ่ม	95.119	379	.251		
	รวม	97.687	383			
4.ด้านการเปิดกว้างความ คิดเห็นทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	3.154	4	.788	3.319	.011*
	ภายในกลุ่ม	90.039	379	.238		
	รวม	93.193	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.360	4	.590	4.470	.002*
	ภายในกลุ่ม	50.015	379	.132		
	รวม	52.375	383			

จากตาราง 3 ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ในภาพรวม จำแนกตามอายุ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีความไว้วางใจทางการเมืองต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.929	2	.965	5.402	.005*
	ภายในกลุ่ม	68.031	381	.179		
	รวม	69.960	383			
2.ด้านความสามารถทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	2.401	2	1.200	5.818	.003*
	ภายในกลุ่ม	78.617	381	.206		
	รวม	81.017	383			
3.ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้	ระหว่างกลุ่ม	1.600	2	.800	3.173	.043*
	ภายในกลุ่ม	96.087	381	.252		
	รวม	97.687	383			
4.ด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.707	2	.853	3.554	.030*
	ภายในกลุ่ม	91.486	381	.240		
	รวม	93.193	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.687	2	.843	6.339	.002*
	ภายในกลุ่ม	50.688	381	.133		
	รวม	52.375	383			

จากตาราง 4 ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความไว้วางใจทางการเมืองต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำแนกตามสถานภาพ

ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	.558	2	.279	1.532	.217
	ภายในกลุ่ม	69.402	381	.182		
	รวม	69.960	383			
2.ด้านความสามารถทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	.127	2	.063	.298	.742
	ภายในกลุ่ม	80.891	381	.212		
	รวม	81.017	383			
3.ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้	ระหว่างกลุ่ม	.251	2	.125	.490	.613
	ภายในกลุ่ม	97.436	381	.256		
	รวม	97.687	383			

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
4.ด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	.141	2	.071	.289	.749
	ภายในกลุ่ม	93.052	381	.244		
	รวม	93.193	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.044	2	.022	.159	.853
	ภายในกลุ่ม	52.331	381	.137		
	รวม	52.375	383			

จากตาราง 5 ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพต่างกันมีความไว้วางใจทางการเมืองต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำแนกตามอาชีพ

ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.252	5	.250	1.378	.232
	ภายในกลุ่ม	68.707	378	.182		
	รวม	69.960	383			
2.ด้านความสามารถทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.768	5	.354	1.686	.137
	ภายในกลุ่ม	79.250	378	.210		
	รวม	81.017	383			
3.ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้	ระหว่างกลุ่ม	1.112	5	.222	.870	.501
	ภายในกลุ่ม	96.575	378	.255		
	รวม	97.687	383			
4.ด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	1.564	5	.313	1.291	.267
	ภายในกลุ่ม	91.629	378	.242		
	รวม	93.193	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.275	5	.255	1.887	.096
	ภายในกลุ่ม	51.099	378	.135		
	รวม	52.375	383			

จากตาราง 6 ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีความไว้วางใจทางการเมืองต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านคุณธรรมจริยธรรมทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	2.085	4	.521	2.911	.021*
	ภายในกลุ่ม	67.874	379	.179		
	รวม	69.960	383			
2.ด้านความสามารถทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	3.707	4	.927	4.543	.001*
	ภายในกลุ่ม	77.311	379	.204		
	รวม	81.017	383			
3.ด้านความสอดคล้องต่อนโยบายที่เคยประกาศไว้	ระหว่างกลุ่ม	2.581	4	.645	2.572	.038*
	ภายในกลุ่ม	95.106	379	.251		
	รวม					
4.ด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	2.825	4	.706	2.962	.020*
	ภายในกลุ่ม	90.369	379	.238		
	รวม	93.193	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.584	4	.646	4.917	.001*
	ภายในกลุ่ม	49.791	379	.131		
	รวม	52.375	383			

จากตาราง 7 ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ในภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความไว้วางใจทางการเมืองต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.785	.138		5.691	.000
X ₁	.174	.039	.200	4.495	.000
X ₂	.198	.030	.272	6.520	.000
X ₃	.163	.042	.185	3.849	.000
X ₄	.125	.038	.147	3.246	.001
X ₅	.143	.039	.165	3.712	.000

a. Dependent Variable: Y

จากตาราง 8 พบว่าตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 ตัว คือ (X_1) ด้านการระดมทางการเมือง (X_2) ด้านการสื่อสารทางการเมือง (X_3) ด้านทุนทางสังคม (X_4) และด้านการเมืองในระบบราชการ (X_5) ซึ่งส่งผลทางบวก

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จากผลการศึกษา พบว่า ระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครสวรรค์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.36) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านายกเทศมนตรีนครนครสวรรค์ มีความรู้ความสามารถทางการเมืองเหมาะสม ตามภาระหน้าที่ มีการปฏิบัติงานตามนโยบายและวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้ มีความเอาใจใส่ ความรับผิดชอบต่อประชาชน ยอมรับความเห็นพ้องของคนส่วนใหญ่ และไม่ปิดกั้นเสียงส่วนน้อย มีความสามารถในการตอบสนองต่อการร้องขอของประชาชนภายในระยะเวลาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ นิภา ทัดตานนท์ (2563) พบว่า ระดับความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีภาวะความเป็นผู้นำ มีความรู้ความสามารถ วิสัยทัศน์กว้างไกล มองไกล มองรอบด้าน มีประสบการณ์ในการทำงาน มีทักษะในการ บริหารงาน มุ่งมั่นที่จะให้งานประสบผลสำเร็จ มีคุณธรรม จริยธรรม มีการกำหนดนโยบายที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตของประชาชน มีนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นได้ครอบคลุมทุก ๆ ด้าน นโยบายสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในจังหวัดขอนแก่นได้

2. การเปรียบเทียบความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ต่างกัน มีความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครสวรรค์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะบุคคลที่มีอายุ มีระดับการศึกษา และรายได้ต่างกันอาจมีความสนใจ ทศคติหรือให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเมืองท้องถิ่นแตกต่างกัน ความเป็นผู้ใหญ่มีความตระหนักรู้ มีความนึกคิดรอบคอบ และด้วยระดับการศึกษา ทำให้มีความเข้าใจในกระบวนการทำงานของหน่วยงานต่างกัน ประชาชนที่มีรายได้น้อยส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาในการทำงาน ส่วนผู้ที่มีรายได้มากอาจมีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรม มีส่วนร่วมมากกว่า จึงทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความไว้วางใจทางการเมืองแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Agger et al., (1961) กล่าวว่าความไว้วางใจทางการเมืองเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่คนมีต่อสถาบันหรือผู้นำทางการเมืองซึ่งนับว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของสถาบันทางสังคม ซึ่งเป็นลักษณะความรู้สึกที่มีต่อกันของผู้ที่อยู่ต่างระดับในความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ซึ่งก็คือประชาชนและผู้ปกครองที่ประชาชนเลือกเข้าไปทำหน้าที่บริหารประเทศ และยังสอดคล้องกับ พระกฤษฏา กิตติปัญญา (2567) และในส่วนของผู้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ อาชีพ แตกต่างกัน มีความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในปัจจุบัน ทุกเพศ ให้ความสำคัญกับการเมืองมากขึ้น ความหลากหลายทางเพศ ทั้งในแง่รสนิยมทางเพศ (sexual orientation) และอัตลักษณ์ทางเพศ (gender identity) เป็นประเด็นที่สังคมในหลากหลายประเทศให้การยอมรับมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นเพศชายเพศหญิง หรือเพศทางเลือก จึงมีความไว้วางใจทางการเมืองที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระไกรสร สุมโน (2563) และ มัณสุรีย์ มณีมาศ (2562)

3. จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ พบว่า ปัจจัยด้านความโปร่งใส ด้านการระดมทางการเมือง ด้านการสื่อสารทางการเมือง ด้านทุนทางสังคม และด้านการเมืองในระบบราชการ ส่งผลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนฯเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านการระดมทางการเมือง

พบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่า $Beta = 0.272$ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าประชาชนให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของนักการเมืองในพื้นที่ และการได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะหรือกำหนดนโยบายต่าง ๆ รวมไปถึงการถูกโน้มน้าวจากบุคคลที่รู้จักจะสามารถสร้างความไว้วางใจของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองได้ ซึ่งสอดคล้องกับบวสันต์ จิสวัสดิ์ (2562) และจิตพล กาญจนกิจ (2545) ปัจจัยด้านความโปร่งใส พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่า $Beta = 0.200$ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากนักการเมืองมีการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริตไม่เรียกรับผลประโยชน์ เช่น ทรัพย์สิน ของขวัญ เงินทอง รวมถึงประโยชน์อื่นใด มีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการปฏิบัติงาน ก็จะทำให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความไว้วางใจเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับภักดีสิริ แอนิหน และวัชรินทร์ ชาญศิลป์ (2567) ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมือง พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่า $Beta = 0.185$ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แสดงให้เห็นว่าประชาชนให้ความสำคัญกับการที่นักการเมืองได้ลงพื้นที่พบปะประชาชน อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะทำให้ให้นักการเมืองได้เห็นถึงชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ได้ทราบถึงปัญหาและความเดือดร้อนของประชาชนอย่างแท้จริง รวมไปถึงการมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ และช่องทางสำหรับให้ประชาชนสามารถติดต่อได้อย่างหลากหลาย ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับไพบุลย์ สุขเจตน์ และคณะ (2563) ปัจจัยด้านการเมืองในระบบราชการ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่า $Beta = 0.165$ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แสดงให้เห็นว่าหากนักการเมืองท้องถิ่นไม่ใช้อิทธิพลเข้ามามีบทบาท และควบคุมแทรกแซงการทำงานของหน่วยงาน รวมไปถึงจะต้องวางตัวเป็นกลาง ไม่มีการเลือกปฏิบัติ จะทำให้ประชาชนมีความไว้วางใจทางการเมืองเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับจักรพงษ์ หนูดำ (2556) และปัจจัยด้านทุนทางสังคม พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่า $Beta = 0.147$ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ แสดงให้เห็นว่าหากประชาชนได้รับความช่วยเหลือหรือมีความรู้จักคุ้นเคยกันมาก่อนจะส่งผลให้ประชาชนมีความไว้วางใจต่อนักการเมืองท่านนั้นเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งหากนักการเมืองเป็นที่ยอมรับในชุมชน และมีความสัมพันธ์อันดีต่อผู้นำชุมชนย่อมทำให้ประชาชนมีความรู้สึกไว้วางใจมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอภิชาติ เหมื่อยไธสง (2561)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 จากผลการศึกษา พบว่า ระดับความไว้วางใจด้านการเปิดกว้างความคิดเห็นทางการเมืองอยู่ในลำดับสุดท้าย ดังนั้น ทางองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการจัดประชุม ประชาพิจารณ์ หรือกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนแสดงความคิดเห็น เพื่อมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะดำเนินการ จัดทำรายงานหรือการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นที่ได้รับ และแสดงให้เห็นว่ากำลังดำเนินการเพื่อปรับปรุงตามข้อเสนอแนะที่ได้รับ

1.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมการดำเนินงานเชิงบูรณาการร่วมกับภาคประชาชน โดยกำหนดรูปแบบให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนให้กับคนในพื้นที่อย่างแท้จริง เช่น การให้ภาคประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำแผน และเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลแผน

1.3 นักการเมืองท้องถิ่นควรกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมสำหรับการพัฒนาพื้นที่วางแผนการพัฒนาในระยะยาว โดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาวประเมินผลกระทบทางด้าน

สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ก่อนที่จะดำเนินโครงการ และกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการความร่วมมือ ระหว่างนักการเมืองและประชาชนในพื้นที่ ประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแผนงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 การส่งเสริมฝึกอบรมและพัฒนาข้าราชการ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชนให้มีความรู้ ทักษะ ทศนคติ และสมรรถนะในการทำงาน โดยกรมพัฒนาชุมชน เป็นผู้ประสานงานระหว่าง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน ในการส่งเสริมให้ชุมชนมีการรวมตัวกัน อย่างเหนียวแน่น เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน เช่น การส่งเสริมให้เครือข่าย/กลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนได้ ทำงานร่วมกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน มีการช่วยเหลือระหว่างกลุ่ม เช่น อสม.จัดทีม เยี่ยมบ้านร่วมกับกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มอาชีพสอนงาน ให้กลุ่มผู้พิการ

2.2 การส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริต โดยสำนักงานคณะกรรมการ ป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการดำเนินการที่โปร่งใส เปิดเผย โดยมีการกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติต่างๆ และมาตรการต่อต้านการทุจริตมาดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม และเปิดโอกาสให้เอกชน ภาคประชาสังคม และภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการ ปฏิบัติงาน มีการปลูกจิตสำนึกของเจ้าหน้าที่โดยไม่เรียกรับผลประโยชน์ เช่น ทรัพย์สิน ของขวัญ เงินทอง รวมถึงประโยชน์อื่นใด ที่ไม่ได้อยู่ในรูปของทรัพย์สิน

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มี ต่อนักการเมืองระดับท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจและไว้วางใจ และเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง มากขึ้น และเพื่อให้เกิดการยอมรับและได้รับความร่วมมือจากฝ่ายต่าง ๆ นำไปสู่การพัฒนาในเขตพื้นที่และ พื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับประชาชนได้

3.2 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนกับแนวคิดความไว้วางใจทางการเมืองในเขตพื้นที่ เพื่อเป็นการส่งเสริม และสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง อันจะนำไปสู่ การพัฒนาทักษะการทำงาน แบบประชาธิปไตย เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาความไว้วางใจทางการเมืองให้มีความ เข้มแข็งได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- โกวิท พวงงาม. (2554). *การปกครองท้องถิ่นไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- จักรพงษ์ หนูดำ. (2556). *ความไว้วางใจของประชาชน ที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษา กรณีศึกษาเปรียบเทียบองค์การบริหารส่วนตำบลชองกับองค์การบริหารส่วนตำบลปลักหนู*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตพล กาญจนกิจ. (2545). *ความไว้วางใจทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเมืองท้องถิ่นไทย : ศึกษากรณีองค์การบริหารส่วนตำบล*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต (รัฐศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐชุตา วิจิตรจามรี. (2558). *การสื่อสารในองค์กร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมานการพิมพ์.
- นิภา ทัดตานนท์. (2563). *ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัด ขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย.

- พระกฤษฎา กิตติปัญญา. (2567). ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองระดับท้องถิ่นในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระไกรสร สุมโน. (2563). ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดเลย. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- พระนิรุต ญาณวุฑฒ และพระอภิวัชร อภิวัชรโร. (2565, มกราคม-มิถุนายน). นักการเมืองท้องถิ่นในระบบราชการ. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์*. 5(1): 177-194.
- พิชญ์ณัฐา พรรณศิลป์ และคณะ. (2558, มีนาคม-เมษายน). บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์มจร*. 3(2): 146-161.
- พิรุวรรณ กิตติคุณ (2563). การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น: การจัดทำบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2567. จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=71420&filename=house2558_2.
- ไพบูลย์ สุขเจตน์ และคณะ. (2563, ตุลาคม). การพัฒนาความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองระดับท้องถิ่นในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*. 7(10): 234-247.
- ภาคีสรี แอนิหน และวัชรินทร์ ชาญศิลป์. (2567, มกราคม-กุมภาพันธ์). การพัฒนาความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*. 7(1): 44-56.
- มัณสุรีย์ มณีมาศ. (2562). ความเชื่อถือไว้วางใจของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานภาครัฐในสังคมพหุวัฒนธรรมชายแดนใต้: กรณีศึกษาจังหวัด นราธิวาส. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ยุภา นารินทร์. (2563, กันยายน-ธันวาคม). ผู้นำท้องถิ่นกับการสื่อสาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มมร.วิทยาเขตอีสาน*. 1(3): 38-44.
- วสันต์ จิรสวัสดิ์. (2562, มกราคม-มิถุนายน). ความไว้วางใจทางการเมืองของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อการบริหารราชการส่วนภูมิภาค. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. 11(2): 164-177.
- อภิชาติ เหมือยโธสง. (2561). ความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของสังคมไทย. ดุษฎีนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- Agger, R. E., Goldstein, M. N., & Pearl, S. A. (1961, August). Political cynicism: measurement and meaning. *The Journal of Politics*. 23(3): 477-506.

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการ เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

ชื่อเรื่อง

Title

- ชื่อเรื่อง ภาษาไทยขึ้นต้นก่อน กรณีชื่อเรื่องยาวมากกว่า 1 บรรทัด ให้เขียนแบบสามเหลี่ยมหัวกลับ
- ชื่อเรื่อง ภาษาอังกฤษให้ขึ้นต้นคำด้วยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่และตามด้วยตัวอักษรพิมพ์เล็กในทุก ๆ คำ

ผู้เขียน¹, ผู้เขียน² และ ผู้เขียน³

Author¹, Author² and Author³

สังกัด¹

สังกัด²

สังกัด³

Affiliation¹

Affiliation²

Affiliation³

E-mail: ¹; ²; ³

Tel.....

บทคัดย่อ (16 Point Bold)

.....
.....16 Point
.....

- นำเสนอให้กระชับ เน้นประเด็นสำคัญที่ต้องการนำเสนอ โดยสรุปสาระสำคัญของบทความตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับชื่อเรื่อง เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านอยากอ่านเนื้อหาฉบับเต็ม
- ใช้ภาษาแบบทางการ แสดงเฉพาะเนื้อหา ไม่แสดงความรู้สึก อารมณ์ หรืออคติ ไม่ใช้คำฟุ่มเฟือย ควรใช้ “เทคนิคของการใช้คำ” เพื่อประโยชน์ในการค้นหาคำย่อให้พบได้ง่ายที่สุด
- ความยาวประมาณ 250 คำ

.....
.....

คำสำคัญ (16 Point Bold) : 16 Point

นำเสนอโดยเลือกใช้คำที่มีอยู่ในวัตถุประสงค์ของบทความที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องของบทความ และเป็นคำที่นิยมใช้ เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านที่สนใจค้นพบบทความ จำนวน 3-5 คำ

Abstract (16 Point Bold) ภาษาอังกฤษ

.....16 Point

- นำเสนอให้กระชับ เน้นประเด็นสำคัญที่ต้องการนำเสนอ โดยสรุปสาระสำคัญของบทความตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับชื่อเรื่อง เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านอยากอ่านเนื้อหาฉบับเต็ม
- ใช้ภาษาแบบทางการ แสดงเฉพาะเนื้อหา ไม่แสดงความรู้สึก อารมณ์ หรืออคติ ไม่ใช้คำฟุ่มเฟือย ควรใช้ “เทคนิคของการใช้คำ” เพื่อประโยชน์ในการค้นหาค้นคว้าให้พบได้ง่ายที่สุด ความยาวประมาณ 250 คำ

Keywords (16 Point Bold) : 16 Point

นำเสนอโดยเลือกใช้คำที่มีอยู่ในวัตถุประสงค์ของบทความที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องของบทความ และเป็นคำที่นิยมใช้ เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านที่สนใจค้นพบบทความ จำนวน 3-5 คำ

บทนำ (16 Point Bold)

.....16 Point

นำเสนอเนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่านสู่เนื้อเรื่อง ให้เห็นความสำคัญ และสร้างบรรยากาศให้น่าติดตามต่อไป ควรเขียนให้กระชับตรงประเด็น ไม่ยืดเยื้อ สอดคล้องกับชื่อเรื่อง โดยจับประเด็นจากชื่อเรื่องแล้วนำไปสู่บริบท เนื้อหา ในส่วนนี้สามารถกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของบทความ ที่มาของบทความ ขอบเขตของบทความ อาจมีคำจำกัดความหรือนิยามที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (16 Point Bold)

.....
.....16 Point

นำเสนอให้สอดคล้องกับชื่อเรื่องหรือประเด็นที่เขียน จัดวางโครงสร้างเนื้อหาและจัดลำดับให้เหมาะสม
เนื้อหาสาระควรมีความต่อเนื่องกัน เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูล และอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

กรอบในการวิเคราะห์ (16 Point Bold)

.....
.....16 Point

นำเสนอกรอบในการวิเคราะห์ที่ได้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในรูปแบบภาพ หรือข้อความอันเป็น
ใจความสำคัญที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ (16 Point Bold)

.....
.....16 Point

นำเสนอให้เป็นไปตามหลักการ ทฤษฎี ตามกรอบในการวิเคราะห์ มีหลักฐานการอ้างอิงอย่างถูกต้องตาม
หลักวิชาการ มีความเป็นเหตุเป็นผล

บทสรุป (16 Point Bold)

.....
.....16 Point

นำเสนอสรุปประเด็นสำคัญ ๆ ของบทความ โดยการเลือกประเด็นสำคัญ ๆ ของบทความนั้นมาเขียน รวมไว้
อย่างสั้น ๆ ทำย่อบท หรืออาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดมีความสำคัญอย่างไร สามารถ
นำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรือ อาจใช้วิธีการตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้ง ทำยกระตุ้น
ให้ผู้อ่านไปแสวงหาความรู้เพื่อคิดค้นพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ (16 Point Bold)

.....16 Point

นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิเคราะห์สำหรับนำไปใช้ในเชิงทฤษฎีและการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

การเขียนเอกสารอ้างอิงใช้ตามรูปแบบ APA Style (7th ed.) มีวิธีการ ดังนี้

- การเรียงลำดับรายการอ้างอิง รายการอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยให้เรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ ก-ฮ
- รายการอ้างอิงที่เป็นภาษาอังกฤษให้เรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ A-Z เรียงลำดับตามอักษรตัวแรกของชื่อสกุลของผู้แต่งคนแรก หากตัวแรกซ้ำกันหรือมีส่วนแรกเหมือนกัน ให้เรียงตามตัวอักษรตัวถัด ๆ ไป
- การอ้างอิงในเนื้อหา เรียงลำดับตามอักษรตัวแรกของชื่อ-สกุลของผู้แต่งคนแรก โดยให้ชื่อผู้แต่งที่เป็นอักษรภาษาไทยขึ้นต้นก่อนเรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ ก-ฮ และตามด้วยชื่อสกุลของผู้แต่งคนแรกอักษรภาษาอังกฤษเรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ A-Z

- การใช้คำย่อในการอ้างอิงภาษาอังกฤษ ใช้แนวทางตามรูปแบบ APA Style (7th ed.)
- การใช้คำย่อและสัญลักษณ์ทางสถิติ ใช้แนวทางตามรูปแบบ APA Style (7th ed.)
- การเขียนอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

- การเขียนอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรกถึงหน้าสุดท้าย

ของบทความ.

- การเขียนอ้างอิงประเภท ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

Abstract (16 Point Bold) ภาษาอังกฤษ

.....16 Point

- นำเสนอภาพรวมของเนื้อหาทั้งหมด ครอบคลุมสาระสำคัญของผลการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการอ้างอิง และดึงดูดให้ผู้อ่านอยากอ่านเนื้อหาฉบับเต็ม ใช้ข้อเท็จจริง
- ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัย และคุณค่าของการวิจัย
- ใช้ภาษาแบบทางการ แสดงเฉพาะเนื้อหา ไม่แสดงความรู้สึก อารมณ์หรืออคติไม่ใช้คำฟุ่มเฟือย ควรใช้ “เทคนิคของการใช้คำ” เพื่อประโยชน์ในการค้นหาคำย่อให้พบได้ง่ายที่สุด
- ความยาวประมาณ 250 คำ

Keywords (16 Point Bold) : 16 Point

- นำเสนอโดยเลือกใช้ตัวแปรที่ศึกษาที่เกี่ยวข้องกันกับงานวิจัย หรือคำที่เป็นชื่อเรื่องการวิจัย เป็นคำที่นิยมใช้ เพื่อให้ผู้สนใจงานวิจัยสืบค้นเจอ จำนวน 3-5 คำ

Type of Article: Research Article

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (16 Point Bold)

.....16 Point

นำเสนอโดยใช้ภาษาแบบทางการ เป็นแบบแผน เลือกใช้คำที่ถูกต้องตามหลักภาษาและค่านิยมของคำ ใช้คำให้เกิดความหมายตรงประเด็น ไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจทันที การแปลคำศัพท์จากต่างประเทศควรตรวจสอบความนิยมและใช้ความหมายเดียวกันตลอดบทความ เช่น Organization พบ แปลเป็นไทยว่า องค์กรหรือองค์การ เป็นต้น และภายในหนึ่งย่อหน้าควรมีใจความสำคัญประเด็นเดียว เป็นเอกภาพ และต้องอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (16 Point Bold)

.....
.....16 Point
.....

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย (16 Point Bold)

.....
.....16 Point
.....

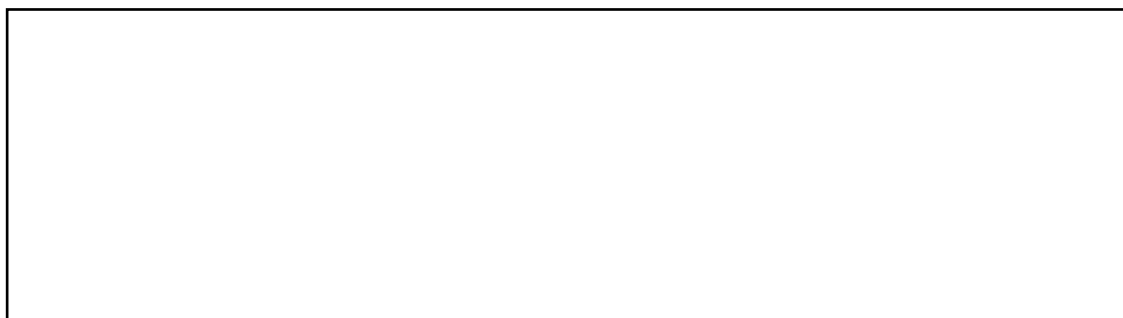
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (16 Point Bold)

.....
.....16 Point
.....

- นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัยพอสังเขปของตัวแปรทุกตัว และ จำเป็นต้องอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้หลีกเลี่ยงการ "อ้างอิงใน" หรือการอ้างอิงต่อ ๆ กันมา ควรใช้ต้นฉบับมาอ้างอิง
 - นำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการอภิปรายผล
 - นำเสนอให้มีความสัมพันธ์กันทั้งแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่กรอบแนวความคิด ที่ใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย (16 Point Bold)

.....
.....16 Point
.....



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) (16 Point Bold)

.....16 Point

ระเบียบวิธีวิจัย (16 Point Bold)

.....16 Point

นำเสนอโดยอธิบายวิธีดำเนินการวิจัย ประชากรและตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ควรอ้างอิงเจ้าของทฤษฎีที่ผู้เขียนอ้างอิงโดยตรง หลีกเลี่ยง การอ้างอิงต่อ ๆ กันมา เขียนให้กระชับ นำเสนอเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของบทความ

ผลการวิจัย (16 Point Bold)

.....16 Point

นำเสนอข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์โดยอาจจะมีการนำเสนอในรูปแบบ ตาราง และการ แปลความหมายอย่างกะทัดรัดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตัวอย่างการนำเสนอในรูปแบบตาราง

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ข้อความ	$\bar{X}$	SD	แปลความหมาย

อภิปรายผลการวิจัย (16 Point Bold)

.....16 Point

- สรุปสาระประเด็นสำคัญ และอภิปรายผลในแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานวิจัยให้ครอบคลุมตาม วัตถุประสงค์ หากมีสมมุติฐานของการวิจัยควรอภิปรายรายชื่อ ข้อค้นพบที่ขัดแย้งหรือสอดคล้องกับ งานวิจัยของงาน
- อภิปรายข้อจำกัดและข้อบกพร่องในการวิจัย รวมถึงการอภิปรายคุณประโยชน์ของงานวิจัย

ข้อเสนอแนะ (16 Point Bold)

.....16 Point

นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยสำหรับนำไปใช้ในเชิงทฤษฎีและการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

การเขียนเอกสารอ้างอิงใช้ตามรูปแบบ APA Style (7th ed.) มีวิธีการ ดังนี้

- การเรียงลำดับ ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ ก-ฮ แล้วตามด้วย A-Z
- การเขียนอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

- การเขียนอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรกถึงหน้าสุดท้าย

ของบทความ.

- การเขียนอ้างอิงประเภท ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

ชมรม นวัตกรรมแห่งสหวิทยาการ

อาคารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
398 หมู่ 9 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000
โทรศัพท์ 056-219100 ต่อ 2400 โทรสาร 056-882707
Email: fmsnsru@nsru.ac.th
<https://ms.nsr.ac.th>

