Journal of Spatial Development and Policy

ISSN: 2985-220x (Online)



March - April 2026
Vol. 4 No. 2

Journal of Spatial Development and Policy ปีที่ 4 ฉบับที่ 2

JSDP

ISSN: 2985-220X (Online)
Journal of Spatial Development and Policy Vol. 4 No. 2

Journal of Spatial Development and Policy

3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

โทร. 080-224-1454, 081-601-5934 อีเมล: ajsdp9900@gmail.com

เจ้าของ: ปัญญาพัฒน์ 3/1273 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

บรรณาธิการ:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยูร แสงใส	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กองบรรณาธิการ:

ศาสตราจารย์ สุวิทย์ ธีรศาศวัต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.กัมปนาท วิจิตรศรีกมล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรวรรณ ศรีโสมพันธ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินิจ ผาเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิกนิษฐา นาเลาห์	มหาวิทยาลัยนครพนม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์สิทธ์ ฆารเลิศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ปัทมสนธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ แย้มเยื้อน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผู้จัดการวารสาร:

นางสาวศิโรรัตน์ ประศรี

กำหนดออกเผยแพร่วารสาร:

Journal of Spatial Development and Policy มีกำหนดวงรอบการเผยแพร่ปีละ 6 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 มกราคม – กุมภาพันธ์

ฉบับที่ 2 มีนาคม – เมษายน

ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 4 กรกฎาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 5 กันยายน – ตุลาคม

ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน – ธันวาคม

การส่งบทความพิจารณาตีพิมพ์:

ผู้เขียนเตรียมต้นฉบับบทความตามเกณฑ์เงื่อนไขของวารสารและส่งในระบบที่เว็บไซต์วารสาร https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index เปิดรับพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ตลอดทั้งปี

จุดมุ่งหมายและขอบเขต (Aim and Scope)

Journal of Spatial Development and Policy ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชิงพื้นที่ตั้งแต่ระดับองค์กร กลุ่มหมู่บ้าน ตำบล จังหวัด ภูมิภาค ระดับประเทศ และระหว่างประเทศ วารสารมุ่งเน้นส่งเสริมงานวิชาการที่มีลักษณะเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้านการพัฒนาพื้นที่ในมิติต่าง ๆ แบบบูรณาการข้ามศาสตร์ที่ผลักดันไปสู่การสร้างนโยบายของพื้นที่ โดยเปิดรับบทความทางด้านการพัฒนาพื้นที่ที่บูรณาการกับศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ สังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เกษตรศาสตร์ และงานทางด้านสหวิทยาการที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่และผลักดันสู่การสร้างกรอบนโยบายการพัฒนาเชิงพื้นที่ ปีละ 6 ฉบับ โดยทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ทั้งนี้จะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์บทความและผู้นิพนธ์บทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความเช่นเดียวกัน (Double-Blind Peer Review) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร

1) บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัย เกี่ยวกับด้านสังคมศาสตร์ และรวมถึงสหวิทยาการเชิงประยุกต์ด้านสังคมศาสตร์

2) บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความวิเคราะห์ วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่

3) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นบทความในลักษณะวิจารณ์หรืออธิบายเหตุผลสนับสนุนในประเด็นที่เห็นด้วย และ มีความเห็นแตกต่างในมุมมองวิชาการ

บทบรรณาธิการแถลง

Journal of Spatial Development and Policy ฉบับนี้เป็นปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (มีนาคม–เมษายน 2569) มุ่งเน้นการเผยแพร่ บทความทางด้านการพัฒนาพื้นที่ที่บูรณาการกับศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ สังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เกษตรศาสตร์ และงานทางด้านสหวิทยาการที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่และผลักดันสู่การสร้างกรอบนโยบายการพัฒนาเชิงพื้นที่ จากหลากหลายหน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทั้งนี้ ทางกองบรรณาธิการยินดีเป็นสื่อกลาง สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาทุกท่าน ที่ประสงค์จะตีพิมพ์เผยแพร่บทความของท่าน ซึ่งจะต้องผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขาวิชาทางด้านสังคมศาสตร์อย่างเข้มข้น จำนวน 3 ท่าน จึงกล่าวได้ว่าบทความที่ทาง Journal of Spatial Development and Policy ได้เผยแพร่ไปนั้น มีมาตรฐานทางวิชาการ

กระผมในฐานะบรรณาธิการวารสาร จึงขอขอบคุณท่านผู้มีส่วนในการสร้างงานวิชาการเหล่านี้ นับตั้งแต่เจ้าของผลงาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้จัดการวารสาร และคณะกองบรรณาธิการ วารสารนี้ยังคงเป็นแหล่งรองรับผลงานดี ๆ ที่สร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องทางวิชาการแก่นักวิชาการ และวิญญูชนผู้สนใจโดยทั่วไป เพื่อเป็นประโยชน์แก่แวดวงวิชาการต่อไป ด้วยจิตคารวะและขอบคุณทุกท่าน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยูร แสงใส
บรรณาธิการ Journal of Spatial Development and Policy

สารบัญ

บทความวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงาน กรณีศึกษาภาคตะวันออก 1-14
ฐานิตา เมนขุนทด, สุณี หงษ์วิเศษ, ธนวัฒน์ พิมลจินดา

การบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย 15-30
สุภาภรณ์ เข็มคง, ณฐนนท ทวีสิน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข 31-48
ศิริวรรณ ติ่งทอง, พรพรรณ เหมะพันธุ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 49-62
ณัฐชา ล้วนจำเริญ, ธิดารัตน์ พงษ์วชิรินทร์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 63-74
อนิวัติ ด่านกุล, กิตตินันท์ พันธุมสุต

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม 75-88
นันทิกานต์ ประสพสุข, ธีราวรรณ จันทร์แสง, ณัฐลักษณ์ อิสสระ, พจณิชา ฤกษ์สมุทร, กรรณิการ์ บุญยัง, คัมภิราวดี นวกิจไพฑูรย์, กิตบดินท์ ทองดวง, กฤษณะ ช่องศรี, ธีระวัฒน์ เพชรดี, รักสิริ แก้วเทวี, วิวิศน์ สุทธิธรรมสถิต, ศรีสุดา พัฒจันทร์, กัณภัค ตัณฑสิทธ, เดโช แขน้ำแก้ว

สัทธานุภาพเจ้าปู่ผ่าน: การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากผ่านตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน จังหวัดร้อยเอ็ด 89-106
ปริญ ภัทรปัญญากูร, นรินทรา มิ่งโอโล

อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 107-118
ธนารีย์ ยืนชนม์, สกุลรัตน์ สาหะกะโร, อนุวัต สงสม

Challenges in Enhancing Government Decision-Making Ability in the Big Data Era 119-130
Men Rutao, Satit Niyomyaht, Kamolporn Kalyanamitra, Tassanee Lakkanapichonchat

Efficiency of Government Emergency Management for Typhoon Disasters in Zhoushan City, Zhejiang Province, People's Republic of China 131-142
Shi Hongshuai, Satit Niyomyaht, Kamolporn Kalyanamitra, Tassanee Lakkanapichonchat

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Marketing Mix Factors Influencing the Critical Illness Insurance Purchase Decision of Working-Age People: A Case Study of the Eastern Region

Thanita Menkhunthod[1*] Sunee Hongwiset[2] and Thanawat Pimoljinda[2]

[1] *Master of Business Administration, Burapha Business School, Burapha University, Thailand*

[2] *Burapha Business School, Burapha University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: 66920174@go.buu.ac.th*

ABSTRACT

This article aimed to study: 1) the comparison of critical illness insurance purchase decisions among working-age individuals in the Eastern Region, classified by demographic factors; and 2) the examination of the influence of the marketing mix (7Ps) on these purchase decisions. This quantitative research employed a questionnaire with a Cronbach's alpha reliability coefficient ranging from 0.705 to 0.935. The sample consisted of 420 working-age individuals aged 20-59 who were employed in Chon Buri, Rayong, and Chanthaburi and had purchased critical illness insurance. Data analysis utilized t-tests, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The results of the study found that: 1) Demographic factors, including gender, age, education, income, and occupation, significantly affected purchase decisions at the .05 level. Specifically, males, the younger generation aged 20-29, those with higher than a bachelor's degree, individuals with incomes exceeding 40,000 Baht, and freelancers demonstrated higher levels of decision-making compared to other groups. 2) The marketing mix significantly influenced purchase decisions at the .05 level. The influence, ranked from highest to lowest, was Promotion, People, Place, Process, Physical Evidence, Product, and Price. This suggests that consumers prioritize benefits and trust in personnel over product features.

Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, Critical Illness Insurance, Working-Age People

Received: 23 February 2026;
Revised: 25 March 2026;
Accepted: 6 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงาน กรณีศึกษาภาคตะวันออก

ฐานิตา เมนขุนทด[1*] สุณี หงษ์วิเศษ[2] และ ธนวัฒน์ พิมลจินดา[2]

[1] *นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ประเทศไทย*

[2] *คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ประเทศไทย*

[*] *Corresponding author. E-mail: 66920174@go.buu.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงาน ในพื้นที่ภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และ 2) ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ต่อการตัดสินใจซื้อ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's alpha ระหว่าง 0.705 – 0.935 กลุ่มตัวอย่างคือคนวัยทำงานอายุ 20-59 ปี มีประสบการณ์เคยซื้อประกันโรคร้ายแรงและทำงานในจังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี จำนวน 420 คน สถิติที่ใช้คือ t-test, One-way ANOVA และ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มเพศชาย คนรุ่นใหม่อายุ 20-29 ปี การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รายได้สูงกว่า 40,000 บาท และอาชีพอิสระ มีระดับการตัดสินใจซื้อสูงกว่ากลุ่มอื่น 2) ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ และราคา ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์และความเชื่อมั่นในตัวบุคคลมากกว่าตัวผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, ประกันโรคร้ายแรง, คนวัยทำงาน

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

ในยุคปัจจุบันปัญหาโรคร้ายแรงได้กลายเป็นภัยคุกคามสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประชากร โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ จากสถิติพบว่าโรคมะเร็งเพียงอย่างเดียวได้คร่าชีวิตประชากรโลกสูงถึง 8.2 ล้านคนต่อปี ตามมาด้วยกลุ่มโรคหลอดเลือดสมอง โรคหัวใจ โรคไต และปอดอักเสบ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2568) ซึ่งนอกจากจะมีอัตราการเสียชีวิตสูงแล้ว ยังมีกระบวนการรักษาที่ซับซ้อนและยาวนาน สำหรับประเทศไทย โรคมะเร็งเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับหนึ่งอย่างต่อเนื่องหลายทศวรรษ ข้อมูลจากสถาบันมะเร็งแห่งชาติ ระบุว่า ปี 2568 สถานการณ์มีความรุนแรงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยพบผู้ป่วยรายใหม่ประมาณ 140,000 คนต่อปี ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.67 จากสถิติเดิม และมีอัตราผู้เสียชีวิตสูงถึง 83,000 คนต่อปี หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.88 (ประชาชาติธุรกิจ, 2568) ซึ่งคิดเป็นอัตราการเสียชีวิตเฉลี่ยสูงถึงชั่วโมงละ 9 คน สถานการณ์ดังกล่าวยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อผนวกกับอัตราเงินเฟ้อค่ารักษาพยาบาลที่ปรับตัวสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8-10 ต่อปี (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2568) ส่งผลให้สวัสดิการพื้นฐานจากภาครัฐอาจไม่เพียงพอที่จะรองรับการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพและทันท่วงที ทำให้ประชาชนต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายส่วนเกินด้วยตนเอง ปัญหานี้จึงมิใช่เพียงวิกฤตด้านสาธารณสุข แต่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ก่อให้เกิดการสูญเสียทุนมนุษย์และการรั่วไหลของต้นทุนทางเศรษฐกิจโดยไม่จำเป็น (ห้องสมุดศาลยุติธรรม, 2568)

ภาคตะวันออกมีอัตราการเจ็บป่วยกลุ่มโรคร้ายแรงที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะโรคมะเร็ง ข้อมูลสถิติจากเครือข่ายมะเร็งภาคตะวันออก (Eastern Cancer Network) ระบุชัดเจนว่า ปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวมีจำนวนผู้ป่วยโรคมะเร็งสะสมสูงกว่า 200,000 ราย และมีการตรวจพบผู้ป่วยรายใหม่เพิ่มขึ้นกว่า 10,000 รายในทุก ๆ ปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มอัตราการเกิดโรคที่พุ่งสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (โรงพยาบาลไทยนครินทร์, 2567) สถานการณ์วิกฤตด้านสุขภาพนี้ส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่อพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี ซึ่งเปรียบเสมือนกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักรองจากกรุงเทพมหานคร ด้วยโครงสร้างที่ประกอบด้วยภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โลจิสติกส์ และเกษตรกรรม ส่งผลให้ประชากรวัยทำงานในพื้นที่ต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพที่เข้มข้นกว่าพื้นที่อื่น ทั้งจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความเครียดสะสม และวิถีชีวิตที่เร่งรีบ (World Health Organization, 2025) กลุ่มคนเหล่านี้ถือเป็นเสาหลักทางเศรษฐกิจที่ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัว หากเกิดเหตุไม่คาดฝันจากการเจ็บป่วยด้วยโรคร้ายแรง รายได้ที่หยุดชะงักอาจนำไปสู่วิกฤตทางการเงินในครัวเรือนทันที สถานการณ์ดังกล่าวผลักดันให้ “ประกันโรคร้ายแรง” เข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือบริหารความเสี่ยงที่ให้ความคุ้มครองแบบเงินก้อน (Lump Sum) เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการรักษา (ชับบ์ ประเทศไทย, 2568; เมืองไทยประกันชีวิต, 2566) ซึ่งสอดรับกับทิศทางของธุรกิจประกันภัยในปัจจุบันที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการที่ผู้บริโภคตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มลภาวะ และโรคอุบัติใหม่ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อนของผู้บริโภคในกลุ่มศักยภาพนี้ (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2568)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า แม้จะมีงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตในประเทศไทยจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ประกันสุขภาพทั่วไป หรือประกันภัยโรคอุบัติใหม่ ซึ่งมีบริบทและเงื่อนไขความคุ้มครองที่แตกต่างจากประกันโรคร้ายแรงอย่างสิ้นเชิง ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษาที่แตกต่างกันในแต่ละผลิตภัณฑ์ อาทิ งานวิจัยของ ธารทิพย์ แสงสิงห์ (2568) ที่พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดและบุคคลมีผลต่อการซื้อประกันสะสมทรัพย์ หรือ มณีรุ้ง นิลชลา (2566) ที่พบว่าผลิตภัณฑ์ ราคา และโปรโมชั่นเป็นปัจจัยหลักในการซื้อประกันสุขภาพ ในขณะที่ ณิชาดา นพรัตน์ (2565) กลับพบว่าด้านบุคคลและกระบวนการไม่มีผลต่อการซื้อประกันโควิด-19 ความหลากหลายของผลการศึกษาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ประกันแต่ละประเภทมีปัจจัยกระตุ้นการตัดสินใจที่แตกต่างกัน และปัจจุบันยังขาดองค์ความรู้ที่เจาะจงเฉพาะประกันโรคร้ายแรง ในบริบทของพื้นที่เศรษฐกิจภาคตะวันออก ทั้งนี้ ในระดับสากลได้ให้ความสำคัญกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดในฐานะเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ทรงพลัง โดย Rajer (2023) ได้ระบุว่า แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7Ps) ถือเป็นหนึ่งในโมเดลที่โดดเด่นและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจตั้งแต่กระบวนการคิดเริ่มต้นไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาระดับนานาชาติของ Van Huyssteen & Rudansky-Kloppers (2024) ที่ได้วิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยของผู้บริโภคในประเทศแอฟริกาใต้ โดยพบว่ากลยุทธ์ 7Ps มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยลดความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้และเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการตัดสินใจซื้อ ผลการวิจัยดังกล่าวยืนยันว่า 7Ps เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ว่ามีประสิทธิภาพในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนและจับต้องไม่ได้อย่างประกันภัย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7Ps) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ทางวิชาการและเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กำหนดกลยุทธ์การตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริง ซึ่งจะช่วยยกระดับหลักประกันความมั่นคงทางสุขภาพและการเงินให้กับกลุ่มคนวัยทำงานในพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-59 ปี ในพื้นที่เศรษฐกิจภาคตะวันออก 3 จังหวัด ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,738,067 คน จำแนกเป็น จังหวัดชลบุรี 966,937 คน ระยอง 465,039 คน และจันทบุรี 306,091 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากไม่มีข้อมูลสถิติที่สามารถระบุจำนวนแน่ชัดของผู้ที่ "เคยซื้อประกันโรคร้ายแรง" ในพื้นที่ดังกล่าวได้ ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนประชากรวัยทำงาน 1,738,067 คน เป็นฐานประชากร (Base Population) สำหรับการคำนวณและกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากฐานประชากร 1,738,067 คน โดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สำรองแบบสอบถามเพิ่มเติมเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจริงทั้งสิ้น 420 คน

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดสัดส่วนตัวอย่างตามขนาดประชากร (Probability Proportional to Size) เพื่อคำนวณสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับขนาดประชากรจริงของแต่ละจังหวัด โดยกระจายจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 420 คน ออกเป็นโควตา ได้แก่ จังหวัดชลบุรี (n = 234) ระยอง (n = 112) และจันทบุรี (n = 74)

2) การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านเวลา โดยผู้วิจัยใช้เครื่องมือคำถามคัดกรอง (Screening Question) ในส่วนแรกของแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองเฉพาะกลุ่มคนที่มีประสบการณ์เคยซื้อประกันโรคร้ายแรงอย่างน้อย 1 ฉบับเท่านั้น หากผู้ตอบไม่มีคุณสมบัติดังกล่าว ระบบจะยุติการทำแบบสอบถามทันที

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาและรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ รหัสโครงการวิจัย G-HU173/2568 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันในรูปแบบต่างๆ ของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสะท้อนพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองคุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับอิทธิพลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ตามแนวคิดของ (Kotler & Keller, 2021) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาแล้วว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ (Kotler & Armstrong, 2018) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วยมาก (4) เห็นด้วยปานกลาง (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.99 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่กำหนดคือ 0.67-1.00 หมายความว่า เครื่องมือชุดนี้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา

2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำเครื่องมือทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกันจำนวน 40 คน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient: α) พบว่ามีค่า α ทั้งฉบับอยู่ระหว่าง 0.705 – 0.935 ซึ่งผ่านเกณฑ์ยอมรับ 0.70 จึงถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่มีความเชื่อมั่นสูงและเหมาะสมที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

3. สมมติฐานการวิจัย

H1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงแตกต่างกัน

H2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ (Google Forms) ตั้งแต่เดือนกันยายนถึงตุลาคม พ.ศ. 2568 โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างทั้งในรูปแบบรายบุคคลและรายกลุ่ม ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี เพื่อส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์คัดเข้า คือ เป็นผู้ที่เคยซื้อประกันโรคร้ายแรงและทำงานในพื้นที่ศึกษา โดยระบบมีการกำหนดคำถามคัดกรอง หากขาดคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งระบบจะยุติการทำแบบสอบถามทันที ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ควบคุมจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามให้เป็นไปตามการกำหนดสัดส่วน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเป็นตัวแทนของประชากรในแต่ละจังหวัดได้อย่างเหมาะสม และเมื่อเก็บรวบรวมได้ครบถ้วนตามสัดส่วนจำนวน 420 คนแล้ว จึงนำข้อมูลทั้งหมดมารวมเป็นกลุ่มตัวอย่างชุดเดียวกันเพื่อดำเนินการทดสอบทางสถิติต่อไป นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยคำนึงถึงจริยธรรมอย่างเคร่งครัด ไม่มีการเก็บข้อมูลระบุตัวตนเพื่อรักษาความลับและความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ย อ้างอิงจากแนวคิดของ Joshi, et al. (2015) และชุติกาญจน์ ลิ้มสุวรรณ (2566) กำหนดเกณฑ์ประเมินของระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด/เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก/เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง/เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย/ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด/เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test สำหรับตัวแปร 2 กลุ่ม และ One-Way ANOVA สำหรับตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD กรณีความแปรปรวนเท่ากัน หรือ Dunnett's T3 กรณีความแปรปรวนไม่เท่ากัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง โดยก่อนการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ เพื่อป้องกันปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

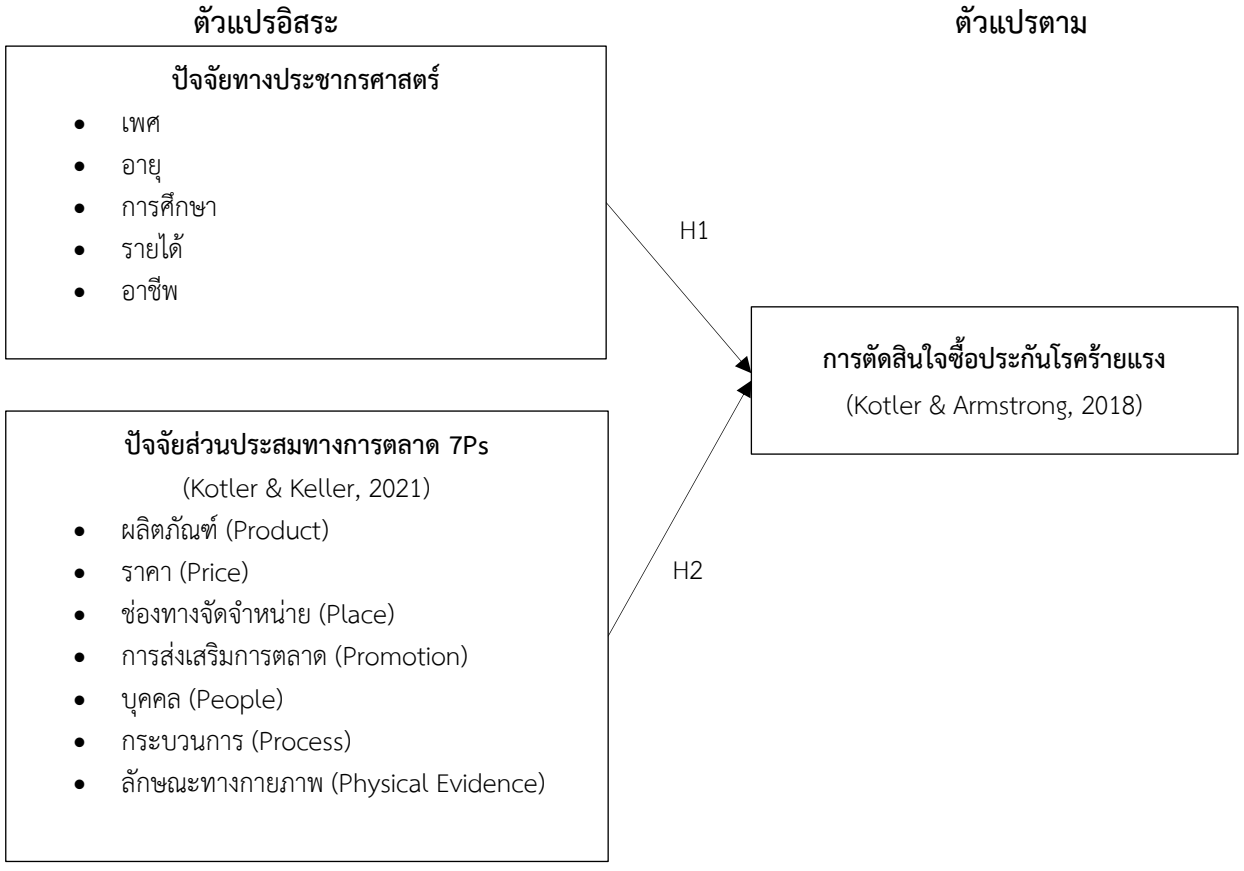
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า และทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นรากฐานในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยสามารถแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็น 2 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งระบุว่าลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อความต้องการและพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณภัสนันท์ วัฒนสิริโชติกุล และ สุชัญญา สายชนะ (2568), วาสนา จันทะ (2565) และ ธิวาภรณ์ ตรีวงค์ และคณะ (2568) ที่ต่างให้ข้อสรุปตรงกันว่า ตัวแปรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่กำหนดความตระหนักรู้ ศักยภาพทางการเงิน และกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพและประกันโรคร้ายแรงของผู้บริโภค

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix: 7Ps) ผู้วิจัยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของ Kotler & Keller (2021) และ Rajer (2023) ที่อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์บริการอย่างประกันภัยซึ่งมีความเป็นนามธรรมจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์การตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน เพื่อทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าในการสร้างการรับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชุติกาญจน์ ลิ้มสุวรรณ (2566), ธารทิพย์ แสงสิงห์ (2568) และ Van Huyssteen & Rudansky-Kloppers (2024) ที่ยืนยันว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ) มีอิทธิพลเชิงบวกและสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมาบูรณาการ เพื่อกำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัย และสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน (ร้อยละ 58.10) มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 273 คน (ร้อยละ 65) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 374 คน (ร้อยละ 89) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 168 คน (ร้อยละ 40) และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 231 คน (ร้อยละ 55)

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ที่มีระดับการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง โดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H1 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านโดยด้านเพศ พบว่า เพศชายมีระดับการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x}$ = 4.22) สูงกว่าเพศหญิง ($\bar{x}$ = 4.14) ด้านอายุ พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีระดับการตัดสินใจซื้อสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.43) รองลงมาคือกลุ่มอายุ 40-59 ปี และ 30-39 ปี ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x}$ = 4.52) สูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 4.13) ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป มีระดับการตัดสินใจซื้อสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.53) และด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพอิสระ มีระดับการตัดสินใจซื้อสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.46) เมื่อเทียบกับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ แสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 1

ตารางที่ 1 ค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และการเปรียบเทียบความแตกต่าง

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์		กลุ่มตัวอย่าง 420 คน		การเปรียบเทียบความแตกต่าง	
		จำนวน	ร้อยละ	$\bar{x}$	p-value
เพศ	ชาย	176	41.90	4.22	.009*
	หญิง	244	58.10	4.14	
อายุ	20-29 ปี	45	10.71	4.43	<.001*
	30-39 ปี	273	65.00	4.13	
	40-59 ปี	102	24.29	4.18	
การศึกษา	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี	374	89.00	4.13	<.001*
	สูงกว่าปริญญาตรี	46	11.00	4.52	
รายได้	ไม่เกิน 30,000 บาท	144	34.29	4.02	<.001*
	30,001-40,000 บาท	168	40.00	4.07	
	40,001 บาทขึ้นไป	108	25.71	4.53	
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	231	55.00	4.12	<.001*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	111	26.43	4.09	
	กลุ่มอาชีพอิสระ	78	18.57	4.46	

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี ระยอง และจันทบุรี

ผลการวิเคราะห์ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.21,

S.D. = .413) ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ($\bar{x}$ = 4.17) และด้านบุคคล ($\bar{x}$ = 4.15) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย ($\bar{x}$ = 4.06) ซึ่งยังคงอยู่ในระดับมาก

และผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง พบว่า ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.27, S.D. = .389) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ พฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{x}$ = 4.19) และการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x}$ = 4.15, S.D. = .439) ตามลำดับ ในขณะที่การค้นหาข้อมูลมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x}$ = 4.13) แต่ยังคงอยู่ในระดับเห็นด้วย ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และกระบวนการตัดสินใจซื้อในภาพรวม

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)				
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.21	.413	สำคัญมากที่สุด	1
ด้านราคา (Price)	4.13	.435	สำคัญมาก	5
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)	4.06	.448	สำคัญมาก	7
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.08	.445	สำคัญมาก	6
ด้านบุคคล (People)	4.15	.419	สำคัญมาก	3
ด้านกระบวนการ (Process)	4.17	.421	สำคัญมาก	2
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.15	.423	สำคัญมาก	4
กระบวนการตัดสินใจซื้อ				
การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)	4.27	.389	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
การค้นหาข้อมูล (Information Search)	4.13	.451	เห็นด้วย	5
การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)	4.14	.447	เห็นด้วย	4
การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)	4.15	.439	เห็นด้วย	3
พฤติกรรมหลังจากการซื้อ (Post-purchase Behavior)	4.19	.418	เห็นด้วย	2

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.315 ถึง 0.750 (ไม่เกิน 0.80) ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวสูงกว่า 0.10 และค่า VIF ต่ำกว่า 10 รวมถึงค่าสถิติ Durbin-Watson เท่ากับ 2.032 (ตารางที่ 4) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ระหว่าง 1.5 – 2.5 ตามแนวคิดของ Hair et al., (2010) แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สมการถดถอย แสดงผลในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	VIF	Tolerance
ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	-							1.835	.545
ด้านราคา (X2)	.594*	-						2.907	.344
ด้านช่องทางการจำหน่าย (X3)	.315*	.369*	-					1.341	.746
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)	.517*	.665*	.472*	-				2.100	.476
ด้านบุคคล (X5)	.600*	.691*	.366*	.528*	-			2.892	.346
ด้านกระบวนการ (X6)	.596*	.710*	.403*	.580*	.750*	-		3.075	.325
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X7)	.555*	.672*	.379*	.548*	.698*	.706*	-	2.499	.400

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .772 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีอำนาจในการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 77.20 และมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เมื่อปรับแล้วมีค่าเท่ากับ (Adjusted R^2) เท่ากับ .768 หรือร้อยละ 76.80 ส่วนอีกร้อยละ 22.80 เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ แสดงผลในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	การตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.E.	β		
(ค่าคงที่)	.688	.098		7.050	.000*
ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	.083	.025	.104	3.274	.001*
ด้านราคา (X2)	.063	.030	.084	2.098	.036*
ด้านช่องทางการจำหน่าย (X3)	.117	.020	.160	5.857	<.001*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)	.216	.025	.293	8.602	<.001*
ด้านบุคคล (X5)	.198	.031	.254	6.339	<.001*
ด้านกระบวนการ (X6)	.085	.032	.109	2.636	.009*
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X7)	.084	.029	.108	2.912	.004*
R^2 = .772, Adjusted R^2 = .768, F = 199.417, Durbin-Watson = 2.032					

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 4 สามารถเรียงลำดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง มากที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาด (β =.293) รองลงมาคือด้านบุคคล (β =.254) ด้านช่องทางการจำหน่าย (β =.160) ด้านกระบวนการ (β =.109) ด้านลักษณะทางกายภาพ (β =.108) ด้านผลิตภัณฑ์ (β =.104) และด้านราคา (β =.084) ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ทุกด้านล้วนมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย H2

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญในตารางที่ 2 ซึ่งพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดนั้น สามารถอธิบายความแตกต่างของผลการวิเคราะห์ได้ว่า ผู้บริโภคประเมินให้ด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่คาดหวังว่าทุกบริษัทประกันจะต้องนำเสนอความคุ้มครองที่ได้มาตรฐานในระดับใกล้เคียงกัน จึงให้คะแนนความสำคัญในระดับต้น อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการพยากรณ์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจริง (อิทธิพลเชิงพยากรณ์) พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดกลับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด เนื่องจากทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจ (Trigger) ที่สามารถสร้างความแตกต่าง ความคุ้มค่า และดึงดูดใจผู้บริโภควัยทำงานให้เกิดการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนสุดท้าย

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่ากลุ่มเพศชาย กลุ่มคนรุ่นใหม่อายุ 20-29 ปี ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท และกลุ่มอาชีพอิสระ มีระดับการตัดสินใจซื้อสูงกว่ากลุ่มอื่น ประเด็นนี้สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มอาชีพอิสระ (อาทิ ธุรกิจส่วนตัว, รับจ้างทั่วไป, เกษตรกร) เป็นกลุ่มที่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ

ด้วยตนเองเต็มจำนวน เนื่องจากขาดหลักประกันความมั่นคงจากสวัสดิการรัฐหรือองค์กร จึงมีความจำเป็นต้องสร้างหลักประกันความเสี่ยงผ่านการซื้อประกันโรคร้ายแรงมากกว่ากลุ่มที่มีสวัสดิการรองรับอยู่แล้ว (เอไอเอ ประเทศไทย, 2568) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณภัสนันท์ วัฒนสิริโชติกุล และ สุชัญญา สายชนะ (2568) ที่พบว่า อาชีพ การศึกษา และรายได้เป็นปัจจัยกำหนดกระบวนการตัดสินใจซื้อที่สำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มเจ้าของธุรกิจจะมองว่าประกันเป็นเครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจ ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้และการศึกษาสูงย่อมมีศักยภาพในการชำระเบี้ยประกันและมีความตระหนักรู้ในการวางแผนภาษีผ่านสิทธิประโยชน์การลดหย่อนภาษีตามกฎหมายมากกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึงบทบาททางเพศ โดยกลุ่มเพศชายมีระดับการตัดสินใจซื้อมากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ วาสนา จันทะ (2565) ที่พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยอธิบายได้ด้วยบทบาททางสังคมในฐานะหัวหน้าครอบครัว ทำให้เพศชายมีความตระหนักถึงภาระความรับผิดชอบทางการเงินและการคุ้มครองรายได้ของครอบครัวหากเกิดเหตุไม่คาดฝันมากกว่าเพศหญิง อีกทั้งในด้านอายุ ที่พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ตัดสินใจซื้อสูงสุดนั้น ในงานวิจัยของ ธิวาภรณ์ ตรีวงค์ และคณะ (2568) ซึ่งพบว่าอายุเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ โดยสอดคล้องกับหลักการคณิตศาสตร์ประกันภัยที่กำหนดให้อายุ เป็นปัจจัยหลักในการคำนวณเบี้ยประกันภัย ซึ่งช่วงวัยคนรุ่นใหม่ถือเป็นช่วงที่ร่างกายแข็งแรงและความเสี่ยงต่ำที่สุด ส่งผลให้ค่าเบี้ยประกันภัยถูกที่สุดและมีความคุ้มค่าสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงวัยอื่น

ผลการศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง พบว่า ปัจจัยทั้ง 7 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Kotler & Keller (2021) ที่ระบุว่า ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าเพื่อกระตุ้นกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผลการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารทิพย์ แสงสิงห์ (2568) และ ณิชาดา นพรัตน์ (2565) ที่ให้ผลตรงกันว่า ในสภาวะการแข่งขันที่สินค้ามีความคล้ายคลึงกัน การส่งเสริมการตลาดจะเป็นปัจจัยชี้ขาดในการปิดการขาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภครับรู้ว่าความคุ้มครองหลักไม่แตกต่างกัน การตัดสินใจจึงเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์พิเศษหรือโปรโมชั่นที่จะได้รับมากกว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาคือ ด้านบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติกาญจน์ ลิ้มสุวรรณ (2566) ซึ่งศึกษาในกลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุ 25-35 ปี และพบว่าบทบาทของตัวแทนขายหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายมีความสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจประกันภัย โดยตัวแทนที่มีความรับผิดชอบสูง สามารถให้คำแนะนำและอธิบายรายละเอียดความคุ้มครองที่ซับซ้อนได้อย่างถูกต้อง จะสามารถกระตุ้นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนประกันสุขภาพได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา กลับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติกาญจน์ ลิ้มสุวรรณ เช่นกัน การศึกษาได้ค้นพบในมิติที่ลึกลงไปว่า แม้อิทธิพลโดยรวมของด้านผลิตภัณฑ์และราคาอาจไม่สูงเท่าด้านอื่น แต่ความชัดเจนของเงื่อนไขในกรมธรรม์และความเหมาะสมของราคา ยังคงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้ประกอบการไม่อาจละเลยได้ ในขณะที่งานวิจัยของ ธารทิพย์ แสงสิงห์ (2568) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ อาจเนื่องมาจากรูปแบบกรมธรรม์และผลประโยชน์ในตลาดปัจจุบันมีความคล้ายคลึงกันมาก จนไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ จึงไม่ใช่ปัจจัยสุดท้ายที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ

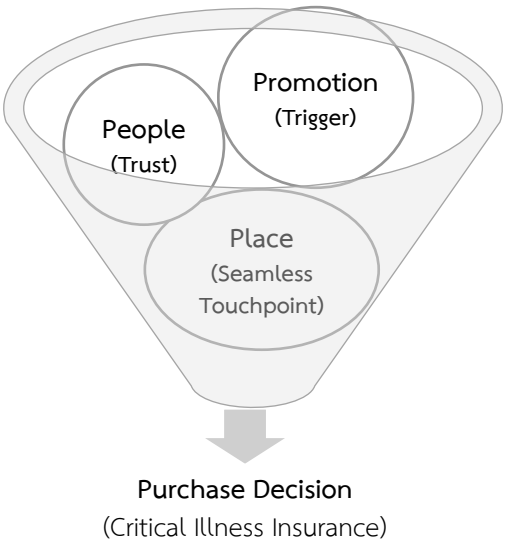
จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว เมื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบกัน สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างทางสถิติที่สามารถอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง กล่าวคือ ผู้บริโภคประเมินให้ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกระบวนการ มีความสำคัญสูงสุดในเชิงค่าเฉลี่ย ซึ่งอธิบายได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าทุกบริษัทต้องมีกรมธรรม์ที่ให้ผลประโยชน์สูงที่สุดและขั้นตอนที่รวดเร็ว แต่เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรสามารถนำเสนอได้คล้ายคลึงกัน ปัจจัยเหล่านี้จึงไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้มากพอ ส่งผลให้มีอิทธิพลเชิงพยากรณ์ต่อการตัดสินใจซื้อจริงอยู่ในลำดับท้ายๆ

ในทางกลับกัน ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งผู้บริโภคให้คะแนนความสำคัญในค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดหรือสองอันดับสุดท้าย กลับกลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงพยากรณ์สูงสุด (อันดับ 1 และ 3) อาจชี้ให้เห็นว่า แม้ผู้บริโภคจะไม่ระบุว่าโปรโมชั่นและช่องทางเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการประเมินเบื้องต้น แต่ในขั้นตอนสุดท้ายของการซื้อ การส่งเสริมการตลาดจะทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นในการดึงดูดใจ และช่องทางที่ครอบคลุมจะทำหน้าที่

อำนวยความสะดวกให้เกิดการซื้อจริง โดยมีด้านบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยเดียวที่สอดคล้องและอยู่ในระดับสูงของทั้งสองสถิติ ทำหน้าที่เป็นผู้สร้างความเชื่อมั่นที่เชื่อมโยงทุกกระบวนการและปิดการขายได้อย่างสมบูรณ์

ปรากฏการณ์ที่ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคคลก้าวขึ้นมามีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจซื้อของคนไทยนั้น มีความน่าสนใจอย่างยิ่งเมื่อนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบงานวิจัยของ Van Huyssteen & Rudansky-Kloppers (2024) ที่ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยในประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งพบจุดร่วมว่า ผู้บริโภคทั้งในระดับสากลและในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย ล้วนใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived Risk) โดยผู้บริโภคในต่างประเทศอาจให้ความสำคัญกับกระบวนการและราคาเป็นหลัก แต่สำหรับผู้บริโภคชาวไทย กลับพึ่งพาความคุ้มค่าจากการส่งเสริมด้านการตลาด และความน่าเชื่อถือของบุคคลหรือตัวแทนขาย เพื่อสร้างความมั่นใจ สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมบริโภค ที่คนไทยยังคงยึดโยงกับความสัมพันธ์ส่วนบุคคล มากกว่าระบบอัตโนมัติ ซึ่งเน้นย้ำว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับน้ำหนักของกลยุทธ์ 7Ps ให้สอดรับกับค่านิยมและสภาพสังคมในแต่ละพื้นที่

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่กลยุทธ์การตลาดประกันโรคร้ายแรง

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบองค์ความรู้ใหม่ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดประกันโรคร้ายแรง ที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยกลไกทางจิตวิทยาการตลาด 3 ส่วนหลัก ที่ทำงานสอดประสานกันตามผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงพยากรณ์ ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้ออย่างมีประสิทธิภาพสำหรับคนวัยทำงานในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยมีกลไกการทำงานดังนี้

ประการแรก การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทำหน้าที่เป็นตัวจุดชนวนความสนใจ (Trigger) ในสภาวะที่ประกันโรคร้ายแรงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมักไม่แสวงหาซื้อด้วยตนเอง การใช้สิทธิพิเศษ โปรโมชั่นที่คุ้มค่า หรือการสื่อสารการตลาดที่โดนใจ จึงเป็นด่านแรกที่สำคัญที่สุดในการดึงดูดผู้บริโภควัยทำงานให้เปิดใจรับข้อมูล

ประการที่สอง บุคคล (People) หรือตัวแทนขายทำหน้าที่เป็นผู้สร้างความเชื่อมั่น (Trust Builder) หลังจากที่ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ตัวแทนขายจะเข้ามามีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าอาชีพอิสระที่ต้องการคำปรึกษาเฉพาะเจาะจง การมีตัวแทนขายที่มีความเชี่ยวชาญ ใส่ใจ และให้ข้อมูลที่ถูกต้องโปร่งใส จะเป็นกุญแจสำคัญในการเปลี่ยนจากความสนใจไปสู่การตัดสินใจซื้อ

ประการสุดท้าย ช่องทางการจำหน่าย (Place) ทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมต่อที่ไร้รอยต่อ (Seamless Touchpoint) การมีช่องทางที่หลากหลายและครอบคลุมจะช่วยลดอุปสรรคในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ โดย ช่องทางออฟไลน์ เช่น สาขาของสถาบันการเงิน หรือสำนักงานตัวแทนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ ยังคงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือ

และความไว้วางใจ เนื่องจากมีสถานที่ตั้งเชิงประจักษ์ สามารถตรวจสอบได้ และมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการแบบเผชิญหน้า ซึ่งช่วยสร้างความอุ่นใจให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะในการทำธุรกรรมทางการเงินและส่งมอบเอกสารสำคัญ ในขณะที่ ช่องทางออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ทางการของบริษัท จะเป็นกลไกสำคัญที่เข้ามาตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่และวัยทำงานที่มีข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งเป็นกลุ่มที่นิยมการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลด้วยตนเอง และต้องการความรวดเร็วในการทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้น การบูรณาการทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกันแบบไร้รอยต่อจึงเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยอำนวยความสะดวก และขับเคลื่อนให้การตัดสินใจซื้อของคนวัยทำงานเกิดขึ้นได้จริงอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด

จากผลการวิจัยนี้ อาจชี้ให้เห็นว่าบริษัทประกันฯ ไม่ควรทุ่มทรัพยากรไปที่การแข่งขันด้านราคาหรือสร้างผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อนเพียงอย่างเดียว แต่ควรบูรณาการกลยุทธ์ทั้ง 3 ส่วนนี้ (Promotion, People, Place) เข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของผู้บริโภคที่มีความกังวลเรื่องความมั่นคงทางสุขภาพในระยะยาว ซึ่งจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงของคนวัยทำงาน พบว่า กลุ่มที่มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อสูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มคนรุ่นใหม่เพศชาย อายุ 20-29 ปี มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท และประกอบอาชีพอิสระ (อาทิ ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป เกษตรกร)

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรง สามารถสรุปผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนที่สำคัญ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 7 ด้านโดยรวมในระดับสูง โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

2. สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลเชิงพยากรณ์ในแบบจำลอง โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงอย่างมีนัยสำคัญ เรียงลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ข้อเสนอแนะด้านประชากรศาสตร์ ควรกำหนดกลยุทธ์การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายศักยภาพสูงอย่างกลุ่มอาชีพอิสระ และกลุ่มคนรุ่นใหม่ (First Jobber) โดยบริษัทประกันฯ มุ่งเน้นการสื่อสารทางการตลาดที่ชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงจากการขาดสวัสดิการรองรับ (Pain Point) และนำเสนอความคุ้มค่าของการทำประกันตั้งแต่อายุยังน้อยเพื่อล็อกเบี้ยประกันราคาถูก ซึ่ นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูงและการศึกษาสูง บริษัทควรมุ่งเน้นการนำเสนอความคุ้มค่าทางการเงินผ่านการวางแผนภาษี (Tax Planning) และการปกป้องความมั่งคั่ง (Wealth Protection) ซึ่งผลการวิจัยยืนยันว่าทั้งสองกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความตื่นตัวและมีอำนาจการตัดสินใจซื้อจริงสูงสุดในตลาดปัจจุบัน

1.2 ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ควรยกระดับการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลสูงสุด บริษัทควรออกแบบแคมเปญกระตุ้นยอดขายที่ จับต้องได้และแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อใช้เป็นจุดขายเหนือคู่แข่งในสภาวะที่ตัวผลิตภัณฑ์มีความคล้ายคลึงกัน เช่น การมอบสิทธิการตรวจมะเร็งปากมดลูก มะเร็งเต้านมสำหรับผู้หญิง สิทธิการตรวจมะเร็งตับและท่อน้ำดีสำหรับเพศชาย เพราะโรคมะเร็งเหล่านี้พบมากที่สุดในประเทศไทย (โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา, 2568) การผ่อนชำระเบี้ยประกัน 0% หรือการทำโปรโมชั่นร่วมกับพันธมิตร เพื่อใช้เป็นตัวจุดชนวนเร่งรัดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทฯ

ควรพัฒนาศักยภาพของตัวแทนขายสู่การเป็นที่ปรึกษาทางการเงินมืออาชีพ โดยให้ความสำคัญกับ การฝึกอบรมตัวแทนขายให้มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการวางแผนการเงิน (Financial Advisor) เนื่องจากผลการวิจัยระบุว่า ลูกค้าให้ความเชื่อมั่นในตัวบุคคลสูงรองลงมา ตัวแทนจึงต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้ขายเป็นที่ปรึกษา ที่สามารถอธิบายเงื่อนไขความคุ้มครองที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย และสร้างความมั่นใจในบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความแตกต่างทางความรู้สึกที่เหนือกว่าคู่แข่ง

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังภูมิภาคอื่น ๆ หรือเปรียบเทียบระหว่างหัวเมืองใหญ่กับเมืองรอง เพื่อให้ทราบว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางกลยุทธ์ระดับมหภาค

2.2 ศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในรูปแบบเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อสูง เช่น กลุ่มเริ่มการทำงาน หรือกลุ่มเจ้าของกิจการ เพื่อเจาะลึกถึงเหตุผลเบื้องลึกทางจิตวิทยา อาจช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2.3 การพิจารณาตัวแปรอิสระเพิ่มเติม เช่น อิทธิพลของการรีวิวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์มการซื้อประกันออนไลน์ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโรคร้ายแรงมากน้อยเพียงใด เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคดิจิทัล และสอดคล้องกับเทรนด์ Insurtech ในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

ชับบ์ ประเทศไทย. (2568). *7 โรคร้ายแรงที่คนไทยควรรู้จัก และวิธีป้องกัน.* สืบค้นจาก https://www.chubb.com/th-th/articles/personal/7-critical-illness.html.

ชุติกาญจน์ ลิ้มสุวรรณ. (2566). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพส่วนบุคคลในกลุ่มคนอายุ 25-35 ปี*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ณภัสนันท์ วัฒนสิรโชติกุล และ สุชัญญา สายชนะ. (2568). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตหลังสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค, 11*(1), 307-325.

ณิชาดา นพรัตน์. (2565). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันโควิด-19 ของธนาคารกรุงเทพ จังหวัดปทุมธานี. *วารสารสิรินธรปริทรรศน์, 23*(1), 9-21.

ธารทิพย์ แสงสิงห์. (2568). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน). *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์, 8*(8), 163-174.

ธิวาภรณ์ ตรีวงค์, มานะ ลักษมีอรุโณทัย และ ชิดตะวัน ชนะกุล. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพ หลังเหตุการณ์โควิด-19. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์, 7*(3), 187-200.

ประชาชาติธุรกิจ. (2568). *วันมะเร็งโลก'68 คนไทยเสียชีวิตจากโรคมะเร็งวันละ 227 คน*. สืบค้นจาก https://www.muangthai.co.th/th/campaign/badlucklotterry.

มณีรุ้ง นิลชลา. (2566). *การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

เมืองไทยประกันชีวิต. (2566). *เป็นคนโชคดีที่มีประกันโรคร้ายแรง กังวลโรคไหนก็เลือกแผนคุ้มครองได้ตามต้องการ.* สืบค้นจาก https://www.muangthai.co.th/th/campaign/badlucklotterry.

โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา. (2568). *5 อันดับมะเร็งที่คนไทยเป็นมากที่สุดในปี 2022*. สืบค้นจาก https://www.bangkokhospital.com/th/pattaya/content/5-ranking-cancer-bph.

โรงพยาบาลไทยนครินทร์. (2567). *สถานการณ์โรคมะเร็งในภาคตะวันออก*. สืบค้นจาก https://thainakarin.co.th/videos/eastern-cancer-network/.

วาสนา จันทะ. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตกรุงไทยแอกซ่า ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จังหวัดนครปฐม.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

สมาคมประกันชีวิตไทย. (2568). *สมาคมประกันชีวิตไทยเผยภาพรวมครึ่งปีแรก 2568 แนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง พร้อมเร่งปรับตัวรับมือปัจจัยเสี่ยงรอบด้าน.* สืบค้นจาก https://www.tlaa.org/page_bx.php?cid=23&cno=2067&cno2=&show=0&utm.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2568). *วิกฤตคนไทย! สูญปีสุขภาพดี 20.5 ล้านปี สสส.-สธ. เดินหน้านโยบายลดป่วย ลดตายทั่วประเทศ ชี้โรคหลอดเลือดสมอง-อุบัติเหตุทางถนนต้นเหตุใหญ่.* สืบค้นจาก https://www.thaihealth.or.th/?p=392305.

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2567). *ระบบสถิติทางการทะเบียน*. สืบค้นจาก https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php.

ห้องสมุดศาลยุติธรรม. (2568). *วันนี้สำคัญอย่างไร ? วันมะเร็งโลก 4 กุมภาพันธ์*. สืบค้นจาก https://library.coj.go.th/th/importanttoday/importanttoday-931.html.

เอไอเอ ประเทศไทย. (2568). *รู้ก่อนซื้อ! ประกันสุขภาพแบบเหมาจ่ายกับประกันโรคร้ายแตกต่างกันอย่างไร ทำตัวไหนดีกว่ากัน*. สืบค้นจาก https://www.aia.co.th/th/health-wellness/content-hub/good-health/health-insurance-vs-critical-illness-insurance.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper & Row.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective.* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert Scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology, 7*(4), 396-403.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. (17th ed.). New York: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management*. (16th ed.). New York: Pearson Education.

Rajer, N. (2023). New marketing models for developing a marketing strategy. *International Journal of Innovation in Marketing Elements, 3*(1), 23-29.

Van Huyssteen, N., & Rudansky-Kloppers, S. (2024). Factors influencing consumers' purchase decisions regarding personal motor vehicle insurance in South Africa. *Cogent Business & Management, 11*(1), 2293488.

World Health Organization. (2025). *Noncommunicable diseases.* Retrieved from https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper & Row.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Data Management and Information Technology Impacting the Digital Transformation of Personnel in Lan Hoi Subdistrict Administrative Organization Sukhothai Province

Supaporn Khemkong[1*] and Natthanon Thavisin[2]

[1] *Master of Public Administration, Faculty of Social Sciences and Education, Thongsook College, Thailand*

[2] *Faculty of Social Sciences and Education, Thongsook College, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: supapornkhem.4240@gmail.com*

ABSTRACT

This research article aims to (1) examine the levels of data and information technology management among personnel of the Lan Hoi Subdistrict Administrative Organization in Sukhothai Province; (2) investigate the factors influencing their digital transformation; and (3) propose guidelines for data and information technology management to support this transformation. This research employed a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative research. Questionnaires and interviews were used as data collection tools. The quantitative sample consisted of 51 personnel from the Lan Hoi Subdistrict Administrative Organization, with data collected from all personnel and 10 key informants. The qualitative research was conducted using this method. Data analysis employed descriptive statistics, multiple regression analysis, and content analysis. The research results found that: (1) the levels of data management and information technology management among personnel of the Lan Hoi Subdistrict Administrative Organization in Sukhothai Province were overall high; (2) the factors affecting data management in the context of digital transformation in the Lan Hoi Subdistrict Administrative Organization included variables related to data storage and maintenance, as well as data access and utilization, which together had a predictive power of 99.70 percent with statistical significance at the .05 level; (3) guidelines for managing data and information technology indicated that the organization is in the process of adapting to digital government by using technology to support core tasks, thereby increasing the efficiency of public services. However, the data system remains fragmented, lacks connectivity, and faces limitations in terms of budget, infrastructure, and the digital skills of personnel. Therefore, it is necessary to create a central database, develop infrastructure, and enhance the capabilities of personnel to ensure that the transition is sustainable and cohesive within the organization.

Keywords: Data Management, Information Technology, Digital Transformation

Received: 19 February 2026;
Revised: 5 April 2026;
Accepted: 6 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

การบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

สุภาภรณ์ เข็มคง[1*] และ ณฐนนท ทวีสิน[2]

[1] *หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยทองสุข ประเทศไทย*

[2] *คณะสังคมศาสตร์และศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยทองสุข ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: supapornkhem.4240@gmail.com*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับการบริหารจัดการข้อมูลและระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย (3) แนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย ใช้วิธีวิจัยแบบผสานวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จำนวน 51 คน ด้วยการเก็บข้อมูลทั้งหมดของหน่วยงาน และใช้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา สมการถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า (1) การบริหารจัดการข้อมูลและระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยการบริหารจัดการข้อมูลที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย สะท้อนให้เห็นถึงตัวแปรการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล และการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูล มีอำนาจพยากรณ์ ร้อยละ 99.70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (3) แนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า หน่วยงานอยู่ระหว่างการปรับตัวสู่ภาครัฐดิจิทัล โดยนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนงานหลัก ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพบริการสาธารณะ อย่างไรก็ตาม ระบบข้อมูลยังแยกส่วน ขาดการเชื่อมโยง และมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ โครงสร้างพื้นฐาน และทักษะดิจิทัลของบุคลากร จึงควรจัดทำฐานข้อมูลกลาง พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และเสริมสมรรถนะบุคลากร เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านเกิดผลอย่างยั่งยืนและมีเอกภาพในองค์กร

คำสำคัญ: การบริหารจัดการข้อมูล, เทคโนโลยีสารสนเทศ, การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ส่งผลให้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการบริหารงานภาครัฐอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนและรับผิดชอบการจัดบริการสาธารณะในระดับพื้นที่ การประยุกต์ใช้ระบบข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการและการให้บริการ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน และเสริมสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2562) ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารภาครัฐในยุคดิจิทัลที่เน้นการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและยกระดับคุณภาพบริการสาธารณะ (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2560) ในบริบทสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนอย่างกว้างขวาง ความคาดหวังต่อการให้บริการภาครัฐจึงมุ่งสู่ความสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ประชาชนต้องการบริการที่ลดขั้นตอน ลดการใช้เอกสาร และสามารถติดตามผลได้อย่างชัดเจนผ่านระบบออนไลน์ ส่งผลให้การนำข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ไม่ใช่เพียงเครื่องมือสนับสนุนงานประจำ แต่เป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ในการยกระดับประสิทธิภาพองค์กร

และการบริหารจัดการบนฐานข้อมูลช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ วางแผนงบประมาณ และจัดสรรทรัพยากรบุคคลได้อย่างเหมาะสม ลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจ อีกทั้งยังส่งเสริมความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน นำไปสู่การพัฒนาการบริหารภาครัฐที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน (ธีรยุทธ บุญมี, 2558) นอกจากนี้ เทคโนโลยียังช่วยลดขั้นตอนการทำงาน ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล และส่งเสริมความ โปร่งใสโดยเปิดเผยข้อมูลให้ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรัฐบาลดิจิทัลที่ มุ่งเน้นการใช้ข้อมูลเป็นฐาน (data-driven government) รวมถึงการบูรณาการร่วมกันระหว่าง หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ดังนั้น บทบาทของเทคโนโลยี สารสนเทศจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อ ก้าวสู่การบริการแบบดิจิทัลเต็มรูปแบบในอนาคต (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล, 2564)

รัฐบาลไทยได้กำหนดทิศทางการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรมผ่านพระราชบัญญัติว่าด้วยการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล พ.ศ. 2562 โดยมุ่งเน้นให้หน่วยงานของรัฐทุกระดับเร่งพัฒนาระบบข้อมูล การให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ภายใต้กรอบกฎหมายดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐถูกกำหนดให้จัดทำมาตรฐานการบริหารจัดการข้อมูล พัฒนาระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (Open Data) เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ (พระราชบัญญัติว่าด้วยการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล พ.ศ. 2562, 2562) นอกจากนี้ กฎหมายยังสนับสนุนการบูรณาการฐานข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงาน เพื่อลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลและขั้นตอนการปฏิบัติงานอันจะช่วยลดภาระของประชาชนในการจัดเตรียมเอกสารหรือเดินทางไปติดต่อหลายหน่วยงานในเรื่องเดียวกัน ควบคู่กับการผลักดันให้หน่วยงานท้องถิ่นประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภารกิจสำคัญ อาทิ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) ระบบทะเบียนคุ้มครองผู้มีรายได้น้อย ระบบภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบรับเรื่องร้องเรียนออนไลน์ ตลอดจนแพลตฟอร์มบริการประชาชนผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ แนวทางดังกล่าวถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้ก้าวสู่รูปแบบการให้บริการภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัลในปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2563)

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีนโยบายสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง แต่การบริหารจัดการข้อมูลและ เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หลายแห่งยังประสบปัญหา ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน ICT ที่ไม่เพียงพอ บุคลากรขาดความรู้ด้านดิจิทัล ระบบข้อมูลไม่เชื่อมโยงกัน หรือขาดแนวทางในการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ยังไม่สามารถขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความเป็นดิจิทัลได้อย่างเต็มรูปแบบ ปัญหาเหล่านี้พบได้ทั่วไปในพื้นที่ต่างจังหวัดหรือท้องถิ่นชนบท ซึ่งบางแห่ง ยังมีข้อจำกัดทั้งด้านงบประมาณและความพร้อมด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ภายใน อบต. จำนวนมากยัง มีภาระงานที่หลากหลาย ทำให้ไม่มีเวลาหรือโอกาสที่จะพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี (จิตติมา สุขีรัตน์, 2564) นอกจากนี้ ระบบ ฐานข้อมูลบางแห่งยังล้าสมัย ไม่มีการสำรองข้อมูลหรือการบำรุงรักษาอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ข้อมูลไม่ทันสมัยและไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานได้อย่างเต็มที่ การบูรณาการข้อมูล ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในท้องถิ่นเองรวมถึงกับหน่วยงานระดับจังหวัดก็ยังไม่เป็นระบบ รายงานหลายฉบับชี้ว่าการขับเคลื่อนท้องถิ่นสู่ดิจิทัลยังต้องอาศัยทั้งนโยบายสนับสนุน งบประมาณ บุคลากรที่มีสมรรถนะด้านเทคโนโลยี ตลอดจนการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้พร้อมต่อการ เปลี่ยนแปลง นี่จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ต้องมีการศึกษาสถานการณ์จริงในพื้นที่ เพื่อพัฒนาแนวทางที่ เหมาะสมสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับตำบล (ปพิชญา เจริญทอง, 2565)

พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย ประกอบด้วย หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่งที่มีภารกิจหลักในการจัดบริการสาธารณะแก่ประชาชนในเขตชนบท ซึ่งมีลักษณะความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกันตามบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และภูมิศาสตร์ของพื้นที่ การบริหารจัดการภาครัฐในระดับท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องอาศัยระบบข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านทะเบียนราษฎร การจัดเก็บและบริหารภาษีท้องถิ่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสาธารณะ ตลอดจนการสื่อสารกับประชาชน

ผ่านช่องทางดิจิทัล ทั้งนี้ แนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเน้นย้ำถึงความสำคัญของระบบข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ อันเป็นพื้นฐานของการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2549) อย่างไรก็ตาม อำเภอบ้านด่านลานหอยมีลักษณะเป็นพื้นที่ชนบทที่ประชากรอาศัยกระจายตัว การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและบริการออนไลน์ของภาครัฐยังมีข้อจำกัด ทั้งในด้านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและทักษะการใช้เทคโนโลยีของประชาชน ปัจจัยดังกล่าวสะท้อนความเหลื่อมล้ำด้านโอกาสในการเข้าถึงบริการสาธารณะ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและความเท่าเทียมในการบริหารงานท้องถิ่น (อมรวิชช์ นาครทรรพ, 2557) ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ ทั้งด้านโครงสร้างประชากร สภาพเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรท้องถิ่น การออกแบบระบบที่เหมาะสมกับศักยภาพของบุคลากรและงบประมาณจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะ ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน และลดข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่มักเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งการพัฒนาฐานข้อมูลที่มีความเป็นปัจจุบัน และเชื่อมโยงกันอย่างบูรณาการ ทั้งข้อมูลประชากร งบประมาณ แผนงานและโครงการพัฒนาในพื้นที่จะช่วยสนับสนุนกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การตัดสินใจเชิงนโยบาย และการติดตามประเมินผลอย่างมีหลักฐานเชิงประจักษ์ อันสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารภาครัฐแนวใหม่ที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ความคุ้มค่าและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (ธงชัย สันติวงษ์, 2546) นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสมยังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางของประชาชน เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการ และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบและกำกับการดำเนินงานของภาครัฐ

จากที่กล่าวมา แม้ว่ารัฐบาลไทยจะผลักดันนโยบายรัฐบาลดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการใช้ข้อมูลเป็นฐานการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน และการให้บริการภาครัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ แต่อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวในระดับองค์การบริหารส่วนตำบล ยังเผชิญข้อจำกัดหลายประการ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ งบประมาณ และสมรรถนะบุคลากร โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่ยังมีความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลอย่างชัดเจน ในบริบทขององค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย ซึ่งมีลักษณะเป็นพื้นที่ชนบทและประชากรกระจายตัว การเข้าถึงบริการดิจิทัลของประชาชนยังไม่ทั่วถึง ขณะเดียวกัน ระบบฐานข้อมูลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งยังขาดการบูรณาการและมาตรฐานกลาง ส่งผลให้ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบันและไม่สามารถนำมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ปัญหาดังกล่าวกระทบต่อความโปร่งใสและประสิทธิผลของการบริหารงาน ซึ่งขัดกับหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ดังนั้น จึงเกิดช่องว่างระหว่างกรอบนโยบายระดับชาติและศักยภาพการปฏิบัติในระดับตำบล การศึกษาสถานการณ์จริงเกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ดังกล่าว จึงมีความจำเป็น เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคและเงื่อนไขความสำเร็จ อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางพัฒนาที่เหมาะสม สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และเสริมสร้างขีดความสามารถของท้องถิ่นในการก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการข้อมูล และระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งเป็นการวิธีวิจัยแบบผสานวิธี โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จำนวน 51 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย, 2567) เนื่องจากประชากรมีจำนวนจำกัดและสามารถเข้าถึงได้ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับประชากรทั้งหมด และดำเนินการเก็บข้อมูลจากบุคลากรทุกคนโดยไม่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารท้องถิ่น ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล และหัวหน้าส่วนหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การบริหารส่วนตำบล รวมจำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวเป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการ และการปฏิบัติงานด้านข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศของหน่วยงาน จึงสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครอบคลุม และการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกจากตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจด้านข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง ชัดเจน และตรงประเด็นตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์

1) การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1.1 การพัฒนาแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม

1.2 แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งมีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 0.80-1.00

1.3 นำแบบสอบถามที่มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบ มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่น 0.803

2) การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

2.1 พัฒนาเครื่องมือให้มีความครอบคลุมตัวแปรและวัตถุประสงค์ โดยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index = IOC) ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC = 0.80 ขึ้นไป ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 แล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง

2.3 หลังจากนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความสมบูรณ์และสามารถเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บข้อมูลวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1 ในเบื้องต้นผู้วิจัยจะทำการสอบถามการให้ความยินยอมในการตอบข้อมูลของแบบสอบถามก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากกลุ่มตัวอย่างยินยอมที่จะให้ข้อมูล ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามและชี้แจงพร้อมอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องให้ตอบแบบสอบถามทราบ รวมถึงชี้แจงให้ทราบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

3.1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทุกฉบับ และนับจำนวนให้เท่ากับจำนวนประชากรและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.2 การเก็บข้อมูลวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ทั้งแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

3.2.2 ติดต่อและนัดหมายผู้ให้สัมภาษณ์ พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการเก็บข้อมูลอย่างชัดเจน พร้อมทั้งเตรียมแบบสัมภาษณ์และศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อปรับถ้อยคำและวิธีการถามให้เหมาะสม

3.2.3 ดำเนินการสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์ที่กำหนด พร้อมบันทึกข้อมูลทั้งในรูปแบบเอกสารและเครื่องบันทึกเสียง (เมื่อได้รับอนุญาต) พร้อมกับตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลหลังการสัมภาษณ์ เพื่อให้มั่นใจว่าครอบคลุมประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยครบถ้วน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

4.1.1 วิเคราะห์ระดับการบริหารจัดการข้อมูล และระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.1.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

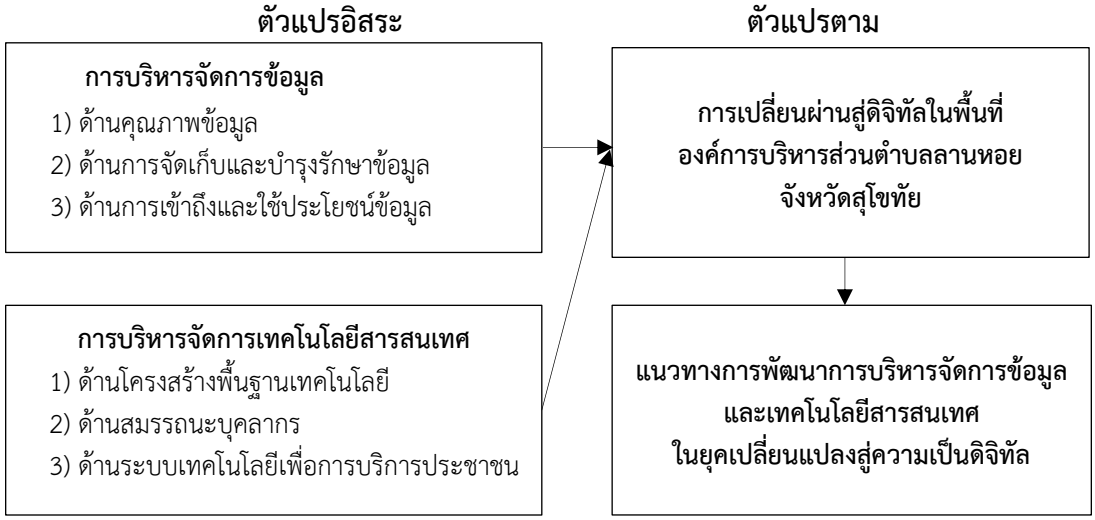
4.2.1 รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งบันทึกข้อความและบันทึกเสียง แล้วจำแนกเนื้อหาตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

4.2.2 เปรียบเทียบข้อมูลคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละราย เพื่อพิจารณาความสอดคล้อง ความเหมือนและความแตกต่าง ก่อนเข้าสู่การวิเคราะห์เชิงลึก และนำประเด็นจากการสัมภาษณ์มาเปรียบเทียบกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย เพื่อยืนยันความถูกต้องและตรวจสอบความสอดคล้องกันของข้อมูล

4.2.3 สังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ผ่านการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ เพื่อจัดทำข้อค้นพบและสรุปผลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการบริหารจัดการข้อมูล ตามแนวคิดของ Davenport, T. H. (1997) การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามแนวคิดของ จีรภัทร์ พงศ์พานิช (2558) และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ตามแนวคิดของ (Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014) มาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิจัย พบว่า

1. ระดับการบริหารจัดการข้อมูล และระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารจัดการข้อมูลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านคุณภาพข้อมูล รองลงมา คือ ด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล อันดับสุดท้าย คือ ด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการบริหารจัดการข้อมูลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

การบริหารจัดการข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านคุณภาพข้อมูล	3.62	.491	มาก	1
2. ด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล	3.57	.498	มาก	2
3. ด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูล	3.53	.441	มาก	3
รวม	**3.58**	**.353**	**มาก**	

ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จัดเรียงอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริการประชาชน รองลงมา คือ ด้านสมรรถนะบุคลากร และอันดับสุดท้าย คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี	3.54	.402	มาก	3
2. ด้านสมรรถนะบุคลากร	3.66	.450	มาก	2
3. ด้านระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริการประชาชน	4.14	.454	มาก	1
รวม	**3.78**	**.256**	**มาก**	

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการข้อมูลที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย พบว่า ตัวแปรด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล และด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูล สามารถร่วมกันพยากรณ์การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ .995 และ -.021 ตามลำดับ และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 1.007 และ -.019 ตามลำดับ

ขณะที่ตัวแปรด้านคุณภาพข้อมูล (Data Quality) ไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = .456) ทั้งนี้ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ตัว มีค่า R เท่ากับ .999 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้ร้อยละ 99.70 (R^2 = .997) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ .027 และค่า F เท่ากับ 5583.703 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สมการพยากรณ์การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน สามารถเขียนได้ตามตารางที่ 3 ดังนี้

$$\hat{Y} = .105 - .008\ X_1 + .995\ X_2 - .021\ X_3$$

$$\hat{Z} = -.008Z_{x1} + 1.007Z_{x2} - .019Z_{x3}$$

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการข้อมูลที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE_b	β	t	Sig.
(Constant)	.105	.037		2.824	.007*
1. ด้านคุณภาพข้อมูล	-.008	.010	-.008	-.751	.456
2. ด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล	.995	.010	1.007	95.437	.000*
3. ด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูล	-.021	.009	-.019	-2.416	.020*
R = .999, R^2 = .997, Adj R^2 = .997, SEE = .027, F = 5583.703, Sig. = 0.000					

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย พบว่า ตัวแปรด้านสมรรถนะบุคลากร (Digital Competency) เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Sig. = .016) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ -.373 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ -.341 ขณะที่ตัวแปรด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี (ICT Infrastructure) และด้านระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริการประชาชน ไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .873 และ .268 ตามลำดับ

ทั้งนี้ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ตัว มีค่า R เท่ากับ .392 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้ร้อยละ 15.30 (R^2 = .153) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ .467 อย่างไรก็ตาม ค่า F เท่ากับ 2.777 และค่า Sig. = .052 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองโดยรวมยังไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สมการพยากรณ์การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน สามารถเขียนได้ตามตารางที่ 4 ดังนี้

$$\hat{Y} = 5.544 + .027\ X_1 - .373\ X_2 - .166\ X_3$$

$$\hat{Z} = .022Z_{x1} - .341Z_{x2} - .153Z_{x3}$$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE_b	β	t	Sig.
(Constant)	5.544	.927		5.980	.000*
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี	.027	.167	.022	.160	.873
2. ด้านสมรรถนะบุคลากร	-.373	.150	-.341	-2.491	.016*
3. ด้านระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริการประชาชน	-.166	.148	-.153	-1.122	.268
R = .392, R^2 = .153, Adj R^2 = .098, SEE = .467, F = 2.777, Sig. = .052					

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. แนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย

ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์การบริหารส่วนตำบลในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นว่า หน่วยงานยังอยู่ในระยะเปลี่ยนผ่านสู่การบริหารจัดการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัล โดยมีความพยายามนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงานในบางภารกิจ อาทิ งานธุรการ งานทะเบียน งานการเงิน ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นพัฒนาการเชิงบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะ อย่างไรก็ตาม โครงสร้างการจัดเก็บและบริหารข้อมูลยังคงมีลักษณะแยกส่วนตามภารกิจของแต่ละกองหรือฝ่าย ขาดการเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์วางแผน และตัดสินใจเชิงนโยบายยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้ ยังพบข้อจำกัดด้านศักยภาพบุคลากร โดยเฉพาะทักษะดิจิทัลและความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิผล บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการข้อมูล การประมวลผล และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริหารจัดการข้อมูลในยุคดิจิทัล ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่ก่อให้เกิดคุณค่าเชิงยุทธศาสตร์อย่างเต็มที่ และสะท้อนความจำเป็นในการพัฒนาระบบข้อมูลแบบบูรณาการควบคู่กับการเสริมสร้างสมรรถนะด้านดิจิทัลของบุคลากรในระดับองค์กรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศของหน่วยงานสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและเชิงระบบที่ยังคงเป็นประเด็นท้าทายสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การลงทุนด้านดิจิทัลไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นขั้นตอนและยั่งยืน ขณะเดียวกัน โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี อาทิ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระบบฐานข้อมูล ยังมีความไม่เพียงพอหรือขาดประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในองค์กร นอกจากนี้ ยังพบข้อจำกัดด้านศักยภาพบุคลากร โดยบุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนขาดทักษะด้านการจัดการข้อมูลเชิงวิเคราะห์ อีกทั้งการไม่มีนโยบายหรือแผนแม่บทด้านการบริหารจัดการข้อมูลที่ชัดเจน

และเป็นรูปธรรม ส่งผลให้การพัฒนาระบบดำเนินไปในลักษณะต่างฝ่ายต่างทำ ขาดความต่อเนื่องและการบูรณาการอย่างเป็นระบบ ซึ่งท้ายที่สุดย่อมกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการองค์กรโดยรวม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลสู่การเปลี่ยนผ่านดิจิทัลสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของทั้งปัจจัยเชิงนโยบาย เชิงสังคม และเชิงภาวะผู้นำ โดยเฉพาะนโยบายภาครัฐที่มุ่งพัฒนาระบบราชการดิจิทัลและส่งเสริมการให้บริการสาธารณะผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นกรอบทิศทางสำคัญที่ผลักดันให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องปรับตัวอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับความคาดหวังของประชาชนที่ต้องการบริการที่สะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้มากยิ่งขึ้น อันเป็นแรงกดดันเชิงสังคมที่กระตุ้นการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร นอกจากนี้ บทบาทของผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ เปิดรับนวัตกรรม และให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการถือเป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญอย่างยิ่ง ขณะเดียวกัน การพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะดิจิทัลของบุคลากรในทุกระดับก็เป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ช่วยให้การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาระบบข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศของหน่วยงานชี้ให้เห็นความจำเป็นของการกำหนดแผนยุทธศาสตร์เชิงระบบในระยะยาว โดยควรเริ่มจากการจัดทำฐานข้อมูลกลางขององค์กรเพื่อเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะช่วยสนับสนุนการวิเคราะห์และการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างแม่นยำ ควบคู่กับการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีให้มีความทันสมัย มีเสถียรภาพ และมีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลอย่างรัดกุม ขณะเดียวกัน การพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรอย่างต่อเนื่องผ่านการฝึกอบรมและการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตถือเป็นปัจจัยสำคัญ ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้ระบบดิจิทัล เช่น e-Office ระบบบริการประชาชนออนไลน์ และระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและยกระดับคุณภาพการให้บริการสาธารณะอย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

ระดับการบริหารจัดการข้อมูลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจสะท้อนถึงความตระหนักรู้ของบุคลากรต่อบทบาทและความสำคัญของข้อมูลในฐานะทรัพยากรเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร ตลอดจนการมีระบบและแนวปฏิบัติด้านการจัดเก็บ การประมวลผล และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ค่อนข้างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังอาจเป็นผลจากการสนับสนุนของผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสารสนเทศและการกำกับติดตามอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บุคลากรสามารถดำเนินงานด้านการบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัชพล ทีดี และจุฑามาศ พรรณสมัย (2568) พบว่า ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านดิจิทัล ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากบุคลากรมีทักษะดิจิทัลเพียงพอ ระบบสนับสนุนมีประสิทธิภาพ และผู้บริหารส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร พลคชา (2566) พบว่า คุณภาพของข้อมูลและความพร้อมด้านข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชชา ขันธเขต (2565) พบว่า แม้องค์กรจะมีข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน แต่หากยังขาดการจัดการข้อมูลให้สอดคล้องกับการบริหารจัดการและกลยุทธ์ขององค์กร จะส่งผลให้การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลยังไม่เกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่

ระดับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นผลจากการที่องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการสนับสนุนเชิงนโยบายจากผู้บริหาร และการกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงระดับความพร้อมและความสามารถของบุคลากรในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและการให้บริการสาธารณะได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสกศักดิ์ อยู่ดี และคณะ (2566) ที่ชี้ให้เห็นว่าการใช้สื่อดิจิทัลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการท้องถิ่นช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสาร ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน และเสริมสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา มิตรเมฆ

และเทพศักดิ์ บุณยรัตพันธ์ (2559) พบว่า การปรับตัวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 มักเริ่มจากการกำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารงาน ก่อนที่จะก่อให้เกิดผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างชัดเจน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล รวมทั้งด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูล มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล สะท้อนว่าการมีระบบฐานข้อมูลที่เป็นระบบ มีความปลอดภัย และสามารถปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาองค์กรสู่ดิจิทัล ขณะที่ด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูลแม้มีค่าสัมประสิทธิ์เชิงลบในระดับต่ำ แต่ยังมีนัยสำคัญ อาจสะท้อนข้อจำกัดในการใช้ข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์ ส่วนด้านคุณภาพข้อมูลไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทร์จิรา เหลาราช (2565) ที่ระบุว่า การเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัลจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงต่อเมื่อข้อมูลสามารถถูกนำมาใช้ในการบริหารจัดการและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเป็นระบบ สำหรับผลการศึกษาที่พบว่า ด้านคุณภาพข้อมูลไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างชัดเจน อาจเนื่องมาจากหน่วยงานมีการจัดทำข้อมูลที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้อยู่แล้วในระดับหนึ่ง จึงทำให้คุณภาพข้อมูลไม่เป็นปัจจัยที่สร้างความแตกต่างในการอธิบายการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการจัดการข้อมูลและการใช้ข้อมูล ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงกระบวนการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวิภา ดวงกลาง (2568) ปัจจัยการบริหารจัดการกระบวนการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน โดยงบประมาณใช้อย่างมีคุณค่าตามงบประมาณที่ได้รับ และภาวะผู้นำเตรียมความพร้อมสู่ท้องถิ่นดิจิทัล การวิจัยของปัจจัยที่มีผลในการนำพาองค์กรไปสู่องค์กรดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ชุมชนมีความสะดวกสบายในด้านระบบของการให้บริการในรูปแบบเบ็ดเสร็จ

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิเคราะห์สะท้อนว่า ปัจจัยด้านสมรรถนะบุคลากรดิจิทัลเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ค่าสัมประสิทธิ์จะมีทิศทางเชิงลบ ซึ่งอาจตีความได้ว่าระดับสมรรถนะที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการเชิงระบบหรือการประเมินตนเองที่สูงกว่าความสามารถจริง อาจส่งผลต่อประสิทธิผลของการเปลี่ยนผ่าน ในขณะที่ด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการประชาชนไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่าการมีเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ หากขาดศักยภาพบุคลากรในการขับเคลื่อน และควรพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติมในการวิเคราะห์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทยาภรณ์ พุ่มพวง และคณะ (2568) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมในการปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์และความเป็นผู้นำ ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากลูกค้า ด้านกระบวนการในการปฏิบัติงาน ด้านรูปแบบของธุรกิจ ด้านความสามารถทางดิจิทัล และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนาธิป พรมวัน และคณะ (2568) พบว่า การบริหารจัดการโดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล คือ การจัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน การวางแผน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

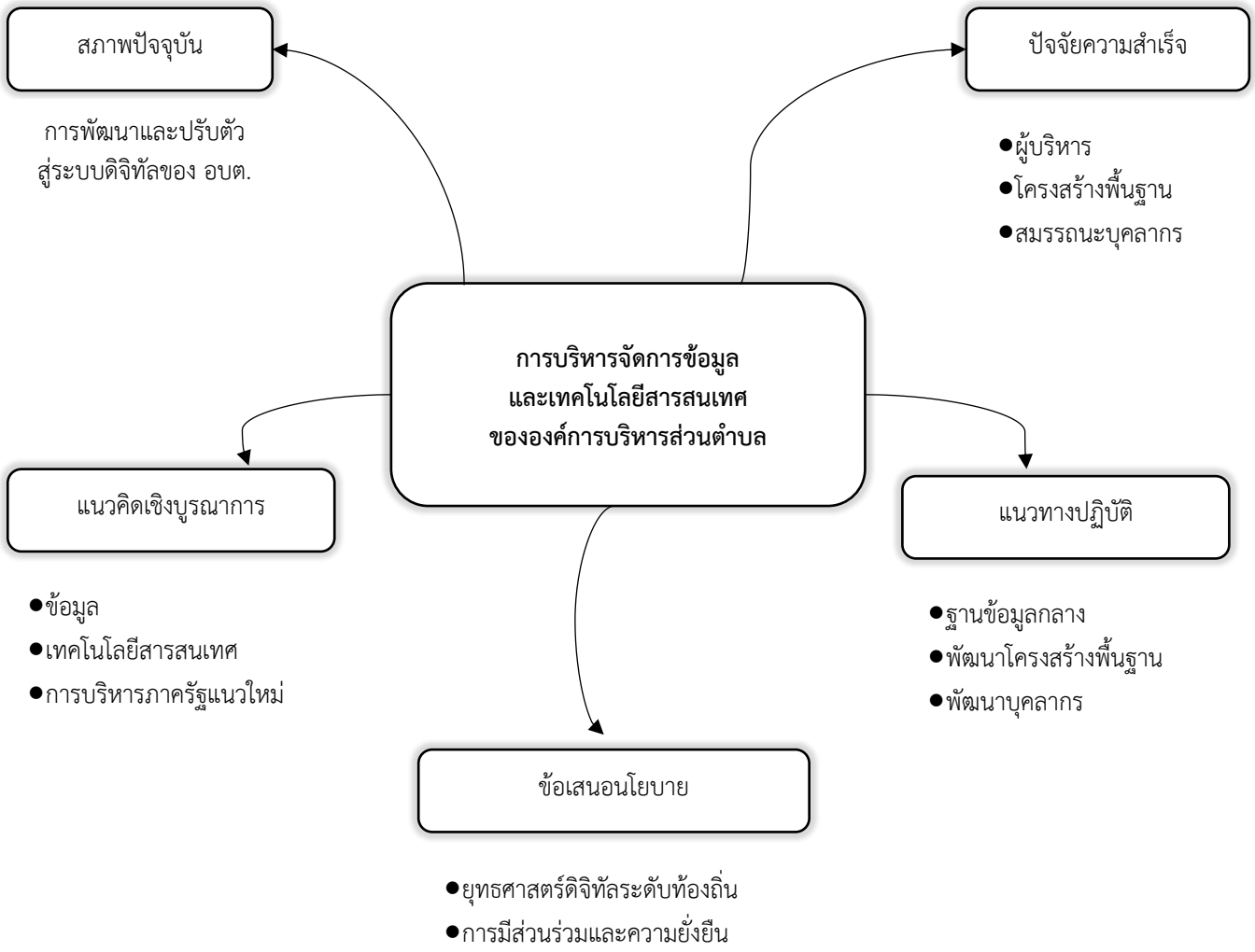
แนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย ชี้ให้เห็นว่า หน่วยงานอยู่ในช่วงของการปรับตัวสู่การบริหารภาครัฐดิจิทัล โดยมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนภารกิจหลักบางด้าน เช่น งานธุรการ งานการเงิน และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสะท้อนพัฒนาการเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะ อย่างไรก็ตาม ระบบข้อมูลยังมีลักษณะแยกส่วน ขาดการบูรณาการและเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ทำให้การใช้ข้อมูลเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายยังไม่เต็มศักยภาพ ในด้านอุปสรรค พบข้อจำกัดสำคัญทั้งด้านงบประมาณ โครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี และศักยภาพบุคลากร โดยเฉพาะทักษะดิจิทัลและความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการขาดแผนแม่บทด้านการจัดการข้อมูลที่ชัดเจน ส่งผลให้การพัฒนาระบบขาดความต่อเนื่องและเอกภาพ ขณะเดียวกัน ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญได้แก่ นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมระบบราชการดิจิทัล ความคาดหวังของประชาชนต่อบริการที่สะดวกและโปร่งใส และบทบาทผู้นำที่ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเชิงยุทธศาสตร์ ดังนั้น แนวทางพัฒนาที่เหมาะสมควรมุ่งจัดทำฐานข้อมูลกลาง

ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้มีเสถียรภาพและความปลอดภัย พร้อมเสริมสร้างสมรรถนะดิจิทัลของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนในระดับองค์กร สอดคล้องกับ ประติภา จันต๊ะสอน และคณะ (2568) พบว่า ควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มความเร็ว ความถูกต้อง และลดข้อผิดพลาดในการทำงาน ควรเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และมีแรงจูงใจในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ฝึกฝน มีความเพียรพยายามและพัฒนาตนเองให้มีความเชี่ยวชาญพัฒนาความรู้และทักษะการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ติดตามผลการดำเนินงาน และคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรและนำไปสู่ความสำเร็จได้ และสอดคล้องกับ อริสรา สมบูรณ์ และคณะ (2568) พบว่า แนวทางพัฒนาที่ได้จากการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย การยกระดับศักยภาพบุคลากร การกำหนดนโยบายและแผนแม่บทที่ชัดเจน การบูรณาการระบบบริการประชาชน และการจัดทำระบบติดตามประเมินผล เพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยนี้คือ การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะเกิดประสิทธิผลสูงสุดได้ต่อเมื่อพัฒนาแบบองค์รวม ครอบคลุมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร และนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ ผลการวิจัยจึงมีประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

ความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะเชิงบูรณาการอย่างเป็นระบบ โดยตัวแปรอิสระมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลลัพธ์ผ่านตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดและขยายผลของอิทธิพลดังกล่าว การค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาปัจจัยต้นทางเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ หากขาดกระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพมารองรับ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบจำลองเชิงแนวคิดที่อธิบายการเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาศักยภาพบุคคล และกระบวนการเรียนรู้ในองค์กรอย่างเป็นพลวัต ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดแบบดั้งเดิมที่เน้นการวิเคราะห์ปัจจัยแบบแยกส่วน โดยแบบจำลองนี้เน้นบทบาทของตัวแปรส่งผ่านในฐานะ “ตัวเร่งเชิงกลไก” ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของผลลัพธ์ปลายทางให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ความเข้มแข็งของตัวแปรส่งผ่านมีผลต่อระดับความสำเร็จของผลลัพธ์อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนากระบวนการภายใน เช่น การเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือการเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร จะสามารถยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่นี้สามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาองค์กร โดยเน้นการบูรณาการปัจจัยต่าง ๆ อย่างสมดุล เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งในระดับปฏิบัติและระดับนโยบายอย่างมีประสิทธิผล ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

ระดับการบริหารจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย จังหวัดสุโขทัย มีระดับการบริหารจัดการข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านคุณภาพข้อมูล รองลงมาคือด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูล และด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูลตามลำดับ ขณะที่การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริการประชาชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านสมรรถนะบุคลากร และด้านโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการจัดเก็บและบำรุงรักษาข้อมูลและด้านการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ข้อมูล มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ด้านคุณภาพข้อมูลไม่มีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ด้านสมรรถนะบุคลากรเป็นปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการประชาชนไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ

แนวทางการพัฒนาเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ชี้ให้เห็นว่า องค์กรยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการเปลี่ยนผ่าน โดยมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ โครงสร้างพื้นฐาน และทักษะบุคลากร แนวทางสำคัญคือการพัฒนาฐานข้อมูลแบบบูรณาการ ยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และเสริมสร้างสมรรถนะดิจิทัลของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย ควรกำหนดนโยบายการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของบุคลากรเป็นวาระสำคัญขององค์กร โดยจัดทำแผนพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อยกระดับศักยภาพบุคลากรให้สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย ควรกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านดิจิทัลที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และกลไกการติดตามประเมินผล เพื่อให้การดำเนินงานด้านดิจิทัลเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

1.3 องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย ควรผลักดันนโยบายการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางขององค์กร เพื่อให้เกิดการบูรณาการและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายใน ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบายและการบริหาร

1.4 องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย ควรกำหนดนโยบายการพัฒนาและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัย เพียงพอ และมีความปลอดภัย โดยสนับสนุนงบประมาณและการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการดำเนินงานในยุคดิจิทัลอย่างมีเสถียรภาพ

1.5 องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย ควรส่งเสริมนโยบายการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการสาธารณะ เช่น ระบบบริการออนไลน์ (e-Service) เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และยกระดับคุณภาพการให้บริการประชาชนให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของสังคมในยุคดิจิทัล

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อื่นที่มีบริบทแตกต่างกัน ทั้งในด้านขนาดองค์กร งบประมาณ และความพร้อมด้านเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบผลการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในระดับท้องถิ่นได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาตัวแปรเพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล เช่น ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล วัฒนธรรมองค์กรด้านเทคโนโลยี การยอมรับนวัตกรรม และการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อพัฒนาแบบจำลองการวิจัยให้มีความสมบูรณ์และครอบคลุมมิติต่าง ๆ

2.3 ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสามารถอธิบายบริบทของการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยเสริมความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยในภาพรวม

เอกสารอ้างอิง

กนกพร พลคชา. (2566). *การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ.* (รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2562). *การบริหารภาครัฐในยุคดิจิทัล.* กรุงเทพฯ: ซัคเซสมีเดีย.

จันทร์จิรา เหลาราช. (2565). ตัวแบบของการปรับเปลี่ยนสู่องค์กรดิจิทัล. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 32*(2), 172-185.

จิตติมา สุขีรัตน์. (2564). *การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ : แนวทางและนโยบายในประเทศไทย.* กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล.

จีรภัทร์ พงศ์พานิช. (2558). *การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์การ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชนาธิป พรมวัน, บุญทัน ดอกไธสง และ เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง. (2568). การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อการบริหารจัดการโดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ของเทศบาลในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบัณฑิตศึกษาวิชาการ, 3*(3), 64-78.

ณัฐวิภา ดวงกลาง. (2568). ปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อการเป็นท้องถิ่นดิจิทัล กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2*(1), 72-94.

ณิชชา ขันธเขต. (2565). *ความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจดิจิทัล ของธุรกิจ SME ในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ กรณีศึกษา บริษัท เมฆลาพลาสติก จำกัด.* (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ธงชัย สันติวงษ์. (2546*). การบริหารทรัพยากรมนุษย์.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธัชพล ทีดี และ จุฑามาศ พรรณสมัย. (2568). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของบุคลากรองค์การบริหาร ส่วนตำบลเขารวก อำเภอลำสนธิ จังหวัดลพบุรี. *วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3*(4), 308-321.

ธีรยุทธ บุญมี. (2558). *การเปลี่ยนผ่านสังคมไทยสู่ยุคดิจิทัล.* กรุงเทพฯ: สายธาร.

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2549). *การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี.* กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ปพิชญา เจริญทอง. (2565). การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารการปกครองท้องถิ่น, 15*(2), 45–60.

ประติภา จันต๊ะสอน, พระครูสุตนันทบัณฑิต และ วรปรัชญ์ คำพงษ์. (2568). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากร องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน. *วารสารวิจัยและวิชาการบวรพัฒน์, 3*(4), R5892.

พระราชบัญญัติว่าด้วยการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล พ.ศ. 2562. (2562). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 136 ตอนที่ 67 ก.

พิทยาภรณ์ พุ่มพวง, สุธีรา ดีวิท, สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล, อัญยาณีย์ เกตุพันธุ์, จิรพัฒน์ อุปถัมภ์ และ อรกัญญา กันธะชัย. (2568). การวิเคราะห์เชิงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมในการปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, 7*(2), 173–187.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2560). *การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่.* กรุงเทพมหานคร: โฟร์เพซ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2563). *แนวทางการพัฒนาระบบราชการไทยสู่รัฐบาลดิจิทัล.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2564). *แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2563–2565*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน).

เสกศักดิ์ อยู่ดี, พระมหาดิลกรัศมี ฐิตจาโร (วุฒิยา) และ ภัชลดา สุวรรณนวล. (2566). การบริหารจัดการการปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยสื่อดิจิทัลสังคมออนไลน์. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 10*(7), 308-317.

องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย. (2567). *ข้อมูลบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย ปีงบประมาณ 2567*. สุโขทัย: องค์การบริหารส่วนตำบลลานหอย.

อมรวิชช์ นาครทรรพ. (2557). *ความเหลื่อมล้ำทางสังคมไทยในบริบทการพัฒนา.* กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

อริสรา สมบูรณ์, ธรรมพร ตันตรา และ สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล. (2568). การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพของเทศบาลตำบลไชยปราการ อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์และศาสตร์รวมสมัย, 7*(1), 103–115.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age.* New York: W. W. Norton & Company.

Davenport, T. H. (1997). *Information ecology: Mastering the information and knowledge environment*. Oxford: Oxford University Press.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Factors relating to Retirement Decision among the Thai Civil Servants of the Ministry of Public Health

Siriwan Tingthong[1*] and Pornphan Hemaphan[2]

[1] *Master's Student in Political Science and Public Administration, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Department of Political Science and Public Administration, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: Siriwan.tin@ku.th*

ABSTRACT

The objectives of this research are: (1) to examine retirement decision-making among civil servants of the Ministry of Public Health; (2) to investigate the relationships between personal factors, quality of work life, attitudes towards the retirement age extension policy, and retirement decisions; and (3) to classify the perspectives of Ministry of Public Health civil servants regarding retirement decisions. This study employed a quantitative research approach. The sample consisted of 456 civil servants from the Ministry of Public Health. Data were collected using a questionnaire and analyzed using descriptive statistics, including percentage, frequency, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, namely chi-square tests and binary logistic regression analysis. The findings indicated that: (1) most civil servants decided to retire at the age of 60, followed by those who chose to retire before the age of 60, while those opting to retire after the age of 60 represented the smallest proportion; (2) quality of work life and attitudes towards the retirement age extension policy, both overall and by dimension, were significantly associated with retirement decisions at the .05 level of statistical significance. In particular, quality of work life in terms of work–life balance and behavioral attitudes toward the policy showed statistically significant associations. Civil servants with a high level of work–life balance were 2.82 times more likely to retire at the age of 60 or above compared to those with a low level. Additionally, behavioral attitudes toward the retirement age extension policy were significantly associated with retirement decisions. Civil servants with high and moderate levels of behavioral attitudes towards the policy were 3.92 and 3.42 times more likely, respectively, to retire at the age of 60 or above compared to those with a low level; (3) the perspectives on retirement decisions among those who chose to retire before the age of 60 and those who retired at 60 were primarily driven by personal motivational factors. In contrast, those who chose to retire after the age of 60 mainly emphasized social context and work environment factors in their retirement decisions.

Keywords: Retirement Decision, Retirement Age Extension, Quality of Work Life, Attitudes toward the Policy

Received: 24 February 2026;
Revised: 4 April 2026;
Accepted: 6 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

ศิริวรรณ ติ่งทอง[1*] และ พรพรรณ เหมะพันธุ์[2]

[1] *นิสิตปริญญาโท ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: Siriwan.tin@ku.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข (2) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพชีวิตในการทำงาน และเจตคติต่อนโยบายกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข (3) เพื่อจัดกลุ่มมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 456 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิภาค ผลการศึกษาพบว่า (1) ข้าราชการส่วนใหญ่ตัดสินใจเกษียณอายุราชการเมื่ออายุ 60 ปี รองลงมาตัดสินใจเกษียณอายุราชการก่อนอายุ 60 ปี ขณะที่ตัดสินใจเกษียณอายุราชการหลังอายุ 60 ปี มีสัดส่วนน้อยที่สุด (2) คุณภาพชีวิตในการทำงานทุกด้านและเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยเฉพาะคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุล และเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรม ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลในระดับมาก มีโอกาสที่จะตัดสินใจเกษียณอายุเมื่อ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าผู้ที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลในระดับน้อย 2.82 เท่า นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้ที่มีเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรมในระดับมาก และระดับปานกลาง มีโอกาสที่จะตัดสินใจเกษียณอายุเมื่อ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าผู้ที่มีเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรมในระดับน้อย 3.92 เท่า และ 3.42 เท่า ตามลำดับ (3) มุมมองต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของกลุ่มข้าราชการที่เลือกเกษียณก่อนอายุ 60 ปี และกลุ่มข้าราชการที่เลือกเกษียณเมื่ออายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ให้มุมมองในมิติแรงจูงใจส่วนบุคคลมากที่สุด ด้านกลุ่มข้าราชการที่เลือกเกษียณหลังอายุ 60 ปี ให้มุมมองต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการในมิติบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงานเป็นหลัก

คำสำคัญ: การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ, การขยายอายุเกษียณราชการ, คุณภาพชีวิตในการทำงาน, เจตคติต่อนโยบาย

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาทางการแพทย์ และการดูแลสุขภาพที่ดี ส่งผลให้คนไทยมีอายุขัยเฉลี่ยสูงขึ้น ในขณะที่อัตราการเกิดใหม่ของประชากรลดลงอย่างน่ากังวล นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมา อัตราการเกิดของประชากรไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ถึงปีละ 1,000,000 คน ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 - 2566 อัตราการเกิดของเด็กไทยลดลงมากกว่าร้อยละ 50 เหลือเฉลี่ยเพียงปีละ 500,000 คนเท่านั้น (ไทยพีบีเอส, 2567) เนื่องจากปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และอื่น ๆ ในปัจจุบัน ส่งผลให้คนรุ่นใหม่ไม่อยากมีบุตร การเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการขาดแคลนแรงงานในวัยทำงาน และอัตราภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิม ภาระในการดูแลผู้สูงอายุจึงตกอยู่ที่แรงงานกลุ่มใหม่มากขึ้น ในขณะเดียวกัน การเกษียณอายุในประเทศไทยยังคงเป็นแบบคงที่ ที่อายุ 55 - 60 ปี มาเป็นเวลากว่า 70 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2494 ตาม พ.ร.บ. บำเหน็จบำนาญข้าราชการ

แม้ในปัจจุบันคนไทยจะมีอายุขัยเฉลี่ยถึง 79 ปี (วรดร เลิศรัตน์, 2566) ส่งผลทำให้เกิดการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์จากการเกษียณอายุ และก่อให้เกิดช่องว่างในการทำงาน โดยเฉพาะในภาคส่วนที่ต้องการทักษะและความชำนาญเฉพาะทาง เช่น บุคลากรทางการแพทย์ การศึกษา และกฎหมาย รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงปัญหานี้และได้เริ่มดำเนินการศึกษาแนวทางและนโยบายจากต่างประเทศที่มีการเผชิญกับปัญหา โครงสร้างประชากรในลักษณะเดียวกัน เช่น ญี่ปุ่นและประเทศในกลุ่มยุโรปที่ได้นำมาตรการขยายอายุเกษียณ มาใช้เพื่อรักษากำลังแรงงานที่มีคุณค่าไว้ในระบบเศรษฐกิจ โดยมุ่งหวังลดภาวะการพึ่งพิงของผู้สูงอายุและส่งเสริมให้ผู้ที่ยังมีศักยภาพสามารถทำงานต่อได้ การขยายอายุเกษียณจึงถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทางสังคมนี้

กระทรวงสาธารณสุข เป็นอีกกระทรวงหนึ่งที่มีขนาดใหญ่ มีบุคลากรในสังกัดรวมทุกประเภทการจ้างกว่า 400,000 คน ซึ่งมีจำนวนข้าราชการทั้งสิ้น 227,018 คน และยังเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการด้าน สาธารณสุขแก่ประชาชน บุคลากรกระทรวงสาธารณสุข เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาลวิชาชีพ นักวิชาการสาธารณสุข เป็นต้น เป็นกลุ่มคนที่ทำงานภายใต้ภาระงานที่หนัก เนื่องจากปัญหาความขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ และการกระจายที่ไม่ทั่วถึง ทำให้บุคลากรทางการแพทย์ส่วนใหญ่ยังคงต้องแบกรับภาระงาน และความท้าทายในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโรค และภาวะสุขภาพของประชาชนที่มีความซับซ้อน การที่รัฐบาลมีการพิจารณาขยายอายุเกษียณสำหรับบุคลากรกลุ่มนี้ อาจมีผลกระทบทั้งในระดับบุคคลและองค์กร การขยายอายุเกษียณอาจนำมาซึ่งข้อดีในแง่การรักษาประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่ทำงานมาอย่างยาวนาน แต่ในขณะเดียวกันอาจมีข้อจำกัดในด้านสมรรถภาพทางกายหรือการตอบสนองต่อสถานการณ์เร่งด่วนที่เกิดขึ้นในงานสาธารณสุข ซึ่งอาจส่งผลต่อความสามารถในการรับมือกับภาระงานที่ท้าทายและการทำงานภายใต้ความกดดันในการที่ต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการต่อประชาชนที่รับบริการ ที่มักจะมีความคาดหวังในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ความรวดเร็ว และความถูกต้องแม่นยำ จึงเป็นข้อกังวลในเรื่องของประสิทธิภาพการทำงานและสุขภาพของข้าราชการที่เข้าสู่วัยสูงอายุ (ธนินทร์พัทรา จันทร์อาภรณ์, 2561)

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขจึงมีความสำคัญในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการได้รับรู้ถึงเจตคติต่อนโยบาย และการตัดสินใจเกษียณอายุของข้าราชการ การที่ข้าราชการมีเจตคติที่แตกต่างเกี่ยวกับการขยายอายุเกษียณอาจมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ หากบุคลากรมีเจตคติในเชิงบวกต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการอาจส่งผลให้มีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น แต่หากมีเจตคติในเชิงลบนโยบายนี้อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับบริบทการทำงานหรือหน้าที่ความรับผิดชอบของกระทรวงสาธารณสุข การรักษาคุณภาพการให้บริการด้านสาธารณสุข รวมถึงการวางแผนทรัพยากรบุคคลในระยะยาว นอกจากนั้นยังสามารถช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของรัฐบาลและผู้บริหารองค์กรให้สามารถออกแบบนโยบายที่ตอบโจทย์ความท้าทายในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพชีวิตในการทำงาน และเจตคติต่อนโยบายกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข
3. เพื่อจัดกลุ่มมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข จำนวนทั้งหมด 227,018 คน ข้อมูลจากระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลบุคลากรระหว่างกรมฯ หรือ MoPH HR- DataHub ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2568 (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขกระทรวงสาธารณสุข, 2568)

1.2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีใช้วิธีการคำนวณจากสูตร Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน และเลือกการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข จำแนกตามสังกัดกรม

ลำดับที่	สังกัด	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข	205,516	362
2	กรมการแพทย์	9,517	17
3	กรมสุขภาพจิต	3,340	6
4	กรมควบคุมโรค	3,262	6
5	กรมอนามัย	2,031	4
6	กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์	1,390	2
7	กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ	819	1
8	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	808	1
9	กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก	340	1
รวม		**227,018**	**400**

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยสร้างขึ้นจากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเกษียณอายุราชการ คุณภาพชีวิตในการทำงาน เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ รวมถึงผลงานการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกเพียงคำตอบเดียว ซึ่งศึกษาถึงลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ข้าราชการเลือกตอบ 1 คำตอบ จำนวนทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านร่างกายและจิตใจ ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม และด้านความสมดุล ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert scale) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) 5 ระดับ ให้ข้าราชการเลือกตอบ 1 คำตอบ จำนวนทั้งหมด 16 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ 3 ด้านได้แก่ ด้านความรู้หรือความเชื่อ ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert scale) และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) 5 ระดับ ให้ข้าราชการเลือกตอบ 1 คำตอบ จำนวนทั้งหมด 13 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ ลักษณะของคำถามจะเป็นแบบปลายปิดให้เลือกเพียงคำตอบเดียว และบางส่วนมีคำถามลักษณะแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถระบุรายละเอียดเพิ่มเติมได้ จำนวนทั้งหมด 3 ข้อ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับข้อง รวมถึงผลงานการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระเรียบร้อยแล้ว ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ศึกษา คือ ข้าราชการกองบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาตรวจให้คะแนน และดำเนินการ

หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) กำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha) ไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งเป็นค่าขั้นต่ำที่ยอมรับได้ ผลการวิเคราะห์ของแบบสอบถามชุดนี้ พบว่า ทั้งภาพรวมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 เมื่อจำแนกรายตัวแปร พบว่า แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.78 และแบบสอบถามข้อมูลปัจจัยเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือ จึงสามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาได้

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

3.2 สมมติฐานที่ 2 คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

3.3 สมมติฐานที่ 3 เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ศึกษา สำรวจเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเกษียณอายุราชการ คุณภาพชีวิตในการทำงาน เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ รวมถึงระเบียบกฎหมาย พ.ร.บ. วารสาร บทความวิชาการ ข่าว และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องขององค์กรและหน่วยงานของภาครัฐบาล ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง เพื่อใช้ในการอภิปรายและอ้างอิงผลการศึกษา

4.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจากคณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระและหาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.88 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงและเชื่อถือได้ หลังจากนั้นจึงดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 400 คน โดยได้รับแบบสอบถามตอบกลับจำนวนทั้งสิ้น 456 ชุด ซึ่งมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้

4.3 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาจัดระเบียบ ทำการลงรหัส และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จากนั้นนำค่าข้อมูลสถิติที่ได้จากการประมวลผลไปวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานในการศึกษา

4.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติมาอภิปราย สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

5.1.1 ร้อยละ และการแจกแจงความถี่ ใช้อธิบายการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข และการจัดกลุ่มมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

5.1.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานและปัจจัยเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ

5.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย

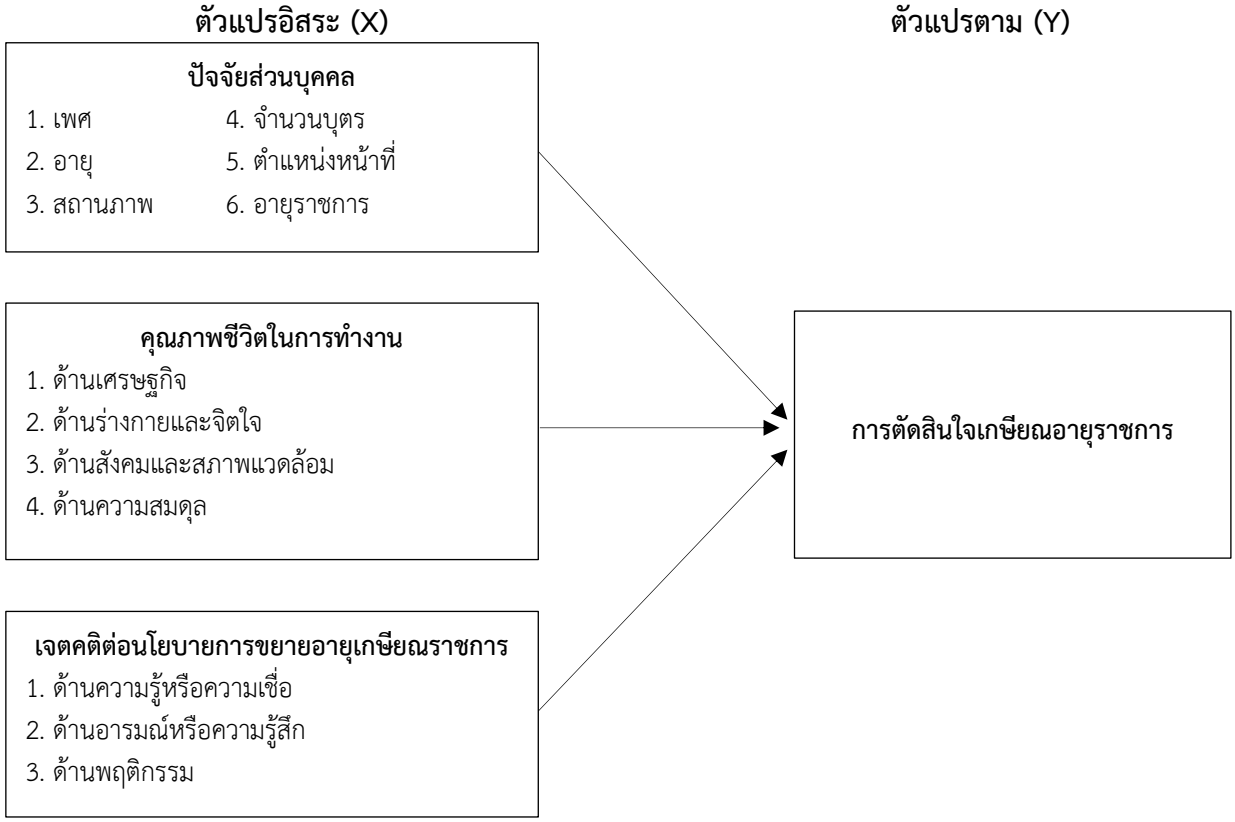
5.2.1 การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพชีวิตในการทำงาน และเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ กับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

5.2.2 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวิภาค (Binary Logistic Regression) ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) อัตราเสี่ยง (Odds ratio: OR) และการประมาณค่าช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Confidence Interval: CI) เพื่อพยากรณ์หาโอกาสความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรตาม (การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ) ให้อยู่ในรูปแบบข้อมูลแบบทวิภาค (Binary) กำหนด 0 = เกษียณก่อนอายุ 60 ปี และ 1 = เกษียณเมื่ออายุ 60 ปีเป็นต้นไป เพื่อให้โปรแกรมสถิติสามารถคำนวณความน่าจะเป็นของ การเกิดเหตุการณ์การตัดสินใจเกษียณอายุราชการได้อย่างถูกต้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเกษียณอายุราชการ คุณภาพชีวิตในการทำงาน เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำงานต่อหลังเกษียณอายุ รวมถึงทัศนคติของพนักงานในองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต่อการขยายอายุเกษียณ งานวิจัยหลายชิ้นได้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็น ด้านสุขภาพ สถานภาพทางครอบครัว สถานภาพทางการเงิน และความต้องการพักผ่อนหลังจากทำงานมาเป็นระยะเวลานาน ล้วนมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจว่าพนักงานจะเลือกทำงานต่อหลังเกษียณหรือไม่ ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาหาเหตุผล และคำอธิบายที่มีรายละเอียดมากขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการและเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ จึงบูรณาการกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดกระบวนการตัดสินใจของ Simon (1966) ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลต้องพิจารณาและเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตนเองจากทางเลือกหลายทางเลือก ภายใต้ข้อจำกัดของข้อมูล แนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงานของ Walton (1973) ที่ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน และทฤษฎีการรับรู้เจตคติของ Fishbein & Ajzen (1975) ซึ่งอธิบายองค์ประกอบของเจตคติในด้านความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม รวมถึงอิทธิพลของเจตคติต่อการตัดสินใจของบุคคล นอกจากนั้นยังเลือกใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการทำงานต่อหลังเกษียณอายุจากงานวิจัยของ ธนพร เทพบัวทอง (2561) วีรวรรณ แก้วใส (2563) และจุฑามาศ สุขขาว (2563) มาใช้ปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทการศึกษา เพื่อพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

1.1 การตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

การตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขส่วนใหญ่ตัดสินใจเกษียณเมื่ออายุ 60 ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมา คือ ตัดสินใจเกษียณก่อนอายุ 60 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 และมีเพียง 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ที่ตัดสินใจทำงานต่อหลังอายุ 60 ปี (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 การตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก่อนอายุ 60 ปี	188	41.20
เมื่ออายุ 60 ปี	234	51.30
หลังอายุ 60 ปี	34	7.50
รวม	**456**	**100**

1.2 ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

คุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขโดยรวม ($\bar{X}$ = 3.61, S.D. = 0.62) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X}$ = 3.28, S.D. = 0.87) คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านร่างกายและจิตใจ ($\bar{X}$ = 3.59, S.D. = 0.74) และคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุล ($\bar{X}$ = 3.62, S.D. = 0.84) อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสังคมและสภาพแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.02, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

(n = 456)

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเศรษฐกิจ	3.28	0.87	ปานกลาง
2. ด้านร่างกายและจิตใจ	3.59	0.74	ปานกลาง
3. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม	4.02	0.68	มาก
4. ด้านความสมดุล	3.62	0.84	ปานกลาง
รวม	**3.61**	**0.62**	**ปานกลาง**

1.3 ระดับเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขโดยรวม ($\bar{X}$ = 3.04, S.D. = 1.01) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านความรู้หรือความเชื่อ ($\bar{X}$ = 3.03, S.D. = 1.07) เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านอารมณ์หรือความรู้สึก ($\bar{X}$ = 3.18, S.D. = 1.12) และเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรม ($\bar{X}$ = 2.89, S.D. = 1.07) อยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ระดับเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

(n = 456)

เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความรู้หรือความเชื่อ	3.03	1.07	ปานกลาง
2. ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก	3.18	1.12	ปานกลาง
3. ด้านพฤติกรรม	2.89	1.07	ปานกลาง
รวม	**3.04**	**1.01**	**ปานกลาง**

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพชีวิตในการทำงาน และเจตคติต่อนโยบายกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

2.1 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข ประกอบด้วย เพศ (χ^2 = 9.02, p = .061) อายุ (χ^2 = 9.16, p = .165) สถานภาพ (χ^2 = 1.83, p = .935) จำนวนบุตร (χ^2 = 8.11, p = .230) ตำแหน่งหน้าที่ (χ^2 = 5.56, p = .056) และอายุราชการ (χ^2 = 12.52, p = .252) ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในงานวิจัยนี้ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

(n = 456)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ (จำนวน) (ร้อยละ)			χ^2	Sig.
	ก่อนอายุ 60 ปี	เมื่ออายุ 60 ปี	หลังอายุ 60 ปี		
1. เพศ					
ชาย	37 (37.8)	47 (48.0)	14 (14.3)	9.02	.061
หญิง	148 (42.3)	183 (52.3)	19 (5.4)		
ทางเลือก	3 (37.5)	4 (50.0)	1 (12.5)		
2. อายุ					
21 - 30 ปี	31 (47.7)	28 (43.1)	6 (9.2)	9.16	.165
31 - 40 ปี	60 (44.4)	66 (48.9)	9 (6.7)		
41 - 50 ปี	58 (42.3)	65 (52.3)	7 (5.4)		
51 - 60 ปี	39 (31.0)	75 (59.5)	12 (9.5)		
3. สถานภาพ					
โสด	76 (40.4)	95 (50.5)	17 (9.1)	1.83	.935
สมรส	100 (41.8)	124 (51.9)	15 (6.3)		
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	9 (40.9)	11 (50.0)	2 (9.1)		
หม้าย	3 (42.9)	4 (57.1)	0 (0)		
4. จำนวนบุตร					
ไม่มีบุตร	94 (43.3)	104 (47.9)	19 (8.8)	8.11	.230
มีบุตร 1 คน	41 (43.2)	47 (49.5)	7 (7.4)		
มีบุตร 2 คน	45 (36.0)	75 (60.0)	5 (4.0)		
มีบุตร 3 คนขึ้นไป	8 (42.1)	8 (42.1)	3 (15.8)		
5. ตำแหน่งหน้าที่					
สายวิชาชีพ	112 (45.9)	118 (48.4)	14 (5.7)	5.56	.056
สาย Back Office	76 (35.8)	116 (54.7)	20 (9.4)		

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ (ต่อ)

(n = 456)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ (จำนวน) (ร้อยละ)			χ^2	Sig.
	ก่อนอายุ 60 ปี	เมื่ออายุ 60 ปี	หลังอายุ 60 ปี		
6. อายุราชการ					
น้อยกว่า 4 ปี	44 (37.9)	60 (51.7)	12 (10.3)	12.52	.252
5 - 9 ปี	35 (47.9)	35 (47.9)	3 (4.1)		
10 - 14 ปี	29 (51.8)	22 (39.3)	5 (8.9)		
15 - 19 ปี	9 (34.6)	14 (53.8)	3 (11.5)		
20 - 24 ปี	22 (48.9)	20 (44.4)	3 (6.7)		
25 ปีขึ้นไป	49 (35.0)	83 (59.3)	8 (5.7)		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

ผลการวิเคราะห์คุณภาพชีวิตในการทำงานกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข ทั้งในภาพรวม (χ^2 = 23.26, p < .05) และรายด้าน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ (χ^2 = 12.20, p < .05) ด้านร่างกายและจิตใจ (χ^2 = 15.74, p < .05) ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม (χ^2 = 11.89, p < .05) และด้านความสมดุล (χ^2 = 24.04, p < .05) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

(n = 456)

การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ	ค่าสถิติ	คุณภาพชีวิตในการทำงาน				
		เศรษฐกิจ	ร่างกาย /จิตใจ	สังคม/ สภาพแวดล้อม	ความสมดุล	ภาพรวม
การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ	χ^2	12.20	15.74	11.89	24.04	23.26
	Sig.	.016*	.003*	.018*	.000*	.000*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

ผลการวิเคราะห์เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข พบว่า เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข ทั้งในภาพรวม (χ^2 = 79.19, p < .05) และรายด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้และความเชื่อ (χ^2 = 67.92, p < .05) ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (χ^2 = 74.97, p < .05) และด้านพฤติกรรม (χ^2= 82.22, p < .05) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

(n = 456)

การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ	ค่าสถิติ	เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณ			
		ความรู้/ความเชื่อ	อารมณ์/ความรู้สึก	พฤติกรรม	ภาพรวม
การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ	χ^2	67.92	74.97	82.22	79.19
	Sig.	.000*	.000*	.000*	.000*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิภาคในการประมาณค่าตัวแปรของแบบจำลอง โดยทำการทดสอบสมมติฐานและการหาความน่าเชื่อถือของแบบจำลองที่นำมาใช้ในการศึกษา ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองโดยพิจารณาความเป็นสารูปสนิทดี (Goodness of Fit) ด้วยการทดสอบ Hosmer-Lemeshow พบว่า มีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ .299 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .05 สรุปได้ว่าแบบจำลองที่นำมาศึกษามีความเหมาะสมกับข้อมูล (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ความเหมาะสมของแบบจำลองที่นำมาใช้กับข้อมูล

Step	χ^2	df	Sig.
1	9.535	.22	.299

การทดสอบหาความแม่นยำหรือความน่าเชื่อถือของแบบจำลองด้วย Classification Table ผลของการศึกษาพบว่า แบบจำลองสามารถจำแนกกลุ่มผู้ที่เกษียณก่อนอายุ 60 ปี ได้ถูกต้อง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 และจำแนกกลุ่มผู้ที่เกษียณเมื่ออายุ 60 ปีเป็นต้นไป ได้ถูกต้อง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 โดยแบบจำลองที่นำมาใช้มีความน่าเชื่อถือในภาพรวมอยู่ที่ ร้อยละ 71.1 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ความน่าเชื่อถือของแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

เหตุการณ์ที่สนใจ (Observed)	การพยากรณ์ (Predicted)		
การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ	ก่อนอายุ 60 ปี	เมื่ออายุ 60 ปีขึ้นไป	Percentage Correct
เกษียณก่อนอายุ 60 ปี	105	83	55.9
เกษียณเมื่ออายุ 60 ปีเป็นต้นไป	49	219	81.7
ความถูกต้องในการพยากรณ์โดยรวม (Overall Percentage)			**71.1**

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข เพื่อพยากรณ์หาโอกาสความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน และเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการเลือกตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน พบว่า ผู้ที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลและมีเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรม ในระดับมาก ตัดสินใจเกษียณอายุราชการเมื่ออายุ 60 ปีขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 68.8 และร้อยละ 80.0 ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาโอกาสที่ข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขจะตัดสินใจเกษียณอายุราชการเมื่ออายุ 60 ปีขึ้นไป พบว่า ผู้ที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลในระดับมาก มีโอกาสที่จะตัดสินใจเกษียณอายุเมื่อ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าผู้ที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลในระดับน้อย 2.82 เท่า (95% CI; 1.12 – 7.06) นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้ที่มีเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรมในระดับมาก และระดับปานกลาง มีโอกาสที่จะตัดสินใจเกษียณอายุเมื่อ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าผู้ที่มีเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรมในระดับน้อย 3.92 เท่า (95% CI; 1.77 – 8.69) และ 3.42 เท่า (95% CI; 2.00 – 5.84) ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ ของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข (n = 456)

ตัวแปร	การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ		χ^2 (Sig.)	OR	95% CI for Exp(B)	
	ก่อนอายุ 60 ปี จำนวน (ร้อยละ)	อายุ 60 ปี เป็นต้นไป จำนวน (ร้อยละ)			Lower	Upper
คุณภาพชีวิตในการทำงาน						
ด้านเศรษฐกิจ			.005*			
น้อย*Ref*	38 (58.5)	27 (41.5)				
ปานกลาง	99 (40.4)	146 (59.6)		1.44	.76	2.74
มาก	51 (34.9)	95 (65.1)		1.42	.69	2.94
ด้านร่างกายและจิตใจ			.000*			
น้อย*Ref*	23 (59.0)	16 (41.0)				
ปานกลาง	90 (47.9)	98 (52.1)		.69	.27	1.79
มาก	75 (32.8)	154 (67.2)		.64	.22	1.84
ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม			.004*			
น้อย*Ref*	8 (66.7)	4 (33.3)				
ปานกลาง	49 (53.3)	43 (46.7)		.97	.22	4.12
มาก	131 (37.2)	221 (62.8)		1.08	.25	4.57
ด้านความสมดุล			.000*			
น้อย*Ref*	29 (63.0)	17 (37.0)				
ปานกลาง	91 (47.4)	101 (52.6)		1.47	.64	3.40
มาก	68 (31.2)	150 (68.8)		2.82	1.12	7.06
เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ						
ด้านความรู้หรือความเชื่อ			.000*			
น้อย*Ref*	79 (59.0)	55 (41.0)				
ปานกลาง	84 (41.4)	119 (58.6)		1.13	.63	2.04
มาก	25 (21.0)	94 (79.0)		1.59	.69	3.61
ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก			.000*			
น้อย*Ref*	65 (61.9)	40 (38.1)				
ปานกลาง	85 (45.5)	102 (54.5)		1.00	.52	1.91
มาก	38 (20.2)	126 (47.0)		1.30	.56	3.03
ด้านพฤติกรรม			.000*			
น้อย*Ref*	109 (64.9)	59 (35.1)				
ปานกลาง	59 (31.4)	129 (68.6)		3.42	2.00	5.84
มาก	20 (20.0)	80 (80.0)		3.92	1.77	8.69

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการจัดกลุ่มมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

จากการจัดกลุ่มข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มข้าราชการที่เลือกเกษียณก่อนอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมิติแรงจูงใจส่วนบุคคล เช่น ต้องการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ใช้เวลากับครอบครัว ใช้ชีวิตส่วนตัวอย่างอิสระในช่วงที่ยังมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ฯลฯ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาเป็นมิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงาน เช่น มองว่าระบบราชการ สังคม และสภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการทำงานต่อ รวมถึงมีความเครียดสะสม เบื่อหน่าย จากภาระงานที่หนัก ฯลฯ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาเป็นมิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เช่น ไม่มีภาระหนี้สิน มีความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ มองว่าค่าตอบแทนไม่สอดคล้องกับภาระงาน ต้องการประกอบอาชีพอื่นหรือทำธุรกิจส่วนตัว ฯลฯ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และมิติสุขภาพ เช่น มีโรคประจำตัว มีปัญหาสุขภาพ ฯลฯ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2

ด้านกลุ่มข้าราชการที่เลือกเกษียณเมื่ออายุ 60 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ให้มุมมองในมิติแรงจูงใจส่วนบุคคล เช่น เป็นช่วงวัยที่เหมาะสมกับการเกษียณอายุหรือเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และต้องการเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เข้ามาทำงานในระบบ ฯลฯ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมาเป็นมิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เช่น แรงจูงใจทางการเงินและสิทธิประโยชน์ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจหรือพึงพอใจในเงินบำนาญที่จะได้รับ ต้องการประกอบอาชีพอื่นหรือทำธุรกิจส่วนตัว ฯลฯ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมาเป็นมิติสุขภาพ เช่น การประเมินความพร้อมทางด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ ฯลฯ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 มิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงาน เช่น มองว่าบริบทของกระทรวงสาธารณสุขและสภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อการทำงานต่อ รวมถึงมีความเครียด เบื่อหน่าย จากภาระงานที่หนัก ฯลฯ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

สำหรับกลุ่มข้าราชการที่เลือกเกษียณหลังอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ให้มุมมองในมิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงาน เช่น มีศักยภาพ ความรู้ และประสบการณ์ที่ยังเป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ต้องการคงสภาวะการทำงาน เพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพจิต ฯลฯ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมาเป็นมิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เช่น แรงจูงใจทางการเงินและสิทธิประโยชน์ ยังไม่พึงพอใจกับเงินบำนาญที่จะได้รับหลังเกษียณอายุราชการ ฯลฯ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และมิติแรงจูงใจส่วนบุคคล เช่น รักในอาชีพข้าราชการ รู้สึกมีความสุขและยังรู้สึกสนุกกับการทำงาน ฯลฯ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

ตารางที่ 11 การจัดกลุ่มมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

(n = 456)

การตัดสินใจเกษียณอายุราชการ	กลุ่มมุมมอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ก่อนอายุ 60 ปี	มิติแรงจูงใจส่วนบุคคล	75	39.9
	มิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	34	18.1
	มิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงาน	56	29.8
	มิติสุขภาพ	23	12.2
2. เมื่ออายุ 60 ปี	มิติแรงจูงใจส่วนบุคคล	181	77.3
	มิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	40	17.1
	มิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงาน	6	2.6
	มิติสุขภาพ	7	3.0
3. หลังอายุ 60 ปี	มิติแรงจูงใจส่วนบุคคล	4	11.8
	มิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	5	14.7
	มิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงาน	25	73.5
	มิติสุขภาพ	0	0.0

อภิปรายผล

1. การตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

การตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขส่วนใหญ่ตัดสินใจเกษียณเมื่ออายุ 60 ปี สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการตัดสินใจเกษียณของข้าราชการส่วนใหญ่ที่ยังคงยึดตามระบบเกษียณปกติ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยด้านโครงสร้างราชการและกรอบวัฒนธรรมองค์กรที่กำหนดให้การเกษียณอายุ 60 ปี เป็นบรรทัดฐานที่ทุกคนคุ้นชินและมองว่ามีความเหมาะสม ขณะเดียวกันยังสะท้อนถึงระดับความพร้อมทางด้านจิตใจ สุขภาพ สมรรถภาพการทำงาน และการวางแผนชีวิตหลังเกษียณที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของธนพร เทพบัวทอง (2561) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการขยายอายุเกษียณการทำงาน กรณีศึกษาจากการประปาส่วนภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่เลือกไม่ทำงานต่อ หากมีขยายอายุเกษียณ สะท้อนถึงแนวโน้มในการยึดตามอายุเกษียณปกติ และไม่ได้มีแรงจูงใจเพียงพอในการทำงานต่อภายหลังอายุ 60 ปี ส่งผลให้พฤติกรรมการตัดสินใจเกษียณยังคงอยู่ภายใต้กรอบเดิมของระบบ มากกว่าการตอบสนองต่อโอกาสหรือทางเลือกใหม่ที่จะเกิดขึ้น ด้านกลุ่มที่เลือกเกษียณก่อนอายุ 60 ปี ซึ่งมีสัดส่วนค่อนข้างสูง อาจเกิดจากความต้องการใช้ชีวิตอย่างอิสระหลังการทำงาน ความเครียด เหตุผลด้านสุขภาพ หรือความเหนื่อยล้าทางร่างกายหรือจิตใจจากภาระงานที่หนัก รวมถึงความพร้อมด้านการเงินที่เพียงพอนอกจากนี้ อาจมีสาเหตุมาจากเงื่อนไขทางกฎหมายที่เปิดโอกาสให้ข้าราชการซึ่งมีอายุราชการไม่น้อยกว่า 10 ปี สามารถเกษียณได้โดยได้รับบำนาญ กรณีเหตุสูงอายุ และผู้ที่มีอายุราชการตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป จะมีสิทธิได้รับบำนาญกรณีลาออกจากราชการ ตามที่กำหนดไว้ใน มาตรา 13 วรรคหนึ่ง ร่วมกับมาตรา 15 วรรคสอง และมาตรา 9 (3) แห่ง พระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494 ดังนั้น การเลือกเกษียณก่อนกำหนดจึงไม่จำเป็นต้องเป็นผลจากความไม่พร้อมเท่านั้น แต่ยังอาจมาจากการคำนวณสิทธิประโยชน์ที่คุ้มค่าและความต้องการใช้ชีวิตหลังเกษียณอย่างอิสระ ในขณะที่กลุ่มที่เลือกทำงานต่อหลังอายุ 60 ปี ซึ่งมีสัดส่วนน้อยที่สุด มักมีแรงจูงใจทางอาชีพและความภาคภูมิใจในการรับราชการ ทั้งนี้ การตัดสินใจทำงานต่อยังไม่เป็นแนวโน้มหลักในกลุ่มข้าราชการ แม้รัฐบาลจะมีนโยบายส่งเสริมการขยายอายุเกษียณก็ตาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวรรณ แก้วใส (2563) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการทำงานต่อในระบบราชการของข้าราชการที่ใกล้เกษียณอายุราชการในสังกัดกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น หากมีการขยายอายุเกษียณราชการ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการทำงานต่อในระบบราชการ หากมีการขยายอายุเกษียณราชการ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาสุขภาพและความต้องการพักผ่อนหลังเกษียณ เนื่องจากทำงานมาเป็นระยะเวลานาน

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขไม่พบความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในงานวิจัยนี้ ซึ่งสะท้อนว่าการตัดสินใจเกี่ยวกับการเกษียณของบุคลากรไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะประชากรศาสตร์ แต่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่ซับซ้อนกว่า เช่น คุณภาพชีวิตในการทำงาน เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ ภาระงาน สุขภาพกาย สุขภาพจิต และความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาว เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัธณา ตอมพุดซา (2560) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อการทำงานหลังเกษียณ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของเพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร อาชีพ ตำแหน่งงานในปัจจุบัน และอายุงาน ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการทำงานภายหลังเกษียณอายุไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับ กัญญณัฐ โภคาพันธ์ (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการของข้าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องเพศ สถานภาพสมรส และระดับ/ตำแหน่งหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ในทางตรงกันข้าม คุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการทั้งในภาพรวมและรายด้าน โดยด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนมากที่สุด คือ ด้านความสมดุล ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลในระดับมาก มีโอกาสที่จะตัดสินใจเกษียณอายุเมื่อ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าผู้ที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลในระดับน้อย 2.82 เท่า อาจกล่าวได้ว่า ผู้ที่ขาดความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจออกระบบราชการก่อนอายุ 60 ปี หรืออาจตัดสินใจที่จะไม่ทำงานต่อ

ในกรณีที่มีการขยายอายุเกษียณราชการ มากกว่าผู้ที่มีความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ด้วยลักษณะการทำงานบริการสาธารณสุขและภาระงาน อาจส่งผลให้ขาดความสมดุลระหว่างบทบาทหน้าที่ในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ก่อให้เกิดความเหนื่อยล้า ความเครียดสะสม และความรู้สึกไม่คุ้มค่าต่อการปฏิบัติงานในระยะยาว จนนำไปสู่การตัดสินใจออกจากระบบราชการก่อนวัยเกษียณตามเกณฑ์ปกติ แม้ว่าข้าราชการจะมีสวัสดิการและความมั่นคงด้านรายได้รองรับหลังเกษียณอายุราชการก็ตาม สอดคล้องกับผลสำรวจที่พบว่า แพทย์ร้อยละ 60 ทำงานเกิน 80 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และอีกกว่าร้อยละ 30 ต้องแบกรับภาระงานเกิน 100 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือบางครั้งต้องทำงานต่อเนื่อง 48 ชั่วโมง ซึ่งแม้ว่าจะมีประกาศเกี่ยวกับการกำหนดกรอบเวลาทำงานของแพทย์จากทางแพทยสภาที่กำหนดให้ทำงานไม่เกิน 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เวรปฏิบัติการไม่ควรติดต่อกันเกิน 16 ชั่วโมง หรือไม่ควรเกิน 24 ชั่วโมงในกรณีที่มีความจำเป็นเร่งด่วน (วารุณี สิทธิรังสรรค์, 2565) อย่างไรก็ตาม ยังพบปัญหาในทางปฏิบัติ เนื่องจากปัญหาความขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ และการกระจายที่ไม่ทั่วถึง ทำให้บุคลากรทางการแพทย์ส่วนใหญ่ยังคงต้องแบกรับภาระงาน สะท้อนให้เห็นว่าภาครัฐจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างจริงจังและเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ สุขขาว (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเกษียณอายุราชการก่อนกำหนดของข้าราชการศาลยุติธรรม พบว่า การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน เงินเดือนและสวัสดิการ และความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการก่อนกำหนดของข้าราชการศาลยุติธรรม จะเห็นได้ว่า การตัดสินใจเกษียณอายุราชการไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจหรือความมั่นคงเพียงอย่างเดียว หากแต่ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยเฉพาะความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวนั้นมีบทบาทสำคัญต่อเจตคติและพฤติกรรมการตัดสินใจของข้าราชการอย่างยิ่ง ดังนั้น หากสามารถปรับปรุงระบบการทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เอื้อต่อการสร้างความสมดุลในชีวิตมากยิ่งขึ้น เช่น การควบคุมเวลาการทำงานและระบบการจัดเวรอย่างยืดหยุ่นและเป็นธรรม การกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับภาระงาน การสร้างโอกาสความก้าวหน้าสายงาน ตลอดจนบรรยากาศและความสัมพันธ์ในการทำงาน ย่อมมีส่วนช่วยลดแนวโน้มในการเกษียณอายุราชการก่อนกำหนด และรักษากำลังคนที่มีประสบการณ์ให้อยู่ในระบบราชการได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของ Richard E. Walton (1973) ในมิติความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ระบุว่าการกำหนดชั่วโมงทำงานที่เหมาะสมมีส่วนช่วยลดความกดดันจากการทำงานได้ หากบุคลากรกระทรวงสาธารณสุขต้องปฏิบัติงานหรือเข้าเวรหนักจนสูญเสียพื้นที่ชีวิตส่วนตัว อาจนำไปสู่การตัดสินใจออกจากระบบก่อนอายุเกษียณตามเกณฑ์ปกติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพนิตชญา ลิ้มศิริ (2563) ที่ได้ศึกษาทัศนคติต่อการขยายอายุเกษียณการทำงานในมุมมองของแต่ละรุ่นวัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการขององค์กร ประกอบด้วย โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำงานของผู้สูงอายุ ลักษณะของงาน มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการขยายอายุเกษียณการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการทั้งในภาพรวมและรายด้าน โดยด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรม ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรมในระดับมากและระดับปานกลาง มีโอกาสที่จะตัดสินใจเกษียณอายุเมื่อ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าผู้ที่มีเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการด้านพฤติกรรมในระดับน้อย 3.92 เท่า และ 3.42 เท่า ตามลำดับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้ที่มีเจตคติในเชิงบวกต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจคงอยู่ในระบบราชการจนถึงอายุเกษียณตามเกณฑ์ปกติ หรือตัดสินใจทำงานต่อในกรณีที่มีการขยายอายุเกษียณราชการ มากกว่าผู้ที่มีเจตคติในเชิงลบหรือไม่เห็นด้วยกับนโยบายดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัธณา ตอมพุดซา (2560) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อการทำงานหลังเกษียณ พบว่า กลุ่มที่มีความสนใจในการประกอบอาชีพภายหลังเกษียณอายุแตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการทำงานภายหลังเกษียณอายุแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สะท้อนให้เห็นว่า การรับรู้และการตอบสนองเชิงพฤติกรรมต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ เช่น ความเต็มใจในการปฏิบัติงานต่อเนื่อง ความตั้งใจที่จะปรับตัวต่อบทบาทหน้าที่ในช่วงอายุงานที่ยาวขึ้นหรือการเป็นสังคมผู้สูงอายุ และการเตรียมความพร้อมในการวางแผนการทำงานหลังอายุ 60 ปี มีอิทธิพล

โดยตรงต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารนโยบาย การสร้างความเข้าใจเชิงปฏิบัติ และการออกแบบมาตรการรองรับที่เป็นรูปธรรม เพื่อเสริมสร้างเจตคติเชิงบวกด้านพฤติกรรมต่อการขยายอายุเกษียณราชการ อันจะนำไปสู่การตัดสินใจคงอยู่ในระบบราชการของข้าราชการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Triandis (1971) ที่อธิบายว่า เจตคติของบุคคลประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึกและพฤติกรรม ซึ่งสะท้อนถึงระดับความรู้และความคิดของบุคคลที่ใช้ในการพิจารณานโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ การยอมรับหรือไม่ยอมรับต่อนโยบายดังกล่าว และความโน้มเอียงในการแสดงออกผ่านการยอมรับหรือ ปฏิเสธการทำงานต่อภายหลังเกษียณอายุราชการ ดังนั้น เมื่อบุคคลมีความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกในเชิงบวกต่อนโยบาย ย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะทำงานต่อหากมีการขยายอายุเกษียณราชการได้มากขึ้น

3. การจัดกลุ่มมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ

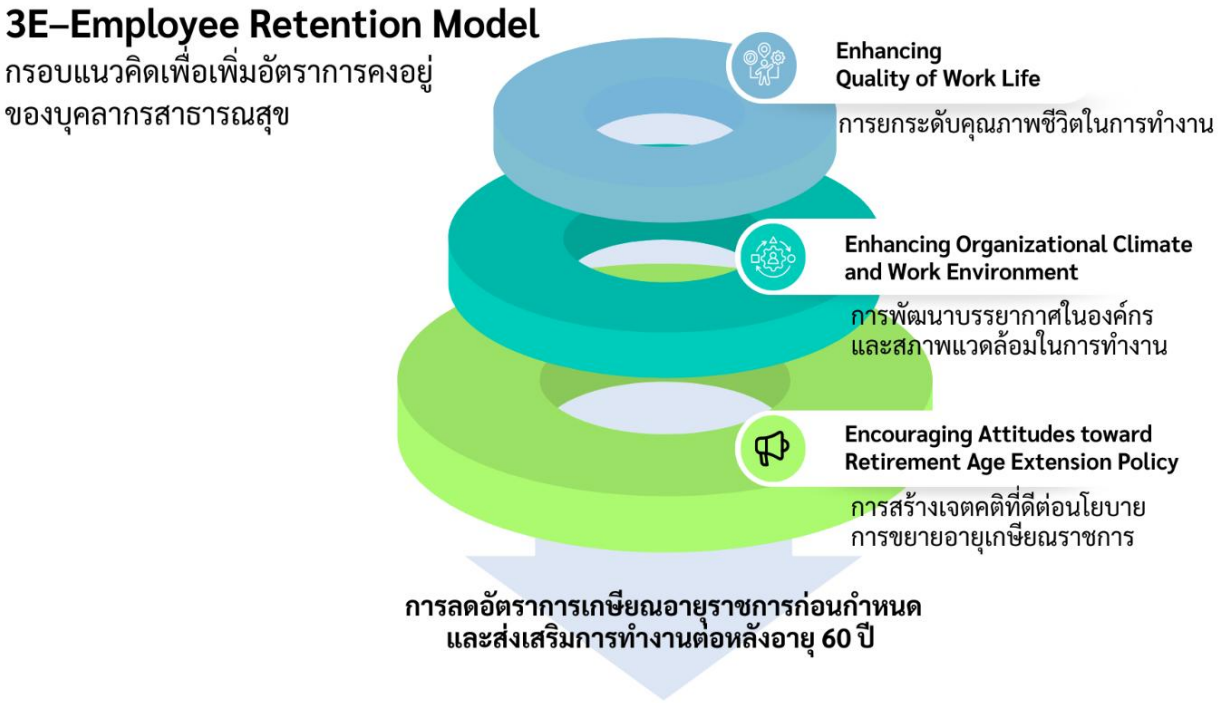
มุมมองที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข กลุ่มที่เลือกเกษียณก่อนอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมิติแรงจูงใจส่วนบุคคล รองลงมา คือ มิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงาน ขณะที่มิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจและมิติสุขภาพมีสัดส่วนที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ภาระงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออกจากระบบราชการก่อนกำหนดแม้จะยังอยู่ในวัยที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเกณฑ์อายุราชการก็ตาม สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตและสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว มากกว่าการยึดติดกับสถานภาพความมั่นคงในระบบราชการ อาจจะมีสาเหตุมาจากลักษณะงานด้านสาธารณสุขที่มีภาระงานสูง ความกดดันจากระบบการบริหารงาน ตัวชี้วัด และความคาดหวังจากสังคม ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเครียดสะสมและความเหนื่อยล้าในจากการทำงาน ส่งผลให้การเกษียณก่อนกำหนดถูกมองเป็นทางเลือก เพื่อรักษาคุณภาพชีวิตและสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของวีรวรรณ แก้วใส (2563) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการทำงานต่อในระบบราชการของข้าราชการที่ใกล้เกษียณอายุราชการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการทำงานต่อในระ บบราชการหากมีการขยายอายุเกษียณราชการ ให้เหตุผลในเรื่องของการต้องการพักผ่อน ความเบื่อหน่ายจากการทำงาน และความเครียดจากการทำงานในระบบราชการ

ด้านกลุ่มที่เลือกเกษียณเมื่ออายุ 60 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด ให้มุมมองในมิติแรงจูงใจส่วนบุคคลรองลงมาเป็นมิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ส่วนมิติสุขภาพและมิติบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงานมีสัดส่วนค่อนข้างต่ำ มีลักษณะเป็นการยอมรับและยึดโยงกับกรอบกฎหมาย ระเบียบ และบรรทัดฐานของระบบราชก ารมากกว่าประกอบกับมีมิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจร่วมด้วย นั่นคือ การมีความมั่นใจในรายได้ สิทธิประโยชน์และสวัสดิการด้านบำเหน็จบำนาญที่จะได้รับ สะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจเกษียณเมื่อครบอายุยังตั้งอยู่บนฐานของความเชื่อมั่นในระบบบำเหน็จบำนาญและสวัสดิการของรัฐ ซึ่งมีส่วนช่วยในการลดความกังวลด้านรายได้หลังเกษียณ สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญณัฐ โภคาพันธ์ (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการของข้าราชการกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความตั้งใจที่ จะทำงานต่อภายหลังเกษียณอายุราชการ ให้เหตุผลในเรื่องการต้องการพักผ่อนและเรื่องฐานะทางเศรษฐกิจ

สำหรับกลุ่มที่เลือกเกษียณหลังอายุ 60 ปี โดยส่วนใหญ่มองว่าตนเองยังมีศักยภาพ ความรู้ และประสบการณ์ที่สามารถสร้างคุณค่าให้แก่หน่วยงานและระบบราชการได้ การตัดสินใจทำงานต่อจึงมิได้ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังเชื่อมโยงกับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง บทบาททางสังคม และโอกาสในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทั้งนี้การที่ไม่ปรากฏมุมมองในมิติสุขภาพ อาจสะท้อนว่าผู้ที่เลือกทำงานต่อหลังอายุ 60 ปี มีการประเมินตนเองว่ามีสุขภาพและสมรรถนะที่ยังเอื้อต่อการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของธนพร เทพบัวทอง (2561) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการขยายอายุเกษียณการทำงาน กรณีศึกษาจากการประปาส่วนภูมิภาค พบว่า ปัจจัยด้านส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำงานต่อ หากมีขยายอายุเกษียณ โดยส่วนใหญ่มองว่าตนเองยังสามารถทำงานต่อได้หลังเกษียณอายุ และต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รวมถึงต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในที่ทำงาน ขณะเดียวกันปัจจัยทางเศรษฐกิจยังมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะความต้องการมีรายได้หรือได้รับสิทธิประโยชน์และสวัสดิการ ซึ่งเป็นหลักประกันด้านความมั่นคงทางการเงิน

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา จึงสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อหน่วยงานในการปรับปรุง พัฒนา และออกแบบนโยบายที่เหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรได้มากขึ้น โดยได้พัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ในลักษณะกรอบแนวคิดเพื่อเพิ่มอัตราการคงอยู่ของบุคลากรสาธารณสุข หรือ 3E–Employee Retention Model ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การลดอัตราการเกษียณอายุราชการก่อนกำหนดและส่งเสริมการทำงานต่อหลังอายุ 60 ปี จำเป็นต้องดำเนินการควบคู่กันใน 3 มิติ ประกอบด้วย (1) การยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน (2) การสร้างเจตคติที่ดีต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ (3) การพัฒนาบรรยากาศในองค์กรและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยทั้ง 3 มิติจะทำหน้าที่เสริมแรงซึ่งกันและกันและส่งผลต่อความผูกพันองค์กรและการตัดสินใจคงอยู่ของบุคลากร สะท้อนให้เห็นว่า ในบริบทที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ อย่างสมบูรณ์ การบริหารกำลังคนภาครัฐไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการกำหนดอายุเกษียณในเชิงกฎหมาย หากแต่ควรออกแบบเป็นระบบสนับสนุนการคงอยู่ของบุคลากรที่คำนึงถึงศักยภาพ ความพร้อม สุขภาวะ และแรงจูงใจของบุคลากรแต่ละช่วงวัย โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากทุนมนุษย์ของข้าราชการอาวุโสที่มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และองค์ความรู้เชิงระบบ ซึ่งสามารถถ่ายทอดสู่บุคลากรรุ่นใหม่ และช่วยลดผลกระทบจากภาวะขาดแคลนกำลังคนด้านสาธารณสุขในอนาคต ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

การตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขส่วนใหญ่ตัดสินใจเกษียณอายุราชการเมื่ออายุ 60 ปี รองลงมา ตัดสินใจเกษียณอายุราชการก่อนอายุ 60 ปี ขณะที่ตัดสินใจเกษียณอายุราชการหลังอายุ 60 ปี มีสัดส่วนน้อยที่สุด

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนบุตร ตำแหน่งหน้าที่ อายุราชการ ของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ ขณะที่พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์คุณภาพชีวิตในการทำงาน

ของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการรายด้าน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านร่างกายและจิตใจ ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม และด้านความสมดุล พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการทุกด้าน โดยด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนมากที่สุด คือ ด้านความสมดุล นอกจากนั้นยังพบว่า เจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการรายด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้และความเชื่อ ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก และด้านพฤติกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการทุกด้าน โดยด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรม

สำหรับผลการศึกษาการจัดกลุ่มมุมมองของข้าราชการกระทรวงสาธารณสุขที่มีต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ พบว่า กลุ่มที่เลือกเกษียณก่อนอายุ 60 ปี และกลุ่มที่เลือกเกษียณเมื่ออายุ 60 ปี มีมุมมองต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการในมิติแรงจูงใจส่วนบุคคลมากที่สุด ด้านกลุ่มที่เลือกเกษียณหลังอายุ 60 ปี มีมุมมองต่อการตัดสินใจเกษียณอายุราชการในมิติบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงานมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 นโยบายการขยายอายุเกษียณราชการควรมีความยืดหยุ่น เป็นไปตามความสมัครใจของข้าราชการ โดยไม่ใช้เป็นมาตรการบังคับ เพื่อให้สอดคล้องกับความแตกต่างด้านสุขภาพ สมรรถนะ และความพร้อมของบุคลากรแต่ละราย ทั้งนี้อาจพิจารณาการประเมินผลการปฏิบัติงานควบคู่กับการตรวจสุขภาพประจำปีร่วมด้วย เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรยังมีสมรรถนะและความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่กระทบต่อคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนของภาครัฐ

1.2 ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงรุกและการสร้างความเข้าใจต่อนโยบายการขยายอายุเกษียณราชการ เพื่อเสริมสร้างเจตคติเชิงบวกของข้าราชการ อันนำไปสู่การมีความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินนโยบาย และการจูงใจให้บุคลากรที่มีศักยภาพเลือกต่ออายุเกษียณราชการ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อให้เกิดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเกษียณอายุราชการ โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อสะท้อนมุมมอง แรงจูงใจ ความคาดหวัง และประสบการณ์ของข้าราชการในบริบทการทำงานจริง ซึ่งจะช่วยเสริมความสมบูรณ์ในการอธิบายผลการวิจัย

2.2 การขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างประเภทการจ้างอื่น เช่น พนักงานราชการ พนักงานกระทรวงสาธารณสุข ลูกจ้างประจำ หรือลูกจ้างชั่วคราว เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับกลุ่มข้าราชการ จะช่วยให้ได้มุมมองที่กว้างขึ้น เข้าใจโครงสร้างแรงงานด้านสาธารณสุขในมิติต่าง ๆ และสนับสนุนการกำหนดนโยบายด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรแต่ละประเภทได้อย่างเหมาะสม

2.3 มุ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 55 - 60 ปี หรือมีอายุราชการ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงสำคัญของการวางแผนเกษียณ ซึ่งจะมีทัศนคติและความคาดหวังต่อการเกษียณที่ชัดเจน จากประสบการณ์ทำงานยาวนาน และมีแนวโน้มให้เหตุผลที่ตรงกับพฤติกรรมการตัดสินใจเกษียณมากขึ้น การเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มนี้จึงช่วยให้งานวิจัยสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกษียณได้อย่างแม่นยำ และสามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนานโยบายหรือมาตรการเตรียมความพร้อมสู่การเกษียณของบุคลากรภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 การประยุกต์ใช้สถิติขั้นสูงมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ และพยากรณ์ความน่าจะเป็น รวมถึงแนวโน้มในการตัดสินใจเกษียณอายุราชการได้อย่างละเอียดและมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยอาจพิจารณาใช้สถิติ เช่น การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกแบบพหุ (Multiple Logistic Regression) เพื่อวิเคราะห์โอกาสในการตัดสินใจเกษียณ

ในแต่ละช่วงอายุ หรือการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทั้งทางตรงและทางอ้อม

เอกสารอ้างอิง

กัญญณัฐ โภคาพันธ์. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการของข้าราชการกรุงเทพมหานคร*. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

จุฑามาศ สุขขาว. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกษียณอายุราชการก่อนกำหนดของข้าราชการศาลยุติธรรม*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

ไทยพีบีเอส. (2567). *"ปั๊มลูกกู้ชาติ" แก้วิกฤตเด็กเกิดน้อย วัยแรงงานทิ้งช่วงยาว 20 ปี*. สืบค้นจาก https://www.thaipbs.or.th/news/content/336093.

ธนพร เทพบัวทอง. (2561). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายอายุเกษียณการทำงาน กรณีศึกษา การประปาส่วนภูมิภาค.* (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ธนินทร์พัทรา จันทร์อาภรณ์. (2561). *ผลกระทบจากนโยบายขยายอายุเกษียณราชการ : ศึกษาเฉพาะกรณีกองบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข*. (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

พนิตชญา ลิ้มศิริ. (2563). *ทัศนคติต่อการขยายอายุเกษียณการทำงานในมุมมองของแต่ละรุ่นวัย กรณีศึกษาบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา.* (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

พระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494. (2494). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 68 ตอนที่ 24 ฉบับพิเศษ. หน้า 1-7 (11 เมษายน 2494).

มัธณา ตอมพุดซา. (2560). *ความคิดเห็นต่อการทำงานหลังเกษียณ.* (สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

วรดร เลิศรัตน์. (2566). *ถึงเวลาเพิ่มอายุเกษียณ แก้จนยามแก่ สร้างระบบบำนาญยั่งยืน?*. สืบค้นจาก https://www.the101.world/raising-retirement-age/.

วารุณี สิทธิรังสรรค์. (2565). *กลุ่มหมอขอสิทธิ์ "ชั่วโมงการทำงานแพทย์" ออกเป็นกฎหมายควบคุม แก้ปัญหาภาระงานวนลูปหลายสิบปี.* สืบค้นจาก https://www.hfocus.org/content/2022/06/25393.

วีรวรรณ แก้วใส. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการทำงานต่อในระบบราชการของข้าราชการที่ใกล้เกษียณอายุราชการ.* (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขกระทรวงสาธารณสุข. (2568). *คู่มือโครงสร้างและกรอบอัตรากำลังหน่วยงานในราชการบริหารส่วนภูมิภาค (ปี พ.ศ. 2565 - 2569) สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข*. สืบค้นจาก https://hr.moph.go.th/site/hr_moph/?p=578132.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Massachusetts: Addison-Wesley.

Simon, H.A. (1966). *Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*. New York: The Free Press.

Triandis, H. C. (1971). *Attitude and Attitude Change* (*Wiley foundations in social psychology)*. New Jersey: John Wileys & Sons Inc.

Walton, R. E. (1973). Quality of working life: what is it?. *Sloan Management Review, 15*(1), 11.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis.* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Factors Influencing the Decision to Purchase Electric Vehicles in Bangkok and Metropolitan Area

Natcha Luanjumroen[1*] and Tidarat Pongvachirint[2]

[1] *Graduate School, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand*

[2] *International School of Management, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: 2411131603011@live4.utcc.ac.th*

ABSTRACT

This research article aims to: (1) examine the influence of government policy factors on the decision to purchase electric vehicles (EVs); (2) investigate the influence of perceived benefits on EV purchase decisions; and (3) analyze the influence of infrastructure factors on EV purchase decisions in Bangkok and its metropolitan area. This study employed a quantitative research approach. The sample consisted of 385 consumers residing in Bangkok and its surrounding metropolitan areas. A questionnaire was used as the data collection instrument. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics through multiple regression analysis, with the level of statistical significance set at 0.05. The findings revealed that the majority of respondents were female, aged 31–40 years, held a bachelor's degree, worked as government officials or state enterprise employees, and had an average monthly income of 30,001–40,000 baht. Government policy factors significantly influenced EV purchase decisions, particularly measures such as fee reductions, subsidies, and tax incentives. Perceived benefits were rated at the highest level and had a positive effect on purchase decisions. Infrastructure factors were rated at a high level, especially the availability of charging stations and the stability of the electricity supply system. The hypothesis testing results confirmed that government policies, perceived benefits, and infrastructure significantly influenced electric vehicle purchase decisions at a statistically significant level.

Keywords: Electric Vehicles, Purchase Decision, Government Policy, Perceived Usefulness, Infrastructure

Received: 11 February 2026;
Revised: 10 April 2026;
Accepted: 13 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ณัฐชา ล้วนจำเริญ[1*] และ ธิดารัตน์ พงษ์วชิรินทร์[2]

[1] *บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย*

[2] *วิทยาลัยนานาชาติเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย*

[*] *Corresponding author. E-mail: 2411131603011@live4.utcc.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า 2) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า และ 3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31–40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–40,000 บาท ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะมาตรการลดค่าธรรมเนียม เงินอุดหนุน และสิทธิประโยชน์ทางภาษี การรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุดและส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อ ขณะที่ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้าและเสถียรภาพของระบบไฟฟ้า ผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่า นโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ และโครงสร้างพื้นฐาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: รถยนต์ไฟฟ้า, การตัดสินใจซื้อ, นโยบายภาครัฐ, การรับรู้ประโยชน์, โครงสร้างพื้นฐาน

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

ปัจจุบันโลกกำลังเผชิญกับภาวะวิกฤตด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรง ปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมของมนุษย์ โดยเฉพาะภาคการขนส่งซึ่งเป็นแหล่งสำคัญของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างกว้างขวาง ประเทศไทยในฐานะภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ได้ตั้งเป้าหมายให้ประเทศบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี พ.ศ. 2593 และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี พ.ศ. 2608 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2563) ดังนั้น การเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้พลังงานสะอาดและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงเป็นประเด็นสำคัญเร่งด่วน โดยเฉพาะในภาคการขนส่งซึ่งเป็นแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึงร้อยละ 29.16 ของภาคพลังงานทั้งหมด (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2567) การส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าจึงนับเป็นกลไกสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งช่วยบรรเทาปัญหามลพิษทางอากาศ โดยเฉพาะปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM2.5 ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างต่อเนื่อง

รถยนต์ไฟฟ้าเป็นนวัตกรรมสำคัญที่มีบทบาทต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไปสู่ความยั่งยืน ในช่วงที่ผ่านมา ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นพื้นที่เมืองหลักที่มีความพร้อมทั้งด้านกำลังซื้อ โครงสร้างพื้นฐาน การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และรูปแบบการใช้ชีวิตที่เอื้อ

ต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ทั้งนี้ ข้อมูลการจดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ (BEV) ในประเทศไทยช่วงเดือนมกราคมถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2567 มีจำนวน 59,670 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2567) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของตลาดรถยนต์ไฟฟ้าอย่างชัดเจน และเมื่อพิจารณาในบริบทของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการใช้ยานพาหนะหนาแน่น มีโครงข่ายคมนาคมขนาดใหญ่ และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ ยิ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในพื้นที่ดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงถือเป็นบริบทที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สะท้อนแนวโน้มการยอมรับรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคไทยได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านความพร้อมของตลาดและความเป็นไปได้ในการขยายตัวในอนาคต

นอกจากนี้ รัฐบาลไทยยังได้กำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบคมนาคมพลังงานสะอาด โดยกำหนดเป้าหมายให้มีการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าร้อยละ 30 ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดภายในปี พ.ศ. 2573 ภายใต้นโยบาย EV 3.0 และ EV 3.5 ซึ่งครอบคลุมมาตรการสำคัญหลายประการ ได้แก่ การให้เงินอุดหนุนเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภค การลดภาษีสรรพสามิต การลดอากรขาเข้าสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สถานีอัดประจุไฟฟ้า และการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ผลิตต้องผลิตรถยนต์ไฟฟ้าชดเชยการนำเข้า มาตรการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของภาครัฐในการสร้างแรงจูงใจทั้งด้านราคา ความคุ้มค่า และความเชื่อมั่นในการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (กรมการขนส่งทางบก, 2567) จากบริบทของตลาดรถยนต์ไฟฟ้าไทยที่กำลังขยายตัว ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถพิจารณาได้จากหลายมิติ โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้น 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในบริบทของผู้บริโภคเมือง ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐมีความสำคัญในฐานะกลไกสนับสนุนจากภายนอกที่ช่วยลดภาระต้นทุนและสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ขณะที่การรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความคุ้มค่า ทั้งในด้านการประหยัดพลังงาน การลดค่าใช้จ่ายระยะยาว และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ความพร้อมของสถานีชาร์จ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ และความมั่นคงของระบบไฟฟ้า เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้งานจริง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณการเดินทางสูงและมีความต้องการใช้โครงสร้างพื้นฐานอย่างเข้มข้น

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทของสังคมเมืองที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้พลังงานสะอาดได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ประการที่สอง เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า และประการสุดท้าย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางเชิงนโยบาย การวางแผนส่งเสริมตลาดรถยนต์ไฟฟ้า และการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

กลุ่มตัวอย่างกำหนดจากสูตรของ Cochran (1977) สำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (Z = 1.96) และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ±5% (e = 0.05) คำนวณได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384 คน และเพื่อความเหมาะสมจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

1) ปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

2) ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ จำนวน 9 ข้อ

3) การรับรู้ประโยชน์ จำนวน 3 ข้อ

4) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน จำนวน 9 ข้อ

5) การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 3 ข้อ

ข้อคำถามในส่วนที่ 2–5 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert’s Scale)

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.89–1.00 แสดงว่าเครื่องมือมีความเหมาะสม

จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) พบว่าค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.875 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อถือได้ในระดับสูง

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น สามารถกำหนดสมมติฐานของการศึกษา ได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2) การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน เมื่อพิจารณาร่วมกัน สามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและพัฒนาเครื่องมือวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่ผู้วิจัยจัดทำ และเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายข้อมูลส่วนบุคคลและระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

สำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลผลโดยใช้อันตรภาคชั้น ดังนี้

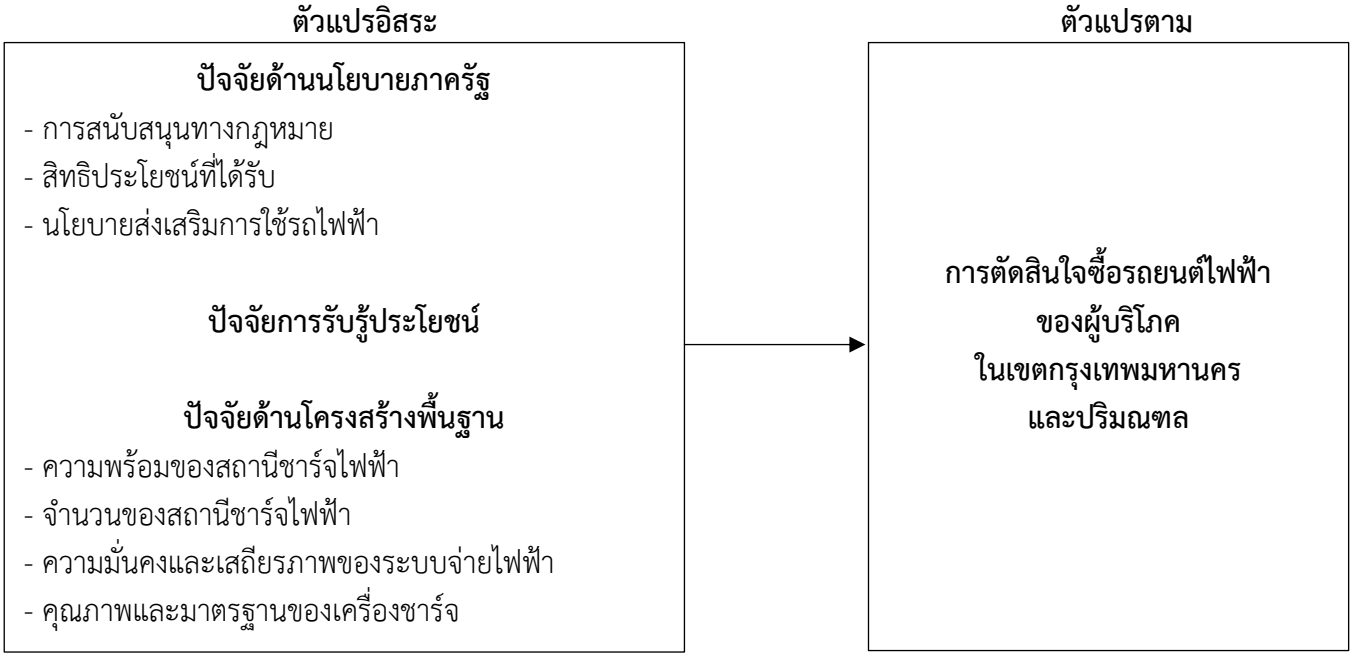
ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่แบบจำลองเดียว เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ก่อนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ค่า VIF และ Correlation Matrix รวมทั้งทดสอบ heteroskedasticity และความทนทานของแบบจำลอง (model robustness) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พัฒนากรอบแนวคิดจากการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยกำหนดให้ ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นตัวแปรตาม ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐสะท้อนบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าผ่านมาตรการด้านกฎหมาย สิทธิประโยชน์ทางการเงิน และการสนับสนุนเชิงระบบ ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอนและสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ (เอกวิทย์ ระกัม, 2565; ชวิศ ตรีนุมิตร, 2565) ขณะที่การรับรู้ประโยชน์เป็นการประเมินของผู้บริโภคต่อความคุ้มค่าและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ทั้งในด้านการประหยัดค่าใช้จ่าย ความสะดวกในการใช้งาน และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อ (สุภารดี เชิดเพชรัตน์, 2565) ส่วนปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของสถานีชาร์จ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ และความมั่นคงของระบบไฟฟ้า ซึ่งล้วนมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (จันทนา วันคนิตย์, 2563; ณัฐกิตติ์ ดิลกเธียรศักดิ์ และคณะ,

2567) ดังนั้น กรอบแนวคิดของการวิจัยจึงเสนอว่า ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ การรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือจังหวัดนนทบุรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และปทุมธานี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 ส่วนจังหวัดสมุทรปราการ นครปฐม และสมุทรสาคร มีสัดส่วนรองลงมาตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เมืองหลักที่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงเทคโนโลยี เมื่อพิจารณาแผนการซื้อรถยนต์ในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแผนจะซื้อรถยนต์ภายใน 1 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมาคือกลุ่มที่สนใจรถยนต์ไฟฟ้าแต่ยังไม่มีแผนการซื้อที่ชัดเจน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และกลุ่มที่มีแผนซื้อภายใน 2–3 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อในระยะเวลาอันใกล้ ในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือกลุ่ม LGBTQ+ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และเพศชาย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 ด้านอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31–40 ปี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือช่วงอายุ 41–50 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 สะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่มีความมั่นคงและกำลังซื้อ ด้านระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาคือระดับปวช./ปวส. และปริญญาโทขึ้นไป ตามลำดับ ขณะที่ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความมั่นคงในอาชีพ สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 30,001–40,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาคือช่วง 20,001–30,000 บาท และ 40,001–50,000 บาท ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร อยู่ในวัยทำงาน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพที่มีความมั่นคง และมีรายได้ระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ซึ่งแสดงถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจและความพร้อมในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในอนาคต

1. ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 รองลงมาคือ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 และการสนับสนุนทางกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 ตามลำดับ สามารถสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

- การสนับสนุนทางกฎหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มาตรฐานความปลอดภัยของรถยนต์ไฟฟ้าที่รัฐกำหนดมีความเหมาะสม และการควบคุมคุณภาพแบตเตอรี่โดยภาครัฐเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.35 โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 และ 0.63 ตามลำดับ ส่วนการคุ้มครองผู้บริโภครถยนต์ไฟฟ้าโดยกฎหมายมีความเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42 ซึ่งแม้จะต่ำที่สุด แต่ยังอยู่ในระดับมากที่สุด

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การลดค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนรถไฟฟ้าเป็นแรงจูงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 รองลงมาคือ เงินอุดหนุนจากมาตรการ EV จากรัฐบาลทำให้รถยนต์ไฟฟ้ามีราคาคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และการลดภาษีรถยนต์ไฟฟ้าเป็นเหตุจูงใจที่สำคัญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 ตามลำดับ

- นโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานจากรัฐเป็นปัจจัยสำคัญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 รองลงมาคือ รัฐบาลจะมีนโยบายสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 และเป้าหมาย Carbon Neutrality ของไทยส่งผลต่อกา

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ	B	SE	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	2.459	0.294		8.366	0.000*		
การสนับสนุนทางกฎหมาย (X_1)	0.130	0.055	0.130	2.345	0.020*	0.768	1.302
สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ (X_2)	-0.010	0.061	-0.009	-0.171	0.864	0.798	1.252
นโยบายส่งเสริมการใช้รถไฟฟ้า (X_3)	0.262	0.052	0.264	5.070	0.000*	0.864	1.157
R^2 = 0.107 F = 15.240 Sig = 0.000*							

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า โมเดลมีความเหมาะสมทางสถิติ (F = 15.240, Sig. = 0.000) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้ร้อยละ 10.7 (R^2 = 0.107) ซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ แต่ยังมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า การสนับสนุนทางกฎหมาย (X_1) และนโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (X_3) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ สิทธิประโยชน์

ที่ได้รับ (X_2) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.768–0.864 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.157–1.302 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) สมการถดถอยสามารถเขียนได้ดังนี้

และสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y_{\text{ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ}} = 2.459 + 0.130(X_1) + 0.262(X_3)$$

ซึ่งแบบจำลองการถดถอยพหุคูณมีความเหมาะสมทางสถิติ ไม่มีปัญหา Multicollinearity และ Heteroskedasticity อีกทั้งยังผ่านการตรวจสอบความคงทนของโมเดล (Robustness) ส่งผลให้สามารถเชื่อถือผลการวิเคราะห์ได้ ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะการสนับสนุนทางกฎหมาย (X_1) และ นโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (X_3) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะการสนับสนุนทางกฎหมายและนโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผลการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่านเห็นว่าประโยชน์ระยะยาวของรถยนต์ไฟฟ้าคุ้มค่าการลงทุน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาคือ ท่านคิดว่ารถยนต์ไฟฟ้ามีความคุ้มค่าในการซื้อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และท่านคิดว่ารถยนต์ไฟฟ้าจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับน้ำมันดีกว่ารถยนต์ทั่วไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การรับรู้ประโยชน์	B	SE	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	2.863	.246		11.630	0.000*		
การรับรู้ประโยชน์(X_1)	0.297	0.058	0.254	5.150	0.000*	1.000	1.000
R^2 = 0.065 F = 26.525 Sig = 0.000*							

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า โมเดลมีความเหมาะสมทางสถิติ (F = 26.525, Sig. = 0.000) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้ร้อยละ 6.5 (R^2 = 0.065) ซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ แต่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า การรับรู้ประโยชน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (B = 0.297, Beta = 0.254, t = 5.150, Sig. = 0.000) แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์ของรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในด้านการตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) พบว่า ค่า Tolerance เท่ากับ 1.000 และค่า VIF เท่ากับ 1.000 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุในโมเดล

และสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y_{\text{การรับรู้ประโยชน์}} = 2.863 + 0.297(X_1)$$

แบบจำลองการถดถอยพหุคูณมีความเหมาะสมทางสถิติ ไม่มีปัญหา Multicollinearity และ Heteroskedasticity อีกทั้งยังผ่านการตรวจสอบความคงทนของโมเดล (Robustness) ส่งผลให้สามารถเชื่อถือผลการวิเคราะห์ได้ การรับรู้ประโยชน์ (X_1) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สรุปได้ว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ขนาดของอิทธิพลโดยรวมจะอยู่ในระดับไม่สูงมาก แต่ก็สะท้อนให้เห็นว่าการเสริมสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของรถยนต์ไฟฟ้ามีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 รองลงมาคือ ความมั่นคงและเสถียรภาพของระบบจ่ายไฟฟ้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และคุณภาพและมาตรฐานของเครื่องชาร์จ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 ตามลำดับ สามารถสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

- ความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ จำนวนสถานีชาร์จในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีเพียงพอต่อความต้องการ และการเข้าถึงสถานีชาร์จในชีวิตประจำวันมีความสะดวก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.30 โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และ 0.48 ตามลำดับ ส่วนการกระจายตัวของสถานีชาร์จครอบคลุมพื้นที่ที่ใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 ซึ่งยังอยู่ในระดับมากที่สุด

- ความมั่นคงและเสถียรภาพของระบบจ่ายไฟฟ้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความมั่นใจในความเสถียรของระบบไฟฟ้าสำหรับการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สถานีชาร์จมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 และระบบไฟฟ้าในประเทศไทยพร้อมรองรับการเพิ่มขึ้นของรถยนต์ไฟฟ้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 ซึ่งทั้งสองข้ออยู่ในระดับมาก

- คุณภาพและมาตรฐานของเครื่องชาร์จ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความมั่นใจในความปลอดภัยของเครื่องชาร์จที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความเร็วในการชาร์จของเครื่องชาร์จปัจจุบันเป็นที่พอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 และเครื่องชาร์จมีความเข้ากันได้กับรถยนต์ไฟฟ้าหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 ซึ่งทั้งสองข้ออยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน	B	SE	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	0.542	0.269		2.015	0.045		
ความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้า (X_1)	0.493	0.052	0.465	9.524	0.000*	0.711	1.406
ความมั่นคงและเสถียรภาพของระบบจ่ายไฟฟ้า (X_2)	0.351	0.033	0.530	10.545	0.000*	0.672	1.489
คุณภาพและมาตรฐานของเครื่องชาร์จ (X_3)	0.004	0.061	0.003	.059	0.953	0.667	1.499
R^2 = 0.354 F = 69.553 Sig = 0.000*							

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า โมเดลมีความเหมาะสมทางสถิติ (F = 69.553, Sig. = 0.000) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้ร้อยละ 35.4 (R^2 = 0.354) ซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างสูงและมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า ความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้า (X_1) และความมั่นคงและเสถียรภาพของระบบจ่ายไฟฟ้า (X_2) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ คุณภาพและมาตรฐานของเครื่องชาร์จ (X_3) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.667–0.711 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.406–1.499 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

และสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y_{\text{ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน}} = 0.542 + 0.493(X_1) + 0.351(X_2)$$

แบบจำลองการถดถอยพหุคูณไม่มีปัญหา Multicollinearity และ Heteroskedasticity อีกทั้งยังผ่านการตรวจสอบความคงทนของโมเดล (Robustness) ส่งผลให้สามารถเชื่อถือผลการวิเคราะห์ได้ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้า (X_1) ความมั่นคงและเสถียรภาพของระบบจ่ายไฟฟ้า (X_2) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้าและความมั่นคงของระบบจ่ายไฟฟ้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

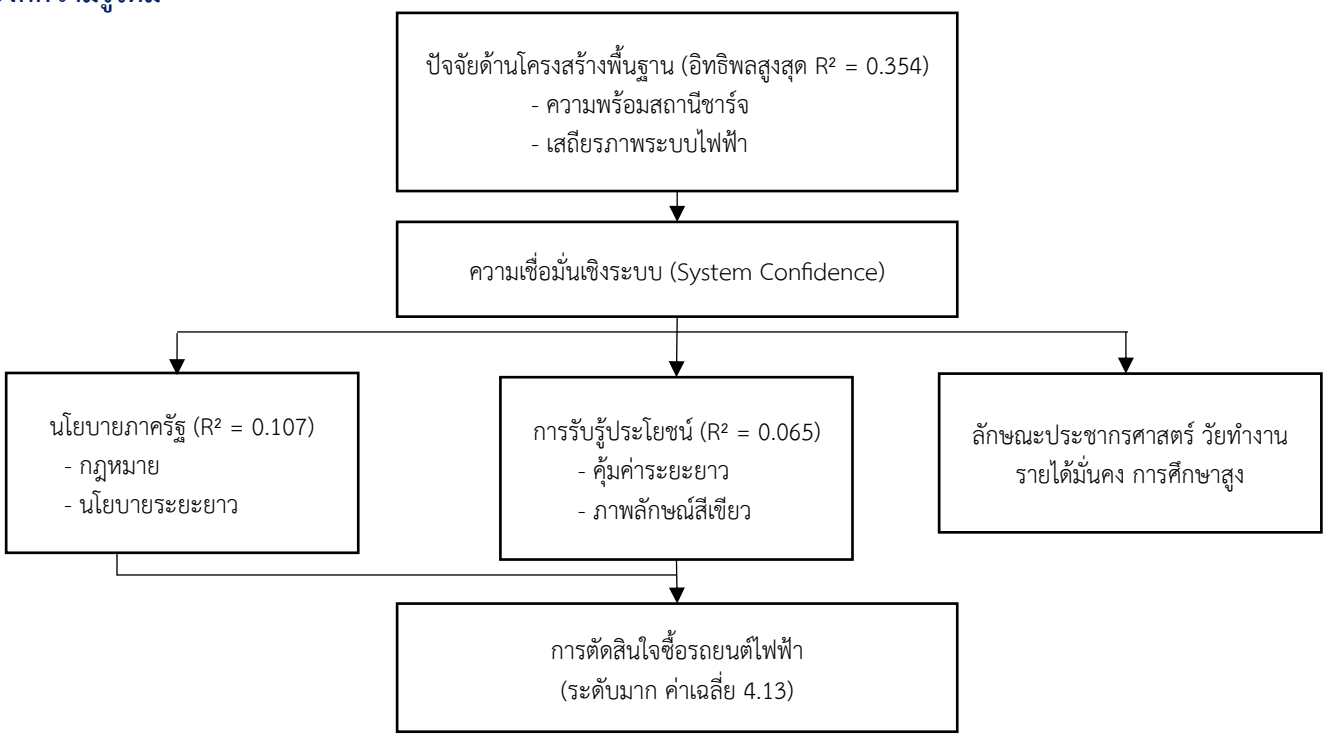
จากการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า พบว่า นโยบายภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะมาตรการด้านกฎหมาย มาตรฐานความปลอดภัยและการกำกับดูแลที่ชัดเจน ซึ่งช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับแบตเตอรี่และระบบไฟฟ้า และเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ แม้สิทธิประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เช่น การลดภาษี เงินอุดหนุน และการลดค่าธรรมเนียม จะมีบทบาทรองลงมา แต่ยังเป็นแรงจูงใจสำคัญในการลดต้นทุนเริ่มต้น โดยเฉพาะในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาด ขณะเดียวกันการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สถานีชาร์จไฟฟ้า และการกำหนดเป้าหมายสิ่งแวดล้อมระดับชาติ ช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและความมั่นใจในทิศทางนโยบายระยะยาว ผลการศึกษาสอดคล้องกับ เอกวิทย์ ระกัม (2565) และ สุทัศน์ วงศ์สกุลชัย (2567) ที่ยืนยันว่ามาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งด้านความปลอดภัยและสิทธิประโยชน์ มีอิทธิพลต่อการยอมรับ

รถยนต์ไฟฟ้า โดยสรุป นโยบายภาครัฐที่ชัดเจน ต่อเนื่อง และบูรณาการ เป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

จากการศึกษา อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า พบว่า ผู้บริโภครับรู้ประโยชน์ของรถยนต์ไฟฟ้าในระดับสูงมาก โดยเฉพาะประโยชน์ด้านสังคมและจิตวิทยา เช่น การแบ่งปันประสบการณ์ใหม่ ความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความพึงพอใจจากภาพลักษณ์ที่ทันสมัย สะท้อนว่าการตัดสินใจซื้อไม่ได้ขับเคลื่อนด้วยเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียว แต่เชื่อมโยงกับคุณค่าทางสังคมและอัตลักษณ์ของผู้บริโภค แม้การประหยัดพลังงานเป็นข้อได้เปรียบสำคัญ แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ค่อนข้างมั่นคง ปัจจัยดังกล่าวถูกมองเป็นคุณสมบัติพื้นฐานมากกว่าจุดสร้างความแตกต่าง ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในระยะยาว โดยเฉพาะต้นทุนบำรุงรักษาที่ต่ำ โครงสร้างรถที่เรียบง่าย และแนวโน้มมูลค่าขายต่อที่ดีขึ้น ทำให้มองการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในฐานะการลงทุนที่มีเสถียรภาพมากกว่าการประหยัดค่าเชื้อเพลิงระยะสั้น ผลการศึกษาสอดคล้องกับ เพ็ญรุ้ง จำปาทอง (2566) ที่ชี้ว่าการรับรู้คุณค่า คุณภาพ และเทคโนโลยีสะอาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่าต้นทุนพลังงาน และสอดคล้องกับ คมสิงห์ วิวัฒนภูษิต และคณะ (2566) ที่พบว่าความทันสมัยและภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในกรุงเทพมหานคร การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ โดยเน้นความคุ้มค่าในระยะยาว ภาพลักษณ์นวัตกรรม และความยั่งยืน ดังนั้น การสื่อสารการตลาดควรมุ่งเน้นคุณค่าเชิงระบบและผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าการเน้นเพียงการประหยัดพลังงานในระยะสั้น

จากการศึกษา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า พบว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น สะท้อนว่าโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะสถานีชาร์จและระบบจ่ายไฟฟ้า เป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่กำหนดความเป็นไปได้ในการใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน และทำหน้าที่เสมือนปัจจัยคอขวดในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ความพร้อมและการกระจายตัวของสถานีชาร์จเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สร้างความมั่นใจ ลดความกังวลเรื่องการเดินทางระยะไกล และทำให้ผู้บริโภครับรู้ว่ารถยนต์ไฟฟ้าสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ขณะเดียวกัน ความมั่นคงและเสถียรภาพของระบบไฟฟ้ามีผลต่อความปลอดภัย อายุแบตเตอรี่ และความต่อเนื่องในการใช้งาน จึงช่วยลดความเสี่ยงและเสริมความเชื่อมั่นในระยะยาว ส่วนคุณภาพเครื่องชาร์จไม่ส่งผลเด่นชัด เนื่องจากถูกมองเป็นมาตรฐานพื้นฐานที่ควรมีอยู่แล้ว ผลการศึกษาสอดคล้องกับ จันทนา วันคนิตย์ (2563) ที่ชี้ว่าโครงสร้างพื้นฐานเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างความเชื่อมั่น และสอดคล้องกับ ทศมงคล พงศ์พันธ์ (2564) ที่พบว่า การที่ผู้บริโภคเคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าและสถานีชาร์จในพื้นที่ชุมชนของตนเอง มีส่วนช่วยเพิ่มความตั้งใจในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบบไฮบริดปลั๊กอิน เนื่องจากการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานจริงสามารถช่วยสร้างความมั่นใจและลดความกังวลของผู้บริโภคต่อการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าได้

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษาสามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะความชัดเจนของกฎหมาย มาตรการกำกับดูแล และนโยบายส่งเสริมระยะยาว ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภครับรู้ว่ารถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกที่ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

2. การรับรู้ประโยชน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในมิติของความคุ้มค่าในระยะยาว ความทันสมัยของเทคโนโลยี และภาพลักษณ์ของการเป็นผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม สะท้อนว่าผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาเพียงการประหยัดค่าใช้จ่ายระยะสั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของรถยนต์ไฟฟ้าด้วย

3. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นเงื่อนไขสำคัญที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะความพร้อมของสถานีชาร์จและความมั่นคงของระบบไฟฟ้า ซึ่งมีผลต่อความมั่นใจในการใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน และช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับความสะดวกและความต่อเนื่องในการใช้รถยนต์ไฟฟ้า

ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาครั้งนี้ คือ การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคเกิดจากการประเมินอย่างรอบด้านทั้งในมิติของความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ คุณค่าที่ได้รับจากการใช้รถยนต์ไฟฟ้า และความพร้อมของสภาพแวดล้อมในการใช้งานจริง ซึ่งสะท้อนว่าการส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ควรดำเนินควบคู่กันทั้งด้านนโยบาย การสื่อสารคุณค่า และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเฉพาะการสนับสนุนทางกฎหมายและนโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ของรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น ก็มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้าและความมั่นคงของระบบจ่ายไฟฟ้า ซึ่งช่วยเสริมความมั่นใจในการใช้งานจริงของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความพร้อมของสถานีชาร์จไฟฟ้าและความมั่นคงของระบบจ่ายไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคโดยตรง

1.2 ภาครัฐควรกำหนดมาตรการด้านกฎหมาย มาตรฐานความปลอดภัย และการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแบตเตอรี่ ระบบไฟฟ้า และความปลอดภัยในการใช้งาน

1.3 ภาครัฐควรดำเนินนโยบายส่งเสริมรถยนต์ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่องและมีความชัดเจนในระยะยาว เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงทิศทางการสนับสนุนที่มั่นคง ซึ่งจะช่วยลดความไม่แน่นอนและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น

1.4 การสื่อสารนโยบายภาครัฐควรมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเห็นประโยชน์ของรถยนต์ไฟฟ้าในระยะยาวอย่างชัดเจน เช่น ความคุ้มค่าในการใช้งาน ความสะดวก ความทันสมัย และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1.5 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการดำเนินงานร่วมกันทั้งด้านนโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการสื่อสารข้อมูลแก่ประชาชน เพื่อให้การส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้จำกัดอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีบริบททางเศรษฐกิจและสังคมเฉพาะพื้นที่ งานวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังภูมิภาคอื่น เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าและนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายในระดับประเทศที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น

2.2 ควรเพิ่มตัวแปรด้านการยอมรับเทคโนโลยี เช่น การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจในเทคโนโลยี และทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม เพื่ออธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อได้อย่างรอบด้านมากขึ้น

2.3 ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเสริมการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มควบคู่กับแบบสอบถาม เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจและมุมมองของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง

2.4 ควรพิจารณาปัจจัยภายนอกเพิ่มเติม เช่น การรับรู้ปัญหามลพิษ อิทธิพลทางสังคม และการสื่อสารการตลาดด้านพลังงานสะอาด ซึ่งอาจมีผลต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในระยะยาว

2.5 เนื่องจากนโยบายและเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ควรดำเนินการวิจัยเชิงติดตามเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และประเมินผลของนโยบายภาครัฐต่อการเติบโตของตลาดอย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

กรมการขนส่งทางบก. (2567). *กรมการขนส่งทางบก เผยสถิติการจดทะเบียนรถใหม่และรถพลังงาน ไฟฟ้าระหว่างเดือนมกราคม - กรกฎาคม 2567 จำนวน 1,623,778 คัน*. สืบค้นจาก https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/316650.

คมสิงห์ วิวัฒนภูษิต, เสาวรัตน์ บรรยงพัฒนะ, พงษ์เทพ ศรีโสภาจิต, จุฬาลักษณ์ ฟูรูโนะ และ พิบูล ทีปะปาล. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยทางบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์, 12*(2), 45–60.

จันทนา วันคนิตย์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของ Generation Y*. (การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).

ชวิศ ตรีนุมิตร. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ที่มีเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ณัฐกิตติ์ ดิลกเธียรศักดิ์, สนิทนุช นิยมศิลป์ และ ทัศนีย์ สิราริยกุล. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 21*(2), 1-16.

ทศมงคล พงศ์พันธ์. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2567). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2567–2569: อุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า*. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/hi-tech-industries/electric-vehicle/io/electric-vehicle-2024.

เพ็ญรุ้ง จำปาทอง. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า*. (บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ).

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2563). *แผนปฏิบัติราชการรายปี สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

สุทัศน์ วงศ์สกุลชัย. (2567). บทวิเคราะห์นโยบายส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า กรณีศึกษาประเทศจีนและประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และการจัดการสมัยใหม่, 15*(30), 125–141.

สุภารดี เชิดเพชรัตน์. (2565). *ส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายใต้โครงการช่วยเหลือของรัฐบาล จังหวัดนครราชสีมา*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา).

เอกวิทย์ ระกัม. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า. ใน *การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 22 4 กรกฎาคม 2565 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผ่านระบบการประชุมทางไกลเสมือนจริง* (น. 1101–1107). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Factors Influencing the Demand for Retirement Financial Products Among the Working-Age Population in Bangkok

Aniwat Dankul[1*] and Kittinan Phanthumsut[2]

[1] *Faculty of Science and Development, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand*

[2] *Marketing Academic Group, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: 2411131603001@live4.utcc.ac.th*

ABSTRACT

This study aimed to examine: (1) the relationship between the perceived value of retirement products and the desire to purchase retirement products; (2) the relationship between financial anxiety and the desire to purchase retirement products; and (3) the relationship between risk aversion and the desire to purchase retirement products. This quantitative research collected data using questionnaires from 385 working professionals aged 25–59 years in Bangkok. The data were analyzed using frequency distribution, percentages, means, and standard deviations, along with multiple regression analysis to test the hypotheses, with statistical significance set at the 0.05 level. The results showed that: (1) The perceived value of retirement products had a positive correlation with the desire to purchase retirement products, with statistical significance at the 0.05 level. Consumers who perceived the products as valuable, providing financial security, and offering appropriate returns had a higher intention and desire to purchase them. (2) Financial anxiety had no positive correlation with the desire to purchase retirement products. Although consumers were concerned about future expenses, uncertain income, and economic volatility, these concerns did not increase their intention to purchase retirement products. Conversely, they may lead to further delays in decision-making. (3) Risk aversion showed no positive correlation with the demand for retirement products. Even though consumers prioritize principal safety, high levels of risk aversion do not necessarily lead to increased demand. Consumers desire more information, transparency, and assurance before making a decision.

Keywords: Perceived Value, Financial Anxiety, Risk Aversion, Financial Products, Demand for Retirement Financial Products

Received: 3 March 2026;
Revised: 11 April 2026;
Accepted: 13 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

อนิวัติ ด่านกุล[1*] และ กิตตินันท์ พันธุมสุต[2]

[1] *คณะวิทยพัฒน์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย*

[2] *กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: 2411131603001@live4.utcc.ac.th*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์และความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวลทางการเงินและความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงและความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ การศึกษาวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับผู้ที่ทำงานประจำในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 25–59 ปี จำนวนทั้งสิ้น 385 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งมีการวิเคราะห์โดยใช้สถิติการทดสอบการถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มองว่าผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่า ช่วยสร้างความมั่นคงทางการเงิน และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม จะมีความตั้งใจและต้องการซื้อสูงขึ้น 2) ความวิตกกังวลทางการเงินไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ แม้ว่าผู้บริโภคจะมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในอนาคต รายได้ที่ไม่แน่นอน และภาวะเศรษฐกิจผันผวน แต่ความกังวลดังกล่าวไม่ได้ทำให้เพิ่มความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ กลับอาจทำให้ชะลอการตัดสินใจมากกว่า และ 3) การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ แม้ว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของเงินต้น แต่ระดับการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่สูงไม่ได้ทำให้เกิดความต้องการซื้อเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคต้องการข้อมูลความโปร่งใส และความมั่นใจเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจ

คำสำคัญ: การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์, ความวิตกกังวลทางการเงิน, การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง, ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน, ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aging Society) โดยมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่าภายในปี 2573 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุมากกว่า 20 ล้านคน หรือคิดเป็นกว่า ร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างประชากรนี้ทำให้สัดส่วนวัยแรงงานลดลง ขณะที่สัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจสวัสดิการสังคมและภาระด้านสาธารณสุข ของประเทศภายใต้บริบทดังกล่าวประเด็นเรื่องความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณกลายเป็นความท้าทาย ที่สำคัญโดยเฉพาะในกลุ่มประชากรวัยทำงานซึ่งควรเป็นช่วงเวลาที่เตรียมความพร้อมด้านการเงินระยะยาวให้เพียงพอ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566)

อย่างไรก็ตามหลายคนยังขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบไม่ว่าจะเป็นการออมการลงทุนหรือการเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสม ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อความไม่พร้อมทางการเงินเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ การเกษียณอายุอย่างมีคุณภาพจำเป็นต้องอาศัยการวางแผนทางการเงินที่รอบคอบและเริ่มต้นตั้งแต่วัยทำงาน เนื่องจากช่วงหลังเกษียณเป็นระยะเวลา

ที่บุคคลต้องเผชิญกับการลดลงของรายได้ประจำขณะที่ค่าใช้จ่ายยังคงอยู่ในระดับเท่าเดิมหรืออาจเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพร่างกายที่เสื่อมถอย (วนิดา สมศรี และลดาวัลย์ ยมจินดา, 2566)

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สนับสนุนความมั่นคงระยะยาวได้แก่ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันชีวิตแบบบำนาญกองทุนรวมเพื่อการเกษียณ (RMF) และสิทธิประโยชน์จากประกันสังคม การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ต้องพิจารณาตามทัศนคติทางการเงิน ระดับความรู้ และศักยภาพรายได้ของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ การบันทึกรายรับ-รายจ่ายเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บุคคลประเมินสถานะทางการเงินได้อย่างชัดเจนและกำหนดแผนการออมที่เหมาะสมกับความสามารถของตน (พรเพ็ญ สดศรีชัย, 2568)

ในบริบทของเศรษฐกิจยุคดิจิทัลผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้พัฒนาอย่างรวดเร็วและมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการออม การลงทุน และการบริหารความเสี่ยงของประชาชน การพัฒนาเหล่านี้ยังเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้สังคมไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เช่น ระบบพร้อมเพย์ คิวอาร์โค้ด และโมบายแบงกิ้งเป็นกลไกที่ช่วยยกระดับการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (มนต์ทนา คงแก้ว และคณะ, 2564)

การตัดสินใจทางการเงินของบุคคลไม่ได้ขึ้นอยู่กับเหตุผลเพียงอย่างเดียว แต่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาและการรับรู้ส่วนบุคคล ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ ได้แก่ (1) การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ซึ่งหมายถึงการประเมินความคุ้มค่าที่ผู้บริโภครับรู้จากผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านคุณสมบัติ คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต (2) ความวิตกกังวลทางการเงิน (Financial Anxiety) ซึ่งหมายถึงความกังวลเกี่ยวกับความมั่นคงทางรายได้ ค่าใช้จ่ายในอนาคต ภาวะฉุกเฉินทางการเงิน หรือความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ และ (3) การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Aversion) ซึ่งหมายถึงแนวโน้มที่บุคคลจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยง แม้ผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงต่ำอาจไม่สูงเทียบเท่า

การศึกษาพบว่า ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในปี 2573 แม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเรื่องการออมเงินและการลงทุนรวมทั้งการวางแผนเกษียณแต่ยังมีเพียงส่วนน้อยที่ศึกษาปัจจัยแบบองค์รวม ซึ่งครอบคลุมทั้งความแตกต่างในด้านประชากรศาสตร์ ทักษะการเงิน และความชัดเจนของเป้าหมายการเกษียณ ซึ่งจากประเด็นข้างต้นผู้วิจัยจึงอยากศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณของประชากรในกลุ่มกรุงเทพมหานคร ภายใต้เงื่อนไขของการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความวิตกกังวลทางการเงิน และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง จึงมีความสำคัญต่อภาครัฐ เพราะจะช่วยให้หน่วยงานด้านการเงินและสถาบันการเงินสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ประชาชน ผู้กำหนดนโยบายด้านการเกษียณเข้าใจพฤติกรรมทางการเงินของคนไทย ประชากรวัยทำงานตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนเกษียณ และผู้ลงทุนมีข้อมูลในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ ทางการเงินเพื่อการเกษียณ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวลทางการเงินกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพทำงานประจำในเขตกรุงเทพมหานคร มีช่วงอายุระหว่าง 25–59 ปี เนื่องจากเป็นวัยทำงานที่เริ่มมีการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณและเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อใช้ยามเกษียณ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้กลุ่มประชากรดังกล่าวเป็นประชากรหลักของการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดขนาดจากสูตรการคำนวณของคอนแครน (Cochran, 1997) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยอาศัยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความวิตกกังวลเกี่ยวกับเงิน การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เพื่อให้เครื่องมือมีความครอบคลุม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถสะท้อนพฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

(1) คำถามคัดกรองคุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถาม

(2) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ ประกอบด้วย การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความวิตกกังวลเกี่ยวกับเงิน และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง

(4) ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ

สำหรับแบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 และในส่วนที่ 4 ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert’s Scale) ตั้งแต่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพื่อวัดระดับความคิดเห็นและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปวิเคราะห์เชิงสถิติทั้งเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) เกณฑ์การพิจารณาตาม Nunnally (1978) > 0.70 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ > 0.80 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน > 0.90 สำหรับงานวิจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ผลการทดสอบพบว่า ค่า Cronbach’s Alpha มีค่าเท่ากับ 0.943 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่สูง สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงเพื่อการวิจัยได้อย่างมั่นใจ

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น สามารถกำหนดสมมติฐานของการศึกษา ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1: ด้านการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ

สมมุติฐานที่ 2: ความวิตกกังวลทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ

สมมุติฐานที่ 3: การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงของบุคคลเพื่อการเกษียณมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย เอกสาร งานวิจัย และแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น วารสารวิชาการ งานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ และเอกสารทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำรวจรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความคิดเห็นต่อแต่ละตัวแปร

5.2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงของตัวแปรอิสระด้วยค่า Tolerance ค่า VIF และ Correlation Matrix จากนั้นใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความวิตกกังวลทางการเงิน และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ที่มีต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ

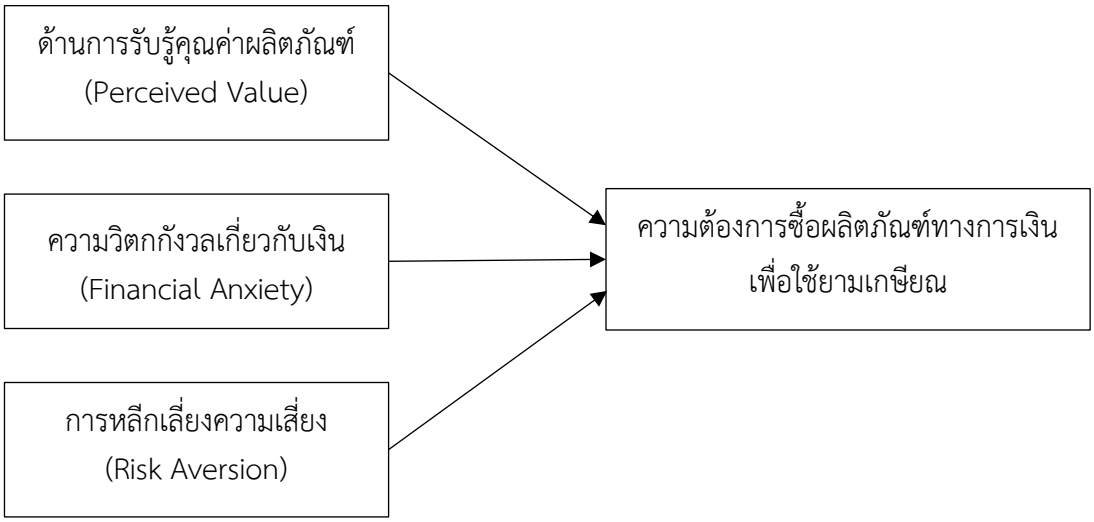
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Perceived Value) : การรับรู้คุณค่าเป็นกระบวนการประเมินเปรียบเทียบระหว่างอรรถประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Benefits) กับ สิ่งที่ต้องสูญเสียไป (Perceived Costs) ทั้งในรูปของตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน จากทฤษฎีคุณค่าของการบริโภค (Theory of Consumption Values) ของ Sheth et al. (1991) และโมเดล PERVAL ของ Sweeney and Soutar (2001) ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าในมิติด้านการใช้งาน (Functional), อารมณ์ (Emotional) และสังคม (Social) เป็นแรงจูงใจสำคัญ โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์การเงินเพื่อการเกษียณที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเมื่อรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นให้ความคุ้มค่าด้านผลตอบแทน ความปลอดภัย และความมั่นคงในอนาคตที่เหนือกว่าต้นทุนและค่าเสียโอกาส

ความวิตกกังวลทางการเงิน (Financial Anxiety) หมายถึงภาวะทางอารมณ์ที่สะท้อนการรับรู้ถึงความไม่มั่นคงและการขาดการควบคุมสถานการณ์ทางการเงิน ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากทั้งแรงกดดันทางการเงินที่เป็นรูปธรรมและการประเมินเชิงอัตวิสัยของบุคคล ภาวะดังกล่าวมีลักษณะเป็นความกังวลอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อกระบวนการคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมทางการเงิน ทำให้ประสิทธิภาพในการวางแผนและการจัดการทรัพยากรลดลง แตกต่างจากความเครียดทางการเงินซึ่งมักเกิดชั่วคราว ความวิตกกังวลทางการเงินมีความสัมพันธ์กับสุขภาวะทางการเงิน โดยเฉพาะระดับความรู้ พฤติกรรมทางการเงิน และการควบคุมตนเอง ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของบุคคล (Lee, Kelley & Lee, 2023; Tran et al., 2021; เกื้อกูล ตรีพูนผล และคณะ, 2566)

การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Aversion) หมายถึงแนวโน้มของผู้บริโภคและผู้จัดการในการจำกัดการตัดสินใจที่มีความไม่แน่นอน โดยให้ความสำคัญกับการลดผลเสียที่อาจเกิดขึ้นมากกว่าการแสวงหาผลตอบแทนสูง แนวคิดนี้มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารธุรกิจ เนื่องจากส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ การยอมรับนวัตกรรม และการตัดสินใจลงทุน โดยเฉพาะในบริบทธุรกิจดิจิทัลที่ความเสี่ยงด้านการเงิน ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวมีผลต่อความเชื่อมั่นของตลาดอย่างมีนัยสำคัญ องค์กรที่สามารถลดความเสี่ยงที่รับรู้ผ่านข้อมูลที่โปร่งใสและระบบคุ้มครองที่น่าเชื่อถือ จะเพิ่มโอกาสในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ชเนรินทร์ ตาสา และคณะ, 2565; Ahmed et al., 2022; Elminejad et al., 2022)

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและกรอบแนวคิดการวิจัย : จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดโดยใช้ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้คุณค่า ความวิตกกังวลทางการเงิน และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ซึ่งต่างส่งผลเชิงบวกต่อ ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์การเงินเพื่อการเกษียณ โดยมีรายละเอียดความสัมพันธ์ของกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

ตารางที่ 1 Summary Regression

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	SE	Beta		
(Constant)	1.568	0.222		7.072	0.000
ด้านการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Perceived Value) (X_1)	0.513	0.052	0.476	9.808	0.000*
ความวิตกกังวลเกี่ยวกับเงิน (Financial Anxiety) (X_2)	-0.002	0.048	-0.002	-.046	0.963
การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Aversion) (X_3)	0.083	0.053	0.081	1.565	0.118
R = 0.510, R^2= 0.260, Adjusted R^2 = 0.254, SEE = 0.57845, * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05					

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการถดถอยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.510 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.260 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้งสามสามารถอธิบายความแปรปรวนของความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณได้ร้อยละ 26.0 เมื่อพิจารณาค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.254 สะท้อนให้เห็นว่าโมเดลมีความเหมาะสมและมีเสถียรภาพในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในระดับที่ยอมรับได้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ

ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่มาตรฐาน (B) เท่ากับ 0.513 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.476 ค่า t เท่ากับ 9.808 และค่า Sig. น้อยกว่า 0.001

ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า เมื่อระดับการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณจะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.513 หน่วย ภายใต้เงื่อนไขที่ตัวแปรอื่นคงที่ ทั้งนี้ ค่า Beta ที่อยู่ในระดับสูงสะท้อนให้เห็นว่า การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการอธิบายความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอิสระอื่นในโมเดล

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวลทางการเงินกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความวิตกกังวลเกี่ยวกับเงินไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า B เท่ากับ -0.002 ค่า Beta เท่ากับ -0.002 ค่า t เท่ากับ -0.046 และค่า p เท่ากับ 0.963 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05

แม้ว่าทิศทางของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจะเป็นลบ ซึ่งอาจสะท้อนแนวโน้มเชิงลบระหว่างความวิตกกังวลทางการเงินกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ แต่เนื่องจากผลการทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าความวิตกกังวลทางการเงินมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญในเชิงสถิติ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ

ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า B เท่ากับ 0.083 ค่า Beta เท่ากับ 0.081 ค่า t เท่ากับ 1.565 และค่า Sig. เท่ากับ 0.118 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้

ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนว่า แม้ว่าการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจะมีทิศทางความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ แต่ระดับอิทธิพลของตัวแปรดังกล่าวยังไม่มากพอที่จะอธิบายความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของปัจจัยเชิงการรับรู้และพฤติกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณในบริบทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมที่กำลังเผชิญกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัย ประเด็นสำคัญที่สามารถสังเคราะห์ได้คือการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผลการอภิปรายชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ความมั่นคง และความเหมาะสมของผลตอบแทนในระยะยาวมากกว่าการพิจารณาปัจจัยเชิงอารมณ์หรือความรู้สึกไม่มั่นคงในระยะสั้น การรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์สามารถตอบโจทย์ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณและช่วยลดภาระในอนาคต จึงเป็นแรงจูงใจสำคัญที่หล่อหลอมทัศนคติเชิงบวกและนำไปสู่ความตั้งใจซื้อ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้า เช่น อับบ๊าส พาลีเขตต์ และมูฮัมหมัด ปุ (2565) และ ชเนรินทร์ ตาสา และคณะ (2565) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินในหลากหลายบริบท ทั้งในช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ การยืนยันความสอดคล้องดังกล่าวช่วยเสริมความแข็งแรงเชิงทฤษฎีให้กับข้อเสนอว่าการรับรู้คุณค่าเป็นตัวกำหนดหลักของพฤติกรรมผู้บริโภคทางการเงิน

ในทางตรงกันข้าม การอภิปรายผลยังชี้ให้เห็นว่า ความวิตกกังวลทางการเงินไม่ได้ทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันเชิงบวกต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ แม้ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและภาระทางการเงิน

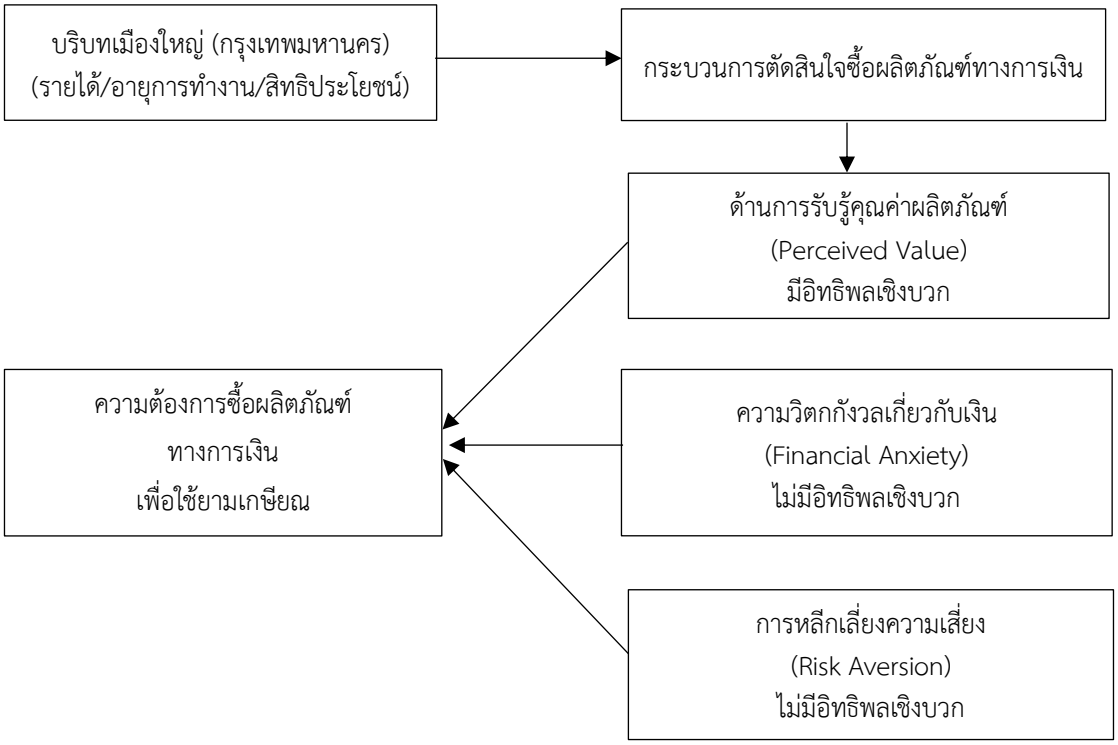
ในอนาคต แต่ระดับความกังวลที่เพิ่มขึ้นกลับมีแนวโน้มทำให้ผู้บริโภคมุ่งเน้นการบริหารจัดการความเสี่ยงในระยะสั้น เช่น การรักษาสภาพคล่องหรือการออมเพื่อเหตุฉุกเฉิน มากกว่าการตัดสินใจลงทุนระยะยาวที่ต้องอาศัยความเชื่อมั่นต่ออนาคต

การตีความดังกล่าวสอดรับกับแนวคิดด้านพฤติกรรมการเงินที่เสนอว่า ความวิตกกังวลระดับสูงอาจนำไปสู่พฤติกรรมหลีกเลี่ยงการตัดสินใจ (decision avoidance) มากกว่าการตัดสินใจเชิงรุกในการลงทุนระยะยาว งานของ Lee, Kelley และ Lee (2023) สนับสนุนข้อสังเกตนี้ โดยชี้ว่าความวิตกกังวลทางการเงินส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการวางแผนทางการเงิน ขณะที่ความแตกต่างของบริบทตัวอย่าง เช่น งานของ Tran et al. (2021) สะท้อนว่าผลของความวิตกกังวลอาจแตกต่างกันตามลักษณะประชากรและเป้าหมายทางการเงินของกลุ่มศึกษา

นอกจากนี้ การอภิปรายยังชี้ให้เห็นว่า การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงไม่ได้เป็นตัวกำหนดหลักของความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณ แม้ผู้บริโภคจะมีแนวโน้มหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในระดับสูง แต่พฤติกรรมดังกล่าวไม่ได้แปรเปลี่ยนเป็นความตั้งใจซื้อโดยอัตโนมัติ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณมักถูกออกแบบให้มีลักษณะลดความเสี่ยงหรือมีการคุ้มครองเงินต้นบางส่วนอยู่แล้ว ผู้บริโภคจึงไม่รับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นทางเลือกที่มีความเสี่ยงสูงจนต้องใช้ระดับการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงมาเป็นตัวตัดสินหลัก ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับงานของชัญญณัฐ กริ่มใจ และคณะ (2566) รวมถึง อัจฉราพรรณ ลีฬพันธ์ และคณะ (2568) ซึ่งเสนอว่า การตัดสินใจทางการเงินไม่ได้ขึ้นอยู่กับการรับรู้ความเสี่ยงเพียงมิติเดียว แต่ยังขึ้นกับระดับความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ความโปร่งใสของข้อมูล และความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสนับสนุนข้อเสนอว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าและความเชื่อมั่นมีบทบาทเหนือกว่าปัจจัยด้านความเสี่ยงในบริบทของการวางแผนเพื่อการเกษียณ

โดยการอภิปรายผลการวิจัยตอกย้ำว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณมีลักษณะเป็นการตัดสินใจเชิงเหตุผลและการประเมินคุณค่าในระยะยาว มากกว่าการตอบสนองเชิงอารมณ์หรือความกลัวต่อความเสี่ยง ผลการอภิปรายดังกล่าวให้ข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่สำคัญว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การสื่อสารควรมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้คุณค่า ความชัดเจนของข้อมูล และความเชื่อมั่นในระยะยาว เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ปัจจัยเชิงจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Perceived Value), ความวิตกกังวลทางการเงิน (Financial Anxiety) และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Aversion) มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการเกษียณของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีเพียงมิติเดียวที่มีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรง

1. การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Perceived Value) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้องการซื้อผู้บริโภคที่มองว่าผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณมอบความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว ให้ความคุ้มค่า และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมจะมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อมากขึ้น

2. ความวิตกกังวลทางการเงิน (Financial Anxiety) พบว่าไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้องการซื้อ แม้ผู้บริโภคจะกังวลเรื่องเงิน แต่ความกังวลนั้นกลับนำไปสู่การจัดการเงินระยะสั้น (เช่น การรักษาสภาพคล่อง) หรือการชะลอการตัดสินใจลงทุนที่ซับซ้อน มากกว่าการถูกกระตุ้นให้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณเพิ่มเติม

3. การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Aversion) พบว่าไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้องการซื้อเช่นกัน ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังคงให้ความสำคัญกับการรักษาเงินต้นและความมั่นใจในการลงทุนระยะยาว ซึ่งระดับความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจมากกว่าความรู้สึกกลัวความเสี่ยงเพียงอย่างเดียว

ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของคนทำงานในกรุงเทพฯ ซึ่งอาจมีระบบสวัสดิการรองรับอยู่แล้ว (เช่น ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ) กลยุทธ์ทางการตลาดควรเน้นไปที่การสร้างการรับรู้ถึง “คุณค่า” และ “ประโยชน์” ที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ มากกว่าการกระตุ้นด้วยความกลัวหรือความกังวล การให้ข้อมูลที่โปร่งใส สร้างความเชื่อมั่น และเน้นความมั่นคงระยะยาวจะสามารถผลักดันให้เกิดความต้องการซื้อได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริโภคที่มีการรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ให้ความมั่นคงทางการเงินในอนาคต คุ้มค่าต่อการลงทุน และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความเสี่ยง มีแนวโน้มสูงที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

2. ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการเงิน และการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ไม่ได้ส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณ แม้ผู้บริโภคจะมีความกังวลสูงเกี่ยวกับความผันผวนของค่าเงินและค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ แต่ความกังวลเหล่านี้กลับนำไปสู่การชะลอการตัดสินใจ หรือมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงระยะสั้น (เช่น การรักษาสภาพคล่อง) มากกว่าการลงทุนระยะยาวเพื่อการเกษียณ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาจมีระบบสวัสดิการรองรับอยู่แล้ว ทำให้ความกังวลไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณควรเน้นไปที่การสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าและความมั่นคงระยะยาว มากกว่าการกระตุ้นด้วยความกลัวความเสี่ยงเพียงอย่างเดียว เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและลดภาวะหลีกเลี่ยงการตัดสินใจของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การยกระดับการรับรู้คุณค่าเชิงประจักษ์ (Enhancing Perceived Value) เนื่องจากผลการวิจัยบ่งชี้ว่าการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุเพียงประการเดียวที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษียณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้ประกอบการจึงควรปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสารจากการมุ่งเน้นลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) ไปสู่การสร้างความตระหนักถึงผลประโยชน์ระยะยาว (Long-term Benefits) โดยเฉพาะการวางแผนความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณ และการใช้เครื่องมือจำลองผลตอบแทน (Financial Simulation Tools) เพื่อทำให้ผู้บริโภคเห็นภาพเชิงประจักษ์ของความคุ้มค่าเทียบกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้

1.2 กลยุทธ์การลดอุปสรรคทางอารมณ์และข้อมูล (Mitigating Financial Anxiety and Complexity) แม้ว่าผู้บริโภคจะมีความวิตกกังวลทางการเงินในระดับสูง แต่ความกังวลดังกล่าวกลับเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดการชะลอการตัดสินใจลงทุน (Analysis Paralysis) ดังนั้น ผู้ให้บริการทางการเงินควรนำเสนอกระบวนการที่โปร่งใสและลดความซับซ้อนของข้อมูล (Simplify Information) โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความยืดหยุ่น เช่น การกำหนดเงินลงทุนขั้นต่ำในระดับต่ำ หรือการมีกลไกคุ้มครองเงินต้น เพื่อลดความเสี่ยงเชิงจิตวิทยาและส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจเชิงบวก

1.3 การเสริมสร้างความรอบรู้ทางการเงินเฉพาะด้าน (Promoting Specialized Financial Literacy) ผลการศึกษาเน้นย้ำว่าความรู้เกี่ยวกับการวางแผนเกษียณเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมเชิงรุก เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) หรือการใช้สื่อเรียนรู้ดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างทักษะการวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลตอบแทน ซึ่งจะช่วยปรับเปลี่ยนทัศนคติจากการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Aversion) ไปสู่การบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ

2. ข้อเสนอแนะด้านการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การขยายขอบเขตเชิงพื้นที่และบริบททางประชากร (Expanding Geographical and Demographic Scope) เพื่อให้ผลการวิจัยมีความแม่นยำในการอ้างอิงระดับมหภาค (Generalizability) การศึกษาในอนาคตควรขยายการเก็บข้อมูลไปยังพื้นที่ปริมณฑลและจังหวัดหลักในส่วนภูมิภาค ซึ่งมีโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมการออมที่แตกต่างจากเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยเชิงบริบทที่ส่งผลต่อการวางแผนเกษียณในระดับประเทศ

2.2 การบูรณาการตัวแปรเชิงจิตวิทยาและปัจจัยภายนอก (Integrating Psychosocial and Macroeconomic Variables) ควรมีการทดสอบตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variables) หรือตัวแปรกำกับ (Moderating Variables) เพิ่มเติม

เช่น ความไว้วางใจในสถาบันการเงิน (Trust), แรงจูงใจทางภาษี, และสภาวะเศรษฐกิจมหภาค (เช่น อัตราเงินเฟ้อ) เพื่อสร้างแบบจำลองที่ครอบคลุมและสามารถอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อได้อย่างลึกซึ้งกว่าเดิม

2.3 การพัฒนาความเข้มแข็งทางระเบียบวิธีวิจัย (Methodological Rigor) ดังนี้

2.3.1 การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Approach) ผสานการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อสำรวจแรงจูงใจเชิงลึกและความเชื่อส่วนบุคคล

2.3.2 การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างขั้นสูง ประยุกต์ใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เช่น SEM-PLS หรือ SEM-AMOS เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีความซับซ้อน

2.3.3 การวัดผลจากพฤติกรรมจริง (Behavioral Metrics) เปลี่ยนจากการวัดเพียง “เจตคติหรือความตั้งใจ” ไปสู่การเก็บข้อมูล “พฤติกรรมการลงทุนจริง” เพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงภายใน (Internal Validity) ของงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

เกื้อกูล ตรีพูนผล, สยา ทันตะเวช และ ดนีญา อุทัยสุข. (2566). ทักษะทางการเงินและความวิตกกังวลทางการเงินของครูดนตรีอิสระ ในโรงเรียนเอกชนนอกระบบ จังหวัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารดนตรีบ้านสมเด็จฯ, 5*(2), 65–82.

ชเนรินทร์ ตาสา, สุกฤษฎิ์ ลิมโพธิ์ทอง และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว. (2565). อิทธิพลของการรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ความน่าเชื่อถือที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อประกันภัยผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 9*(1), 96-120

พรเพ็ญ สดศรีชัย. (2568). *“สตางค์ Story” แบงก์ชาติใส่ใจการให้ความรู้ทางการเงิน*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications-pdf/articles-and-publications/articles/download/2025/article-20250218.pdf.

มนต์ทนา คงแก้ว, นัดพลพิชัย ดุลยวาทิต และ ธันยาภรณ์ ดำจุติ. (2564). การลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของผู้สูงอายุยุคดิจิทัล. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 10*(2), 118-140.

วนิดา สมศรี และ ลดาวัลย์ ยมจินดา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณของบุคลากรสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน. *วารสารปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 2*(1), 50–64

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *รายงานสถิติสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทย พ.ศ. 2566*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

อัจฉราพรรณ ลีฬพันธ์, เสาวนิตย์ จันทนโรจน์, วิษณุ เหลืองลออ และ สวรส ศรีสุดโต. (2568). อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินของประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้. *พัฒนาเทคนิคศึกษา, 37*(134), 38-49.

อับบ๊าส พาลีเขตต์ และ มูฮัมหมัด ปุ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 17*(3), 118-126.

Ahmed, M. A., Khattak, M. S., & Anwar, M. (2022). Personality traits and entrepreneurial intention: The mediating role of risk aversion. *Journal of Public Affairs, 22*(1), e2275.

Cochran, W. G. (1997). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Elminejad, A., Havranek, T., & Irsova, Z. (2022). Relative risk aversion: A meta-analysis. *Journal of Economic Surveys, 39*(6), 2315–2333

Lee, Y. G., Kelley, H. H., & Lee, J. M. (2023). Untying financial stress and financial anxiety: Implications for research and financial practitioners. *Journal of Financial Therapy, 14*(1), 4.

Nunnally, J. C. (1978). An overview of psychological measurement. In Wohnan, B. B. (Ed.), *Clinical diagnosis of mental disorders: A handbook* (pp. 97-146). Boston: Springer.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). *Consumption values and market choices.* Nashville, Tennessee: South-Western Publishing.

Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing, 77*(2), 203–220.

Tran, V.-T., Tran-Chi, V.-L., Nguyen-Thi, K.-S., & Nguyen, T. K. X. (2021). The relationship between financial anxiety and sugar dating among students at pedagogical universities in Vietnam. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies, 12*(10), 1–8.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Social Return on Investment Evaluation of the Mathupayas Faith Project: A Case Study of Cultivating Community Consciousnessfor Cultural Enhancement

Nantikarn Prasopsook[1] Theerawan Chansang[2] Nattaluck Issara[3] Phojnicha Roeksamut[4] Kannika Boonyang[5] Kumpirawadee Nawakitpaitoon[2] Kitbordin Thongduang[6] Krisana Chongsri[7] Theerawat Petdee[8] Raksiri Kaewtawee[9] Wiwit Suttithumsatid[10] Srisuda Patjan[11] Kannaphak Tantasith[6] and Daycho Khaenamkhaew[12*]

[1] *Princess of Naradhiwas University, Thailand*
[2] *Suratthani Rajabhat University, Thailand*
[3] *Yala Community College, Thailand*
[4] *Chantharakasem Rajabhat University, Thailand*
[5] *Tak Community College, Thailand*
[6] *Naresuan University, Thailand*
[7] *Rajanagarindra Rajabhat University, Thailand*
[8] *Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand*
[9] *Walailak University, Thailand*
[10] *Prince of Songkla University, Thailand*
[11] *Thaksin University, Thailand*
[12] *Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand*
[*] *Corresponding author. E-mail: Daycho_kha@nstru.ac.th*

ABSTRACT

This study aims to (1) analyze the social impact pathway and (2) evaluate the social return on investment (SROI). The research adopts an action research approach within a mixed-methods design. Key informants were purposively selected, totaling 30 participants, including local wisdom holders, community leaders, and academics. Data were collected through in-depth interviews and document analysis. The analysis employed the Social Impact Assessment (SIA) framework to construct the logical chain from inputs, activities, outputs, outcomes, to impacts. In addition, the Social Return on Investment (SROI) framework was applied to monetize social outcomes into financial values. Financial proxies were derived from market prices, replacement costs, and data from public agencies. The values were adjusted using standard assumptions, including deadweight, attribution, displacement, drop-off, and a discount rate of approximately 3%. The findings reveal that the Mathupayas Faith Project, with a total investment of 130,000 baht, generated a present value of social benefits amounting to 400,627 baht, resulting in a net present value (NPV) of 270,627 baht. The social return on investment (SROI) ratio was 3.08, and the internal rate of return (IRR) was 70%, indicating a high level of cost-effectiveness. This implies that every 1 baht invested generated significantly greater social value returned to the community.

Keywords: Social Impact, Project Impact Pathway, Mathupayas Project

Received: 13 March 2026;
Revised: 12 April 2026;
Accepted: 13 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม

นันทิกานต์ ประสพสุข[1] ธีราวรรณ จันทร์แสง[2] ณัฐลักษณ์ อิสสระ[3] พจณิชา ฤกษ์สมุทร[4] กรรณิการ์ บุญยัง[5] คัมภิราวดี นวกิจไพฑูรย์[2] กิตบดินท์ ทองดวง[6] กฤษณะ ช่องศรี[7] ธีระวัฒน์ เพชรดี[8] รักสิริ แก้วเทวี[9] วิวิศน์ สุทธิธรรมสถิต[10] ศรีสุดา พัฒจันทร์[11] กัณภัค ตัณฑสิทธ[6] และ เดโช แขน้ำแก้ว[12*]

[1] *มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ประเทศไทย*
[2] *มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย*
[3] *วิทยาลัยชุมชนยะลา ประเทศไทย*
[4] *มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ประเทศไทย*
[5] *วิทยาลัยชุมชนตาก ประเทศไทย*
[6] *มหาวิทยาลัยนเรศวร ประเทศไทย*
[7] *มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ประเทศไทย*
[8] *มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประเทศไทย*
[9] *มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ประเทศไทย*
[10] *มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประเทศไทย*
[11] *มหาวิทยาลัยทักษิณ ประเทศไทย*
[12] *มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประเทศไทย*
* *Corresponding author. E-mail: Daycho_kha@nstru.ac.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์เส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม และ (2) ประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบปฏิบัติการในลักษณะการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 คน ประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชนและนักวิชาการ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เอกสาร การวิเคราะห์ใช้กรอบการประเมินผลกระทบทางสังคมในการกำหนดโซ่เหตุผลตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ และใช้กรอบผลตอบแทนทางสังคมในการแปลงผลลัพธ์ทางสังคมเป็นมูลค่าทางการเงิน โดยกำหนดตัวแทนมูลค่าจากราคาตลาด ต้นทุนทดแทนและข้อมูลหน่วยงานภาครัฐ พร้อมปรับค่าด้วยสมมติฐานของผลลัพธ์ส่วนเกิน ผลจากปัจจัยอื่น ผลลัพธ์ทดแทนและผลลัพธ์ทดแทน และใช้อัตราคิดลดประมาณร้อยละ 3 ผลการวิจัยพบว่า โครงการศรัทธามธุปายาสใช้งบประมาณ 130,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทางสังคม 400,627 บาท คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 270,627 บาท โดยมีอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เท่ากับ 3.08 เท่า และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 70 สะท้อนว่าโครงการมีความคุ้มค่าในระดับสูง โดยทุก 1 บาทของการลงทุนสามารถสร้างมูลค่าทางสังคมกลับคืนสู่ชุมชนได้มากกว่าต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: ผลกระทบทางสังคม, เส้นทางสู่ผลกระทบของโครงการ, โครงการศรัทธามธุปายาส

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

บริบทของการพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและความมั่นคง โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม และยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่น โดยในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นที่รู้จักในฐานะ “เมืองสองธรรม” ซึ่งหมายถึง ธรรมะและธรรมชาติ สะท้อนถึงรากฐานทางศาสนาและวัฒนธรรมที่มีความเข้มแข็งของพื้นที่ หนึ่งในประเพณีสำคัญที่สืบทอดมาอย่างยาวนานคือ ประเพณีการกวน

ข้าวมธุปายาส หรือที่ชาวนครศรีธรรมราชเรียกว่า “ข้าวยาโค” ซึ่งเป็นพิธีกรรมทางพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับการรำลึกถึงวันตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า โดยใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นมากกว่า 25 ชนิด เช่น น้ำนมข้าว ผลไม้ พืชสมุนไพร น้ำผึ้ง กะทิและเผือก ผ่านกระบวนการกวนที่ใช้เวลาประมาณ 8–10 ชั่วโมง หลังจากเสร็จสิ้นพิธีกรรม ข้าวยาโคจะถูกแบ่งถวายพระสงฆ์ แจกจ่ายให้ประชาชน และนำไปทำบุญตามกำลังศรัทธา (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2568) ในยุคสมัยใหม่การกวนข้าวต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากชุมชน เช่น ชาวบ้านนำวัตถุดิบมาร่วมบุญ หรือ ใช้แรงงานชาวบ้านในการช่วยกันกวนข้าวทิพย์ในกระทะใบบัวขนาดใหญ่ ซึ่งต้องกวนตลอดเวลาจนกว่าจะเสร็จ (เสวย จันทรัตน์, 2563)

วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญในการเสริมสร้างอัตลักษณ์และความสามัคคีของชุมชน ทุนทางสังคมมีส่วนสำคัญในพัฒนา 3 ด้าน ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจมีการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้า หรือบริการ ด้านสังคมเป็นเครื่องมือในการหลอมรวมคนในชุมชนเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความสามัคคี มีองค์ความรู้ใหม่เกิดขึ้น ด้านสิ่งแวดล้อมปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้พัฒนาชุมชนนอกจากตัวชุมชนที่ต้องมีความเข้มแข็ง ร่วมมือกันก็ต้องมีการประสานความร่วมมือภาคีเครือข่าย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ทั้งในและนอกพื้นที่เพื่อร่วมสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชน (กัญญารัตน์ แก้วกมล, 2564)

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เป็นกรอบการวัดและรายงานมูลค่าของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโครงการ การลงทุนหรือกิจกรรมในสังคม รวมทั้งผลกระทบทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยจุดเด่นคือ การแปลงผลลัพธ์ที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น คุณภาพชีวิต การเสริมสร้างทักษะชุมชนเข้มแข็ง ฯลฯ ให้เป็นมูลค่าทางการเงิน เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกับต้นทุนที่ใช้ไปอย่างเป็นรูปธรรมและเข้าใจง่ายขึ้น เพราะการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) มีรากฐานมาจากการประเมินต้นทุนและผลได้ (Cost-Benefit Analysis) แต่มีความครอบคลุมมากกว่า เนื่องจากจะพิจารณาผลลัพธ์ทั้งด้านจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ พร้อมนำเสียงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมารวมในการประเมิน ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารโครงการผู้ลงทุนหรือผู้กำหนดนโยบายเห็น “ความคุ้มค่าและคุณค่าทางสังคม” ของโครงการในรูปตัวเลขที่สื่อสารได้ง่าย และช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทั้งด้านการจัดสรรงบประมาณ การสื่อสารผลลัพธ์และการพัฒนาต่อเนื่องได้อย่างมีเหตุผล (ภัทรชัย อ่อนน่วม, 2568; คณะการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2565; โชติกา ภาษีผล, 2560) โดยการพิจารณาผลประโยชน์สุทธิของวิธีการวัดผลกระทบทางสังคมแบบ SROI จะพิจารณาใน 3 ประเด็นด้วยกัน ได้แก่ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สิ่งแวดล้อม ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม และผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่กลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งกล่าวได้ว่า SROI เป็นเครื่องมือที่ช่วยตีความ “คุณค่า” ของโครงการเพื่อสังคมเป็น “มูลค่า” ทางการเงิน เพื่อให้เห็นคุณค่าที่โครงการสร้างขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน (เศรษฐภูมิ บัวทอง, 2564)

ดังนั้น การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยเห็นถึงช่องว่างทางการวิจัยในประเด็นการประเมินโครงการเชิงวัฒนธรรมในระดับชุมชน โดยเฉพาะในบริบทของกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงระหว่างศรัทธาทางศาสนา ทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาเชิงสังคม ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการประเมินโครงการลักษณะคล้ายคลึงกันในพื้นที่อื่น เช่น โครงการฟื้นฟูประเพณีท้องถิ่นหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้วิธีการประเมินผลเชิงปริมาณพื้นฐาน เช่น รายได้หรือจำนวนผู้เข้าร่วมหรือการประเมินผลกระทบเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ แต่ข้อจำกัดคือ ขาดกรอบการวิเคราะห์ที่สามารถเชื่อมโยงถึง “กิจกรรม ผลลัพธ์ ผลกระทบและมูลค่าทางสังคม” ที่เป็นระบบและสามารถแปลงคุณค่าเชิงนามธรรมให้เป็นมูลค่าที่จับต้องได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ควรนำเครื่องมือ Social Impact Assessment (SIA) และ Social Return on Investment (SROI) มาใช้ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม เป็นกระบวนการประเมินผลกระทบทางสังคมที่วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านวิถีชีวิต ความสัมพันธ์ในชุมชนและทุนทางสังคม และเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดและแปลงผลลัพธ์ทางสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นมูลค่าทางการเงิน เพื่อสะท้อนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในโครงการอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม การใช้ SIA และ SROI ทำให้สามารถวิเคราะห์กระบวนการตั้งแต่

“กิจกรรม” คือ การกวนข้าวและการมีส่วนร่วมของชุมชน) ไปสู่ “ผลลัพธ์” คือ การสร้างการเรียนรู้และความสามัคคี และ “ผลกระทบ” คือ การเสริมสร้างอัตลักษณ์และความเข้มแข็งของชุมชน ก่อนจะแปลงเป็น “มูลค่าทางสังคม” ที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ กรอบการวิเคราะห์เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ สนับสนุนการออกแบบนโยบายและการพัฒนาชุมชนบนฐานวัฒนธรรมได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) ของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม

2. เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปฏิบัติการ (Qualitative Action Research) ที่บูรณาการกรอบการประเมินเชิงคุณค่า (Evaluative Research) ผ่านเครื่องมือเส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) และประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) จึงอาจจัดอยู่ในลักษณะรูปแบบการวิจัยผสมผสานที่นำข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมาใช้ร่วมกัน (Embedded Mixed Methods) คือ ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นฐานหลักและแปลงผลลัพธ์บางส่วนให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (monetization) เพื่อการประเมินความคุ้มค่าเชิงสังคม มีพื้นที่วิจัยได้แก่ วัดศรีสมบูรณ์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และได้อนุมัติการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ REC. No.114/68 วันที่รับรอง 24 ธันวาคม 2568 จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย คือ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research: AR) ประกอบด้วย (1) การวางแผน (Plan) ร่วมกับชุมชนและภาคี (2) การปฏิบัติการ (Act) คือ การจัดกิจกรรมกวนข้าวมธุปายาส (3) การสังเกต (Observe) ผ่านการสัมภาษณ์และบันทึกภาคสนาม และ (4) การสะท้อนผล (Reflect) เพื่อสังเคราะห์บทเรียนและปรับปรุงกิจกรรม

วิธีการวิเคราะห์เส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) และประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เริ่มจากเส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) โดยดำเนินการคือ (1) ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (2) วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (3) ประเมินผลกระทบเชิงบวกและลบ จากนั้นเข้าสู่ประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ได้แก่ (1) กำหนดขอบเขต (2) สร้างแผนที่ผลลัพธ์ (Impact Map: Input–Activity–Output–Outcome–Impact) (3) เก็บข้อมูลหลักฐาน (4) กำหนดตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy) (5) คำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Present Value) และ (6) คำนวณอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)

ในขณะที่ การแปลงข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นตัวเงิน (Monetization) ใช้วิธีหาค่าตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy) คือ การตีมูลค่าความสามัคคีของชุมชน อ้างอิงจากต้นทุนการจัดกิจกรรมทดแทนหรือค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูความสัมพันธ์ชุมชน โดยอาศัยแหล่งอ้างอิงได้แก่ ราคาตลาด ค่าแรงขั้นต่ำ สถิติหน่วยงานรัฐหรือผลการศึกษาที่ใกล้เคียง วิธีคำนวณคือ จำนวนหน่วยผลลัพธ์ × มูลค่าต่อหน่วย ทั้งนี้ วิธีตีมูลค่าทางสังคม เช่น

(1) มูลค่าการเรียนรู้ = ชั่วโมงการฝึก × ค่าอบรมเฉลี่ย

(2) มูลค่าการมีส่วนร่วม = จำนวนผู้เข้าร่วม × ค่าใช้จ่ายกิจกรรมทดแทน

(3) มูลค่าการอนุรักษ์วัฒนธรรม = มูลค่าการจัดงานประเพณีเทียบเคียง

โดยอาศัยสมมติฐานทางการเงินและอัตราคิดลด กำหนดช่วงเวลา 1–3 ปี ใช้อัตราคิดลด คือ 3–5% และปรับค่าด้วยปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (SROI) คือ ผลลัพธ์ส่วนเกิน ผลจากปัจจัยอื่น ผลลัพธ์ทดแทนและผลลัพธ์ทดแทน (deadweight, attribution, displacement, and drop-off) เพื่อความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) การยืนยันข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล (member checking) และการอ้างอิง

แหล่งข้อมูลภายนอกในการกำหนดค่าตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxy) เพื่อให้ผลการประเมินมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ (2.1) ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 10 คน มีเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อศึกษา คือ เลือกแบบเจาะจงผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในชุมชนมาไม่น้อยกว่า 10 และเข้าร่วมโครงการ (2) ผู้นำในชุมชน จำนวน 15 รูป/คน มีเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อศึกษา คือ เลือกแบบเจาะจงผู้นำชุมชนในพื้นที่ ผู้นำเยาวชนและผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และร่วมโครงการ (3) ชมรมพระเครื่องและนักวิชาการ จำนวน 5 รูป/คน มีเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อศึกษา คือ เลือกแบบเจาะจงสมาชิกในชมรม พระเครื่องและนักวิชาการด้านพุทธศาสนาที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา พระเครื่องและการกวนข้าวมธุปายาสมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และยินดีเข้าร่วมโครงการ รวมทั้งสิ้น 30 รูป/คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การใช้แบบสัมภาษณ์และปฏิบัติการ โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสร้างแบบสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่กำหนดไว้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 เส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) ของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม และตอนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลโดยประสานไปยังชุมชนและขอความร่วมมือในดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้นำชุมชน ก่อนเพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย รวมถึงขั้นตอนต่าง ๆ ในการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือ พร้อมทั้งแนบเอกสารข้อมูลสำหรับการเตรียมตัวก่อนสอบถาม โดยใช้แนวคำถามการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้เวลา 1-4 ชั่วโมง ช่วงวันหยุดหรือเสาร์-อาทิตย์ เวลาประมาณ 13.00-18.00 น. และใช้สถานที่คือ วัดศรีสมบูรณ์ (หอยราก) อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โดยในทุกขั้นตอน ผู้ทำวิจัยใคร่ขอความความร่วมมือและผู้ขอความยินยอมตรวจสอบความเข้าใจของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นความลับ ข้อมูลส่วนใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่ประสงค์ให้บันทึก ผู้วิจัยก็ไม่บันทึกตามความประสงค์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาเอกสารและข้อมูลจากแนวคำถามในแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำมาประมวลผลข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโดยนำเสนอเป็นตารางสรุปพร้อมคำอธิบาย โดยองค์ประกอบของเส้นทางผลกระทบทางสังคมประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ (1) ปัจจัยนำเข้า (Input) ซึ่งหมายถึงทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินโครงการ เช่น บุคลากร งบประมาณ เครื่องมือหรืออุปกรณ์และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง (2) กิจกรรม (Activity) หมายถึงกระบวนการหรือกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ (3) ผลผลิต (Output) หมายถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นโดยตรงจากการดำเนินกิจกรรม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างองค์ความรู้ หรือการพัฒนานวัตกรรม (4) ผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายจากการนำผลผลิตของโครงการไปใช้ประโยชน์ และ (5) ผลกระทบ (Impact) ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับกว้างที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (Corvo et al., 2022; นพพล จันทร์กระจ่างแจ้ง และอนันต์ ลากุล, 2566)

การศึกษานี้ยังใช้แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เพื่อประเมินความคุ้มค่าของโครงการ โดยเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างมูลค่าผลประโยชน์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจากโครงการกับต้นทุนการลงทุนทั้งหมด วิธีการนี้ช่วยสะท้อนคุณค่าทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากโครงการในเชิงปริมาณ โดยมีการแปลงผลลัพธ์ทางสังคมให้เป็นมูลค่าทางการเงินก่อนนำมาคำนวณอัตราส่วน

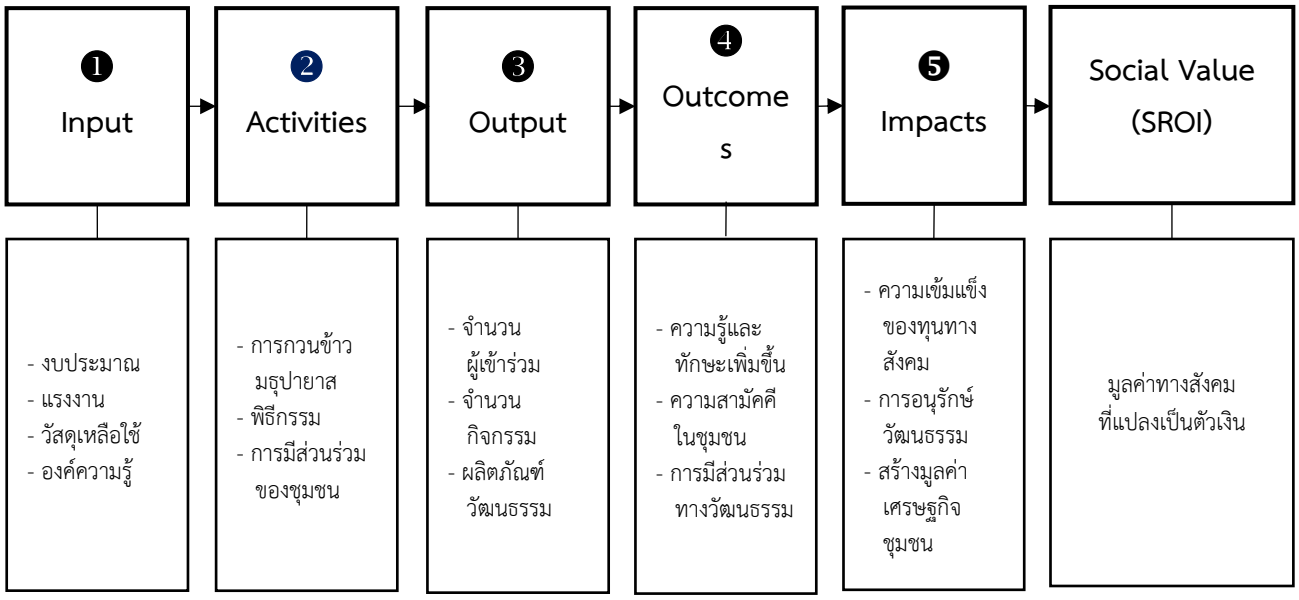
ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Corvo et al., 2022; นพพล จันทร์กระจ่างแจ้ง และ อนันต์ ลากุล, 2566) สมการที่ใช้ในการคำนวณสามารถแสดงได้ดังนี้

$$SROI = \frac{\text{Present Value of Benefits}}{\text{Total Investment}}$$

หากค่า SROI มากกว่า 1 แสดงว่าโครงการสามารถสร้างมูลค่าทางสังคมได้มากกว่าต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งสะท้อนถึงความคุ้มค่าของโครงการในมิติทางสังคม (Nicholls et al., 2012)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้เป็นการบูรณาการระหว่างทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) และกรอบผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของ Nicholls et al. (2012) และใช้เส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) เป็นห่วงโซ่เหตุผล (Logic Chain) ในการอธิบายเส้นทางผลกระทบทางสังคม ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า หลังจากการวิจัย เรื่อง การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม รวมถึงการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นแบบสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธาจากข้าวมธุปายาส ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงเส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลเส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment: SIA) ได้วิเคราะห์จากข้อมูลการดำเนินงานของโครงการวิจัย เพื่อสรุปการประเมินผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment) สำหรับประเมินความสำเร็จของโครงการ โดยครอบคลุมองค์ประกอบ 6 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) 2) กระบวนการดำเนินงาน (Process) 3) ผลผลิต (Output) 4) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ใช้ประโยชน์ (User/Stakeholder) 5) ผลลัพธ์ (Outcome) และ 6) ผลกระทบ (Impact) รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงเส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment)

ปัจจัยนำเข้า	กิจกรรม	ผลผลิต	ผู้ใช้ประโยชน์	ผลลัพธ์	ผลกระทบ
1. คน บุคลากร/คณะนักวิจัย ประกอบด้วย สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน หลักสูตรและการสอน การจัดการการท่องเที่ยว การจัดการโลจิสติกส์ สาธารณะสุขชุมชน สาขาวิชาเภสัชเวทและเภสัชพฤกษศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมดนตรีไทย นิติศาสตร์ และบัญชี จำนวน 14 คน 2. ภาคีเครือข่ายสำนักงานพัฒนาชุมชน วัฒนธรรมอำเภอ โรงเรียน มหาวิทยาลัยและวัดในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3. งบประมาณ จำนวน 130,000 บาท (ระยะเวลา 10 เดือน) 4. องค์ความรู้เดิมบริบทชุมชน/ประวัติศาสตร์ชุมชน การปลูกจิตสำนึกวัฒนธรรมท้องถิ่นและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวศรัทธา	กิจกรรมที่ 1 ศึกษาพิธีกรรม พัฒนาการและการคงอยู่ของการกวนข้าวมธุปายาส นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ให้เป็นต้นแบบชุดความรู้	ชุดความรู้ท้องถิ่น	นักวิชาการ พระ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สาธุชน พระ) สำนักงานพัฒนาชุมชน วัฒนธรรมอำเภอ โรงเรียน มหาวิทยาลัยและวัดในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	1. ปราชญ์ชาวบ้านมีการนำความรู้ไปใช้และได้ถ่ายทอดความรู้ 2. ผู้นำชุมชนได้รับความรู้และได้สืบทอดความรู้ทางวัฒนธรรม 3. ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา	ด้านเศรษฐกิจ 1. เพิ่มรายได้ให้ครัวเรือนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2. สร้างมูลค่าเพิ่มให้ข้าวมธุปายาสเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม 3. กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสังคม 1. สร้างผู้สืบทอดทางวัฒนธรรมในกลุ่มเยาวชน 2. เสริมสร้างความสามัคคีและทุนทางสังคมของชุมชน 3. ยกระดับจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ด้านสิ่งแวดล้อม 1. ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น เพื่อลดปริมาณขยะ 2. สนับสนุนกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมที่ใช้พลังงานต่ำ 3. สามารถพัฒนาสู่กิจกรรมวัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
	กิจกรรมที่ 2 สร้างผู้สืบทอดทางวัฒนธรรม 2.1 เรื่องเล่ามธุปายาส 2.2 กวนข้าวมธุปายาส	1. ชุดความรู้เกี่ยวกับการกวนข้าวมธุปายาส 2. ชุดความรู้ที่ส่งเสริมศรัทธา			
	กิจกรรมที่ 3 ยกระดับผลิตภัณฑ์จากข้าวมธุปายาสสู่สินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา	ต้นแบบผลิตภัณฑ์			
	กิจกรรม 4 สำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการยกระดับผลิตภัณฑ์จากข้าวมธุปายาสสู่สินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา	ข้อมูลคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการยกระดับผลิตภัณฑ์จากข้าวมธุปายาสสู่สินค้าวัฒนธรรม			
	กิจกรรมที่ 5 นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมทั้งหมดมาวิเคราะห์ เพื่อนำมาพัฒนา พร้อมการนำเสนอแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และนำข้อมูลทั้งหมดมารวบรวมเป็นหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์และเขียนรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์			

จากตารางที่ 1 การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม ดำเนินการโดยคณะนักวิจัยสหสาขา จำนวน 14 คน ร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน วัฒนธรรมอำเภอ โรงเรียน มหาวิทยาลัย และวัดในอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยได้รับงบประมาณจำนวน 130,000 บาท ระยะเวลาดำเนินงาน 10 เดือน มีกิจกรรมศึกษาพิธีกรรม พัฒนาการและการคงอยู่ของการกวนข้าวมธุปายาส เพื่อนำมาจัดทำเป็นต้นแบบชุดความรู้ท้องถิ่น การสร้างผู้สืบทอดทางวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมเรื่องเล่ามธุปายาสและการกวนข้าวมธุปายาส การยกระดับผลิตภัณฑ์สู่สินค้าทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา การสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายและการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ผลผลิตที่เกิดขึ้น ได้แก่ ชุดความรู้เกี่ยวกับการกวนข้าวมธุปายาส ชุดความรู้ส่งเสริมศรัทธาและต้นแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเชิงศรัทธา ส่งผลให้ปราชญ์ชาวบ้านและผู้นำชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดต่อ เกิดการสืบทอดวัฒนธรรมในกลุ่มเยาวชน และเกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

ผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านสังคม ชุมชนมีความเข้มแข็งและเกิดผู้สืบทอดทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม ด้านเศรษฐกิจ ชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม รวมถึงกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และด้านสิ่งแวดล้อม มีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมที่ใช้พลังงานต่ำ อันนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมวัฒนธรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 2 แสดงการคำนวณมูลค่าผลลัพธ์และมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทางสังคมจากการลงทุน

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	จำนวน	ค่าตัวแทนทางการเงิน Financial	มูลค่าผลประโยชน์ Gross Value	Deadweight (%)	Attribution (%)	Base case Impact ผลกระทบฐานกรณี (บาท)	PV Factor	Present Value (บาท)
ต้นแบบผลิตภัณฑ์	จำนวนพระ	400.00	15.00	6,000.00	10%	25%	4,050.00	0.95	3,856.00
การพัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชนและเครือข่าย	คน	30.00	3,000.00	90,000.00	10%	25%	60,750.00	0.95	57,834.00
การจัดทำชุดความรู้และการถ่ายทอดองค์ความรู้	ครั้ง	1.00	20,000.00	20,000.00	10%	25%	13,500.00	0.95	12,852.00
การเกิดการลดขยะ	กิโลกรัม	7.00	119.00	833.00	10%	25%	562.00	0.95	535.00
รวม				116,833.00			78,862.00		
Total Present Value of Benefits									**400,627.00**

หมายเหตุ: *อัตราคิดลดร้อยละ 5 ในการคำนวณมูลค่าปัจจุบัน (Present Value) ของผลประโยชน์ในช่วงปี พ.ศ. 2569–2572

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงการคำนวณผลลัพธ์ของโครงการ ประกอบด้วย ต้นแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชนและเครือข่าย การจัดทำชุดความรู้และการถ่ายทอดองค์ความรู้ และการเกิดการลดขยะ โดยพบว่าโครงการสามารถสร้างมูลค่าผลประโยชน์ได้ 116,833 บาทต่อปี เมื่อปรับมูลค่าและคิดลดตามช่วงเวลาการประเมินด้วยอัตราคิดลดร้อยละ 5 ของผลประโยชน์ในช่วงปี พ.ศ. 2569–2572 พบว่า โครงการมีมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมทั้งสิ้น 400,627 บาท ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโครงการสามารถสร้างคุณค่าทางสังคมในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 3 แสดงสรุปผลการประเมินค่า SROI โดยการประเมินในรูปแบบ Ex-post Evaluation มูลค่าในปัจจุบัน

ผลการประเมินค่า SROI	สถานการณ์ปัจจุบัน (Ex-post)	
โครงการนี้เริ่มดำเนินกิจกรรมปีแรก ณ ปี พ.ศ.	2568	
งบประมาณทั้งหมด (Total Cost)	130,000.00	บาท
มูลค่าปัจจุบันต้นทุนรวม (Present Value of Cost)	130,000.00	บาท
มูลค่าปัจจุบันของผลกระทบกรณีฐาน (Total Present Value of Benefit)	400,627.00	บาท
มูลค่าผลประโยชน์ปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)	270,627.00	บาท
ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return of Investment: SROI)	3.08	เท่า
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	70.00	%
โดยปรับมูลค่า ณ ปี ฐาน พ.ศ.	2568	

จากตารางที่ 3 สรุปผลการประเมินค่า Social Return on Investment (SROI) ของโครงการเรื่อง การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม ซึ่งดำเนินการประเมินในลักษณะ Ex-post Evaluation เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคมภายหลังสิ้นสุดการดำเนินโครงการ เพื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันของผลกระทบที่เกิดขึ้นในปีฐาน พ.ศ. 2568

ผลการประเมินพบว่า โครงการมีต้นทุนรวม 130,000 บาท และสามารถสร้างมูลค่าผลประโยชน์ทางสังคมคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันรวม 400,627 บาท ส่งผลให้มีมูลค่าผลประโยชน์ปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV) เท่ากับ 270,627 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI Ratio) เท่ากับ 3.08 เท่า ซึ่งสะท้อนว่าทุก 1 บาทของการลงทุนสามารถก่อให้เกิดมูลค่าทางสังคมคืนกลับสู่ชุมชนได้ 3.08 บาท นอกจากนี้ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) เท่ากับร้อยละ 70 แสดงถึงระดับความคุ้มค่าเชิงเศรษฐศาสตร์สังคมในระดับสูง และบ่งชี้ถึงศักยภาพของโครงการในการสร้างผลกระทบที่ยั่งยืน

ผลลัพธ์สะท้อนถึงประสิทธิผลของการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการองค์ความรู้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงศรัทธา ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรทางวัฒนธรรม การสร้างผู้สืบทอดทางวัฒนธรรม และการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน อันนำไปสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม สะท้อนความคุ้มค่าเชิงประจักษ์อย่างชัดเจน โดยใช้งบประมาณ 130,000 บาท แต่สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทางสังคม 400,627 บาท คิดเป็น NPV 270,627 บาท และมีค่าการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) 3.08 เท่า สะท้อนว่า ทุก 1 บาทของการลงทุนสามารถก่อให้เกิดมูลค่าทางสังคมคืนกลับสู่ชุมชนได้ 3.08 บาท ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ นิติกร พงษ์ไพบูลย์ และ วิสาขา ภู่จินดา (2562) ซึ่งพบว่า การดำเนินงานเกษตรอินทรีย์ภายใต้โครงการสามพรานโมเดลให้ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เท่ากับ 1.45 หมายความว่า ทุกการลงทุน 1 บาท สามารถสร้างผลตอบแทนทางสังคมได้คิดเป็นมูลค่า 1.45 บาท สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางสังคมและผลลัพธ์เชิงบวกที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการดังกล่าว นอกจากนี้ ขจรอรรถพณ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ (2567) กล่าวว่าการลงทุนทุก 1บาท ของโครงการฯ สามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมตามอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ตลอดจน IRR ร้อยละ 70 ตัวเลขดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าโครงการสามารถแปลงทุนทางวัฒนธรรมและพลังการมีส่วนร่วมของชุมชนให้กลายเป็นคุณค่าทางสังคมที่จับต้องได้ในเชิงเศรษฐศาสตร์ อย่างไรก็ตาม ควรพิจารณาควบคู่กับข้อจำกัดของแนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ซึ่งแม้จะเป็นเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นทั้งในระดับนานาชาติและในประเทศไทย (คณะการแพทย์บูรณาการ มทร.ธัญบุรี, 2565; วรภัทร เมฆขจร และคณะ, 2567) เนื่องจากสามารถแปลงผลลัพธ์ทางสังคมเป็นมูลค่าทางการเงินและสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างมีเหตุผล แต่กระบวนการกำหนด “ตัวแทนมูลค่า” (financial proxies) อาจมีความคลาดเคลื่อนหรืออคติจากผู้ประเมินได้ หากขาดข้อมูลฐานที่รอบด้านหรือการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ แม้การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) จะพัฒนามาจากกรอบกระบวนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนหรือโครงการ (Cost-Benefit Analysis) และมีความครอบคลุมมากกว่าเพราะรวมผลลัพธ์ทั้งที่จับต้องได้และไม่ได้ (โชติกา ภาษีผล, 2560; ภัทรชัย อ่อนน่วม, 2568) แต่การตีความค่าอัตราส่วนไม่ควรถูกใช้เพียงเพื่อเปรียบเทียบเชิงการแข่งขันระหว่างโครงการ หากควรใช้เพื่อเรียนรู้เส้นทางการเปลี่ยนแปลง (impact pathway) และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เกิดความยั่งยืนมากกว่าเพียงมิติของตัวเลขผลตอบแทนเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม มีค่าอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) สูงถึงร้อยละ 70 ทำให้เห็นถึงความคุ้มค่าเชิงตัวเลขควบคู่กลไกเชิงคุณภาพที่ทำให้การลงทุนขนาดเล็ก จำนวน 130,000 บาท สามารถเร่งให้เกิดผลลัพธ์และผลกระทบจำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น เนื่องจากกลไกสำคัญอยู่ที่การแปลงทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) และทุนทางสังคม (social capital) ให้เป็น “คุณค่าทางเศรษฐกิจ” เนื่องจากต้นทุนจำนวนมากไม่ได้อยู่ในรูปตัวเงิน โดยอยู่ในรูปแบบของการมีส่วนร่วม แรงงานจิตอาสา ความศรัทธาและความรู้ท้องถิ่น ผู้วิจัยอภิปรายผลได้ว่า “ต้นทุนจริงต่ำแต่ผลลัพธ์สูง” ส่งผลให้กระแสประโยชน์สุทธิ (net benefits) เกิดขึ้นเร็วและเข้มแข็ง จึงผลักดันค่าอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ให้สูง เนื่องจากปัจจัยแห่งความสำเร็จในบริบทชุมชน ได้แก่ การฐานศรัทธาและวัฒนธรรมร่วมเป็นแรงขับเคลื่อนและทำให้การระดมทรัพยากรเกิดขึ้นโดยสมัครใจ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ได้แก่ พระ ผู้นำชุมชนและเยาวชน ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม (ownership) ประกอบกับการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและวัสดุเหลือใช้ ทำให้ลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ได้

ผลการวิจัยยืนยันและขยายถึงทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) เกี่ยวกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมสร้างเส้นทางสู่ผลกระทบ (impact pathway) ที่นำไปสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจได้และสนับสนุนกรอบผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) (Nicholls et al., 2012) ได้ว่า การแปลงคุณค่าที่จับต้องไม่ได้ (intangible value) ได้แก่ ความสามัคคีหรืออัตลักษณ์ชุมชนให้เป็นตัวเงิน สามารถอธิบายความคุ้มค่าได้ เป็นการขยายองค์ความรู้ที่แสดงถึงบริบทสังคมไทยที่มีทุนทางศาสนาและศรัทธาเป็นตัวแปรสำคัญที่เร่งอัตราผลตอบแทน (high-return driver) ในขณะที่ หากมองในเชิงพื้นที่และนโยบายที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นได้ ภายใต้เงื่อนไขสำคัญ ได้แก่

มี ทุนวัฒนธรรมหรือประเพณีที่เป็นศูนย์กลาง การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้นำ เพื่อให้ภาครัฐสามารถใช้ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) เป็นเครื่องมือจัดลำดับความคุ้มค่าโครงการและสนับสนุนงบประมาณในโครงการเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ ผู้เขียนมความเห็นเกี่ยวกับข้อจำกัดและความไม่แน่นอน เนื่องจากค่าอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) จะสูงถึงร้อยละ 70 แต่ต้องตีความอย่างระมัดระวัง เนื่องจากค่าตัวแทนทางการเงิน (Financial Proxies) อาจคลาดเคลื่อน หากอ้างอิงไม่ครอบคลุมการระบุแหล่งที่มา (Attribution) ซึ่งอาจประเมินได้ยาก เพราะผลลัพธ์เกิดจากหลายภาคส่วน รวมถึงการประมาณการผลกระทบ (Impact Estimation) มีความไม่แน่นอน โดยเฉพาะผลกระทบระยะยาว ทำให้ค่าอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อาจสูงผิดปกติ เนื่องจากการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรมมีต้นทุนต่ำ แต่ใช้แรงงานของชุมชนในระดับสูง

องค์ความรู้ใหม่

การใช้ทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของปราชญ์ชาวบ้านเป็นกลไกในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยนำพิธีกรรมท้องถิ่นผ่านกระบวนการศึกษาทางการวิจัย พัฒนาเป็นชุดความรู้ การถ่ายทอด และผลิตภัณฑ์เชิงศรัทธา ผลจากกระบวนการดังกล่าวทำให้เกิดคุณค่าในสามมิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจที่กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ด้านสังคมที่สร้างความสามัคคีและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและด้านสิ่งแวดล้อมที่ช่วยลดของเสียจากอาหารและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยสามารถประเมินผลลัพธ์ผ่านผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return of Investment: SROI) นำไปสู่การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับชุมชน ภายใต้กลไกการแปลงทุนวัฒนธรรมสู่มูลค่าทางสังคม (2C-FS) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่ของกลไกการแปลงทุนวัฒนธรรมสู่มูลค่าทางสังคม (2C-FS)

จากภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่ของกลไกการแปลงทุนวัฒนธรรมสู่มูลค่าทางสังคม (2C-FS) อธิบายได้ว่า (1) การใช้ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ประเพณีกวนข้าวมธุปายาส ความเชื่อ ศรัทธาและภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) โดยการรวมกลุ่มของพระ ผู้นำ ชาวบ้านและเยาวชน ทำให้เกิดพลังทางสังคม (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงศรัทธา (Faith-based Product Development) เป็นการต่อยอดข้าวมธุปายาสสู่ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเชิงศรัทธา (4) ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) การแปลงผลลัพธ์ของวัฒนธรรมชุมชนเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่วัดได้ ทำให้เห็นได้ถึงการยกระดับงานวิจัยทางวัฒนธรรมจากเชิงพรรณนาไปสู่เชิงประเมินมูลค่า (Value-based Cultural Analysis) อย่างเป็นรูปธรรมได้

สรุปผลการวิจัย

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของโครงการศรัทธามธุปายาส: กรณีการปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม ผลกาวิจัยพบว่า เส้นทางสู่ผลกระทบทางสังคมมีกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมของชุมชนที่เริ่มต้นจากการนำทุนทางวัฒนธรรมและศรัทธามาเป็นฐานเพื่อขับเคลื่อนร่วมกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทุกกลุ่ม ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วม การถ่ายทอดองค์ความรู้และการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นร่วมกัน ทำให้เส้นทางพัฒนาไปสู่การ “สร้างคุณค่าใหม่” ผ่านการต่อยอดกิจกรรมสู่ผลิตภัณฑ์เชิงศรัทธาและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อเสริมสร้างความสามัคคี การฟื้นฟูอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการยกระดับศักยภาพของชุมชน เป็นกลไกสำคัญเพื่อความสำเร็จคือ “ศรัทธา” สู่ “พลังทางสังคม” ให้เกิดผลลัพธ์ที่จับต้องได้ ในขณะเดียวกัน ผลตอบแทนทางสังคมเกิดความคุ้มค่าจากการลงทุนในกิจกรรมที่มีฐานวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้าง “มูลค่าทางสังคมที่สูงกว่าต้นทุนได้” เพื่อคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้การพัฒนาบนฐานวัฒนธรรมเป็นกลไกเชิงนโยบายที่เปลี่ยนทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในชุมชนให้กลายเป็นทุนที่สร้างผลตอบแทนได้อย่างต่อเนื่องเพื่อรายได้ การลดต้นทุนทางสังคมและการรักษามรดกทางวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานรัฐและท้องถิ่นควรจัดตั้งระบบฐานข้อมูลผลลัพธ์ทางสังคมระดับชุมชนที่บูรณาการ ข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะตัวแปรที่จับต้องยาก เช่น จิตสำนึก ความศรัทธา ความสามัคคีและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

1.2 หน่วยงานรัฐและท้องถิ่นควรออกแบบนโยบายให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทในทุกขั้นตอนของเส้นทางสู่ผลกระทบเพื่อความสำเร็จของโครงการที่เกิดจากการมีส่วนร่วม

1.3 หน่วยงานรัฐและท้องถิ่นควรผลักดันให้กิจกรรมทางวัฒนธรรมสามารถต่อยอดเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่สร้างรายได้

1.4 ควรนำผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return of Investment: SROI) มาใช้เป็นเครื่องมือในการพิจารณาความคุ้มค่าของโครงการในชุมชนและสังคม

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การเปรียบเทียบผลลัพธ์ของโครงการลักษณะใกล้เคียงกันในหลายพื้นที่ เพื่อพัฒนาเส้นทางสู่ผลกระทบที่เหมาะสมกับบริบทไทย

2.2 การบูรณาการวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) เพื่อเพิ่มความลุ่มลึกทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

2.3 ศึกษาปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น นโยบายท้องถิ่น เครือข่ายภาคีและทุนทางสังคมที่ส่งผลต่อค่าผลตอบแทนทางสังคม เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือของการประเมินและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในงานพัฒนาชุมชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง ศรัทธามธุปายาส: การปลูกจิตสำนึกชุมชนเพื่อยกระดับทางวัฒนธรรม ขอขอบคุณ งบประมาณจากกองทุน ส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) และมหาวิทยาลัยนเรศวร สำหรับทุนอุดหนุนการวิจัย ประจำปีงบประมาณ 2568 เลขที่สัญญา R2568A105 และผ่านพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน REC114/68 ทั้งนี้ ผู้เขียนได้ใช้เครื่องมือ AI แบบสร้างสรรค์ เช่น ใช้ ChatGPT เพื่อแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษและตรวจสอบไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

กัญญารัตน์ แก้วกมล, นิติคุณ ท้าวทอง, สุปวีณ์ รสรื่น, อนุศิษฎ์ เพชรเชนทร์, อมรรัตน์ รัตนสุภา และ จันทรัศม์ ภูติอริยวัฒน์. (2564). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 11*(1), 75–92.

ขจรอรรถพณ พงศ์วิริทธิ์ธร, กมลทิพย์ คำใจ, วิภาวี ศรีคะ, วิไลพร ไชยโย และ วลัยลักษณ์ พันธุรี. (2567). การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับ โครงการ “แกน้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, 41*(1), 240–254.

คณะการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2565). *การประเมิน SROI (Social Return on Investment).* สืบค้นจาก https://im.rmutt.ac.th/sroi/?utm_source=chatgpt.com.

โชติกา ภาษีผล. (2560). การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน Social Return on Investment (SROI). *วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 45*(4), 342-352.

นพพล จันทร์กระจ่างแจ้ง และ อนันต์ ลากุล. (2566). ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนเขาฉกรรจ์ ตำบลเขาฉกรรจ์ อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว. ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนเขาฉกรรจ์ ตำบลเขาฉกรรจ์ อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์, 23*(4), 245–260.

นิติกร พงษ์ไพบูลย์ และ วิสาขา ภู่จินดา. (2562). ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนทำเกษตรอินทรีย์ในโครงการสามพรานโมเดล. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts), 39*(4), 137-154.

ภัทรชัย อ่อนน่วม. (2568). *การประเมินผลตอบแทนทางสังคม SROI: วัดคุณค่าทางสังคมของการลงทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา.* สืบค้นจาก https://research.eef.or.th/social-return-on-investment-assessment/?utm_source=chatgpt.com.

วรภัทร เมฆขจร, ธีระพงษ์ ทศวัฒน์ และ พรรณรัตน์ กานต์ไกรศรี. (2567). การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 14*(1), 21-38.

เศรษฐภูมิ บัวทอง, เกศกุล สระกวี และ บุญฤทธิ์ พานิชเจริญ. (2564). *หนังสือคู่มือการประเมินผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment :SIA) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return On Investment: SROI) โครงการเพื่อสังคม.* ปทุมธานี: วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป่วย อึ้งภากรณ์.

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช. (2568). *วัดบุญนารอบ ร่วมสืบสานวัฒนธรรมกวนข้าวยาคู เนื่องในงานประเพณีมาฆบูชา แห่ผ้าขึ้นธาตุ นานาชาติที่เมืองนคร ประจำปี 2568.* สืบค้นจาก https://nakhonsithammarat.prd.go.th/th/content/category/detail/id/13/cid/9/iid/362938.

เสวย จันทรัตน์. (2563). ศึกษาวิเคราะห์วิธีกวนข้าวทิพย์ของพุทธศาสนิกชนในสังคมไทย. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, *6*(2-02), 543–556.

Corvo, L., Pastore, L., Mastrodascio, M., & Cepiku, D. (2022). The social return on investment model: a systematic literature review. *Meditari Accountancy Research, 30*(7), 49–86.

Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). *A guide to social return on investment. The SROI Network.* Retrieved from https://socialvalueselfassessmenttool.org/wp-content/uploads/intranet/758/pdf-guide.pdf.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Faith-based Power and Grassroots Economic Revitalization: Bo Phan Khan Cultural Market, Roi Et Province

Parin Phattharapanyakun[1] and Narintra Mingolo[2*]

[1] *Social Education Program, Faculty of Education and Human Development, Roi Et Rajabhat University, Thailand*

[2] *Mathematics and English Program, Faculty of Education and Human Development, Roi Et Rajabhat University, Thailand*

* *Corresponding author. E-mail: m.narintra@gmail.com*

ABSTRACT

This research aimed to 1) examine the dynamics of local history and collective memory in the Bo Phan Khan community; 2) analyze the role of faith in Chao Pu Phan Phuwong as a social mechanism for revitalizing community relationship networks; 3) investigate the process through which the Bo Phan Khan Cultural Market Assembly was formed to manage cultural capital in an active and dynamic way; and 4) assess its impact on the community's grassroots economy. The study employed a qualitative research methodology, combining documentary research with participant observation. Economic value was assessed through gross circulation revenue. The findings revealed that 1) the Bo Phan Khan community selectively drew upon collective memories of the prosperous period before 1981 as a cultural foundation for reviving local identity; 2) faith in Chao Pu Phan Phuwong continues to function as a symbolic center linking a network of nine villages through their shared status as descendants of the same ancestral spirit; 3) this descendant-based network gave rise to the Bo Phan Khan Cultural Market Assembly, which manages cultural capital through agreed rules, regulations, and a central community fund; and 4) in economic terms, the seven market events generated approximately 11.40 million baht in gross circulation from an investment of 750,000 baht, representing a return of 15.21 times the initial investment. In conclusion, the power of faith can serve as a form of dynamic cultural capital that connects memory, participation, and the sustainable development of the grassroots economy.

Keywords: Faith-Based Power, Cultural Market Assembly, Bo Phan Khan, Collective Memory, Grassroots Economy, Dynamic Cultural Capita

Received: 9 March 2026;
Revised: 16 April 2026;
Accepted: 18 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

สัทธานุภาพเจ้าปู่ผ่าน: การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากผ่านตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน จังหวัดร้อยเอ็ด

ปริญ ภัทรปัญญากูร[1] และ นรินทรา มิ่งโอโล[2*]

[1] สาขาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ประเทศไทย

[2] สาขาคณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: m.narintra@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพลวัตของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและความทรงจำร่วมของชุมชนบ่อพันขัน 2) วิเคราะห์บทบาทของสัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ในฐานะกลไกทางสังคมในการฟื้นฟูเครือข่ายความสัมพันธ์ของชุมชน 3) ศึกษากระบวนการสร้างประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันในการจัดการทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว และ 4) ประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการศึกษาเอกสารร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยมีการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจจากรายได้หมุนเวียนรวม (Gross Circulation) ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนบ่อพันขันได้คัดเลือกความทรงจำร่วมในยุคแห่งความผาสุกก่อนปี พ.ศ. 2524 มาใช้เป็นฐานทางวัฒนธรรมในการฟื้นฟูอัตลักษณ์ 2) สัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงเครือข่าย 9 หมู่บ้านผ่านสถานะของลูกหลานของเจ้าปู่เดียวกัน 4) เครือข่ายความเป็นลูกหลานเจ้าปู่นำไปสู่การก่อตัวของประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันเพื่อจัดการทุนวัฒนธรรมผ่านกฎกติกาและกองทุนกลาง 4) ด้านเศรษฐกิจ พบว่าการจัดตลาด 7 ครั้ง สร้างรายได้หมุนเวียนรวมประมาณ 11.40 ล้านบาท จากการลงทุน 750,000 บาท หรือคิดเป็นผลตอบแทน 15.21 เท่าของเงินลงทุน สรุปได้ว่าพลังแห่งสัทธานุภาพสามารถทำหน้าที่เป็นทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหวที่เชื่อมโยงความทรงจำ การมีส่วนร่วม และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สัทธานุภาพ, ประชาคมตลาดวัฒนธรรม, บ่อพันขัน, ตาข่ายทางสังคม, เศรษฐกิจฐานราก, การมีส่วนร่วม

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดเรื่องการพัฒนาโดยใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นฐาน (culture-based development) ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในวงวิชาการและนโยบายสาธารณะ เนื่องจากตระหนักว่าการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชนมิได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรทางกายภาพเพียงอย่างเดียว หากยังเกี่ยวข้องกับความทรงจำร่วม ความเชื่อ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมผู้คนในพื้นที่ (Bourdieu, 1986; Crang, 1998) ในบริบทของสังคมชนบทไทย โดยเฉพาะในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วัฒนธรรมจึงมิได้เป็นเพียงมรดกจากอดีต หากเป็น “ระบบชีวิต” ที่เชื่อมโยงผู้คนกับพื้นที่ ทรัพยากร และความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างลึกซึ้ง (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2546)

แนวคิดทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) อธิบายว่าวัฒนธรรมสามารถทำหน้าที่เป็น “ทุน” ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างโอกาสและอำนาจในสังคม ไม่ต่างจากทุนทางเศรษฐกิจหรือทุนทางสังคม (Bourdieu, 1986) ทุนวัฒนธรรมอาจปรากฏในรูปของความรู้ ทักษะ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต หรือสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สั่งสมอยู่ในชุมชน เมื่อได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม ทุนวัฒนธรรมสามารถแปรเปลี่ยนเป็นพลังทางเศรษฐกิจและสังคมได้ โดยเฉพาะในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจฐานราก (Howkins, 2001; Gibson-Graham, 2005)

ขณะเดียวกัน การศึกษาทางมานุษยวิทยาได้ชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมไม่ได้ดำรงอยู่เพียงในรูปของวัตถุหรือกิจกรรม หากยังปรากฏผ่านระบบสัญลักษณ์ ความเชื่อ และพิธีกรรมที่ทำหน้าที่สร้างความหมายร่วมให้กับสมาชิกในสังคม Geertz (1973) อธิบายว่าวัฒนธรรมคือ “ระบบสัญลักษณ์” ที่มนุษย์ใช้ในการตีความโลกและสื่อสารความหมายร่วมกัน

ขณะที่ Turner (1967) ชี้ให้เห็นว่าพิธีกรรมเป็นกระบวนการทางสังคมที่ทำให้ผู้คนเกิดความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน หรือที่เรียกว่า communitas ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการรักษาความสัมพันธ์และความเป็นปึกแผ่นของชุมชนช่วยเปิดมุมมองใหม่ต่อความเชื่อพื้นบ้านและพิธีกรรมในสังคมชนบทว่า ไม่ได้เป็นเพียงความเชื่อทางจิตวิญญาณ หากยังทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนกับพื้นที่และกันและกัน

มิติของพื้นที่ แนวคิดภูมิศาสตร์วัฒนธรรม (Cultural Geography) เสนอว่าพื้นที่เป็นพื้นที่แห่งความหมาย (place) ที่มนุษย์สร้างขึ้นผ่านประสบการณ์ ความทรงจำ และการปฏิบัติทางวัฒนธรรม (Sauer, 1925; Tuan, 1977; Crang, 1998) ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นผลลัพธ์ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนทั้งประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และระบบความเชื่อของชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ ซึ่งเป็นภูมิประเทศที่มีลักษณะเฉพาะทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การผลิตเกลือสินเธาว์และการเพาะปลูกข้าวที่สืบทอดมาเนิ่นนาน (สุกัญญา เบาเนิด, 2553; เดช ภูสองชั้น, 2545)

พื้นที่บ่อพันขัน อำเภอหนองฮี จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นหนึ่งในภูมิทัศน์วัฒนธรรมสำคัญของทุ่งกุลาร้องไห้ ซึ่งมีประวัติศาสตร์การผลิตเกลือสินเธาว์และการตั้งถิ่นฐานของชุมชนมาอย่างยาวนาน หลักฐานทางโบราณคดีและภูมิปัญญาท้องถิ่นสะท้อนให้เห็นว่าการผลิตเกลือมิได้เป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ หากยังเชื่อมโยงกับความเชื่อและพิธีกรรมของชุมชนอย่างแนบแน่น (สุกัญญา เบาเนิด, 2553; ขาว สมอาษา, 2565) โดยเฉพาะความศรัทธาต่อ “เจ้าปู่ผ่านภูวงศ์” ซึ่งได้รับการยกย่องในฐานะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผู้ปกปักรักษาแหล่งเกลือและชุมชน ตำนานและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับเจ้าปู่ผ่านจึงทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางสัญลักษณ์ที่หล่อหลอมความทรงจำและอัตลักษณ์ร่วมของผู้คนในพื้นที่ (พระปลัดขาว คุตฺตธมฺโม, 2566)

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะการพัฒนาทางโครงสร้างพื้นฐานและการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจชนบท ได้ส่งผลให้กิจกรรมการผลิตเกลือและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนบ่อพันขันหายไป เนื่องจากพื้นที่ผลิตเกลือถูกรัฐเปลี่ยนให้กลายเป็นอ่างเก็บน้ำ ชุมชนจึงประสบกับภาวะการสูญเสียอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการสลายตัวของเครือข่ายทางสังคม อย่างไรก็ตาม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้เกิดความพยายามของชุมชนและภาคีเครือข่ายในการฟื้นฟูทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยเฉพาะการรื้อฟื้นประเพณีการไหว้บ่อพันขันและการจัด “ตลาดวัฒนธรรม ข้าว–ปลา–เกลือ” ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ในการเชื่อมโยงพิธีกรรม ความทรงจำ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน (ปริญ ภัทรปัญญากูร, 2567)

การเคลื่อนไหวนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการจัดการทุนวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ (Cultural Capital Management) ที่เสนอว่าวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตซึ่งสามารถนำมาใช้ในการสร้างคุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจได้ หากมีกระบวนการจัดการที่เชื่อมโยงความรู้ในพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชน และเครือข่ายภาคีต่าง ๆ อย่างเหมาะสม (สีลาภรณ์ บัวสาย และธนภณ วัฒนกุล, 2568) การจัดตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันจึงเป็นตัวอย่างของการแปลงทุนวัฒนธรรม เช่น พิธีกรรม ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้กลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเรียนรู้ที่สร้างรายได้และความภาคภูมิใจให้กับชุมชน

อีกแนวคิดหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม คือการใช้กลไกประชาคมเป็นเครื่องมือสำคัญ จากตัวอย่างในการจัด “เทศกาลฟื้นทุนวัฒนธรรม” ในหลายเมืองของประเทศไทย โดยใช้กระบวนการประชาคมเป็นกลไกสำคัญในการระดมความร่วมมือของชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และนักวิจัย เพื่อร่วมกันค้นหา ฟื้นฟู และต่อยอดทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมให้กลายเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมสมัย (ธนภณ วัฒนกุล และพิชามญชุ์ ชัยดรุณ, 2568) แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมของตนเอง และมีพื้นที่ประชาคมในการร่วมคิดร่วมทำ ทุนวัฒนธรรมสามารถกลายเป็นพลังในการสร้างอัตลักษณ์ ความภาคภูมิใจ และเศรษฐกิจฐานรากของท้องถิ่นได้อย่างมีพลวัต

หลายชุมชนของสังคมไทย ความศรัทธาทางศาสนาและความเชื่อต่อบุคคลหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์มักทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางสังคมที่ช่วยหล่อหลอมความสัมพันธ์ของผู้คนให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน ความศรัทธามีบทบาทสำคัญในการสร้าง “ประชาคม” ที่เข้มแข็ง ผ่านการรวมตัวของผู้คนที่มีสถานะร่วมกันในฐานะลูกศิษย์ ผู้สืบทอด หรือผู้ศรัทธา

ในสิ่งเดียวกัน กระบวนการนี้ทำให้ความเชื่อกลายเป็นพลังทางวัฒนธรรมที่ช่วยเชื่อมโยงความทรงจำร่วม อัตลักษณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนเข้าด้วยกัน งานศึกษาของ ปริญ ภัทรปัญญากูร และ นรินทรา มิ่งโอโล (2568) ชี้ให้เห็นว่า ความศรัทธาและสถานะของการเป็น “สานุศิษย์” สามารถทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการรวมผู้คนให้เกิดประชาคมที่มีพลัง โดยผู้คนใช้ความทรงจำร่วมและเรื่องเล่าทางความเชื่อเป็นฐานในการสร้างความชอบธรรมทางศีลธรรมและวัฒนธรรม ในการจัดการพื้นที่และทรัพยากรร่วมกัน กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความศรัทธาจึงสามารถแปรเปลี่ยนจากความเชื่อส่วนบุคคลไปสู่ “ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว” ที่เสริมสร้างความเข้มแข็งของประชาคม และเปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาของตนเองได้อย่างมีพลัง

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการศึกษาเรื่องทุนวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงมีช่องว่างการวิจัย (Research Gap) ในการอธิบายความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบระหว่าง “พลังแห่งความศรัทธา” และ “ความทรงจำร่วม” ที่สามารถแปรเปลี่ยนเป็น “ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจฐานราก” ได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังขาดการนำเสนอโมเดลที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของความเชื่อในฐานะทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว ที่มีผลต่อการสร้างพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ในชุมชน งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งนำเสนอประเด็น “สัทธานุภาพ” (Faith-based Power) ของเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพียงความเชื่อทางจิตวิญญาณหรือพิธีกรรมตามประเพณีเท่านั้น แต่สัทธานุภาพคือกำลังหรืออำนาจจากความศรัทธาที่ทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมเชิงสัญลักษณ์ พลังนี้สามารถรวบรวมผู้คนผ่านสถานะ “สิทธิสานุศิษย์” เพื่อรื้อฟื้นตาข่ายทางสังคมที่เคยล่มสลายไปจากการสร้างอ่างเก็บน้ำในปี พ.ศ. 2524 และขับเคลื่อนให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านกระบวนการประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน การศึกษานี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดบูรณาการที่ผสานแนวคิดทุนวัฒนธรรม มานุษยวิทยาสัญลักษณ์ และเศรษฐกิจชุมชน เพื่ออธิบายว่าความศรัทธาสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่สร้างความชอบธรรมทางศีลธรรมและเปิดพื้นที่ใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพลวัตของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและความทรงจำร่วมของชุมชนบ่อพันขัน
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของสัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ในฐานะกลไกทางสังคมในการฟื้นฟูเครือข่ายความสัมพันธ์ของชุมชน
3. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันในการจัดการทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว
4. เพื่อประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผสมผสานการศึกษาทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (Historical Approach) กับการศึกษาภาคสนามแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เพื่ออธิบายบทบาทของสัทธานุภาพ ความทรงจำร่วม และกระบวนการประชาคมในการฟื้นฟูเครือข่ายทางสังคมและเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ่อพันขัน จังหวัดร้อยเอ็ด ควบคู่กับการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนจากกิจกรรมตลาดวัฒนธรรม โดยกำหนดโครงสร้างระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) พื้นที่และกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2) แหล่งข้อมูล 3) เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล 4) การวิเคราะห์ข้อมูล และ 5) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

1. พื้นที่ศึกษาและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Study Area and Informants)

พื้นที่ศึกษา ได้แก่ ชุมชนรอบบ่อพันขัน อำเภอหนองฮี จังหวัดร้อยเอ็ด ครอบคลุม 9 หมู่บ้าน ซึ่งเป็นเครือข่ายวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์ร่วมกันผ่านความเชื่อเรื่องเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Informants) ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับวิธีสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์จากบทบาท ความรู้ และการมีส่วนร่วมในกระบวนการประชาคมวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้นำทางวัฒนธรรมและศาสนา จำนวน 15 คน กลุ่มผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมในตลาดวัฒนธรรม จำนวน 20 คน กลุ่มประชาชนและผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 25 คน รวมผู้ให้ข้อมูล 60 คน โดยใช้หลักความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) เป็นเกณฑ์ในการยุติการเก็บข้อมูล

2. แหล่งข้อมูล (Sources of Data)

การวิจัยใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่งหลัก ได้แก่

2.1 ข้อมูลเอกสาร (Documentary Sources) คัดเลือกจากความเกี่ยวข้องและความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ประกอบด้วยเอกสารทางการ เช่น ราชกิจจานุเบกษา แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และเอกสารท้องถิ่น เช่น ตำนานบ่อพันขัน งานวิจัย และหนังสือด้านวัฒนธรรมอีสาน

2.2 ข้อมูลภาคสนาม (Field Data) เก็บข้อมูลจากกิจกรรมจริงของประชาคมตลาดวัฒนธรรม เช่น การประชุม การจัดเทศกาล และกิจกรรมทางวัฒนธรรม รวมถึงการสัมภาษณ์และการสนทนาเชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

3. เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล (Research Instruments and Data Collection)

เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Guide) 2) แนวทางการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guide) 3) แบบบันทึกการสังเกต (Observation Record Form) 4) แบบบันทึกข้อมูลเอกสาร (Document Analysis Form) 5) แบบบันทึกข้อมูลค่าใช้จ่ายและการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ

การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2568 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2569 โดยมีขั้นตอน ได้แก่ การทบทวนเอกสาร การออกแบบเครื่องมือ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล การลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม รวมถึงการบันทึกข้อมูลด้วยการจดบันทึกภาคสนามและบันทึกเสียง

สำหรับการศึกษาข้อมูลเศรษฐกิจ มีการเก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 10,949 คน ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม 7 ครั้ง รวม 13 วัน โดยจำแนกค่าใช้จ่ายออกเป็นหมวด ได้แก่ ค่าเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าและของที่ระลึก ที่พัก การท่องเที่ยวต่อเนื่อง ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และค่าบริจาค

4. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ทั้งแนวทางเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและภาคสนาม เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูล

4.2 การวิเคราะห์เชิงแก่นสาระ (Thematic Analysis) ดำเนินการผ่านกระบวนการ Coding เพื่อสกัดประเด็นสำคัญ เช่น ความทรงจำร่วม สัทธานุภาพ และเครือข่ายชุมชน

4.3 การสังเคราะห์เชิงแนวคิด (Conceptual Synthesis) เชื่อมโยงผลการวิเคราะห์เข้าสู่กรอบแนวคิด “ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว (Dynamic Cultural Capital)”

4.4 การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact Analysis) ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายจริงของผู้เข้าร่วมกิจกรรม คำนวณมูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ (Gross Circulation) จากผลรวมของค่าใช้จ่ายทั้งหมด จากนั้นเปรียบเทียบกับงบประมาณลงทุนของโครงการเพื่อหามูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจสุทธิ (Net Economic Impact) และคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI)

นอกจากนี้ ยังใช้การเปรียบเทียบรายได้ก่อนและหลังดำเนินโครงการ (Baseline vs Impact) โดยอาศัยข้อมูลรายได้เส้นฐานของร้านค้าเดิมในพื้นที่ และรายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการในช่วงที่มีการจัดกิจกรรม เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของรายได้ในระดับเศรษฐกิจฐานราก ตัวบ่งชี้ที่ใช้ในการประเมินประกอบด้วย มูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ รายได้เฉลี่ยต่อคน รายได้เฉลี่ยต่อร้าน จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม และมูลค่าทางเศรษฐกิจเฉลี่ยต่อกิจกรรม

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Data Verification)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่

5.1 การเปรียบเทียบข้อมูลจากเอกสาร ภาคสนาม และคำบอกเล่า

5.2 การตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล (Member Checking)

5.3 การตรวจสอบข้ามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Cross-case Validation)

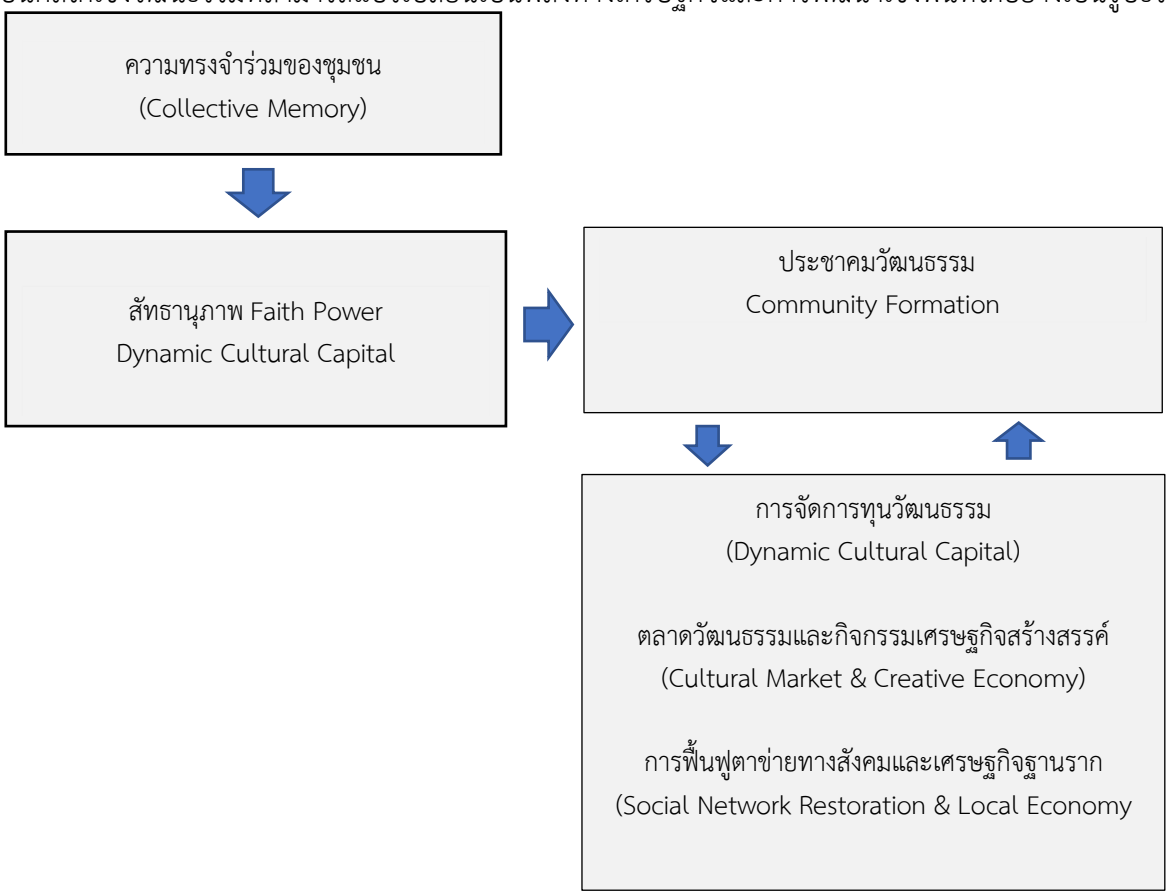
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้บูรณาการแนวคิดเรื่องความทรงจำร่วม ทุนวัฒนธรรม และมานุษยวิทยาสัญลักษณ์ เพื่ออธิบายว่า “สัทธานุภาพ” ทำหน้าที่เป็น **ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว (Dynamic Cultural Capital)** ที่เชื่อมโยงความทรงจำของชุมชนเข้ากับการก่อรูปของประชาคม และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ผ่านกระบวนการตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน

เชิงกลไก ความทรงจำร่วมของชุมชนเกี่ยวกับ “ยุคแห่งความผาสุก” ถูกคัดเลือกและตีความใหม่ภายใต้บริบทปัจจุบัน ก่อนจะถูกขับเคลื่อนผ่าน “สัทธานุภาพเจ้าปู่ผ่าน” ซึ่งทำหน้าที่เป็นพลังเชิงสัญลักษณ์ในการรวบรวมผู้คนให้เกิดการรวมตัวเป็นประชาคมวัฒนธรรม และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่เข้มแข็ง

กระบวนการดังกล่าวนำไปสู่การจัดการทุนวัฒนธรรมในรูปของตลาดวัฒนธรรมและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงรูปธรรม ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของความหนาแน่นของเครือข่ายทางสังคม (Network Density) ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participation Rate) และรายได้หมุนเวียนในเศรษฐกิจฐานราก (Income Change)

งานวิจัยนี้จึงเสนอโมเดลองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ **“ศรัทธา–ประชาคม–เศรษฐกิจฐานราก” (Faith–Community–Local Economy Model)** โดยชี้ให้เห็นว่า “สัทธานุภาพ” มิได้เป็นเพียงความเชื่อทางจิตวิญญาณ หากแต่เป็นกลไกเชิงวัฒนธรรมที่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นพลังทางเศรษฐกิจและการพัฒนาเชิงพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. พลวัตของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและความทรงจำร่วมของชุมชนบ่อพันขัน

ผลการศึกษาพบว่า ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชนบ่อพันขันมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับทรัพยากรเกลือและระบบนิเวศของลำน้ำเสียว ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้มาเป็นเวลายาวนานกว่า 2,500 ปี มาจนถึงก่อนปี พ.ศ. 2524 ชุมชนรอบบ่อพันขันดำรงชีวิตอยู่บนฐานเศรษฐกิจแบบผสมผสาน ได้แก่ การต้มเกลือ การประมง การทำนา และการแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดเครือข่ายทางสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนจากหลายหมู่บ้านเข้าด้วยกัน ในช่วงเวลากว่า 70 ปี (พ.ศ. 2490 - 2567) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ยุคสำคัญ ดังนี้

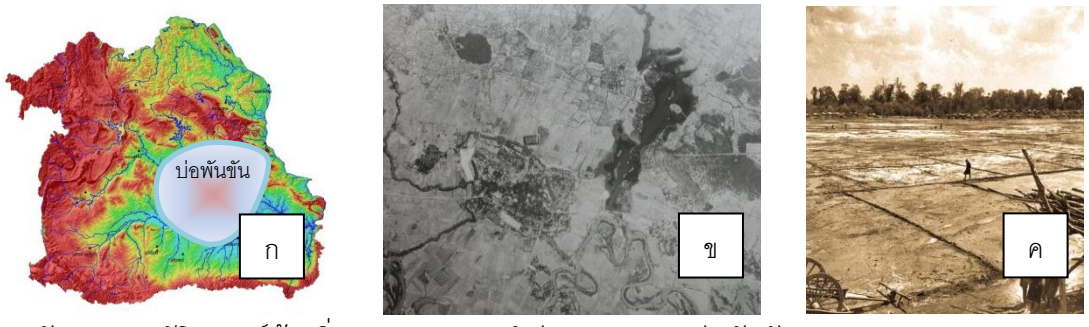
1.1 ยุคคนต้มเกลือแห่งบ่อพันขัน (พ.ศ. 2490 - 2524) ยุคนี้เป็นช่วงที่เกลือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของชุมชน เพื่อการผลิตแบบยังชีพ บ่อพันขันเป็นแหล่งผลิตเกลือขนาดใหญ่ในทุ่งกุลาร้องไห้ที่สืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของผู้คนขึ้นอยู่กับดินฟ้าอากาศเป็นหลัก โดยการต้มเกลือในหน้าแล้งจะเป็นหลักประกันความอยู่รอดของครัวเรือน ชาวบ้านจะนำเกลือไปแลกข้าวจากชุมชนลุ่มน้ำชี หรือขายให้กับพ่อค้าจากลุ่มน้ำมูล นอกจากนี้เกลือยังใช้ในการถนอมอาหาร เช่น ทำปลาร้าและปลาส้ม ในด้านสังคม ชุมชนมีความสามัคคีพึ่งพาอาศัยกัน มีการตั้ง “ตูบต้มเกลือ” ร่วมกัน และมีความเชื่อเรื่อง เจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ผู้ปกปักรักษาบ่อเกลือที่ทุกคนเคารพเกรงกลัว ยุคนี้ถือเป็นช่วงเวลาแห่งอดีตอันหวานชื่น เกลือคือความมั่นคงของชีวิต มีเจ้าปู่ผ่านเป็นที่พึ่ง ข้าวปลาอาหารหาง่ายไม่ต้องใช้เงิน ช่วงทำเกลือมีเสียงลำเสียงแคนดังขับกล่อมคนทำเกลือเป็นความทรงจำที่ประทับใจ

1.2 ยุคแห่งการสูญสลายของชุมชนบ่อพันขัน (พ.ศ. 2524 - 2539) จุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2524 เมื่อภาครัฐมีนโยบาย สร้างอ่างเก็บน้ำบ่อพันขัน เพื่อการเกษตรกรรม ทำให้พื้นที่ผลิตเกลือถูกน้ำท่วมขังจนไม่สามารถต้มเกลือได้อีกต่อไป สภาพภูมิประเทศที่เปลี่ยนไปทำให้นาเกลือเดิมกลายเป็นเกาะรกร้าง วิถีชีวิตเปลี่ยนจากการผลิตเพื่อยังชีพไปสู่การผลิตเพื่อค้าขายตามกระแสทุนนิยม เช่น การปลูกข้าวเจ้า มันสำปะหลัง และปอ การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้ค่าครองชีพสูงขึ้น บีบบังคับให้คนหนุ่มสาวต้อง อพยพไปทำงานรับจ้างในเมืองใหญ่หรือกรุงเทพฯ เพื่อหาเงินมาจุนเจือครอบครัว ความสัมพันธ์ในชุมชนเริ่มจืดจางลง เหลือเพียงคนเฒ่าคนแก่และเด็กที่ยังคงอยู่ในหมู่บ้าน

1.3 ยุคแห่งการฟื้นฟูบ่อพันขัน (พ.ศ. 2539 - 2567) ยุคนี้เริ่มขึ้นเมื่อพระอาจารย์ขาว คุตฺตธมฺโม และชาวบ้านร่วมกันสร้าง วัดเกาะบ่อพันขันรัตนโสภณ ขึ้นบนเกาะกลางน้ำ เพื่อเป็นศูนย์กลางฟื้นฟูจิตใจและชุมชน ประกอบกับช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง” (พ.ศ. 2540) ทำให้แรงงานที่อพยพไปอยู่เมืองใหญ่หวนกลับคืนสู่บ้านเกิด พร้อมนำทักษะใหม่ ๆ มาประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ชุมชนมีการฟื้นฟูความเชื่อเรื่องเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์และอนุรักษ์แหล่งน้ำผุด “ส่างครก” นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐให้กลายเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการสร้างงานสร้างรายได้จากการขายของที่ระลึกและบริการต่าง ๆ ทำให้ชุมชนสามารถคงอัตลักษณ์ของตนเองไว้ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง

เมื่อพิจารณาพลวัตของความทรงจำร่วมของชุมชนบ่อพันขัน พบว่า ความทรงจำที่ถูกนำมาใช้ในปัจจุบันมิได้เป็นกระบวนการ **“คัดเลือกความทรงจำ”** (selective remembering) จากประสบการณ์ของชุมชนในทั้งสามยุคสมัย กล่าวคือ จาก **ยุคคนต้มเกลือแห่งบ่อพันขัน (พ.ศ. 2490–2524)** ชุมชนได้หยิบยกภาพความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรเกลือ ความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกันของผู้คน และบรรยากาศของฤดูต้มเกลือที่เต็มไปด้วยเสียงลำเสียงแคนมาเป็นสัญลักษณ์ของ “ยุคแห่งความผาสุก” ขณะที่ความทรงจำจาก **ยุคแห่งการสูญสลายของชุมชน (พ.ศ. 2524–2539)** ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงจากการสร้างอ่างเก็บน้ำ ได้ถูกจดจำในฐานะ “บทเรียนของการสูญเสีย” ที่ทำให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของวิถีชีวิตดั้งเดิม และกลายเป็นแรงผลักดันให้เกิดความพยายามฟื้นฟูอัตลักษณ์ของพื้นที่ในเวลาต่อมา ส่วนใน **ยุคแห่งการฟื้นฟูบ่อพันขัน (พ.ศ. 2539–2567)** ความทรงจำเกี่ยวกับการสร้างวัดเกาะบ่อพันขันรัตนโสภณ การกลับคืนถิ่นของแรงงานหลังวิกฤตเศรษฐกิจ และการฟื้นฟูความเชื่อเรื่องเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ ได้ถูกนำมาใช้เป็นเรื่องเล่าของการ “ลุกขึ้นยืนอีกครั้ง” ของชุมชน เมื่อความทรงจำจากทั้งสามยุคถูกนำมาประกอบกัน จึงเกิดเป็นเรื่องเล่าร่วมของชุมชนที่เชื่อมโยงอดีต ปัจจุบัน และอนาคตเข้าด้วยกัน และถูกนำไปถ่ายทอดผ่านกิจกรรมของตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน

ไม่ว่าจะเป็นการสาธิตการต้มเกลือ การไหว้เจ้าปู่ผ่าน อาหารพื้นถิ่น และเสียงลำเสียงแคน ซึ่งทำให้ความทรงจำของชุมชนกลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต และเป็นฐานสำคัญของการฟื้นฟูตาข่ายทางสังคมและเศรษฐกิจของพื้นที่ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2 พลวัตของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและความทรงจำร่วมของชุมชนบ่อพันขัน
ที่มา: ก: แผนที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และบ่อพันขัน (http://www.mitrearth.org)
ข: ภาพถ่ายทางอากาศแสดงพื้นที่ บ่อพันขันและชุมชนรอบบ่อพันขัน (https://www.google.com/maps)
ค: ภาพบ่อพันขันเมื่อราวพุทธศักราช 2483 (โรเบิร์ต ลาริมอร์ เพนเดิลตัน)

2. บทบาทของสัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ในฐานะกลไกทางสังคมในการฟื้นฟูเครือข่ายความสัมพันธ์ของชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า สัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ทำหน้าที่เป็น กลไกทางสังคม (social mechanism) ที่มีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูเครือข่ายความสัมพันธ์ของชุมชน ภายหลังจากที่โครงสร้างความสัมพันธ์เดิมอ่อนตัวลงจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในอดีต โดยเฉพาะภายหลังการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของพื้นที่ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2524

สำหรับเชิงกระบวนการ ความศรัทธาดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการสร้างสถานะร่วมของผู้คนในชุมชนผ่านแนวคิดเรื่อง “สิทธิสานุศิษย์” ซึ่งหมายถึงการประกาศตนเป็นลูกหลานหรือผู้สืบทอดความศรัทธาต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ สถานะนี้ทำหน้าที่เป็น กลไกเชิงบรรทัดฐาน (normative mechanism) ที่สร้างความชอบธรรมให้บุคคลสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะและการจัดการพื้นที่วัฒนธรรมของชุมชน

ผลการศึกษาภาคสนามแสดงให้เห็นว่า เครือข่ายความสัมพันธ์ของชุมชนรอบบ่อพันขันจำนวน 9 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านขมิ้น บ้านดงเย็น บ้านโต่น บ้านหนองคูณ บ้านหนองดุม บ้านตำแย บ้านหนองมะเหียะ บ้านตาเณร และบ้านหญ้าหน่อง ได้รับการฟื้นฟูผ่านกิจกรรมทางความเชื่อและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเจ้าปู่ผ่าน โดยเฉพาะพิธีกรรมและกิจกรรมสาธารณะที่เอื้อต่อการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างหมู่บ้าน

นอกจากนี้ ยังพบว่ากิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participation Rate) และความหนาแน่นของเครือข่ายทางสังคม (Network Density) ในรูปแบบของการร่วมแรงร่วมใจในการจัดกิจกรรม การประสานงานระหว่างกลุ่ม และการกลับมาของความสัมพันธ์เชิงเครือญาติและความเป็นชุมชน (communitas) ในพื้นที่

3. กระบวนการสร้างประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันในการจัดการทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว

ผลการวิจัยพบว่า “ประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน” ทำหน้าที่เป็น กลไกเชิงสถาบัน (institutional mechanism) ในการจัดการทุนวัฒนธรรมของชุมชน โดยเป็นพื้นที่กลางที่เปิดให้ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและบริหารจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกันอย่างเป็นระบบ

ด้านโครงสร้างนั้น ประชาคมดังกล่าวมีลักษณะเป็น ความร่วมมือแบบพหุภาคี (multi-stakeholder collaboration) ประกอบด้วย วัด ชุมชน โรงเรียน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ โดยแต่ละภาคีมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกัน ได้แก่ วัดทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางจิตวิญญาณและพื้นที่ประกอบพิธีกรรม ชุมชนเป็นผู้สืบทอด

และผลิตซ้ำความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น โรงเรียนทำหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้สู่เยาวชน และหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนด้านนโยบาย งบประมาณ และทรัพยากร เป็นต้น

ในเชิงกระบวนการ ความทรงจำร่วมและสัทธานุภาพของชุมชนถูกนำมาแปรรูปเป็น ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว (Dynamic Cultural Capital) ผ่านกลไกของประชาคม โดยปรากฏในรูปของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น เรื่องเล่าเกี่ยวกับเกลือบ่อพันขันและเจ้าปู่ผ่าน อาหารพื้นถิ่น และกิจกรรมตลาดวัฒนธรรม ซึ่งทำหน้าที่เป็นพื้นที่ปฏิบัติการ (cultural platform) สำหรับการเรียนรู้ การสร้างความหมายร่วม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน

นอกจากนี้ ยังพบว่ากระบวนการดังกล่าวส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participation Rate) การขยายตัวของเครือข่ายความร่วมมือ (Network Density) และจำนวนกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ (Number of Cultural Events) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของประชาคมในฐานะกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 3 นายชัชวาลย์ เบญจสิริวงศ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นประธานเปิดงานตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน

4. ผลการประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

4.1 ผลกระทบทางเศรษฐกิจฐานรากและผลตอบแทนจากการลงทุน

ผลการวิจัยพบว่า การจัดตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันจำนวน 7 ครั้ง 13 วัน สามารถสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีงบประมาณลงทุนรวมทั้งสิ้น 750,000 บาท และก่อให้เกิดมูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจรวม 12,154,500 บาท เมื่อหักต้นทุนการดำเนินงาน พบว่ามีมูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจสุทธิ (Net Economic Impact) เท่ากับ 11,404,500 บาท ซึ่งคิดเป็นอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) เท่ากับ 15.21 เท่า ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สถานภาพของผู้เข้าร่วมงาน

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	6,292	57.47
สมรส	3,889	35.52
หม้าย/หย่าร้าง	768	7.01
รวม	10,949	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า สถานภาพของผู้เข้าร่วมงาน 1) โสด จำนวน 6,292 คน คิดเป็นร้อยละ 57.47 2) สถานภาพสมรสจำนวน 3,889 คน คิดเป็นร้อยละ 35.52 และ 3) หม้าย/หย่าร้างจำนวน 768 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 จากผลสำรวจนี้ แสดงให้เห็นว่า การจัดงานทางวัฒนธรรมมีคนสถานภาพโสดเข้าร่วมงานมากที่สุดจำนวน 6,292 คน คิดเป็นร้อยละ 57.47 รองลงมาคือสถานภาพสมรส 3,889 คน คิดเป็นร้อยละ 35.52

ตารางที่ 2 ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้เข้าร่วมงาน

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ศึกษา	279	2.48
ประถมศึกษา	1,648	15.87
มัธยมต้น	3,076	28.37
มัธยมปลาย/ปวช.	2,026	19.79
อนุปริญญา/ปวส.	1,160	12.13
ปริญญาตรี	1,860	17.36
สูงกว่าปริญญาตรี	900	3.99
รวม	10,949	100.00

จากตารางที่ 2 ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3,076 คน คิดเป็นร้อยละ 28.37 รองลงมาคือระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 2,026 คน คิดเป็นร้อยละ 19.79 และระดับปริญญาตรี จำนวน 1,860 คน คิดเป็นร้อยละ 17.36 ตามลำดับ ขณะที่ระดับประถมศึกษามีจำนวน 1,648 คน คิดเป็นร้อยละ 15.87 และระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 1,160 คน คิดเป็นร้อยละ 12.13 ส่วนกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อย ได้แก่ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 900 คน คิดเป็นร้อยละ 3.99 และไม่ได้ศึกษา จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 2.48 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงมัธยมศึกษาเป็นหลัก

ตารางที่ 3 อาชีพของผู้เข้าร่วมงาน

อาชีพ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ	1,152	10.52
พนักงานองค์กรเอกชน/ลูกจ้างร้านค้า	1,498	13.68
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	309	2.82
เกษตรกร	2,401	21.93
ร้านค้า/อาชีพอิสระ/เจ้าของกิจการ	1,721	15.72
นักเรียน/นักศึกษา	3,043	27.79
เกษียณอายุ	825	7.53
รวม	10,949	100.00

จาก ตารางที่ 3 อาชีพของผู้เข้าร่วมงานพบว่า กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 3,043 คน คิดเป็นร้อยละ 27.79 รองลงมาคือ เกษตรกร จำนวน 2,401 คน คิดเป็นร้อยละ 21.93 และร้านค้า/อาชีพอิสระ/เจ้าของกิจการ จำนวน 1,721 คน คิดเป็นร้อยละ 15.72 ตามลำดับ ขณะที่พนักงานองค์กรเอกชน/ลูกจ้างร้านค้า มีจำนวน 1,498 คน คิดเป็นร้อยละ 13.68 และข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 1,152 คน คิดเป็นร้อยละ 10.52 ส่วนกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อย ได้แก่ เกษียณอายุ จำนวน 825 คน คิดเป็นร้อยละ 7.53 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 309 คน คิดเป็น

ร้อยละ 2.82 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและประชาชนในภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก

ตารางที่ 4 ภูมิลำเนาของผู้เข้าร่วมงาน

ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
อาศัยอยู่ในจังหวัดที่จัดงานเทศกาล	8,212	75.00
อาศัยอยู่นอกจังหวัดที่จัดงานเทศกาล	2,737	25.00
รวม	10,949	100.00

จากตารางที่ 4 ภูมิลำเนาของผู้เข้าร่วมงาน พบว่าภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน 1) อาศัยอยู่ในจังหวัดที่จัดงานเทศกาลจำนวน 8,212 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 2) อาศัยอยู่นอกจังหวัดที่จัดงานเทศกาล จำนวน 2,737 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 จากผลสำรวจนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้ร่วมงานส่วนมากอาศัยอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 5 ประเภทพาหนะที่ใช้การเดินทาง

ประเภทพาหนะที่ใช้การเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถจักรยานยนต์	4,932	45.05
รถยนต์ส่วนตัว	3,184	29.07
เครื่องบิน	2	0.02
รถโดยสารไม่ประจำทาง เช่น Grab car หรือ Grab bike หรือ รถแดง	1,021	9.33
รถโดยสารประจำทาง เช่น รถประจำทาง รถเมล์	906	8.27
รถไฟฟ้า เช่น BTS MRT	-	-
เรือ	-	-
รถไฟ	-	-
อื่นๆ	904	8.26
รวม	10,949	100.00

จากตารางที่ 5 ประเภทพาหนะที่ใช้การเดินทาง พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์ในการเดินทางมากที่สุด จำนวน 4,932 คน คิดเป็นร้อยละ 45.05 รองลงมาคือรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 3,184 คน คิดเป็นร้อยละ 29.07 ขณะที่การใช้บริการรถโดยสารไม่ประจำทางและรถโดยสารประจำทางมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 9.33 และ 8.27 ตามลำดับ ส่วนการเดินทางโดยเครื่องบินมีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.02 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่และนิยมใช้พาหนะส่วนบุคคลในการเดินทาง

ตารางที่ 6 ค่าใช้จ่ายตามประเภทพาหนะที่ใช้การเดินทาง รายการต่อไปนี้ (หน่วยต่อ 1 คน)

ประเภทพาหนะที่ใช้การเดินทาง	จำนวน	ค่าใช้จ่ายต่อคน	รวม
รถจักรยานยนต์	4,932	168.50	831,042.00
รถยนต์ส่วนตัว	3,184	812.75	2,587,796.00
เครื่องบิน	2	4,900.00	9,800.00
รถโดยสารไม่ประจำทาง เช่น Grab car หรือ Grab bike หรือ รถแดง	1,021	438.50	447,408.50
รถโดยสารประจำทาง เช่น รถประจำทาง รถเมล์	906	258.75	234,427.50
อื่นๆ	904	352.00	318,208.00
รวม	10,949	404.48	4,428,682.00

จากตารางที่ 6 ค่าใช้จ่ายตามประเภทพาหนะที่ใช้การเดินทางพบว่า รถยนต์ส่วนตัวยังคงมีค่าใช้จ่ายรวมสูงที่สุด เท่ากับ 2,587,796.00 บาท เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายต่อคนสูงและมีจำนวนผู้ใช้มาก รองลงมาคือรถจักรยานยนต์ ซึ่งแม้มีจำนวนผู้ใช้มากที่สุด 4,932 คน แต่มีค่าใช้จ่ายต่อคนลดลงเหลือ 168.50 บาท ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายรวม 831,042.00 บาท ขณะที่รถโดยสารไม่ประจำทางมีค่าใช้จ่ายรวม 447,408.50 บาท รถโดยสารประจำทางมีค่าใช้จ่ายรวม 234,427.50 บาท และพาหนะประเภทอื่น ๆ มีค่าใช้จ่ายรวม 318,208.00 บาท ส่วนการเดินทางโดยเครื่องบินยังคงมีค่าใช้จ่ายต่อคนสูงที่สุดที่ 4,900.00 บาท แต่มีผู้ใช้เพียง 2 คน โดยภาพรวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่ากับ 4,428,682.00 บาท หรือเฉลี่ยประมาณ 404.48 บาทต่อคน

ตารางที่ 7 สรุปค่าใช้จ่ายและผลกระทบทางเศรษฐกิจจากตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน

รายการค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน (บาท)	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)	มูลค่ารวม (บาท)
1. ค่าเดินทาง	404.48	10,949	4,428,682
2. อาหารและเครื่องดื่ม	275.00	10,949	3,010,975
3. สินค้าและของที่ระลึก	177.70	10,949	1,945,632
4. ค่าที่พัก	109.95	10,949	1,203,841
5. ท่องเที่ยวต่อเนื่อง	93.30	10,949	1,021,527
6. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่นให้อาหารปลา	45.97	10,949	503,284
7. ค่าบริจาค	-	-	40,559
รวมมูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ	**1,110.40**	**10,949**	**12,154,500**

จากตารางที่ 7 สรุปค่าใช้จ่ายและผลกระทบทางเศรษฐกิจจากตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันจำนวน 10,949 คน ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจรวมทั้งสิ้น 12,154,500 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 1,110.40 บาท เมื่อพิจารณารายละเอียดขององค์ประกอบค่าใช้จ่าย พบว่า **ค่าใช้จ่ายด้านการเดินทาง**มีสัดส่วนสูงที่สุด คิดเป็นมูลค่า 4,428,682 บาท หรือเฉลี่ย 404.48 บาทต่อคน รองลงมาคือ **ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม** จำนวน 3,010,975 บาท เฉลี่ย 275.00 บาทต่อคน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการใช้จ่ายในกิจกรรมหลักภายในพื้นที่จัดงาน ส่วนของ **การซื้อสินค้าและของที่ระลึก** มีมูลค่า 1,945,632 บาท เฉลี่ย 177.70 บาทต่อคน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของตลาดวัฒนธรรมในการกระตุ้นการบริโภคสินค้าท้องถิ่น ขณะที่ **ค่าที่พัก** และ **ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวต่อเนื่อง** มีมูลค่า 1,203,841 บาท และ 1,021,527 บาท

ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนการเชื่อมโยงของกิจกรรมตลาดวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยรอบ โครงสร้างค่าใช้จ่ายดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการจัดตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันสามารถสร้างการกระจายรายได้ในหลายมิติ ทั้งด้านการเดินทาง การบริโภคสินค้าและบริการ และการท่องเที่ยวต่อเนื่อง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 8 การคำนวณผลกระทบทางเศรษฐกิจและ ROI

รายการ	จำนวน (บาท)
มูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ (Gross Circulation)	12,154,500
งบประมาณลงทุน	750,000
มูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจสุทธิ (Net Impact)	**11,404,500**
ROI (Net Impact / Investment)	**15.21 เท่า**

จากตารางที่ 8 การคำนวณผลกระทบทางเศรษฐกิจและ ROI แสดงให้เห็นว่าการจัดตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันสามารถสร้างมูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจรวม 12,154,500 บาท จากผู้เข้าร่วมจำนวน 10,949 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,110.40 บาทต่อคน เมื่อหักต้นทุนการดำเนินงานจำนวน 750,000 บาท พบว่ามีมูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจสุทธิ 11,404,500 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ 15.21 เท่า

ตารางที่ 9 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ

รายการ	ค่า
จำนวนผู้ประกอบการรวม	489 ร้าน
จำนวนครั้งของกิจกรรม	7 ครั้ง 13 วัน
จำนวนร้านค้าเฉลี่ยต่อครั้ง	≈ 70 ร้าน
แนวโน้มการเข้าร่วม	เพิ่มขึ้นในช่วงหลัง

จากตารางที่ 9 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นถึงระดับการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการในกิจกรรมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน ซึ่งสะท้อนบทบาทของตลาดในฐานะพื้นที่ทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างชัดเจน ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมจำนวน 7 ครั้ง รวม 13 วัน มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมรวมทั้งสิ้น 489 ร้านค้า โดยเฉลี่ยมีร้านค้าเข้าร่วมประมาณ 70 ร้านต่อครั้ง แสดงให้เห็นถึงระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ค่อนข้างสูงและต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังพบว่าแนวโน้มของการเข้าร่วมมีการเพิ่มขึ้นในช่วงหลังของโครงการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของเครือข่ายทางเศรษฐกิจจากระดับชุมชนไปสู่พื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่มีต่อกิจกรรมตลาดวัฒนธรรมในฐานะพื้นที่สร้างรายได้

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบรายได้ก่อนและหลังโครงการ (Baseline & Impact)

รายการ	ก่อนดำเนินโครงการ (Baseline)	หลังดำเนินโครงการ
จำนวนร้านค้า	≈24 ร้าน	≈ 70 ร้าน/ครั้ง
รายได้เฉลี่ยต่อร้าน	320 บาท/วัน	23,274 บาท/ครั้ง
รายได้รวมต่อวัน/กิจกรรม	7,680 บาท	1,629,214 บาท/ครั้ง
การเปลี่ยนแปลงรายได้	-	เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 10 การเปรียบเทียบรายได้ก่อนและหลังโครงการ (Baseline & Impact) ชี้ให้เห็นว่าการจัดตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจรวม 12,154,500 บาท จากการลงทุน 750,000 บาท ส่งผลให้เกิดมูลค่าผลกระทบสุทธิ 11,404,500 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ 15.21 เท่า ขณะเดียวกันรายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นจาก 320 บาทต่อวัน เป็น 23,274 บาทต่อครั้งของกิจกรรม สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 4 การประชาคมเตรียมจัดงานเทศกาล ตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน มหัศจรรย์ทุ่งกุลา ณ วัดเกาะบ่อพันขันรัตนโสภณ ตำบลเด่นราษฎร์ อำเภอหนองฮี จังหวัดร้อยเอ็ด ที่มาปริญ ภัทรปัญญากูร

4.2 การก่อรูปกลไกทางสังคมและการจัดการเศรษฐกิจของชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า การจัดตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันนำไปสู่การก่อรูปของ “ประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน” ในฐานะ กลไกเชิงสถาบัน (institutional mechanism) ของชุมชน ซึ่งมีลักษณะเป็นความร่วมมือแบบพหุภาคี (multi-stakeholder collaboration) ประกอบด้วยผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ พระสงฆ์ เยาวชน และหน่วยงานท้องถิ่น โดยภาคีเหล่านี้ร่วมกันกำหนดทิศทางและรูปแบบการดำเนินกิจกรรมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง

เชิงกระบวนการ ประชาคมได้พัฒนา “กฎกติกาของตลาดวัฒนธรรม” เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับและจัดระเบียบกิจกรรม เช่น การกำหนดประเภทสินค้า การจัดสรรพื้นที่จำหน่าย และการส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กติกาดังกล่าวส่งผลให้ตลาดวัฒนธรรมมีลักษณะเป็น ระบบการกำกับตนเอง (self-regulated system) ที่สะท้อนความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ยังพบการจัดตั้ง “กองทุนกลางของประชาคมตลาดวัฒนธรรม” ซึ่งมีเงินสะสมจำนวน 28,000 บาท และถูกใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการจัดกิจกรรม การดูแลพื้นที่ และการสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน กลไกดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของ การจัดองค์กรทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน (economic self-organization) และการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจในระดับหนึ่ง

การก่อรูปของประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันแสดงให้เห็นถึงการพัฒนา “โครงสร้างเชิงสถาบัน” ที่เชื่อมโยงมิติทางสังคมและเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน ผ่านกลไกการมีส่วนร่วม กติกาชุมชน และการจัดการทรัพยากรร่วม ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในระดับพื้นที่

4.3 บทบาทของสัทธานุภาพในฐานะทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว

ผลการวิจัยพบว่า “สัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์” ทำหน้าที่เป็น ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว (Dynamic Cultural Capital) ที่มีบทบาทในการแปลงความทรงจำร่วมของชุมชนให้กลายเป็นการปฏิบัติทางสังคมและเศรษฐกิจผ่านกลไกของประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน

สัทธานุภาพทำหน้าที่เป็น ตัวกลางเชิงวัฒนธรรม (cultural mediating mechanism) ที่เชื่อมโยงความเชื่อและความทรงจำเข้ากับการกระทำร่วมของสมาชิกในชุมชน โดยเปิดพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

ทั้งในรูปแบบพิธีกรรม การจัดงานวัฒนธรรม และการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ความศรัทธาถูกแปรรูปจากมิติทางสัญลักษณ์ไปสู่มิติการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

ผลจากกระบวนการดังกล่าวนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participation Rate) การขยายตัวของเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหมู่บ้านและภาคีต่าง ๆ (Network Density) และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ (Local Economic Value) ซึ่งสะท้อนบทบาทของสัทธานุภาพในฐานะกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงมิติทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน

อภิปรายผล

พลวัตของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและความทรงจำร่วมของชุมชนบ่อพันขัน พบว่า ความทรงจำร่วมของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์และฟื้นฟูความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนในพื้นที่ โดยชุมชนบ่อพันขันได้คัดเลือกความทรงจำเกี่ยวกับ “ยุคแห่งความผาสุก” มาใช้เป็นฐานในการอธิบายตัวตนของชุมชนในปัจจุบัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความทรงจำร่วมทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมในการสร้างความหมายและความเป็นเจ้าของร่วมของสมาชิกในชุมชน ซึ่งเอื้อต่อการรวมตัวและการฟื้นฟูความสัมพันธ์ทางสังคม กระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับ Halbwachs (1992) ที่เสนอว่าความทรงจำของสังคมเป็นกระบวนการสร้างความหมายร่วมของกลุ่ม และถูกใช้เพื่อยืนยันอัตลักษณ์ของชุมชนในบริบทปัจจุบัน

บทบาทของสัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ในฐานะกลไกทางสังคมในการฟื้นฟูเครือข่ายความสัมพันธ์ของชุมชน พบว่า สัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างและฟื้นฟูเครือข่ายทางสังคมของชุมชน โดยความศรัทธาได้กลายเป็นศูนย์กลางเชิงสัญลักษณ์ที่รวบรวมผู้คนให้เกิดความสัมพันธ์ร่วมผ่านสถานะของ “สิทธิสานุศิษย์” ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสัทธานุภาพทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงบรรทัดฐานที่สร้างความชอบธรรมให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน กระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับ Geertz (1973) และ Turner (1967) ที่อธิบายว่าพิธีกรรมและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีบทบาทในการสร้างความหมายร่วมและความเป็นชุมชน (communitas) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ได้ขยายให้เห็นว่าความศรัทธามิได้หยุดอยู่ที่มิติทางสัญลักษณ์ แต่สามารถพัฒนาไปสู่กลไกการจัดการทางสังคมได้

กระบวนการสร้างประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันในการจัดการทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว พบว่ากระบวนการประชาคมตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการแปรความทรงจำและความศรัทธาให้กลายเป็น “ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว (Dynamic Cultural Capital)” ที่สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการมีโครงสร้างประชาคมและการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทำให้ทุนวัฒนธรรมถูกนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติได้อย่างเป็นระบบ กระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับ Bourdieu (1986) ที่เสนอว่าทุนวัฒนธรรมสามารถสร้างคุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจได้ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ได้ต่อยอดแนวคิดดังกล่าวโดยเสนอว่า “สัทธานุภาพ” ทำให้ทุนวัฒนธรรมมีลักษณะเชิงพลวัต (dynamic) กล่าวคือ สามารถเคลื่อนย้ายและแปรรูปเป็นพลังทางเศรษฐกิจผ่านกลไกของประชาคมและตลาดวัฒนธรรมได้ สอดคล้องกับ ธนภณ วัฒนกุล และพิชามญชุ์ ชัยดรุณ. (2568). ที่ศึกษาเรื่องทุนทางวัฒนธรรมกับการจัดเทศกาลวัฒนธรรมที่พบว่ารากฐานของความเชื่อร่วมกันมีผลอย่างยิ่งต่อการดำเนินการของประชาคม

ผลการประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน พบว่า การจัดตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันสามารถสร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในลักษณะของ “การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งระบบ” มากกว่าการเพิ่มรายได้เฉพาะส่วน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมตลาดวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่เชื่อมโยงการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมไปยังหลายภาคส่วน เช่น การเดินทาง อาหาร ที่พัก และบริการในชุมชน ส่งผลให้เกิดแรงกระเพื่อมทางเศรษฐกิจในวงกว้าง ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะผู้ค้าในตลาดเท่านั้น ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ ประภาพร แสนโคตร และ พีรสิทธิ์ คำนวณศิลป์ (2563) ที่ศึกษาผลการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งพบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ทุนวัฒนธรรมสามารถเพิ่มรายได้ของชุมชนได้ในระดับที่มีนัยสำคัญ โดยรายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้น

ในภาพรวมของพื้นที่ ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงกิจกรรมหลักเท่านั้น สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเชื่อมโยงกันเป็นระบบ

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้เสนอแนวคิด “ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว (Dynamic Cultural Capital)” โดยขยายกรอบของ Pierre Bourdieu ว่าทุนวัฒนธรรมสามารถทำหน้าที่เป็นพลังเชิงปฏิบัติการได้ผ่าน “สัทธานุภาพ” ในฐานะกลไกตัวกลางที่เชื่อมความทรงจำร่วมกับการกระทำของชุมชน กระบวนการดังกล่าวก่อให้เกิดการรวมตัวของประชาคมและการจัดการตลาดวัฒนธรรม จนสามารถแปรรูปทุนวัฒนธรรมไปสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน องค์ความรู้นี้สังเคราะห์เป็นโมเดล “ความทรงจำร่วม ⟶ สัทธานุภาพ ⟶ ประชาคม ⟶ เศรษฐกิจฐานราก” ทั้งนี้ การเกิดขึ้นของกลไกดังกล่าวขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของความเชื่อร่วม โครงสร้างประชาคม และการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย จึงเป็นกรอบอธิบายใหม่ที่เชื่อมโยงวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจในบริบทชุมชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีลำดับการทำงานดังนี้



ภาพที่ 4 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย ที่มา: ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยใช้เครื่องมือ NotebookLM (Google, 2025)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพลวัตของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและความทรงจำร่วม พบว่า ชุมชนบ่อพันขันมีการคัดเลือกและตีความความทรงจำเกี่ยวกับวิถีชีวิตในอดีตมาใช้เป็นฐานในการฟื้นฟูอัตลักษณ์ และสร้างความต่อเนื่องของความสัมพันธ์ทางสังคมในบริบทปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์บทบาทของสัทธานุภาพต่อเจ้าปู่ผ่านภูวงศ์ พบว่า ความศรัทธาทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมในการรวมผู้คนและฟื้นฟูเครือข่ายความสัมพันธ์ของชุมชน ผ่านการสร้างสถานะร่วมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม

ผลการศึกษากระบวนการสร้างประชาคมตลาดวัฒนธรรม พบว่า ประชาคมทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการจัดการทุนวัฒนธรรม โดยแปรความทรงจำและความศรัทธาให้กลายเป็น “ทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหว” ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ผลการประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานราก พบว่า การจัดตลาดวัฒนธรรมสามารถสร้างการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ และมีส่วนในการขยายโอกาสทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 อำเภอหนองฮี และเทศบาลตำบลเด่นราษฎร์ ควรสนับสนุนการพัฒนาตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันให้เป็นพื้นที่วัฒนธรรมมีชีวิต (Living Cultural Space) โดยส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและยึดกระบวนการประชาคมเป็นกลไกหลักในการบริหารจัดการ

1.2 ควรบูรณาการตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขันเข้ากับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองสุวรรณภูมิ เพื่อขยายโอกาสทางเศรษฐกิจของชุมชนและสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจวัฒนธรรมในระดับพื้นที่

1.3 ควรส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมสร้างสรรค์จากทุนวัฒนธรรมของชุมชน เช่น อาหารพื้นบ้าน การสาธิตการต้มเกลือ และศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของตลาดวัฒนธรรมบ่อพันขัน เพื่อประเมินความยั่งยืนของการใช้ทุนวัฒนธรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการทุนวัฒนธรรมของชุมชนบ่อพันขันกับพื้นที่วัฒนธรรมอื่นในภูมิภาคทุ่งกุลาร้องไห้หรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อขยายองค์ความรู้เชิงพื้นที่

2.3 ควรศึกษาบทบาทของความศรัทธา ความทรงจำร่วม และเครือข่ายทางสังคม ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชนในบริบทพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาเป็นโมเดลเชิงทฤษฎีที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ในวงกว้าง

เอกสารอ้างอิง

ขาว สมอาษา. (2565). *ตำนานบ่อพันขัน*. มหาสารคาม: อภิชาตการพิมพ์.

เดช ภูสองชั้น. (2545). *ประวัติศาสตร์สามัญชน: คนทุ่งกุลา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.

ธนภณ วัฒนกุล และ พิชามญชุ์ ชัยดรุณ. (2568). *รักษ์เกิดที่บ้านเก่า สู่พลวัตในเทศกาลฟื้นทุนวัฒนธรรม โครงการวิจัยการพัฒนาเมืองแห่งทุนวัฒนธรรมที่ยั่งยืนและเครือข่ายย่านวัฒนธรรมชุมชน ระยะที่ 1 และ 2*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประภาพร แสนโคตร และ พีรสิทธิ์ คำนวณศิลป์. (2563). ผลการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาขอนแก่น, 7*(4), 300-309.

ปริญ ภัทรปัญญากูร และ นรินทรา มิ่งโอโล. (2568). สิทธิสานุศิษย์: ประวัติศาสตร์และความทรงจำช่วงสงครามเย็นในฐานะทุนวัฒนธรรมเชิงเคลื่อนไหวของชุมชนภูเขียว–ถ้ำผาน้ำทิพย์ จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์, 7*(4), 73–92.

ปริญ ภัทรปัญญากูร. (2567). *การฟื้นฟูและสืบสานประเพณีการไหว้บ่อพันขันเพื่อปลูกจิตสำนึกเยาวชนและสร้างเศรษฐกิจฐานรากผ่านตลาดวัฒนธรรม ข้าว–ปลา–เกลือ*. กรุงเทพฯ: กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) และ หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

พระปลัดขาว คุตฺตธมฺโม. (2566). *ตำนานบ่อพันขัน*. ร้อยเอ็ด: จันทรเกษมการพิมพ์.

ศรีศักร วัลลิโภดม. (2546). *แอ่งอารยธรรมอีสาน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.

สีลาภรณ์ บัวสาย และ ธนภณ วัฒนกุล. (2568). *การจัดการทุนวัฒนธรรมไทย: ทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุกัญญา เบาเนิด. (2553). *โบราณคดีในพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้*. อุบลราชธานี: สำนักศิลปากรที่ 11 อุบลราชธานี.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). California: Greenwood.

Crang, M. (1998). *Cultural geography*. London: Routledge.

Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.

Gibson-Graham, J. K. (2005). *A postcapitalist politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Google. (2025). *NotebookLM (AI tool for knowledge synthesis and visualization)*. Retrieved from https://notebooklm.google.com.

Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.

Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin.

Sauer, C. O. (1925). The morphology of landscape. *University of California Publications in Geography, 2*(2), 19–54.

Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Turner, V. (1967). *The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual*. Ithaca: Cornell University Press.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

The Influence of the Marketing Mix and Service Quality on the Service Usage Decision of Pun Thai Coffee Shops in Hat Yai District, Songkhla Province

Tanaree Yeanchon[1] Sakulrat Sahakaro[1] and Anuwat Songsom[2*]

[1] *Students, Program in Modern Trade and Service Innovation, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Thailand*

[2] *Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Thailand*

* *Corresponding author. E-mail: anuwat@tsu.ac.th*

ABSTRACT

This research aims to study (1) the marketing mix factors affecting customers' decisions to use Pun Thai coffee shop services and (2) the service quality factors affecting customers' decisions to use Pun Thai coffee shop services in Hat Yai District, Songkhla Province. This study employed a quantitative research approach, with a purposively selected sample of 390 customers who had used the Pun Thai coffee shop's services. The research instrument was a questionnaire comprising multiple-choice questions and a five-point Likert scale. Data analysis included percentages, means, standard deviations, correlation analysis, and multiple regression analysis. The results revealed that the marketing mix factors, including price, place, and promotion, had a positive effect on customers' decisions to use Pun Thai coffee shop services at a statistical significance level of 0.01, with promotion having the greatest influence, followed by price and place, respectively, while the product factor did not significantly affect the decision. Meanwhile, service quality factors, including reliability, responsiveness, empathy, and tangibles, had a positive effect on customers' decisions at the 0.01 significance level, with tangibles having the greatest influence, followed by responsiveness, reliability, and empathy, respectively, whereas assurance did not significantly affect the decision. The findings indicate that customers' decisions to use coffee shop services in a regional context are driven more by perceived value and tangible service cues than by product differences.

Keywords: Marketing Mix, Service Quality, Service Usage Decision, Pun Thai Coffee

Received: 21 March 2026;
Revised: 14 April 2026;
Accepted: 18 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ธนารีย์ ยืนชนม์[1] สกุลรัตน์ สาหะกะโร[1] และ อนุวัต สงสม[2*]

[1] *นิสิตสาขาวิชาการค้าสมัยใหม่และนวัตกรรมบริการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ประเทศไทย*

[2] *คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: anuwat@tsu.ac.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย และ (2) คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย จำนวน 390 ราย ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม ซึ่งมีข้อคำถามแบบเลือกตอบ และมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในขณะเดียวกันปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเอาใจใส่ ตามลำดับ ในขณะที่ด้านการให้ความมั่นใจ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในบริบทพื้นที่ภูมิภาคถูกขับเคลื่อนโดยความคุ้มค่าและสิ่งเร้าทางกายภาพของการบริการ มากกว่าความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, คุณภาพการบริการ, การตัดสินใจใช้บริการ, กาแฟพันธุ์ไทย

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมกาแฟไทย ยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับกระแสตลาดโลกที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยข้อมูลล่าสุดได้ระบุว่าคนไทยมีพฤติกรรมการบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้นเฉลี่ยมากกว่า 340 แก้วต่อคนต่อปี ส่งผลให้มูลค่าตลาดในประเทศมีระดับสูงถึง 65,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.33 จากปีก่อนหน้า อีกทั้ง ยังพบว่าการจัดตั้งธุรกิจใหม่ในช่วงครึ่งปีแรกของ ปี 2568 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 8.92 สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มองร้านกาแฟเป็นทั้งไลฟ์สไตล์และธุรกิจที่ สร้างโอกาส (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568) โดยเฉพาะกระแส “Specialty Coffee” หรือ “กาแฟพิเศษ” ที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับรสชาติ คุณภาพของการให้บริการ และคุณภาพของเมล็ดกาแฟ ทำให้ร้านกาแฟที่ให้บริการพิเศษในลักษณะ Specialty Coffee มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในตลาด (ธนาคารกรุงเทพ, 2566)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษา “ร้านกาแฟพันธุ์ไทย” เนื่องจากเป็นร้านกาแฟที่มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นในธุรกิจร้านกาแฟ โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและมีจำนวนผู้ประกอบการร้านกาแฟเพิ่มขึ้น

อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายและมีพฤติกรรมการตัดสินใจที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านความคุ้มค่า ความสะดวกในการเข้าถึง และประสบการณ์การใช้บริการ ดังนั้นจึงต้องศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) โดยจะประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 2000) และร้านกาแฟพันธุ์ไทยมีการบริการที่เน้นสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ที่มาใช้บริการ จึงต้องศึกษาคุณภาพการบริการ (Service Quality) โดยจะประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Parasuraman et al., 1988) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการ (Service Usage Decision) โดยจะประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ (Kotler & Keller, 2012)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมา ยังขาดการบูรณาการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการในโมเดลเดียวกัน โดยเฉพาะในบริบทพื้นที่ระดับภูมิภาค ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากอำเภอหาดใหญ่ เป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญที่มีการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟและธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนถึงการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในตลาด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568) และจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันร้านกาแฟพันธุ์ไทยมีการแข่งขันอย่างเข้มข้น และมีการขยายสาขาอย่างรวดเร็ว และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ระบบสะสมแต้ม และบัตรสมาชิก เช่น บัตร PT Max Card ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ หรือธุรกิจบริการอื่น ๆ ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการแบรนด์ จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น จะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการศึกษาวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จำนวนของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบประชากรของ (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวนที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านกาแฟพันธุ์ไทยที่ทำการสุ่มตัวอย่าง
p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม กำหนดให้ร้อยละ 50 มีค่าเท่ากับ 0.5
Z = ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% มีค่าเท่ากับ 1.96
e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าดังนี้ $n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$

$n = 384.16$ หรือ 385 ตัวอย่าง

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำของงานวิจัยควรเท่ากับ 385 ราย แต่ผู้วิจัยปรับเป็นจำนวนเต็ม 390 ราย เพื่อให้แต่ละสาขาของร้านกาแฟถูกเก็บตัวอย่างจำนวนเท่าๆ กัน จากทั้งหมด 10 สาขา ดังรายละเอียดในหัวข้อการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย อย่างน้อย 2 ครั้งต่อเดือน และกำหนดให้เป็นคำถามคัดกรอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวม คือแบบสอบถามออนไลน์ จัดทำขึ้นสำหรับผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เพื่อคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามให้มีคุณสมบัติตรงตามกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 5 ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 6 ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ทั้งนี้ วิจัยฉบับนี้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการคำนวณค่าดัชนีของความสอดคล้อง โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ เรียกว่า การหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพ ผลการตรวจสอบ IOC ควรมีค่าขั้นต่ำอยู่ที่ 0.50 ขึ้นไป จะมีค่าความเที่ยงตรงที่สูง และสามารถนำไปใช้งานได้จริง (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561) นอกจากนี้ ยังได้ทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามมาทดสอบกับผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ก่อนนำแบบสอบถามมาใช้งานจริง จำนวน 30 ชุด ด้วยสูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (ธนานันต์ นุ่มแสง และธนิตา ตันตระรุ่งโรจน์, 2561) จากการทดสอบ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละตัวแปร เท่ากับ 0.720-0.949 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคทั้งฉบับ มีค่า 0.989 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไป เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.2 คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่านช่องทาง Google Forms แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยจัดทำ QR Code ของแบบสอบถาม

ออนไลน์ นำไปแจกบริเวณร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ผู้ใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยสามารถสแกน QR Code ผ่าน สมาร์ตโฟนและตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ทันที ทั้งหมด 10 สาขา ได้แก่ สาขา Hop Inn สาขาหน้าโรงพยาบาลหาดใหญ่ สาขาฉัตราวิลเลจ สาขานวลแก้ว สาขาสาย1 สาขาโรงพยาบาลหาดใหญ่ สาขาควนลัง สาขาบ้านพรุ สาขา T Space และ สาขาลพบุรีลาเมศวร์ อย่างละ 39 ชุด ทั้งนี้ โดยใช้คำถามคัดกรองก่อนการเก็บข้อมูล เพื่อให้ตรงกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องดื่ม ร้านกาแฟพันธุ์ไทย อย่างน้อย 2 ครั้งต่อเดือน โดยศึกษาจากผู้บริโภคเครื่องดื่มร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

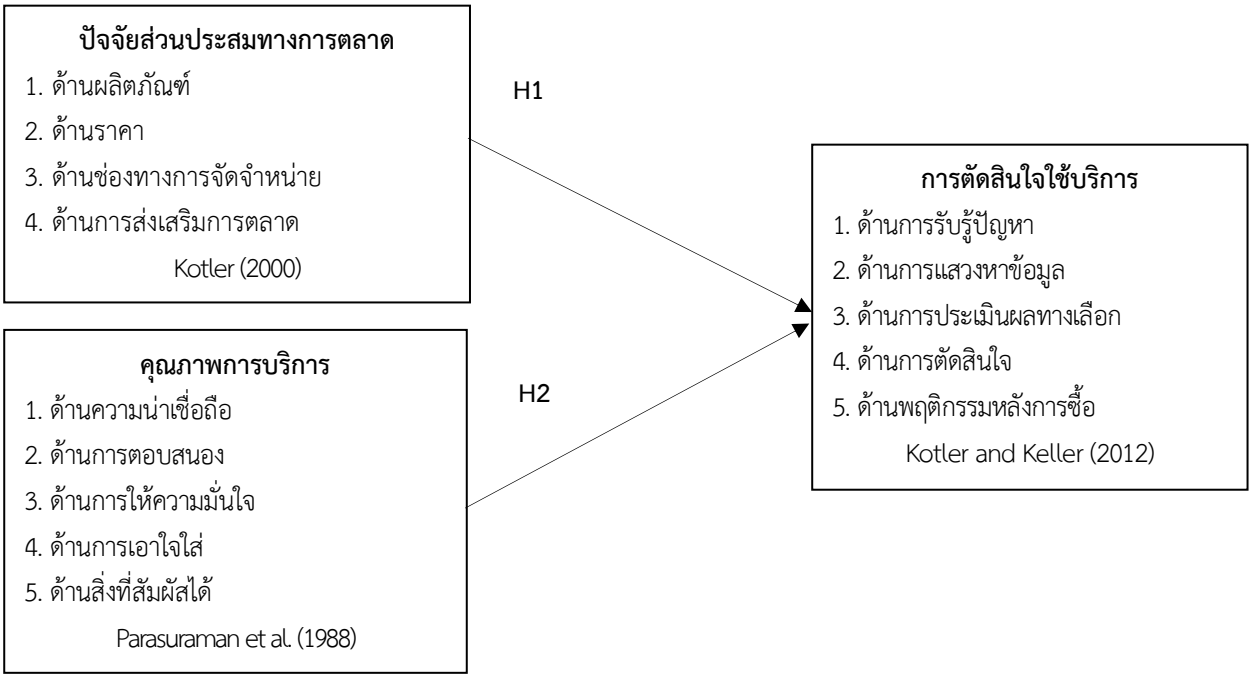
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร โดยใช้ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปร และ วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามแนวคิดของ (Kotler, 2000) ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ การเลือกใช้กรอบแนวคิด 4Ps แทน 7Ps เนื่องจากการศึกษานี้มุ่งเน้นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในระดับภาพรวม ซึ่งสามารถสะท้อนผ่านองค์ประกอบหลักของสินค้า ราคา ช่องทาง และการสื่อสารการตลาดได้อย่างครอบคลุม ขณะที่องค์ประกอบใน 7Ps เช่น บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ได้ถูกนำมาพิจารณาผ่านมิติของคุณภาพการบริการตามแนวคิดของ (Parasuraman et al., 1988) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ นอกจากนี้ การตัดสินใจใช้บริการ (Service Usage Decision) อ้างอิงตามแนวคิดของ (Kotler & Keller, 2012) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

ในส่วนของการกำหนดสมมติฐานการวิจัย (H1 และ H2) ผู้วิจัยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสมมติฐาน H1 ที่เสนอว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler, 2000) ที่อธิบายว่าปัจจัยด้านราคา ช่องทาง และการส่งเสริมการตลาดเป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภค และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุทธพิชัย ไทยเอียด และคณะ (2566) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่สมมติฐาน H2 ที่เสนอว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการของ (Parasuraman et al., 1988) ที่ระบุว่าการรับรู้คุณภาพบริการมีผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤตยพร สุขพัฒน์ และสินีนาถ เริ่มลาวรรณ (2566) ที่พบว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ดังนั้นจึงสามารถสรุปเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และกำหนดสมมติฐาน H1 และ H2 เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.9) มีอายุระหว่าง 25-34 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 41.6) โดยมีสถานะโสดมากที่สุด (ร้อยละ 57.9) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 70.1) มีอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด (ร้อยละ 34.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท (ร้อยละ 39.0) เครื่องดื่มที่นิยมบริโภคมากที่สุดของร้านกาแฟพันธุ์ไทย คือ มัทฉะลาเต้ (ร้อยละ 25.7) เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย คือ รสชาติเครื่องดื่ม (ร้อยละ 53.8) จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยต่อเดือน เป็นเวลา 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงวันที่นิยมใช้บริการมากที่สุด คือ วันจันทร์-ศุกร์ (ร้อยละ 49.4) ลักษณะการเข้าใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยส่วนใหญ่ จะซื้อออกมาบริโภคนอกร้านหรือกลับบ้าน (ร้อยละ 72.2) โดยผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยด้วยตนเอง (ร้อยละ 61.0)

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.41	0.48	มากที่สุด
2.ด้านราคา	4.37	0.52	มากที่สุด
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.40	0.56	มากที่สุด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11	0.63	มาก
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม	**4.32**	**0.45**	**มากที่สุด**
คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	**S.D.**	**การแปลผล**
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.30	0.49	มากที่สุด
2. ด้านการตอบสนอง	4.19	0.50	มาก
3. ด้านการให้ความมั่นใจ	4.30	0.48	มากที่สุด
4. ด้านการเอาใจใส่	4.16	0.53	มาก
5. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	4.37	0.49	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม	**4.27**	**0.41**	**มากที่สุด**

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย (ต่อ)

การตัดสินใจใช้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านการรับรู้ปัญหา	4.19	0.47	มาก
2. ด้านการแสวงหาข้อมูล	3.99	0.55	มาก
3. ด้านการประเมินผลทางเลือก	4.09	0.57	มาก
4. ด้านการตัดสินใจ	4.29	0.52	มากที่สุด
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.32	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม	**4.17**	**0.42**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.32, 4.27 และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมากและมากที่สุด เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) ขณะที่คุณภาพการบริการ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37) และการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	X1	X2	X3	X4	VIF	Tolerance
1.ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	-	0.64**	0.46**	0.65**	2.07	0.48
2.ด้านราคา (X2)		-	0.45**	0.65**	2.09	0.47
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)			-	0.47**	2.17	0.46
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)				-	1.39	0.71

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ	X5	X6	X7	X8	X9	VIF	Tolerance
1. ด้านความน่าเชื่อถือ (X5)	-	0.65**	0.64**	0.59**	0.54**	2.13	0.46
2. ด้านการตอบสนอง (X6)		-	0.68**	0.63**	0.52**	2.36	0.42
3. ด้านการให้ความมั่นใจ (X7)			-	0.64**	0.58**	2.47	0.40
4. ด้านการเอาใจใส่ (X8)				-	0.62**	2.25	0.44
5. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (X9)					-	1.86	0.53

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 และ 3 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการ พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดเป็นปัญหาสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ ด้วยค่า VIF พบว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีค่าตั้งแต่ 1.39-2.17 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณภาพการบริการ มีค่าที่ตั้งแต่ 1.86-2.47 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 (Belsley, 1991) แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่มีผลกระทบต่อความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและสามารถนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยได้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ด้านการผลิตภัณฑ์ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เมื่อพิจารณาจากสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การตัดสินใจใช้บริการ				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	1.35	0.14		9.24	< .001
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.09	0.04	0.10	2.13	0.34
2. ด้านราคา	0.17	0.04	0.21	4.14	< .001
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.15	0.03	0.20	3.93	< .001
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.24	0.02	0.36	8.73	< .001
R^2 = 0.525, Adjusted R^2 = 0.520, SEE = 0.291, F = 104.926					

2. คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ จากตารางที่ 5 พบว่า คุณภาพการบริการ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ พันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ด้านการให้ความมั่นใจ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเมื่อพิจารณาจากสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือด้านการตอบสนอง ตามด้วยด้านความน่าเชื่อถือและด้านการเอาใจใส่ ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากัน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คุณภาพการบริการ	การตัดสินใจใช้บริการ				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	0.98	0.15		6.50	< .001
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.13	0.04	0.16	3.20	< .001
2. ด้านการตอบสนอง	0.17	0.04	0.21	4.04	< .001
3. ด้านการให้ความมั่นใจ	0.06	0.04	0.07	1.37	0.17
4. ด้านการเอาใจใส่	0.12	0.04	0.16	3.13	< .001
5. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	0.24	0.04	0.28	6.03	< .001
R^2 = 0.552, Adjusted R^2 = 0.546, SEE = 0.283, F = 93.369					

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลมากที่สุด เนื่องมาจากร้านกาแฟในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูง ผู้ประกอบการจึงมีการนำกลยุทธ์มาปรับใช้ในธุรกิจเพื่อส่งเสริมทางการตลาด เช่น การจัดโปรโมชัน ส่วนลด หรือระบบสะสมแต้ม เพื่อดึงดูดและกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ อธิบายได้ว่า ร้านกาแฟส่วนใหญ่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมีมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน ทั้งในเรื่องของรสชาติเครื่องดื่ม เมนูเครื่องดื่ม และวัตถุดิบ ส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ว่า ผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟแต่ละแบรนด์มีความแตกต่างกันไม่มากนัก ดังนั้น การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ชัดเจนกว่า เช่น โปรโมชัน ราคา และความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ทั้งนี้สามารถอภิปรายได้ว่า ในบริบทธุรกิจร้านกาแฟที่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านความคุ้มค่าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมากกว่าความแตกต่างของ ตัวสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (2000) ที่ระบุว่าการส่งเสริมการตลาดมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการตัดสินใจในระยะสั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพสิทธิ์ กลัดกระยาง และณรงค์ ผลดก (2567) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องดื่มของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธพิชัย ไทยเอียด และคณะ (2566) ซึ่งรายงานว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า ในตลาดร้านกาแฟระดับพื้นที่ การแข่งขันมิได้อยู่ที่ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก หากแต่อยู่ที่ความสามารถในการออกแบบกลยุทธ์ด้านราคา โปรโมชัน และการเข้าถึงบริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่

คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเอาใจใส่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเอาใจใส่ ตามลำดับ ทั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่าด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลมากที่สุด เนื่องมาจากในบริบทของธุรกิจร้านกาแฟ ผู้บริโภคมักจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่สามารถรับรู้ได้โดยตรง เช่น บรรยากาศภายในร้าน การจัดตกแต่งร้านที่มีความทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์ ความสะอาดภายในร้าน รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพนักงาน ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ ผู้บริโภคสามารถมองเห็นและรับรู้ได้เป็นอันดับแรกเมื่อเข้ามาใช้บริการ จึงมีอิทธิพลต่อการสร้างความประทับใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด ขณะที่ด้านการให้ความมั่นใจไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องมาจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานการให้บริการของร้านกาแฟที่มีแบรนด์และระบบการจัดการที่มีความชัดเจนอยู่แล้ว ทำให้ผู้บริโภครับรู้ว่าพนักงานมีความสามารถในการให้บริการและสร้างความเชื่อมั่นในระดับที่ใกล้เคียงกัน จึงไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ในบริบทธุรกิจร้านกาแฟที่มีมาตรฐานคุณภาพการบริการที่ใกล้เคียงกัน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการแต่ละมิติและประสบการณ์ที่ได้รับระหว่างใช้บริการมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการของ Parasuraman et al. (1988) ที่ระบุว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้เป็นองค์ประกอบแรกที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพของผู้บริโภค และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤตยพร สุขพัฒน์ และสินีนาถ เริ่มลาวรรณ (2566) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา และสอดคล้องกับงานวิจัยอีก หลายเรื่อง เช่น นวพร กุญแจทอง (2568) กัลป์ชยาพร กลัดทอง และคณะ (2568) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการจะมีการตัดสินใจใช้บริการที่มากขึ้น เมื่อพบว่าร้านกาแฟพันธุ์ไทย มีการจัดตกแต่งร้านที่เป็นเอกลักษณ์และมีความทันสมัย อีกทั้งบรรยากาศภายในร้านให้ความรู้สึกอบอุ่น เหมาะแก่การพักผ่อน หรือทำงานไปด้วยและพนักงาน

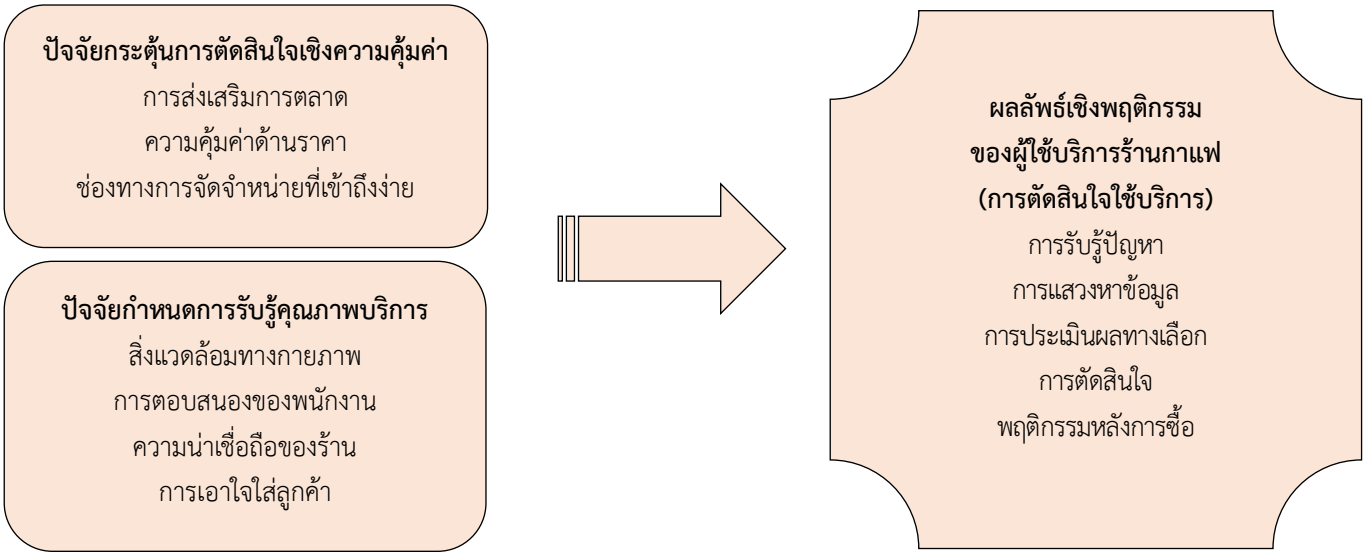
ของร้านกาแฟพันธุ์ไทยแต่งกายเรียบร้อยมีความเป็นมืออาชีพสูง เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการและนำมาซึ่งการใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแนะนำบอกต่อไปยังบุคคลอื่น

ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความลุ่มลึกในการอภิปรายผล สามารถพิจารณาเชื่อมโยงผลการศึกษากับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25–34 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ย 10,000–20,000 บาท โดยกลุ่มดังกล่าวถือเป็นผู้บริโภคในวัยทำงานตอนต้น (Generation Y) ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องบริหารจัดการเวลาและภาระค่าใช้จ่ายอย่างสมดุล จึงมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ “สิ่งที่รับรู้ได้ทันที” และ “ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย” เป็นหลัก ดังนั้น ผลการศึกษาที่พบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ เช่น บรรยากาศร้าน หรือพื้นที่นั่งทำงาน มีอิทธิพลสูง อาจสะท้อนว่าร้านกาแฟทำหน้าที่เป็น “พื้นที่กึ่งทำงาน” (third place) สำหรับกลุ่มพนักงานบริษัท ขณะเดียวกัน การที่ด้านการส่งเสริมการตลาดและราคาเป็นปัจจัยสำคัญ อาจอธิบายได้ว่าผู้บริโภคกลุ่มรายได้ระดับกลางให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของตน การเชื่อมโยงบริบทดังกล่าวจึงช่วยให้การอธิบายผลการวิจัยมีความจำเพาะต่อกลุ่มเป้าหมาย และสะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยบางด้านไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และด้านการให้ความมั่นใจของคุณภาพการบริการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ในบริบทธุรกิจร้านกาแฟร่วมสมัย ผู้บริโภคครับรู้ว่าคุณลักษณะของสินค้าและมาตรฐานการบริการมีความใกล้เคียงกันในหลายแบรนด์ จนกลายเป็นเพียงเงื่อนไขพื้นฐาน (Baseline Condition) ที่คาดหวังว่าจะต้องมีอยู่แล้ว มากกว่าจะเป็นปัจจัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหันไปให้ความสำคัญกับปัจจัยที่รับรู้ได้ทันทีและสร้างความแตกต่างได้ชัดเจนมากกว่า เช่น ความคุ้มค่าด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพของการบริการ

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ของงานวิจัยนี้ คือ การเสนอกรอบแนวคิดเชิงพฤติกรรมว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในบริบทพื้นที่ภูมิภาค มิได้ถูกขับเคลื่อนด้วยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือความเชี่ยวชาญเชิงเทคนิคเป็นลำดับแรก แต่ถูกกำหนดโดยลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ผู้บริโภครับรู้ได้ทันทีและเปรียบเทียบได้ง่าย กล่าวคือ (1) แรงจูงใจด้านความคุ้มค่าและการส่งเสริมการตลาด ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจในเชิงเหตุผลและความคุ้มค่าและ (2) สิ่งเร้าทางกายภาพของสภาพแวดล้อมการบริการ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดการรับรู้คุณภาพและประสบการณ์โดยรวมของร้าน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

กรอบแนวคิดนี้สะท้อนว่า ในตลาดร้านกาแฟระดับพื้นที่ที่ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานใกล้เคียงกัน ความแตกต่างเชิงสินค้าไม่ใช่ตัวแปรชี้ขาด แต่ “สิ่งเร้าที่มองเห็นได้” และ “ความรู้สึกคุ้มค่า” กลายเป็นตัวกำหนดลำดับความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ ผู้บริโภคจึงประเมินร้านจากสิ่งที่รับรู้ได้รวดเร็ว เช่น โปรโมชัน ความคุ้มราคา บรรยากาศร้าน และภาพลักษณ์มากกว่าการพิจารณาคุณสมบัติเชิงลึกของสินค้า

องค์ความรู้นี้จึงช่วยขยายกรอบทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดและ SERVQUAL จากมุมมองแบบดั้งเดิมที่มองทุกมิติว่ามีความสำคัญใกล้เคียงกัน ไปสู่มุมมองเชิงลำดับความสำคัญตามบริบท (Context-Based Priority of Service Drivers) ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยใดทำหน้าที่เป็น “ตัวกระตุ้นการตัดสินใจ” (Decision Trigger) และปัจจัยใดเป็นเพียง “เงื่อนไขพื้นฐาน” (Baseline Condition) ในธุรกิจร้านกาแฟระดับภูมิภาค

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟพันธุ์ไทยในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ไม่ได้ถูกขับเคลื่อนด้วยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก หากแต่เกิดจากการรับรู้ “ความคุ้มค่า” และ “ประสบการณ์ที่สัมผัสได้” ของผู้บริโภค กล่าวคือ ปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และความสะดวกในการเข้าถึง มีบทบาทสำคัญในฐานะตัวกระตุ้นการตัดสินใจ ขณะที่องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมการบริการ เช่น บรรยากาศร้าน ความเป็นระเบียบ และการให้บริการของพนักงาน มีบทบาทในการสร้างการรับรู้คุณภาพและประสบการณ์โดยรวมของผู้ใช้บริการ ในทางกลับกัน คุณลักษณะของสินค้าและมาตรฐานการบริการพื้นฐานไม่ได้เป็นปัจจัยชี้ขาด เนื่องจากผู้บริโภครับรู้ว่ามีความใกล้เคียงกันในหลายแบรนด์ ดังนั้น ภาพรวมของการตัดสินใจใช้บริการในบริบทพื้นที่จึงสะท้อนว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยที่รับรู้ได้รวดเร็ว เปรียบเทียบได้ง่าย และสอดคล้องกับวิถีชีวิต มากกว่าปัจจัยเชิงคุณลักษณะของสินค้าเพียงอย่างเดียว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ร้านกาแฟพันธุ์ไทยเป็นธุรกิจเชน (Chain-based Business) ที่มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดจากระดับสำนักงานใหญ่เป็นหลัก ผลการวิจัยนี้จึงควรถูกใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในระดับองค์กร เพื่อออกแบบนโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารแบรนด์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองเศรษฐกิจ เช่น อำเภอหาดใหญ่ ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความสะดวกในการเข้าถึงบริการเป็นสำคัญ

1.2 ในระดับสาขา ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการบริการในมิติที่สามารถควบคุมและปรับปรุงได้โดยตรง เช่น การจัดบรรยากาศภายในร้านให้เหมาะสมต่อการพักผ่อนและการทำงาน ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ ความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงการเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคในพื้นที่

1.3 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในระดับพื้นที่ โดยควรให้ความสำคัญกับการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการและการสนับสนุนกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทท้องถิ่น ทั้งนี้ ควรพิจารณาข้อจำกัดของงานวิจัยซึ่งศึกษาจากกรณีของแบรนด์เฉพาะ เพื่อให้การประยุกต์ใช้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจประเภทอื่น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาในอนาคต อาจทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติม เพื่อใช้ในการพิจารณาเลือกใช้ตัวแปรอื่น เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง เป็นต้น เพื่อให้วิจัยมีความครอบคลุมและสามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 นำกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้น ไปทดสอบกับจังหวัดใกล้เคียงหรือภูมิภาคอื่น ที่ไม่ใช่จังหวัดสงขลา เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). *กรมพัฒนาธุรกิจฯ จับกระแสกาแฟไทย ยืนหัวแถวโตสวนเศรษฐกิจ! คนไทยดื่มทะลุ 340 แก้วต่อปี ดันยอดจัดตั้งธุรกิจใหม่พุ่ง 8.9%*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news/20731072568.

กฤตยพร สุขพัฒน์ และ สินีนาถ เริ่มลาวรรณ. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟ ในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 7*(3), 195-205.

กัลป์ชยาพร กลัดทอง, ขวัญจิรา จำปี, พรเสน่ห์ อำผ่อง, สุดธิดา บุญมารอง และ เดชา พละเลิศ. (2568). ส่วนประสมการตลาดบริการและคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจากร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยในจังหวัดจันทบุรี. *วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12*(2), 40–56.

กิตติพงษ์ พิพิธกุล. (2561). คุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม : Validity กับ Reliability ในการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 8*(2), 104-110.

ธนาคารกรุงเทพ. (2566). *‘Thai Specialty Coffee’ ยกระดับรสชาติกาแฟยูนีคเจาะตลาด AEC*. สืบค้นจาก https://www.bangkokbanksme.com/en/23-7up-thai-specialty-coffee-penetrate-the-aec-market.

ธนานันต์ นุ่มแสง และ ธนิตา ตันตระรุ่งโรจน์. (2561). การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบประเมินกลยุทธ์ในการรับมือกับความเครียดแบบสั้นฉบับภาษาไทย. *วารสารสมาคมจิตแพทย์ประเทศไทย, 63*(2),189-198.

นพสิทธิ์ กลัดกระยาง และ ณรงค์ ผลดก. (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟปรุงสำเร็จรูปชนิดผงทรีอินวันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 11*(1), 29-40.

นวพร กุญแจทอง. (2568). กลยุทธ์การตลาด 4C’s และคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร. *วารสารมนุษยสังคมสาร, 23*(1), 124-142.

ยุทธพิชัย ไทยเอียด, วรรณวิชณีย์ ทองอินทราช, อัจฉราวรรณ รัตนพันธ์ และ พิมพ์แพร ศรีสวัสดิ์. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 11*(2), 291-320.

Belsley, D. A. (1991). A guide to using the collinearity diagnostics. *Computer Science in Economics and Management, 4*(1), 33-50.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Kotler, P. (2000). *Marketing management*. (The millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall International.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. (14th ed.). London: Pearson Education.

Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12-40.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Challenges in Enhancing Government Decision-Making Ability in the Big Data Era

Men Rutao[1*] Satit Niyomyaht[2] Kamolporn Kalyanamitra[2] and Tassanee Lakkanapichonchat[2]

[1] *D.P.A. (Public Administration), Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Thailand*

[2] *Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: Toyipoon@gmail.com*

ABSTRACT

This article aimed to study: 1) the impact of big data on government decision-making processes; 2) case studies of successful big data applications in government decision-making; and 3) the key challenges and limitations that governments face when integrating big data into decision-making frameworks. The research methodology was qualitative, examining the challenges of government decision-making ability in the big data era. The key informants consisted of 20 policymakers, data analysts, IT experts, and administrative officials in Beijing, Shanghai, Zhengzhou, Zhumadian, and Hebi City, Henan Province, selected through purposive sampling. Data were collected using interviews, observations, and document analysis, and the data were analyzed using descriptive analysis. The results of the research study found that: 1) in analyzing the impact of big data on government decision-making processes, big data enhanced the efficiency and evidence-based quality of decision-making; 2) in exploring case studies of successful big data applications in government decision-making, it was found that successful applications relied on integrated platforms and cross-departmental data collaboration; and 3) in identifying the key challenges and limitations that governments faced when integrating big data into decision-making frameworks, it was found that data quality, institutional fragmentation, legal restrictions, and privacy issues remained the main challenges. In response, the study proposed an optimization framework that integrates technological, institutional, legal, and public participation dimensions to strengthen effective data-driven decision-making in the public sector.

Keywords: Challenging, Big Data, Government Decision-Making, China

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

Introduction

In the era of big data, government decision-making was faced with unprecedented opportunities and challenges. Rapid advances in digital technology and the proliferation of connected systems had led to an explosion of data from a variety of sources, including social media, sensor networks, government databases, and private sector platforms. The influx of large and complex data sets had the potential to revolutionize the way governments formulated policy, allocated resources, and responded to public

Received: 20 March 2026;
Revised: 20 April 2026;
Accepted: 23 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

needs. When used effectively, big data analytics could significantly increase decision-making efficiency, improved service delivery, and enabled predictive governance (Chatterjee, 2021).

The role of big data in public governance was not merely technical but deeply political and social. Large-scale data analysis enabled governments to recognize social issues earlier than before, anticipate potential risks, and design policies tailored to the needs of specific communities (Fredriksson et al., 2017).

However, despite the potential benefits, many governments still relied on traditional decision-making models that did not take full advantage of big data analytics. Bureaucratic inertia, lacked of technical expertise, and inadequate infrastructure hindered the adoption of data-driven decision-making processes. These constraints led to inefficiencies such as slow policy responses, misallocation of resources, and inadequate preparation for emerging social challenges.

Concerns about data security, privacy, and ethical implications further complicated the integration of big data into governance. Ethical issues also emerged when algorithms were applied to sensitive areas such as welfare distribution, policing, or credit scoring, where biases embedded in data reinforced social inequalities. Research had shown that while big data could promote efficiency, it also risked creating opaque decision-making processes that challenged principles of accountability and fairness (Hochstetter-Diez, 2023).

The importance of studying how to improve government decision-making in the era of big data could not be overstated. Governments worldwide had to shift from intuition-based decision-making to evidence-based models that optimized accuracy, responsiveness, and transparency. By understanding how big data could be effectively integrated into public administration, decision-makers were able to develop frameworks that leveraged real-time insights, reduced uncertainty, and enhanced public trust in government institutions (Meijer, 2018).

At the same time, addressing challenges related to data quality, interoperability, and regulatory compliance was critical. Data fragmentation across departments also reduced the capacity to create holistic policies (Matheus et al., 2020).

The successful use of big data also depended on governments' ability to build technical capacity and human resources. Many public institutions still faced a shortage of data scientists, statisticians, and IT professionals who could design, manage, and interpret complex analytics systems. Investing in training programs, establishing partnerships with universities, and collaborating with private sector experts were necessary strategies to bridge this gap (Hossin et al., 2023).

This study focused on Henan Province, Beijing, and Shanghai due to their distinct administrative, economic, and technological characteristics, which provided valuable comparative insights into big data-driven governance. Beijing, as the political and administrative center of China, represented advanced policy-making and digital governance practices. Shanghai, as a leading global financial and technological hub, reflects high levels of digital innovation and smart city development. In contrast, Henan Province, as a major inland and populous region, represented areas with relatively different levels of digital infrastructure and governance capacity. Despite the growing body of research on big data in governance, limited studies had comparatively examined these diverse regional contexts. Therefore, selecting these areas helped address this research gap and provides a more comprehensive understanding of how big

data could be effectively integrated into government decision-making across different developmental settings.

Therefore, studying how to improve government decision-making in the era of big data was essential for enhancing evidence-based policymaking and strengthening public trust in government institutions.

Research Objectives

1. To analyze the impact of big data on government decision-making capability in the big data era.
2. To evaluate the effectiveness of current big data applications in government decision-making across selected regions in China.
3. To propose an optimization framework for strengthening government decision-making ability in the big data era.

Research Methodology

This study employed a qualitative research design, and the research procedures were conducted as follows.

1. Key Informants

This study used a purposive selection to select key informants who possess professional knowledge and experience related to big data governance and data-driven decision-making. The sample consisted of 20 key informants, including policymakers, big data specialists, IT experts, enterprise data managers, and academic scholars located in Beijing, Shanghai, Zhengzhou, Zhumadian, and Hebi City in Henan Province, China.

The key informants were selected based on the following criteria: (1) direct involvement in big data management, research, or digital governance; (2) at least five years of professional experience in data governance, digital technology, or related fields; and (3) the ability to provide professional insights into the use of big data in government decision-making.

To obtain diverse perspectives, the participants were drawn from four groups: government big data management officials, technical experts and big data professionals, enterprise data management specialists, and academic scholars or policy experts.

2. Research Instruments

The primary research instrument in this study was an interview guide designed for qualitative data collection. The interview questions were developed based on relevant literature and theoretical frameworks related to big data governance and public administration, and were aligned with the three research objectives of the study.

To address the research objectives, document analysis, semi-structured interviews, and non-participant observation were applied. Specifically, semi-structured interviews were used to explore the impact of big data on government decision-making, while interviews and observation were used to evaluate the effectiveness of big data applications in selected regions in China. The synthesis of interview, observation, and literature data was used to develop the optimization framework.

Three types of interview techniques were applied: open-ended questions, semi-structured interviews, and structured interviews. The interview guide covered key issues including data quality, data sharing mechanisms, legal and regulatory frameworks, public participation in decision-making, algorithms and analytical models, and emergency response management.

To ensure content validity, the interview questions were evaluated using the Index of Item-Objective Congruence (IOC) by three experts, and items with an IOC value above 0.50 were retained. In addition, non-participant observation was conducted in relevant government settings, including meetings, data management processes, and interdepartmental coordination activities, to support data triangulation.

3. Data Collection

Data were collected through three main methods: document analysis, in-depth interviews, and non-participant observation.

First, a literature review was conducted to examine academic articles, research reports, policy documents, and government publications related to big data governance and digital government.

Second, in-depth interviews were conducted with the 20 key informants using a semi-structured interview format. The interviews aimed to obtain detailed information about big data applications, decision-making practices, and governance challenges. All interviews were conducted with the informed consent of the participants, and the collected data were anonymized to ensure confidentiality.

Third, non-participant observation was used to observe organizational processes related to data integration, data analysis practices, and the operation of decision-support systems within relevant organizations.

4. Data Analysis

The collected data were analyzed using qualitative analytical methods, including content analysis, inductive analysis, and descriptive analysis.

Content analysis was applied to systematically categorize and interpret information obtained from documents and interview transcripts. Inductive analysis was used to identify patterns and themes emerging from the empirical data related to big data governance practices. Descriptive analysis was used to present and interpret the research findings in a narrative form.

Conceptual Framework

The conceptual framework of this study was developed through a synthesis of relevant theories, concepts, and prior studies, including Chen & Hsieh (2014), Janssen and Kuk (2016), Meijer (2014), Hashem et al. (2016), Zuiderwijk & Janssen (2014), Binns et al. (2018), and Chen & Zeng (2021). These studies covered key dimensions of big data governance, including data quality, data sharing mechanisms, legal and regulatory frameworks, algorithms, and public participation.

Research Results

From the research study, it was found that:

1. To analyze the impact of big data on government decision-making capability in the big data era.

This study examined the role of big data in strengthening government decision-making capability in the big data era. The research analyzed six key factors - application of big data technology, data quality and standards, digital sharing mechanisms, legal and regulatory guarantees, public participation and transparency, and algorithms and data models - and their influence on government decision-making capability. The main findings were summarized as follows:

1.1 Application of Big Data Technology

The application of big data technology significantly improved government decision-making capability. By integrating advanced data processing and analytical tools, government agencies could collect and analyzed large volumes of information from multiple sources, providing a stronger evidence base for policy formulation. This enhances decision quality, improved administrative efficiency, and enabled governments to respond more quickly to changing social and economic conditions.

"...Governments improved decision quality by using big data technologies to integrate information from multiple administrative systems. Through real-time data analysis, policymakers could obtain more accurate and comprehensive information, which supported evidence-based decision-making. ..." (Key informant 1)

1.2 Data Quality and Standards

Data quality and standardized data management were essential for effective government decision-making. Accurate, reliable, and timely data provided a solid foundation for policy analysis and strategic planning. The establishment of unified data standards also facilitated data integration and accessibility across government departments, thereby improving decision quality and policy effectiveness.

" ...When departments adopted standardized data exchange protocols, information could be transferred automatically between systems. Automated data transmission accelerated administrative decision processes..." (Key informant 6)

1.3 Digital Sharing Mechanism

Digital data-sharing mechanisms significantly enhance interdepartmental coordination and decision-making efficiency. Integrated data platforms allow government agencies to exchange information more effectively and obtain comprehensive data from multiple sources. This reduced information fragmentation and enabled faster and more coordinated policy responses.

" ...The absence of unified regulations for digital data sharing increases legal risks. Different departments might apply inconsistent data protection standards, which created compliance challenges..." (Key informant 4)

1.4 Legal and Regulatory Guarantees

Legal and regulatory guarantees provided an important institutional framework for the responsible use of big data in government decision-making. Clear regulations governing data collection, management, and utilization helped ensure transparency, accountability, and ethical data practices. These safeguards strengthen public trust and supported more legitimate and reliable policy decisions.

"...Citizen involvement encouraged government agencies to disclose more information related to policy development. This openness enhanced transparency and promoted greater accountability in decision-making processes..." (Key informant 2)

1.5 Public Participation and Transparency

Public participation and transparency contributed to more inclusive and legitimate government decision-making. Digital platforms enabled citizens to access information and provided feedback on policy issues, which improved openness and accountability in governance. Incorporating public input also helped governments developed policies that better reflected social needs and public interests.

"...Data analytics algorithms could also analyze public opinion collected from digital platforms. Understanding citizens' perspectives helped policymakers design policies that better reflected public needs..." (Key informant 12)

1.6 Algorithms and Data Models

Algorithms and data models supported evidence-based decision-making and improved emergency response capability. Advanced analytics and predictive models enable governments to analyze complex datasets, identify potential risks, and forecast emergency situations. These technologies enhanced situational awareness, accelerated decision-making, and strengthened the government's capacity to respond effectively to crises.

"...Data-driven systems enabled more accurate situational awareness during emergencies. Decision-makers could analyze complex information quickly and coordinate responsed effectively..." (Key informant 18)

2. To evaluate the effectiveness of current big data applications in government decision-making across selected regions in China.

The findings indicated that the effectiveness of big data applications in government decision-making largely depended on data quality, digital sharing mechanisms, and institutional governance frameworks. This was supported by Key Informant 1, who stated that "the integration of multiple administrative systems through big data technologies improved decision quality by providing more comprehensive and accurate data for evidence-based decision-making."

The study revealed that centralized data-sharing platforms, cloud-based systems, and digital dashboards enabled government agencies to exchange information more efficiently and supported faster administrative decisions. Key Informant 2 further emphasized that "big data enabled the analysis of large volumes of structured and unstructured data, helping decision-makers identify patterns and trends that were not visible through traditional methods."

These technologies improved coordination among departments and enhanced the overall efficiency of policy implementation. However, the results also highlight several challenged that affected the effectiveness of big data implementation. These included inconsistent data standards, limited interoperability among digital systems, and insufficient technical training for government personnel. In addition, some institutions still rely on traditional manual data management systems, which might slow down information transmission and reduced decision-making efficiency. Therefore, strengthening data

governance structures and improving digital infrastructure were essential for enhancing the effectiveness of big data applications in government decision-making.

3. To propose an optimization framework for strengthening government decision-making ability in the big data era.

Based on the research findings, this study proposes an optimization framework for strengthening government decision-making capability in the big data era. The results highlight the importance of integrating public participation mechanisms, algorithmic technologies, and legal governance structures into the decision-making process. Digital participation platforms and open data initiatives allowed citizens to access policy information and provided feedback, thereby increasing transparency and public trust in government institutions. At the same time, advanced analytical technologies, including predictive models and machine learning algorithms, enable governments to analyze complex datasets, identify potential risks, and evaluate policy alternatives more effectively. When combined with appropriate legal safeguards and data governance mechanisms, these technologies contributed to more transparent, accountable, and evidence-based decision-making processes in the public sector.

Discussions

1. Discussion on the Impact of Big Data on Government Decision-Making Capability

The findings showed that big data enhances government decision-making capability by improving efficiency, accuracy, and responsiveness. However, its effectiveness depended not only on technology but also on data governance, institutional coordination, and analytical capacity within government systems. This was consistent with Janssen and Kuk (2016), who found that big data improved administrative efficiency and strengthened evidence-based decision-making when supported by effective data integration. The results also supported the data-driven governance perspective, indicating that big data enabled more evidence-based and timely policy decisions through improved access to and analysis of complex information. This aligned with Chen & Hsieh (2014), who emphasized that big data enhanced governmental decision-making by integrating multiple data sources for real-time policy formulation. Overall, big data strengthened government decision-making when it was effectively integrated into governance structures rather than applied as a standalone technological tool. This was supported by Zuiderwijk & Janssen (2014), who argued that effective big data governance required the integration of technological, institutional, and regulatory mechanisms.

2. Discussion on the Effectiveness of Big Data Applications in Government Decision-Making Across Selected Regions in China

At present, some local governments in China had made significant progress in the application of big data in decision-making. However, they still face some practical challenges. On one hand, many government agencies had begun to adopt digital platforms, data integration systems, and analysis tools to support administrative decisions. These technologies had improved the efficiency of information processing, enhanced the policy analysis capabilities, and strengthened the response capabilities of government organizations. Key informants highlighted that local governments collected data from multiple sources, including internal records, citizen feedback, social media, and sensor-based urban infrastructure (Russo et al., 2015; Meijer & Wessels, 2019). Departments relied on this data to inform

decision-making in areas such as traffic management, emergency response, healthcare planning, and environmental monitoring. However, inconsistent data formats, incomplete historical records, and human entry errors remained significant challenges affecting data reliability (Lan et al., 2025). The survey indicated that while big data significantly improved decision-making quality, speed, and situational awareness, governance challenges remained. Data quality, inter-departmental sharing, regulatory compliance, and ethical application of predictive tools were key areas requiring continuous improvement.

3. Discussion on the Optimization Framework for Strengthening Government Decision-Making Ability in the Big Data Era

The Optimization Framework proposed in this study advances existing understandings of data-driven governance by moving beyond fragmented and technology-centered perspectives that dominated prior research. While earlier studies had largely emphasized individual components such as data infrastructure, analytics systems, or digital platforms in isolation, the present framework integrated technological, institutional, and governance dimensions into a unified and interdependent structure. This integration addressed a key limitation in prior literature, namely the lack of holistic coordination between technical capacity and institutional readiness in enabling effective government decision-making.

A distinctive contribution of this framework lied in its emphasis on the interaction between data governance mechanisms and institutional coordination. Previous studied often assume that improving technological capability alone would automatically enhance decision performance; however, empirical findings from this study suggested that such a view was insufficient. In contrast, the proposed framework argued that even advanced analytics systems could not generate effective policy outcomes without standardized data governance, cross-departmental alignment, and clear institutional responsibility. This positions governance capacity, rather than technology alone, as the core determinant of decision-making effectiveness.

Furthermore, the framework explicitly addressed the persistent limitation of data fragmentation identified in both the literature and empirical findings. Unlike traditional models that treat data sharing as a technical function, this study conceptualized digital data sharing as an institutionalized governance mechanism that required regulatory clarity, organizational coordination, and standardized protocols. In doing so, the framework provided a more realistic explanation of why many big data initiatives in public administration failed to achieve full integration despite significant technological investment.

Another key distinction of the proposed framework was its stronger emphasis on the role of legal and ethical governance structures. While earlier research often treated legal and regulatory issues as external constraints, this study positions them as foundational components that directly shaped the legitimacy, transparency, and sustainability of data-driven decision-making. This shift reflected the empirical finding that public trust and accountability were not secondary outcomes, but essential preconditions for effective implementation of big data governance systems.

In addition, the framework expanded the analytical focus of prior studies by incorporating public participation as an active governance mechanism rather than a symbolic element. Instead of viewing citizen engagement merely as a transparency tool, the proposed model conceptualizes it as a feedback-driven component that enhanced policy responsiveness and strengthened decision quality through

continuous data input from society. This interpretation extended existing theoretical discussions by linking participatory governance directly with data analytics processes.

Overall, the Optimization Framework presented in this study contributed to the literature by reconceptualizing big data–driven governance as a multi-dimensional system in which technological capability, institutional coordination, regulatory structures, and public participation operate in an integrated and mutually reinforcing manner. Compared with prior models that tended to be either technologically deterministic or institutionally fragmented, this framework provided a more comprehensive and structurally balanced explanation of how government decision-making capability could be effectively strengthened in the big data era.

Originality and Body of Knowledge

This study developed a Big Data–Driven Government Decision-Making Model that explained how digital technologies could enhance government decision-making capability in the big data era (Figure 2). The model integrated five key components, including data governance mechanisms, data quality and sharing systems, algorithmic technology, emergency response capability, and transparency and accountability frameworks. These components collectively supported the transformation of large-scale data resources into actionable policy insights. Through the integration of standardized data governance, cross-departmental data sharing, predictive analytics, and real-time monitoring systems, the model enabled governments to improve decision quality, response speed, and coordination among public agencies. In addition, the model highlights the role of public participation and open data initiatives in strengthening transparency and accountability in digital governance. This integrated framework contributes to the literature by demonstrating how technological infrastructure and institutional governance mechanisms jointly supported effective data-driven decision-making in the public sector.

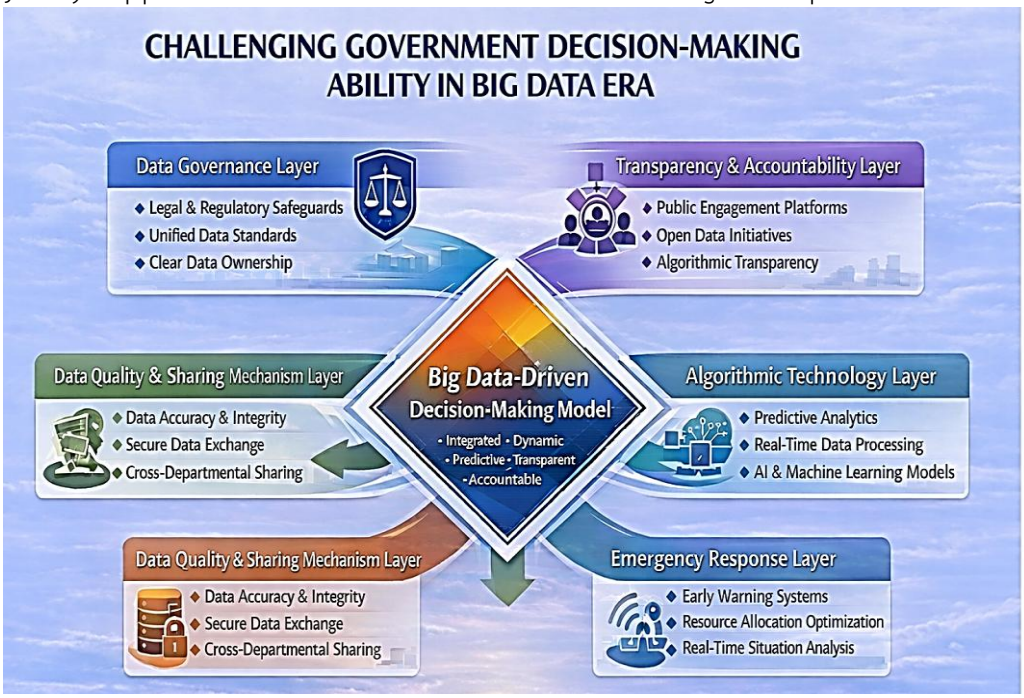


Figure 1 Challenging Government Decision-Making Ability in Big Data Era Model

Conclusions

This study demonstrated that the effectiveness of government decision-making in the big data era depended not on technology alone, but on the integrated alignment of data quality, governance structures, institutional coordination, and public engagement. While big data technologies could enhance decision speed, accuracy, and responsiveness, their impact was constrained without standardized data systems, reliable interdepartmental sharing, and strong regulatory and ethical safeguards. The key contribution of this research was the proposed integrated framework, which showed that sustainable improvement in evidence-based and transparent governance could only be achieved when technological capacity was embedded within coherent institutional and participatory governance systems.

Recommendations

1. Policymaking Recommendations

1.1 Governments should improve the institutional framework for big data governance by establishing unified standards for data collection, management, and sharing across departments.

1.2 Governments should strengthen data security and privacy protection by implementing strict access control, data protection technologies, and regulatory mechanisms.

1.3 Governments should promote organizational reforms and increase investment in digital infrastructure to support the effective application of big data in decision-making.

2. Recommendations for Future Research

2.1 Future studies should conduct comparative research across different regions and administrative contexts to examine variations in big data governance practices.

2.2 Future research should explore ethical issues related to algorithmic decision-making, including transparency, accountability, and algorithm bias.

2.3 Future studies should investigate how public participation could be integrated into data-driven governance and decision-making processes.

References

Binns, R., Van Kleek, M., Veale, M., Lyngs, U., Zhao, J., & Shadbolt, N. (2018, April). 'It's Reducing a Human Being to a Percentage' Perceptions of Justice in Algorithmic Decisions. In *Proceedings of the 2018 Chi conference on human factors in computing systems* (pp. 1-14). Montréal, QC, Canada: Association for Computing Machinery.

Chatterjee, H. A. (2021). Big Data Analytics in E-Governance: Insights for Policy Formulation and Public Service Delivery. *International Journal of Research Publications in Engineering, Technology and Management, 4*(1), 4337-4339.

Chen, L., & Zeng, S. (2021). The relationship between intolerance of uncertainty and employment anxiety of graduates during COVID-19: The moderating role of career planning. *Frontiers in Psychology, 12*, 694785.

Chen, Y. C., & Hsieh, T. C. (2014). Big data for digital government: Opportunities, challenges, and strategies. *International journal of public administration in the digital age, 1*(1), 1-14.

Fredriksson, C., Mubarak, F., Tuohimaa, M., & Zhan, M. (2017). Big data in the public sector: A systematic literature review. *Scandinavian Journal of Public Administration, 21*(3), 39-61.

Hashem, A., Abd_Allah, E. F., Alqarawi, A. A., Al-Huqail, A. A., Wirth, S., & Egamberdieva, D. (2016). The interaction between arbuscular mycorrhizal fungi and endophytic bacteria enhances plant growth of Acacia gerrardii under salt stress. *Frontiers in microbiology, 7*, 1089.

Hochstetter-Diez, J., Negrier-Seguel, M., Diéguez-Rebolledo, M., Vásquez-Morales, F., & Sancho-Chavarría, L. (2023). Governance Democratic and Big Data: A Systematic Mapping Review. *Sustainability, 15*(16), 12630.

Hossin, M. A., Du, J., Mu, L., & Asante, I. O. (2023). Big data-driven public policy decisions: Transformation toward smart governance. *Sage Open, 13*(4), 21582440231215123.

Janssen, M., & Kuk, G. (2016). The challenges and limits of big data algorithms in technocratic governance. *Government Information Quarterly, 33*(3), 371-377.

Key Informant 1. (2025). Vice President and Chief Engineer. *Interview*. 12 December.

Key Informant 12. (2025). Digital Media Expert, Professor. *Interview*. 20 December.

Key Informant 18. (2025). Associate Professor, Data Governance Expert. *Interview*. 25 December.

Key Informant 2. (2025). Chief Data Officer. *Interview*. 18 December.

Key Informant 4. (2025). Chief Data Officer and Chief Engineer. *Interview*. 14 December.

Key Informant 6. (2025). Deputy Director and Senior Engineer. *Interview*. 22 December.

Lan, X., Pang, X., Tan, K., Hu, M., Zhu, X., Li, D., & Wang, Y. (2025). Reproductive effects of phthalates and microplastics on marine mussels based on adverse outcome pathway. *Environmental Science & Technology, 59*(16), 7835-7844.

Matheus, R., Janssen, M., & Maheshwari, D. (2020). Data science empowering the public: Data-driven dashboards for transparent and accountable decision-making in smart cities. *Government Information Quarterly, 37*(3), 101284.

Meijer, A. (2018). Datapolis: A public governance perspective on “smart cities”. *Perspectives on public management and governance, 1*(3), 195-206.

Meijer, A., & Wessels, M. (2019). Predictive policing: Review of benefits and drawbacks. *International journal of public administration, 42*(12), 1031-1039.

Russo, S., Sillmann, J., & Fischer, E. M. (2015). Top ten European heatwaves since 1950 and their occurrence in the coming decades. *Environmental Research Letters, 10*(12), 124003.

Zuiderwijk, A., & Janssen, M. (2014). Open data policies, their implementation and impact: A framework for comparison. *Government information quarterly, 31*(1), 17-29.

JSDP: Journal of Spatial Development and Policy, 2026. 4(2): 131-142.

PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Efficiency of Government Emergency Management for Typhoon Disasters in Zhoushan City, Zhejiang Province, People's Republic of China

Shi Hongshuai[1*] Satit Niyomyaht[2] Kamolporn Kalyanamitra[2] and Tassanee Lakkanapichonchat[2]

[1] *D.P.A. (Public Administration), Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Thailand*

[2] *Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: Asling544@gmail.com*

ABSTRACT

This article aimed 1) To analyze the strengths and limitations of current governmental emergency management mechanisms in responding to typhoon disasters in Zhoushan; 2) to assess the effectiveness of early warning systems and emergency resource allocation in typhoon disaster management in Zhoushan; and 3) to examine the operational challenges of inter-island and maritime emergency response during typhoon disasters in Zhoushan. The research was a qualitative approach. This research procedures were divided into three steps: Identifying the key variables related to emergency management performance, early warning systems, and resource allocation efficiency; examining the components of government coordination, public satisfaction, and system integration; and formulating strategic guidelines and policy recommendations to optimize emergency management practices in coastal cities such as Zhoushan. Data collection was conducted through in-depth interviews with 24 respondents, consisted 12 men and 12 women, aged 30-50 years old, all of whom were participants in the emergency management of typhoon disasters. The result of this research found that: 1) the current government emergency management mechanism in Zhoushan City had unique advantages in responding to typhoon disasters, but also had obvious limitations; 2) the clarified of the effective ways for government agencies to establish inter island warning systems and allocated emergency resources; and 3) the inter-island warning system and emergency resource allocation method established by government agencies could efficiently respond to typhoon disasters.

Keywords: Emergency Management, Typhoon, Disasters, Zhoushan City, People's Republic of China

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

Introduction

Zhoushan City was located on the eastern coast of China and in the northeast of Zhejiang Province. It consists of 1390 islands and was an important island city in the Yangtze River Delta region. Its unique geographical location places it in a key area of the northwest Pacific typhoon path. Every summer, it was frequently hit by typhoons due to the influence of subtropical high pressure and monsoon circulation. As an important development area of China's marine economy, Zhoushan City in Zhejiang Province is affected by typhoons 3-5 times a year (Talley et al., 2008).

Received: 20 March 2026;
Revised: 20 April 2026;
Accepted: 23 April 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

With the intensification of global climate change, the economic losses caused by super typhoons such as Typhoon Meihua in 2022 have increased by an average of 12% annually (Chang & Falit-Baiamonte, 2002), exposing structural deficiencies in the existing emergency management system in early warning response, resource allocation, and post disaster reconstruction. In response to the above issues, it is urgent to establish a scientific and efficient emergency management mechanism for typhoon disasters. By integrating multi-source monitoring data and establishing a multi-scale simulation system for typhoon wind fields, the impact of typhoons of different intensities on island areas can be accurately predicted (Elsner & Jagger, 2023). Optimizing emergency management is not only related to the improvement of disaster prevention and mitigation capabilities in Zhoushan City, but also an inevitable requirement for ensuring the safety of national strategic material transportation channels and maintaining sustainable development of the marine economy (Hallegatte et al., 2019). It has important demonstration significance for exploring the modernization path of disaster management in coastal areas.

The current typhoon disaster prevention system still has significant shortcomings in early warning response, infrastructure resilience, and post disaster recovery mechanisms. In the process of typhoon defense, the weak links in government emergency management were mainly reflected in the lack of systematicity in the defense system, the mismatch between infrastructure design standards and extreme environments, and the insufficient refinement of risk control in key industries (Tierney, 2014). The lack of systematic defense system for typhoon disasters was a key issue in current emergency management. The existing defense measures mostly focused on emergency response during disasters, and the connection mechanism between pre disaster risk assessment and post disaster recovery and reconstruction was not yet perfect. Taking the defense against Typhoon Maria in 2018 as an example, although local governments had achieved certain results in emergency response and personnel transfer, there were still significant shortcomings in areas such as disaster chain risk assessment, cross departmental collaboration, and public awareness of disaster prevention, resulting in the failure to maximize defense effectiveness. This research focused on the optimization path of government emergency management for typhoon disasters in Zhoushan City, Zhejiang Province. The aim was to analyze the shortcomings of the existing system, propose a comprehensive solution covering risk assessment, infrastructure resilience improvement, industry precision control, and collaborative innovation of early warning response, and provided theoretical support and practical reference for improving the governance capacity of extreme weather disasters in island areas (Shi, 2019).

This article mainly adopted qualitative research methods. Through the mutual verification of interview communication and the integration of case analysis and empirical research, a comprehensive research framework suitable for emergency management of typhoon disasters in Zhoushan City was constructed. At the theoretical analysis level, relying on the disciplinary framework of disaster meteorology, this paper systematically sorted out the formation mechanism, evolution laws, and implications for emergency management of typhoon disasters, and establishes an emergency decision-making theoretical model based on the characteristics of meteorological disasters. At the same time, using risk model library technology to build a multi-dimensional data platform that included historical disaster situations, emergency resources, vulnerability assessments, etc., to provide visual decision support for emergency management (Goodchild & Glennon, 2010).

As the first prefecture level administrative region in China to establish a city based on islands, Zhoushan's research on typhoon disaster emergency management had unique theoretical value. This study filled the gap in the theoretical research on emergency management of island cities by analyzing the coupling mechanism between the geographical characteristics of Zhoushan Archipelago and typhoon disasters (Pelling & Uitto, 2001). The proposed "monitoring warning response recovery" full chain optimization model innovatively combines marine meteorological monitoring data with government emergency decision-making systems, providing a "Zhoushan sample" for disaster management theory. Especially the construction of a vertical monitoring system based on phased array radar and microwave radiometer had broken through the limitations of traditional planar monitoring and provided new ideas for the research and development of extreme weather warning technology (Wang, 2023). In addition, the introduction of the dual mechanism of "meteorological risk warning + maritime safety intelligent control" enriches the connotation of disaster collaborative governance theory and provided theoretical reference for other coastal cities to cope with complex disasters.

At the practical level, this article studies the current situation and problems of emergency management for typhoon disasters in Zhoushan, and proposes optimization paths with regional adaptability, including improving the fine construction of monitoring and early warning networks, building cross departmental collaborative emergency command systems, and strengthening disaster resilience at the community level. These strategies could not only provide scientific basis for disaster prevention and reduction in Zhoushan City, but also provided replicable experience paradigms for the construction of emergency management systems in typhoon prone coastal areas of China. In terms of social value, optimizing the emergency management system could effectively reduce the destructive impact of disasters on the economy. At the same time, by enhancing public disaster prevention awareness and self-rescue capabilities, a more resilient community environment could be built, laying the foundation for social stability. This article aimed to promote the establishment of a more dynamic and adaptable emergency response framework for typhoon disasters through systematic analysis, facilitate the transformation of disaster management from passive response to active prevention and control, and ultimately achieved the coordination and unity of disaster prevention and reduction with economic and social development.

Research Objectives

1. To analyze the strengths and limitations of current governmental emergency management mechanisms in responding to typhoon disasters in Zhoushan.

2. To assess the effectiveness of early warning systems and emergency resource allocation in typhoon disaster management in Zhoushan.

3). To examine the operational challenged of inter-island and maritime emergency response during typhoon disasters in Zhoushan. This research employed a qualitative research approach.

Research Methodology

This study employed a qualitative research approach. The research procedures were described as follows.

1. Key Informants

The population of this study consisted of stakeholders involved in typhoon disaster emergency management in Zhoushan City. The key informants included government officials, emergency management personnel, policy planners, logistics coordinators, community leaders, enterprise representatives, and local residents in high-risk coastal areas. A total of 24 key informants were selected using a purposive selection, based on their expertise, professional roles, and direct involvement in disaster management, early warning systems, emergency coordination, and community disaster response. These informants represented different sectors related to typhoon disaster management, including government agencies, research institutions, emergency rescue organizations, community organizations, and private sector representatives.

2. Research Instruments

The main research instrument was a structured interview guide with branching questions, designed in alignment with the three research objectives.

For Objective 1, the interview questions focused on governmental emergency management mechanisms, particularly inter-agency coordination and implementation of emergency plans.

For Objective 2, the questions examined the effectiveness of early warning systems and the processes of emergency resource allocation, including information dissemination and resource deployment.

For Objective 3, the interview guide addressed operational challenges in inter-island and maritime emergency response, including vessel management, maritime risks, and cross-regional coordination.

3. Data Collection

Data were collected through literature review, in-depth interviews, and participatory observation. Relevant government reports, academic studies, policy documents, and typhoon disaster cases were reviewed. In-depth interviews were conducted with the 24 key informants through face-to-face or online communication. Participatory observation was also carried out during activities related to typhoon disaster prevention and emergency response.

4. Data Analysis

The collected data were analyzed using qualitative methods, including content and thematic analysis. Interview transcripts, documents, and field notes were organized according to the disaster management stages of prevention, preparation, response, and recovery. Content analysis was used to compare and interpret patterns across different data sources, while thematic analysis involved coding the data, grouping similar codes into categories, and developing key themes related to emergency management, early warning systems, and inter-agency coordination. Triangulation was applied to enhance the credibility of the findings.

Conceptual Framework

This conceptual framework was synthesized from prior studies on typhoon disaster management, early warning systems, governance coordination, public participation, technological support, and cross-regional cooperation. The framework was primarily informed by Huang et al. (2025), Kongthon et al. (2014), Yu et al. (2022), Fan (2025), Wang (2023), Zhou et al. (2022), and Zhou et al. (2025).

Research Results

Based on the findings, the study revealed the following results:

1. To analyze the strengths and limitations of the governmental emergency management mechanisms.

The findings indicated that Zhoushan City had established a relatively comprehensive typhoon disaster emergency management system. The "1833" jointed command system forms an emergency response framework with the municipal defense headquarters as the core and was supported by multiple specialized command posts, which enhanced coordination among departments and enabled efficient emergency decision-making. In addition, Zhoushan had developed a comprehensive contingency plan system for disasters such as flood control, drought prevention, and typhoon preparedness. These plans were updated regularly based on changes in typhoon patterns, disaster management experience, and urban development, providing a strong institutional foundation for emergency management. Furthermore, the standardization of grassroots flood and typhoon prevention systems had strengthened local disaster preparedness and response capacity. Through the establishment of township and village-level responsibility systems, emergency response teams, and disaster prevention mechanisms, grassroots emergency management capabilities had been significantly improved. However, the study also identified several limitations in the existing emergency management mechanisms. In particular, social coordination mechanisms still require improvement, as channels for public participation remain limited and coordination among social organizations and volunteers during emergency response operations was not sufficiently unified. As evidenced by interview data, As Key Informant noted, "the command system operated efficiently, with various departments coordinating seamlessly; early warning information could be quickly disseminated, and grassroots grid workers took prompt action to relocate residents in advance." Similarly, Key Informant 23 highlighted that "early warning information was conveyed immediately, and grid workers swiftly took action to investigate potential hazards and notified households to evacuate." In addition, Key Informant 21 emphasized that "the government provided accurate early warnings in advance, giving enough time to recall fishing boats and reinforce aquaculture facilities."

2. To assess the effectiveness of early warning systems and emergency resource allocation in typhoon disaster management in Zhoushan.

The results showed that Zhoushan City had established a relatively comprehensive early warning and monitoring system. By integrating satellite data, coastal radar, drone patrols, and smart sensors, the city was able to monitor typhoon trajectories, intensity, and potential impacts in real time. The meteorological department had continuously improved forecast accuracy and warning lead time, providing important scientific support for emergency decision-making. As stated by Key Informant 1, "we should integrate data from multiple departments such as meteorology and oceanography to enhance

monitoring accuracy and deliver early warnings precisely to different regions and groups of people." In addition, Key Informant 7 emphasized that "multi-source data such as satellite, radar, and buoys should be integrated, and AI technology should be applied to improve the accuracy of typhoon path and intensity forecasting." Moreover, Zhoushan City had established an emergency material reserve system that included equipment such as drainage pump trucks, assault boats, rubber boats, generators, water pumps, and emergency lighting equipment. The city had also strengthened the construction of professional emergency rescue teams and established comprehensive emergency response teams across all townships and subdistricts. These resources provided important support for typhoon disaster response. From the community perspective, Key Informant 19 stated that "village loudspeakers, text messages, and WeChat groups should be used to ensure warnings reach everyone, and training should be provided so that people knew how to respond properly when warnings were issued." Nevertheless, the study found that the precision of emergency resource allocation still needs improvement. In practice, problems such as information asymmetry and delayed deployment of emergency materials might occur, particularly when multiple areas were simultaneously affected by disasters, which might reduce the efficiency of emergency response.

3. To examine the operational challenges of inter-island and maritime emergency response during typhoon disasters in Zhoushan. This research employed a qualitative research approach.

As an island city with geographically dispersed communities and frequent maritime activities, Zhoushan faces unique challenges in typhoon disaster emergency management. The study found that the city had strengthened coordination among different departments and regions through the joint command system and cross-regional emergency cooperation mechanisms. These mechanisms helped improve information sharing, resource coordination, and joint response capacity during typhoon disasters. However, several challenges remained in the management of maritime and island-based emergency responses. The complex maritime environment and diverse types of vessels increased the difficulty of emergency management during typhoons. Although Zhoushan had formulated maritime typhoon prevention guidelines and established specialized rescue teams, practical operations still face problems such as non-standard vessel management and limited maritime rescue capacity. These challenges indicated that further improvements were needed in maritime risk management and emergency rescue capabilities to enhance the effectiveness of typhoon disaster emergency management in island regions. As stated by Key Informant 4, "I suggested establishing a joint command framework involving multiple parties such as maritime affairs, fishery administration, emergency response, and rescued teams, to clarify responsibilities and improved coordination efficiency in maritime rescue." Meanwhile, Key Informant 6 stated that "I suggested establishing a joint emergency command structure and a unified information-sharing platform to enable real-time exchange of distress information and enhance maritime emergency response efficiency." These challenges indicated that further improvements were needed in maritime risk management and emergency rescue capabilities to enhance the effectiveness of typhoon disaster emergency management in island regions.

Discussions

1. Strengths and limitations of the governmental emergency management mechanisms.

The findings demonstrated that Zhoushan City had developed a relatively mature emergency management system for typhoon disaster response. The “1833” joint command system played a central role in coordinating multiple departments and improving the efficiency of emergency response operations. By integrating specialized command posts and establishing a unified command structure, the system enables rapid information sharing and coordinated decision-making during typhoon disasters. This finding was consistent with Zhang et al. (2023), who emphasized that standardized incident command systems significantly enhanced cross-agency coordination and reduced evacuation time in multi-hazard disaster contexts. In addition, the successful evacuation of 18,979 residents during the response to Typhoon “Bamboo Knot,” without casualties. This aligned with Suvanachai et al. (2025), who found that IoT-based monitoring systems in coastal disaster-prone areas improved early detection and significantly reduced response delays, enabling timely evacuation of at-risk populations. Moreover, the contingency plan system and standardized grassroots flood and typhoon prevention system provide strong institutional support for emergency management. This was supported by Wang (2023), who reported that community-based grid management systems enhanced disaster response efficiency and reduced casualty rates through improved local coordination mechanisms. However, the study also identified limitations in the existing emergency management mechanisms. In particular, social coordination mechanisms still require improvement. Although volunteer teams, enterprises, and social organizations had participated in emergency response activities, the lack of unified coordination might lead to inefficient resource utilization and reduced operational efficiency. Strengthening coordination among government agencies, social organizations, and enterprises was therefore necessary to further improve emergency management capacity.

2. Assess the effectiveness of early warning systems and emergency resource allocation in typhoon disaster management in Zhoushan.

The findings indicated that Zhoushan’s early warning system played a critical role in enhancing disaster preparedness, particularly through the integration of multi-source meteorological data, which enabled timely warning dissemination and supported emergency decision-making. This was consistent with Zhou et al. (2025), who emphasized that timely warning systems were essential in mitigating the impacts of extreme typhoon events, especially when disaster preparedness was insufficient. In addition, the application of advanced technologies in early warning aligns with Huang et al. (2025), who demonstrated that GIS-based dynamic risk assessment models could accurately identify high-risk areas up to 72 hours in advance, thereby improving preparedness capacity. However, despite the effectiveness of the early warning system, this study found that challenged remain in emergency resource allocation, particularly in terms of information asymmetry and delayed in material deployment during large-scale disasters. This limitation corresponded with the findings of Pal et al. (2022), which indicated that although multi-source data integration could significantly improve resource scheduling accuracy, inefficiencies might still occur due to delays in grassroots data updating and coordination gaps among departments. Therefore, further strengthening the integration of digital technologies and real-time data sharing mechanisms were essential to enhance both the precision and efficiency of emergency resource management.

3. examine the operational challenges of inter-island and maritime emergency response during typhoon disasters in Zhoushan. This research employed a qualitative research approach.

As an archipelagic coastal city, Zhoushan must manage typhoon disasters across multiple islands and maritime areas. The joint command system and cross-regional coordination mechanisms helped strengthen cooperation among different departments and regions, enabling the government to coordinate emergency responses more effectively during typhoon disasters. Nevertheless, the study indicated that maritime emergency management remained a complex challenge. The presence of fishing vessels, construction ships, and other maritime operations increased the risks associated with typhoon disasters. Although Zhoushan had established maritime typhoon prevention guidelines and specialized rescue teams, problems such as insufficient rescue equipment, limited manpower, and difficulties in vessel management might still affect emergency response effectiveness. Therefore, improving maritime risk management, strengthening maritime emergency rescue capabilities, and enhancing coordination with neighboring regions are essential for further improving the efficiency of typhoon disaster emergency management in Zhoushan's island regions. This was consistent with findings from Zhou et al. (2025), which highlighted that extreme typhoon impacted often trigger secondary disasters and exposed gaps in preparedness in coastal regions, particularly where infrastructure and operational readiness were uneven. Similarly, Sun et al. (2024) found that integrating traditional coastal infrastructure with modern emergency systems could reduce disaster-related damage by up to 45%, but implementation gaps remain, especially in complex coastal environments. In addition, Wuthisuthimethawee et al. (2022) demonstrated that regional coordination mechanisms across multiple countries could reduce response delays by improving real-time data sharing and maritime coordination efficiency, which directly corresponds to the cross-regional and maritime coordination challenges identified in this study.

Originality and Body of Knowledge

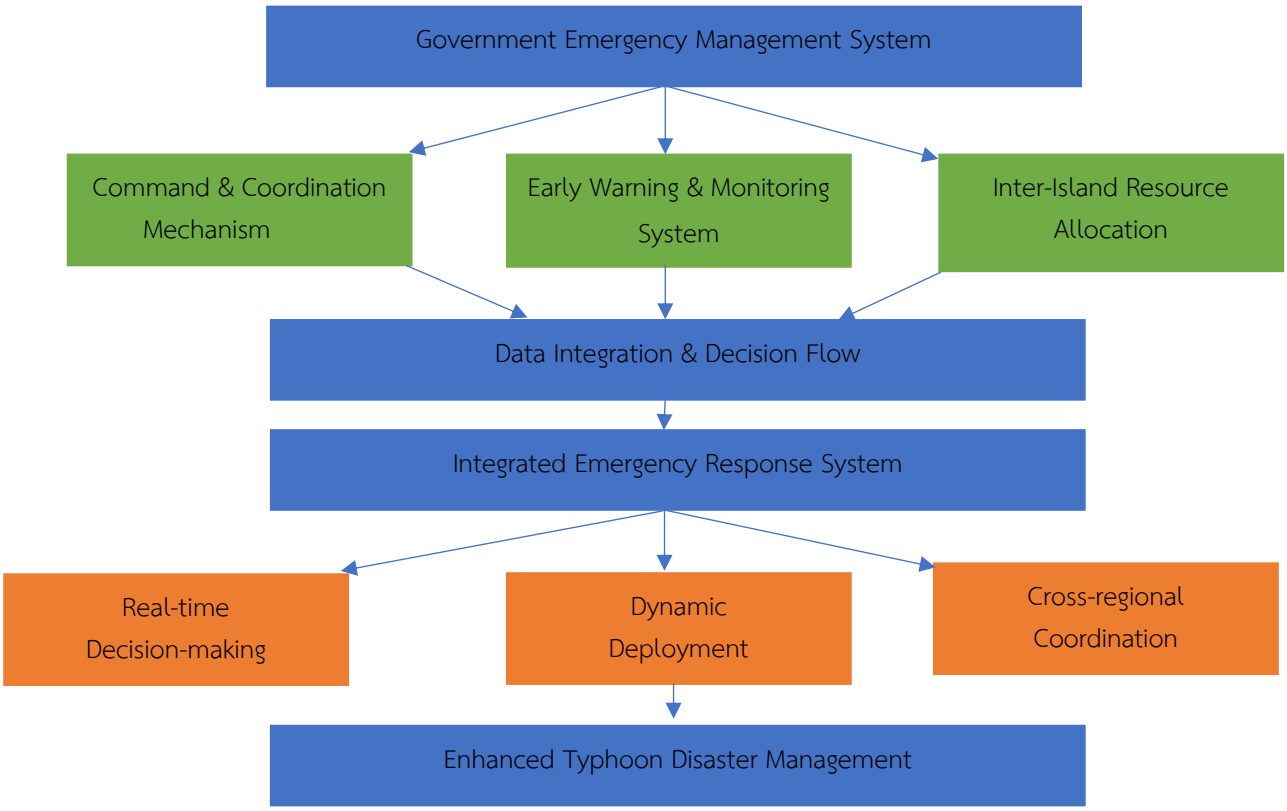


Figure 1 Typhoon Disaster Emergency Management in Zhoushan City

The new knowledge generated from this study indicated that efficient emergency management for typhoon disasters in Zhoushan City required the integration of three key mechanisms:

Command and Coordination Mechanism - the governmental command and coordination system, such as the "1833" joint command system.

Early Warning and Monitoring System - a technology-supported early warning and monitoring system, including satellite data, coastal radar, drones, and smart sensors.

Inter-Island Resource Allocation - mechanisms for the allocation of emergency resources among islands and across regions.

When these three components operated in an integrated manner, they form an Integrated Emergency Response, which enhanced the efficiency of typhoon disaster management in island areas.

Conclusions

The findings of this study could be summarized according to the research objectives. First, Zhoushan City had established a relatively comprehensive typhoon disaster emergency management system. The "1833" joint command system, contingency plans, and standardized grassroots prevention mechanisms enhance coordination and strengthen local disaster response capacity. However, limitations remained in social coordination and public participation. Second, Zhoushan had developed an integrated early warning and monitoring system supported by multiple technologies, along with emergency material reserved and professional rescue teams. These systems provided strong support for disaster response,

although challenges remained in the precision and timeliness of emergency resource allocation. Third, inter-island emergency coordination mechanisms helped improve information sharing and joint responses among different regions. Nevertheless, the complex maritime environment and diverse vessel activities continue to pose challenges for maritime emergency management and rescue capacity in island areas.

Recommendations

1. Policymaking Recommendations

1.1 The government should improve the emergency command and coordination mechanism by refining the operation of the “1833” Joint Command System and strengthening information sharing between grassroots units and higher-level authorities. Cross-regional cooperation with neighboring cities should also be enhanced to improve coordinated responses to typhoon disasters.

1.2 The government should optimize the distribution and management of emergency material reserves, strengthen the professional capacity and coordination of rescue teams, and utilize digital technologies such as big data and artificial intelligence to support the precise allocation of emergency resources during typhoon disasters.

1.3 It was recommended to enhance meteorological forecasting and early warning technologies, promoted the application of big data and IoT in emergency management, and improved maritime safety management and rescue capabilities to ensure effective typhoon disaster prevention and response.

2. Recommendations for Future Research

2.1 Future studies should develop comprehensive typhoon disaster risk assessment models by integrating meteorological, geographical, socio-economic, and environmental factors, and improved prediction accuracy through advanced technologies such as artificial intelligence and machine learning.

2.2 Future research should examine public psychological responses and behavioral patterns during typhoon disasters, and explored efficiency organizational and management models for emergency volunteer teams to enhance community participation in disaster response.

2.3 Future studies should evaluate the efficiency of existing emergency management policies and regulations and explore international cooperation and knowledge exchange to improve typhoon disaster management practices.

References

Chang, S. E., & Falit-Baiamonte, A. (2002). Disaster vulnerability of businesses in the 2001 Nisqually earthquake. *Global Environmental Change Part B: Environmental Hazards, 4*(2), 59-71.

Elsner, J., & Jagger, T. (2023). *Hurricane Climatology: A Modern Statistical Guide Using R*. Oxford: Oxford University Press.

Fan, H. (2025). *Effectively Integrating UAVs into the Wildfire Emergency Management System in China: Case Study of Sichuan Province*. (Master Thesis, Westfälische Wilhelms-Universität).

Goodchild, M. F., & Glennon, J. A. (2010). Crowdsourcing geographic information for disaster response: a research frontier. *International Journal of Digital Earth, 3*(3), 231-241.

Hallegatte, S., Rentschler, J., & Rozenberg, J. (2019). *Lifelines: The Resilient Infrastructure Opportunity*. Washington, D.C.: World Bank Publications.

Huang, Y., Xu, C., He, X., Gao, H., Wang, W., & Yi, Y. (2025). Trends and Evolution in the Study of China's Natural Disaster Emergency Plans: A Bibliometric Analysis. *Evidence in Earth Science, 1*(01), 33-51.

Key Informant 1. (2025). Director of the Flood Control and Drought Relief Department at Zhoushan Emergency Management Bureau. Interview. November 9.

Key Informant 13. (2025). Member of the “Three Defense” Command in Dongji Town. Interview. November 3.

Key Informant 19. (2025). Villager from Wushitang Village, Zhujiajian Island, Zhoushan City. Interview. December 13.

Key Informant 21. (2025). President of Huangxing Village Fishery Cooperative. Interview. December 7.

Key Informant 23. (2025). Grid Chief of Xida Community. Interview. December 5.

Key Informant 4. (2025). Captain of Zhoushan Qian Island Rescue Team. Interview. November 17.

Key Informant 6. (2025). Search and Rescue Coordinator at Zhoushan Maritime Safety Administration. Interview. November 15.

Key Informant 7. (2025). Senior Engineer at Zhoushan Marine Environmental Monitoring and Forecasting Center. Interview. November 11.

Kongthon, A., Haruechaiyasak, C., Pailai, J., & Kongyoung, S. (2014). The role of social media during a natural disaster: A case study of the 2011 Thai Flood. *International Journal of Innovation and Technology Management, 11*(03), 1440012.

Pal, A., Wang, J., Wu, Y., Kant, K., Liu, Z., & Sato, K. (2022). Social media driven big data analysis for disaster situation awareness: A tutorial. IEEE Transactions on Big Data, 9(1), 1-21.

Pelling, M., & Uitto, J. (2001). Small island developing states: natural disaster vulnerability and global change. *Global Environmental Change Part B: Environmental Hazards, 3*(2), 49-62.

Shi, P. (2019). Hazards, disasters, and risks. In *Disaster risk science* (pp. 1-48). Singapore: Springer Singapore.

Sun, H., Zhang, X., Ruan, X., Jiang, H., & Shou, W. (2024). Mapping compound flooding risks for urban resilience in coastal zones: A comprehensive methodological review. *Remote Sensing, 16*(2), 350.

Suvanachai, P., Kawbunjun, A., Kittiwanich, J., Wutticharoenmongkol, N., Poolsawat, N., Somwadee, N., Pophan, W., Jamying, P., Hornak, K., Yoakarakun, C., Chucherd, A., & Intarasab, A., Panchapornudomlap, M. (2025, June). Early warning system prototype development to mitigate coastal aquaculture activities from the climate variability using internet of things (IoT) and artificial intelligence (AI) technologies in Thailand. In *2025 IEEE/ACIS 29th International Conference on Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking and Parallel/Distributed Computing (SNPD)* (pp. 424-430). Busan, Korea: IEEE.

Talley, W. K., Jin, D., & Kite-Powell, H. (2008). Determinants of the severity of cruise vessel accidents. *Transportation research part D: transport and environment, 13*(2), 86-94.

Tierney, K. (2014). *The social roots of risk: Producing disasters, promoting resilience*. Redwood City, California: Stanford University Press.

Wang, X. (2023). Collaborating in a centralized governance mechanism: structure and fragmentation of large-scale response coordination during the 2018 Typhoon Mangkhut in Shenzhen. *International Journal of Emergency Services, 12*(2), 213-230.

Wuthisuthimethawee, P., Satthaphong, S., Phongphuttha, W., Sarathep, P., Piyasuwankul, T., Công, S. N., Đúc, C. N., Nhu', L. N., Văn, N. H., Feliciano, J. P., Danac, A. C., Ariani, M., Donna, B., Isturini, I. A., Saelim, P., Pintatham, K., Thepmanee, D., Silapunt, P., Limpaporn, S., Yuddhasaraprasiddhi, K., Promkhum, D., & Ikeda, S. (2022). How the ARCH project could contribute to strengthening ASEAN regional capacities on disaster health management (DHM). *Prehospital and disaster medicine, 37*(S1), s30-s43.

Yu, J., Liu, J., Baek, J. W., Fong, C., & Fu, M. (2022). Impact-based forecasting for improving the capacity of typhoon-related disaster risk reduction in typhoon committee region. *Tropical Cyclone Research and Review, 11*(3), 163-173.

Zhang, G., Mao, J., Hua, W., Wu, X., Sun, R., Yan, Z., Liu, Y., & Wu, G. (2023). Synergistic effect of the planetary-scale disturbance, typhoon and meso-β-scale convective vortex on the extremely intense rainstorm on 20 July 2021 in Zhengzhou. *Advances in Atmospheric Sciences, 40*(3), 428-446.

Zhou, G., Fang, X., Qian, Q., Lv, X., Cao, J., & Jiang, Y. (2022). Application of artificial intelligence technology in typhoon monitoring and forecasting. *Frontiers in Earth Science, 10*, 974497.

Zhou, N., Liu, Y., Tong, H., Li, Y., & Wu, Q. (2025). Natural Disaster Emergency Management in China Based on Quantitative Content Analysis of Central Government Policy Tools. *Sustainability, 17*(13), 6106.