

ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร
ด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง¹

THE SATISFACTORY FACTORS AFFECTING THE PERSONNEL PERFORMANCE
EFFECTIVENESS OF ELECTORAL ADMINISTRATION PERSONNEL OFFICE
OF THE ELECTION COMMISSION OF THAILAND.

อัญชิสา ราชแผ่นดิน²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (2) เพื่อต้องการทราบถึงประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่เกิดจากความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง และ (3) ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง ทั้งหมดจำนวน 150 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอย พบคุณผลการศึกษาพบว่า

1. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านค่าจ้างและเงินเดือน พบว่า อยู่ระดับมาก ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านนโยบายการบริหารงานในองค์กร พบว่า อยู่ระดับปานกลาง

2. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านลักษณะงานที่หลากหลายและท้าทาย พบว่า อยู่ระดับมาก ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและด้านโอกาสและการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง พบว่า อยู่ระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานและประสิทธิผลการทำงาน ของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง พบว่า ความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านค่าจ้างและเงินเดือน ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านนโยบายการ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บริหารงาน ในองค์การ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้งสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

4. ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้งสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง พบว่า ด้านนโยบายการบริหารงานในองค์การ ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านลักษณะงาน ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ส่วนในด้านการยอมรับนับถือและด้านค่าจ้างและเงินเดือน ไม่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, การปฏิบัติงาน, ประสิทธิภาพ

Abstract

This independent study is a survey research aimed to (1) to study the satisfaction that affects the effectiveness of the work of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand. (2) to know the of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand. (3) to compare the relationship between performance satisfaction and effectiveness in performance of the work of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand. In this study, data was collected by using questionnaires. The samples used in this research is the work of Electoral Administration Personnel 150 people. The statistical used for analyzed the data were : frequency percentage, mean, standard deviation, and content analysis.

Findings of the study were as follows :

1. Performance satisfaction of the work of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand overall at the high level when considering each aspect, namely the nature of the work of service contactors performed, wages and salaries, found to be at the high level. The stability of work and work of respect management policy in the organization is found at medium.

2. Operational effectiveness of the work of service of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand overall at the medium level when considering each aspect the nature of the work is the relationship with supervisors, diversified

and challenging were nature of the work found to be at medium level. Relationship with colleagues and opportunities for promotion was at a medium level.

3. Relationship of the work performance and productivity of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand was found to include the nature of the work performed, respect management policy in the organization, wages and salaries and stability in work correlate with performance of the work of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand.

4. The satisfaction that affects the effectiveness of the work of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand was found to be in management policy in the organization, the stability in work and the nature of the work of service contactors performed in affect work efficiency. Wages and salaries and the nature of the work of service contactors performed had no affect on work efficiency of Electoral Administration Personnel Office Of The Election Commission Of Thailand.

Key word : satisfaction, performance, effectiveness

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (Office of the Election Commission of Thailand) หรือย่อว่า OECT เป็นหน่วยงานที่เป็นอิสระตามรัฐธรรมนูญ มีฐานะเป็นนิติบุคคลและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยมีประธานกรรมการการเลือกตั้งเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด

ในการปฏิบัติงานของเลขาธิการคณะกรรมการการเลือกตั้ง จะมีรองเลขาธิการคณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นผู้ช่วยสั่งงานในหน้าที่รับผิดชอบ 5 ด้าน คือ ด้านกิจการบริหารกลาง ด้านบริหารงานเลือกตั้ง ด้านกิจการการมีส่วนร่วม ด้านกิจการสืบสวนสอบสวนและวินัย และด้านกิจการพรรคการเมืองและการออกเสียงประชามติ

โดยจัดแบ่งส่วนงานของสำนักงานเป็น 2 ส่วน ดังนี้

(1) ส่วนกลาง ได้แก่ สำนักและสถาบันพัฒนาการเมืองและการเลือกตั้ง และส่วนงานเรียกชื่ออย่างอื่นที่ตั้ง อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคารบี) ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จนถึงปัจจุบัน

(2) ส่วนภูมิภาค ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด ที่ตั้ง ทุกจังหวัดตามภูมิภาคต่างๆ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้การทำงานประสบความสำเร็จได้เพราะความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติเป็นการแสดงถึงทัศนคติที่ดีต่องาน ที่รับผิดชอบและสะท้อนถึงประสิทธิภาพที่ดีในการทำงาน เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจที่ดีแล้วนั้นก็就会有ความยินดีและเต็มใจในการปฏิบัติงานและยังทำให้บรรยากาศการทำงานในองค์กรมีบรรยากาศการทำงานที่ดี การศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรจะทำให้ทราบถึงข้อบกพร่องที่ทำให้บุคลากรเกิดความไม่พึงพอใจและนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงการทำงานรวมทั้งระบบงานให้มีประสิทธิภาพและส่งผลต่อประสิทธิผลมากขึ้น จากการทำเป็นองค์กรขนาดใหญ่จึงทำให้มีการกิจกรรมตามกฎหมายของคณะกรรมการการเลือกตั้งที่ต้องทำเป็นจำนวนมาก บุคลากรในหน่วยงานจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะขับเคลื่อนภารกิจเหล่านี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง จะต้องมีความสามารถปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ หากบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ย่อมส่งผลให้สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งมีความเข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการเลือกตั้งในทุกระดับตามหลักการของระบอบประชาธิปไตยได้อย่างยั่งยืน ด้วยความสุจริต และเที่ยงธรรม อย่างแท้จริง เป็นที่ยอมรับในสากล การที่บุคลากรจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือและความเสียสละในการทำงานอย่างจริงจังของบุคลากรในองค์กร ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากหลายประการ สาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งคือ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในองค์กร เพราะความพึงพอใจจะเป็นแรงผลักดัน แรงกระตุ้นให้บุคคลทำงานด้วยความกระตือรือร้น ด้วยความเต็มใจที่จะทุ่มเทในการปฏิบัติงาน ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพในที่สุด ความพึงพอใจในงานจึงมีความสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานทุกคน ผู้บริหารทุกระดับจึงควรให้ความสนใจและนำมาเป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์งาน และการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดความพึงพอใจในงาน อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและเกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

จากที่กล่าวมาเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในส่วนของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง นั้น จะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับใดและมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ และสามารถทำผลงานที่มีประสิทธิผลต่อองค์กรได้ ทั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการทำงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
3. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
2. ปัจจัยจูงใจ มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
3. ปัจจัยค้ำจุนมีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

แนวคิดทฤษฎีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ประสิทธิผลมีความสำคัญต่อองค์กรหรือหน่วยงานมาก เพราะเป็นตั้งชีวิตความสำเร็จขององค์กรใน การที่จะตัดสินใจว่าองค์กรจะอยู่รอดต่อไปหรือไม่ ประกอบกับ ประสิทธิภาพก็มีความสำคัญต่อองค์กรมากเช่นกัน หากการดำเนินงานองค์กรไม่มีประสิทธิภาพ ก็จะไม่มีความสำเร็จอะไร ประสบแต่ความขาดทุน ก็ยากที่ องค์กรจะตั้งอยู่ได้ ดังนั้น ประสิทธิภาพ (Effectiveness) เป็นการทำให้บรรลุสำเร็จตามเป้าหมายองค์กร (Goals) และประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจและร่วมมือกันปฏิบัติงาน ให้ได้ผลผลิต (Output) ที่ต้องการ จึงมีความสัมพันธ์กันทำให้้องค์การบรรลุเป้าหมายภายในเงื่อนไขที่มีการใช้

ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ สูงสุด การบรรลุถึงประสิทธิผลและประสิทธิภาพจึงเป็นที่พึงปรารถนาของทุกองค์การ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ส่งผลต่อจิตใจและอารมณ์ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกจะมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้นหรือลดน้อยลงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและความต้องการของบุคคลนั้น ๆ ได้รับการตอบสนองได้ตรงกับความต้องการมากหรือน้อยเพียงใด ความพึงพอใจในการทำงานเป็นความรู้สึกที่ เต็มใจ พอใจ และพร้อมที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ

ความผูกพันต่อองค์การ การที่บุคลากรขององค์การจะเกิดความผูกพันต่อองค์กร มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และพร้อมที่จะสละเวลาและอุทิศตนให้กับองค์กรได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้น ได้รับการตอบสนองจากองค์กรในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

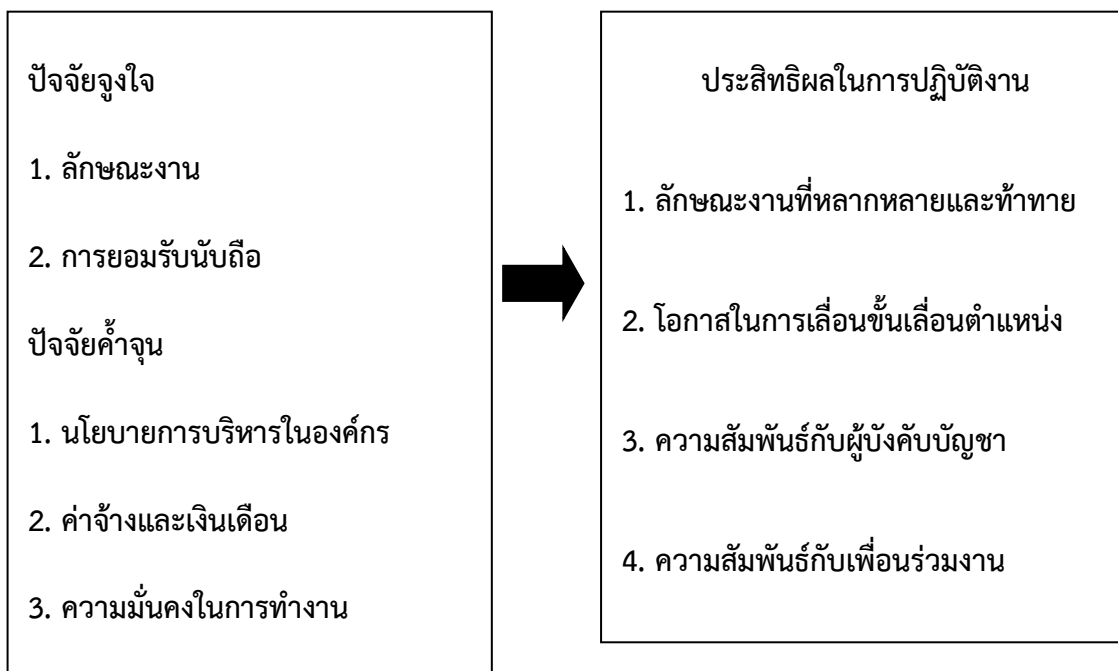
จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยมุ่งศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ตามทฤษฎีองค์ประกอบสองปัจจัย (The Two – Factor Theory) ของ *Federick Herzberg* ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคลโดยศึกษาปัจจัยจูงใจ (Motivates Factors) และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Or Maintenance Factor) ที่สอดคล้องกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านกิจการบริหารการเลือกตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

(Independent)

(Dependent Variable)



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการศึกษาค้นคว้าประชากรที่ทำการศึกษาคือ ประชากร ทั้งชาย และ หญิงที่มีอายุระหว่าง 15 ปีขึ้นไป ซึ่งมี ประชากรรวมทั้งสิ้น 4,836,411 คน (เป็นจำนวนประชากร อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป) โดยอาศัยอยู่ใน 50 เขต ของกรุงเทพมหานคร (กรมการปกครอง, 2563) กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาคือประชากรทั้งชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ ในเขตของกรุงเทพมหานคร โดยในการกำหนดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาค้นคว้า อาศัยสูตรของ เทโร ยา มาเน่ จากจำนวนประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั้งหมด 4,836,411 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความ คลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5% หรือที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างของ ประชากรที่ต้องศึกษาประมาณ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่ง ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2: เป็นการสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการ ตัดสินใจเลือกซื้อแท็บเล็ต เป็นการสอบถามกลุ่มตัวอย่างประเมินเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลการซื้อ แท็บเล็ต รวมถึงระดับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งคำถามในส่วนนี้มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เก็บข้อมูลจากแหล่ง ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้ จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ Google docs ผ่านทาง Social Network

การประมวลผลข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย โดยส่วนใหญ่จะใช้สถิติเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะต้องเลือกใช้สถิติที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ลักษณะของข้อมูลและวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ผล

ทางสถิติ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ One-Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว การวิเคราะห์ Independent Samples t-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกเป็นเพศหญิง 70.83% และเพศชาย 29.17% โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็น 40.20% ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 15,000 – 20,000 บาท คิดเป็น 46.08% ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็น 80.39%

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.59) เมื่อจำแนกเป็นข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องแท็บเล็ตที่มีคุณภาพได้มาตรฐานมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาคือระบบปฏิบัติการที่มีความเสถียรในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.73)

2 ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) เมื่อจำแนกเป็นข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาคือราคาคู่แข่งต่ำกว่าราคาที่จำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.60)

3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย4.53) เมื่อจำแนกเป็นข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการชำระเงิน มากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือช่องทางซื้อหลากหลายสามารถหาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.56)

4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) เมื่อจำแนกเป็นข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีส่วนลดในการซื้อสินค้าอยู่เสมอ มากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือสื่อในการโฆษณาที่เข้าถึงได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.20)

5 ปัจจัยด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.53) เมื่อจำแนกเป็นข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างดีมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือพนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.48)

6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) เมื่อจำแนกเป็นข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีการจัดการหมวดหมู่สินค้าที่ง่ายต่อการเลือกซื้อมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือข้อมูลสินค้ามีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.25)

7 ปัจจัยด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.67) เมื่อจำแนกเป็นข้อ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ โปร่งใส และน่าเชื่อถือมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือสามารถเปลี่ยนสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.71)

ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพ

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ จำแนกตามเพศ จึงสรุปว่าเพศชายและเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มอายุ จึงสรุปว่ากลุ่มอายุแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา จึงสรุปว่ากลุ่มระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ จำแนกตามระดับรายได้ จึงสรุปว่ากลุ่มระดับรายได้ แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพ

สรุปผลทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถอธิบาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ 4 ปัจจัย

โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านกระบวนการ

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยนี้ สามารถระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภค เขตกรุงเทพฯ อีกทั้งยังสามารถบอกถึงระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยว่าส่งผลกับการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด ซึ่งในงานวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อแท็บเล็ตผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคเขต กรุงเทพฯมากที่สุด ทั้งในเรื่อง มีบริการจัดส่งครอบคลุมทุกพื้นที่ มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย รวมถึง ความง่ายในการใช้งานและการประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำของแอปพลิเคชัน ความพร้อมของ แอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้สั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคคำนึงถึงเรื่องการตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ ช่องทางในการให้คำแนะนำ ลูกค้า การติดตามหลังการขาย ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีสินค้าหลากหลายและตรงตามความต้องการ มีราคาสินค้าระบุชัดเจน มีสินค้าพร้อมส่งในทันที นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความ

ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

1. ควรหาการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นโดยการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างไปยังต่างจังหวัดมากขึ้นหรือครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมประชากรผู้ซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ได้มากขึ้น
2. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม ให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึก และความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เพื่อจะนำมาพัฒนาระบบในชื่อ-ขายออนไลน์ ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

เสรีวงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซแท็กซ์.

นันทน์ภัส สงวนวงศ์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องครัวทันสมัยของคนในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

กฤติมา จันทร์หรร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากีฬาสีผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมของผู้บริโภคในระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, คณะบริหารธุรกิจ.

สุณิสา ตรงจิตร์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลาง พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) ออนไลน์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

วชิรวัชร งามละม่อน (2558). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล บรรยากาศองค์การ ความผูกพันต่อองค์การ และความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

รพีพรรณ ฉัตรกาญจนากุล (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อบริการนิตยสารดิจิทัลของผู้บริโภค*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจ.

อรญา อมฤตหิรัญ. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมการใช้ เดอะ นิว ไอแพด ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

พลากร เชื้อเมืองพาน. (2556). *การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการซื้อแท็บเล็ต I Pad กับ Galaxy Tap ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์

ละออทิพย์ เกิดน้อย. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey : Prentice –Hall, Inc.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *P. Marketing, an introduction* (9th ed.). New Jersey:

Walters, C.G. (1978). *Consumer behavior* (3 rd ed.). Homewood Illinois: Richard D. Irwin, Inc

Google trend และ TMB Analytics. (2563). ระดับความนิยมของการค้นหาที่เกี่ยวข้องเป็นรายประเภท
สินค้า. ค้นเมื่อ 15 เมษายน 2563, [https://www.tmbbank.Com/newsroom
/news/pr/view/ecommerce-support-consumption.html](https://www.tmbbank.Com/newsroom/news/pr/view/ecommerce-support-consumption.html)