

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา

Factors Affecting Decision on Using Promptpay QR Code of Customers' Central Plaza Changwat Nakhonratchasima

จุฑามาศ บุญกรະเต็ง / Juthamas Boonkratueang

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราช มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราช

Email: Juthamasbkt@gmail.com

ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ / Sri-on Somboonsup

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราช มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราช

Email: feconsos@gmail.com

พัฒน์ พัฒนวงศ์ / Pat Pattanarangsun

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราช มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราช

Email: feconppt@src.ku.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิถีปฏิบัติของผู้บริโภคเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย แบบจำลองโลจิต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมาประมาณ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จะเลือกชำระเงินด้วยพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดกับร้านอาหาร/เครื่องดื่ม จำนวนเงินที่จะชำระแต่ละครั้งไม่เกิน 500 บาท และพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา คือ อายุรายได้ต่อเดือน ช่องทางการชำระเงินต่างสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking รวมทั้งปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย และการรับรู้บริการระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดสามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา

คำสำคัญ: พร้อมเพย์, คิวอาร์โค้ด, ศูนย์การค้า

Abstract

The purpose of this research was to study factors affecting decision on using Promptpay QR Code of Customers' Central Plaza Changwat Nakhonratchasima. The primary data, using questionnaires, were collected from 400 samples in Central Plaza Nakhonratchasima and analyzed data by logit model with statistical significance level 0.10. The result revealed that the most of samples came to Central Plaza 1-2 times per week and used Promptpay QR Code with restaurant and less than 500 baht per time. And factor affecting to using

Promptpay QR Code of Customers' Central Plaza Changwat Nakhonratchasima were age and monthly income. Payment product and service by mobile banking including marketing mixed factors in terms of product, price, place, promotion and recognition with Promptpay QR Code.

Keywords: Promptpay, QR Code, Shopping Center

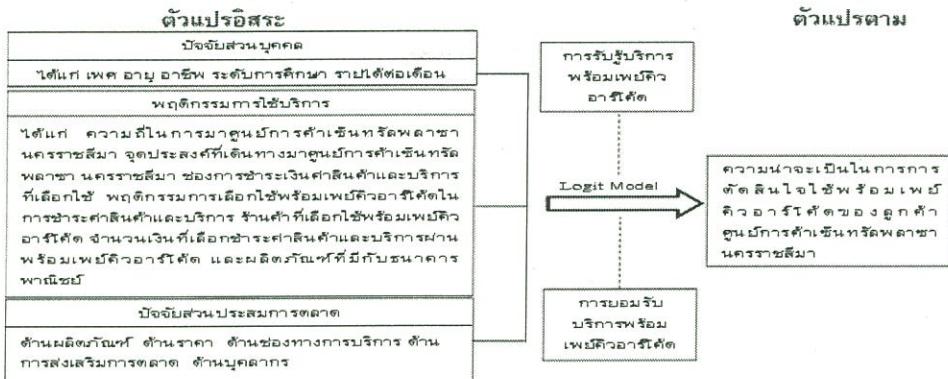
บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งในด้านการติดต่อสื่อสาร การซื้อขาย สินค้าและบริการ และรวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินที่ถูกพัฒนาเพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วกับผู้บริโภค เนื่องจากการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเตอร์เน็ตสามารถทำได้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ จากข้อมูลการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตและทางโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยธนาคารแห่งประเทศไทย พบร่วมกับจำนวนบัญชีที่ผู้บริโภคทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอินเตอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตั้งแต่ พ.ศ. 2553-2560 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต ธนาคารแห่งประเทศไทยจึงได้เสนอโครงการส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) กับโครงการ "ไทยสแตนดาร์ดคิวอาร์โค้ด" (Thai standard QR Code) ที่เน้นการเข้าถึงผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านค้ารายย่อยด้วย รูปแบบการชำระเงินผ่านระบบ "คิวอาร์โค้ด" (Quick response code : QR Code) โดยส่งข้อมูลการชำระเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ จึงถูกเรียกว่า พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด (PromptPayQR Code) พร้อมเพย์เป็นระบบที่ถูกออกแบบให้รองรับ การโอนเงินระหว่างธนาคารด้วยค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ผ่าน ID ประเภทต่างๆ จึงส่งผลสถาบันการเงินแต่ละแห่งนั้นมีการแข่งขันในการดึงลูกค้ามาใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด ซึ่งในปี 2561 ธนาคารภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยมีทั้งสิ้น 14 แห่ง จากข้อมูลจำนวนธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย พบร่วมกับธนาคารพาณิชย์ 4 แห่งซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค มีจำนวนสาขามากกว่า 1,000 สาขา ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงไป เน้นทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเตอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มากขึ้น จึงเกิดการความรวมสาขาเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานของธนาคารลง และในปัจจุบันจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ห้า 4 แห่งมีอัตราการควบรวมสาขาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 0.59 ซึ่งน้อยกว่าภูมิภาคอื่นอย่างเห็นได้ชัด โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบไปด้วย 20 จังหวัด ซึ่งจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีสาขาของธนาคารพาณิชย์ห้า 4 แห่ง เปิดให้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15 ของจำนวนสาขาห้า 4 แห่ง 671 สาขา พิจารณาข้อมูลทางเศรษฐกิจของจังหวัดนครราชสีมา พบร่วมกับเศรษฐกิจโดยรวมขยายตัวต่อเนื่องจากปี 2560 สะท้อนจากเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจห้าด้าน อุปทานและด้านอุปสงค์ที่ขยายตัว และเป็นแรงจูงใจให้วิสาหกิจเอกชนที่เล็งเห็นถึงกำลังซื้อของประชาชน จึงทำให้นักลงทุนภาคการค้าส่งค้าปลีกที่มีเชิงเด่นเช่นการค้าในพื้นที่พร้อมกันถึงสองแห่ง คือศูนย์การค้า Terminal 21 และศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ซึ่งศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา เป็นผู้นำ Modern Trade ในตลาด มีร้านค้าผู้ประกอบการสินค้าที่ทันสมัยในพื้นที่ ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้ศึกษา มีความสนใจที่จะศึกษาพัฒนาระบบจ่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดที่เป็นอีกหนึ่งช่องทางการชำระเงินของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา เพื่อทราบถึงแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบช่องทางการชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าของร้านค้าต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา

กรอบแนวคิดการวิจัย



จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมของลูกค้า และปัจจัยส่วนประสมการตลาด เป็นตัวแปรที่มักถูกนำมาศึกษาดังตารางที่ 1 ซึ่งแสดงผลลัพธ์ของกลุ่มตัวแปรที่มีผลต่อการรักษาสุขภาพดี ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำตัวแปรเหล่านี้มาทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมของลูกค้า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผู้วิจัย (ปี)	ลักษณะส่วนบุคคล	พฤติกรรมของลูกค้า	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ดร. อรุณ พิริสุนทร (2561)	✓	✓	✓
ดร. นีนี จิตรัตนมงคล (2560)	✓		
ดร. สิริกร บุญญา (2561)	✓	✓	✓
ศศิพัชญ์ วิวัฒน์ชัยโหดี (2561)	✓	✓	✓

วิธีการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โดยลูกค้าสูญเสียการรักษาสุขภาพด้วยตนเอง นักศึกษาได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมของลูกค้า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) ภายใต้สมมติฐานในการศึกษาดังนี้

H₀ : ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านการรับรู้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์ คัดและปัจจัยด้านการยอมรับบริการพร้อมเพย์คิวอาร์ ไม่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการใช้พร้อมเพย์คิวอาร์ คัดในการชำระค่าสินค้า ของลูกค้าสูญเสียการรักษาสุขภาพด้วยตนเอง

H₁ : ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านการรับรู้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์ คัด และปัจจัยด้านการยอมรับบริการพร้อมเพย์คิวอาร์ ไม่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการใช้พร้อมเพย์คิวอาร์ คัดในการชำระค่าสินค้า ของลูกค้าสูญเสียการรักษาสุขภาพด้วยตนเอง

โดยการศึกษานี้สามารถกำหนดสมการตามแบบจำลองโลจิต ดังนี้

$$\ln \left(\frac{p}{1-p} \right) = \beta_0 + \beta_1 \text{sex} + \sum_i \beta_{2i} \text{age}_i + \sum_i \beta_{3i} \text{edu}_i + \sum_i \beta_{4i} \text{inc}_i + \beta_5 \text{channel3} + \beta_6 \text{prod1} +$$

$$\beta_7 \text{prod2} + \beta_8 \text{prod3} + \beta_9 \text{price1} + \beta_{10} \text{price3} + \beta_{11} \text{place2} + \beta_{12} \text{promo1} + \beta_{13} \text{promo2} +$$

การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษารัฐบุรี ครั้งที่ 14

วันที่ 4-5 กุมภาพันธ์ 2562 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร

$\beta_{14}promo3 + \beta_{15}peo1 + \beta_{16}peo3 + \beta_{17}know + \beta_{18}Appro1 + \beta_{19}Appro2 + U$
 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา
 นครราชสีมา มีดังนี้

ตารางที่ 1 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
Y	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา	1 = ใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด 0 = ไม่ใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด
P	Prob (Y=1) ความน่าจะเป็นในการใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา	
sex _i	เพศ	Base group = เพศหญิง sex ₁ = เพศชาย
ageg _i	ตัวแปรหุ่นอธิบายอายุของลูกค้า เมื่อ i = 1,2,3,4	Base group = อายุ 21-25 ปี ageg ₁ = 1 กรณีอายุไม่เกิน 20 ปี 0 กรณีอื่นๆ ageg ₂ = 1 กรณีอายุ 26-30 ปี 0 กรณีอื่นๆ ageg ₃ = 1 กรณีอายุ 31-40 ปี 0 กรณีอื่นๆ ageg ₄ = 1 กรณีอายุ 41 ปีขึ้นไป 0 กรณีอื่นๆ
edu _i	ตัวแปรหุ่นอธิบายระดับการศึกษาของลูกค้า เมื่อ i = 1,2,3	Base group = ปริญญาตรี edu ₁ = กรณีมัธยมศึกษาตอนต้น 0 กรณีอื่นๆ edu ₂ = กรณีมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 0 กรณีอื่นๆ edu ₃ = กรณีอนุปริญญา/ปวส. 0 กรณีอื่นๆ
inc _i	ตัวแปรหุ่นอธิบายรายได้ต่อเดือนของลูกค้า เมื่อ i = 1,2,3	Base group = 10,001-20,000 บาท inc ₁ = กรณีไม่เกิน 10,000 บาท 0 กรณีอื่นๆ inc ₂ = กรณี 20,001-30,000 บาท 0 กรณีอื่นๆ inc ₃ = กรณี 30,001-40,000 บาท 0 กรณีอื่นๆ
Channel3	การชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking	Channel3 = 1 กรณีใช้ Mobile Banking ชำระค่าสินค้า 0 กรณีอื่นๆ
prod1	ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย	ตามระดับความสำคัญ 1-5
prod2	ความเหมาะสมของจำนวนเงินในการชำระค่าสินค้า	ตามระดับความสำคัญ 1-5
prod3	ความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ	ตามระดับความสำคัญ 1-5

price1	ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมผ่านพร้อมเพย์คิวอาร์ โค้ดต่อครั้ง ต่ำกว่าช่องทางอื่น	ตามระดับความสำคัญ 1-5
price3	โดยรวมแล้วค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีความ เหماะสม	ตามระดับความสำคัญ 1-5
place2	ช่องทางในการแสกนพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดผ่าน แอพพลิเคชัน	ตามระดับความสำคัญ 1-5
promo1	โปรโมชันพิเศษ	ตามระดับความสำคัญ 1-5
promo2	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	ตามระดับความสำคัญ 1-5
promo3	เอกสารเผยแพร่ข้อมูลการใช้บริการน่าสนใจ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย	ตามระดับความสำคัญ 1-5
peo1	เจ้าของร้านค้ามีความเต็มใจรับชาระ	ตามระดับความสำคัญ 1-5
peo3	บุคลากรธนาคารมีความเต็มใจในการให้ความ ช่วยเหลือในด้านบริการ	ตามระดับความสำคัญ 1-5
know	การรับรู้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด	คะแนน 0-13
Appro1	การยอมรับด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน	ตามระดับความคิดเห็น 1-5
Appro2	การยอมรับด้านระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน	ตามระดับความคิดเห็น 1-5
U	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)	

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามในลักษณะส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี การศึกษาระดับสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จะเดินทางมาศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมา 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ โดยจุดประสงค์ในการมาศูนย์การค้า เช่นหัวรัลพลาซา นครราชสีมา และเลือกซื้อขายชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยเงินสดมากที่สุด รองลงมาเป็นการชำระเงินผ่านการโอนด้วย Mobile Banking โดยมีผู้ที่เคยใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดในการชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 219 คน และมีผู้ที่ไม่เคยใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดในการชำระค่าสินค้าและบริการ 181 คน และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์ โค้ดเลือกใช้ที่ร้านอาหาร/เครื่องดื่มมากที่สุด มีจำนวนเงินที่จะชำระผ่านพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดส่วนใหญ่จะต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง และกลุ่มตัวอย่างมีผลิตภัณฑ์กับธนาคารสิกรไทยมากที่สุด และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลิตภัณฑ์ Mobile Banking ส่วน ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการ ส่งเสริมการขาย และด้านบุคคลในระดับมาก ส่วนของการรับรู้ระบบบริการระบบพร้อมเพย์ของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง วัดจากข้อ คำถามจำนวน 13 ข้อ มีลูกค้ากลุ่มตัวอย่างทำคะแนนได้สูงสุด 12 คะแนน ได้คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 9.36 คะแนน จำนวนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ทำคะแนนได้ 10 คะแนน มีจำนวนสูงสุด (ฐานนิยม) ในส่วนของข้อมูลการยอมรับ บริการระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด พนบฯ ปัจจัยการยอมรับบริการระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดเป็นปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็น มาก โดยลูกค้าเห็นด้วยกับการยอมรับด้านระบบที่ง่ายต่อการใช้งานมากที่สุด

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การรับรู้และการยอมรับระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด ด้วยแบบจำลองโลジต สามารถนำมาเขียนสมการถดถอยของความน่าจะเป็นในการใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้า เช็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา โดยสรุปความสัมพันธ์ด้วยแบบจำลองโลจิตได้ ดังนี้

$$\ln \left(\frac{p}{1-p} \right) = -14.48 + 0.381\text{sex} + 0.834\text{ageg}_1 - 0.380\text{ageg}_2 - 0.462\text{ageg}_3 - 1.96\text{ageg}_4 + 3.070\text{edu}_1 - 0.134\text{edu}_2$$

(0.99) (0.81) (-0.63) (-0.67) (-3.07)* (1.17) (-0.24)

- 0.082\text{edu}_3 - 0.048\text{inc}_1 + 0.976\text{inc}_2 + 2.140\text{inc}_3 + 0.441\text{Channel3} + 0.044\text{prod1} - 0.412\text{prod2} + 1.231\text{prod3}

(-0.16) (-0.09) (1.72)* (2.53)* (2.52)* (0.10) (-1.02) (2.75)*

- 0.225\text{price1} + 2.024\text{price3} + 0.965\text{place2} - 0.606\text{promo1} - 0.460\text{promo2} + 1.558\text{promo3} - 0.464\text{peo1}

(-0.74) (5.08)* (2.61)* (-1.41) (-0.86) (2.82)* (-1.28)*
 -0.542peo3 + 0.374know + 0.189approv1 – 0.349approv2
 (-1.45) (2.22)* (0.27) (-0.53)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า z-stat

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุตัวแปรแบบจำลองโลจิต

	ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	S _b	Z-Stat	P-Value	Marginal Effect (dy/dx)
ค่าคงที่		-14.482	3.749	-3.860	0.000	
เพศ						(Base group = เพศหญิง)
ชาย		0.381	0.386	0.990	0.323	0.0616
อายุ						(Base group = อายุ 21-25 ปี)
ไม่เกิน 20 ปี		0.834	1.029	0.810	0.418	0.1083
อายุ 26-30 ปี		-0.380	0.606	-0.630	0.531	-0.0654
อายุ 31-40 ปี		-0.462	0.692	-0.670	0.505	-0.0819
อายุ 41 ปีขึ้นไป		-1.955	0.636	-3.070	0.002	-0.3948
ระดับการศึกษา						(Base group = ปริญญาตรี)
มัธยมศึกษาตอนต้น		3.070	2.631	1.170	0.243	0.1965
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.		-0.134	0.550	-0.240	0.808	-0.0221
อนุปริญญา/ปวส.		-0.082	0.503	-0.160	0.871	-0.0135
รายได้ต่อเดือน						(Base group = 10,001-20,000 บาท)
ไม่เกิน 10,000 บาท		-0.048	0.532	-0.090	0.927	-0.0079
20,001-30,000 บาท		0.976	0.567	1.720	0.085	0.1359
30,001-40,000 บาท		2.140	0.846	2.530	0.011	0.1917
ช่องทางการชำระเงิน						
ชำระค่าสินค้าผ่าน Mobile Banking		0.441	0.175	2.520	0.012	0.0718
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย		0.044	0.424	0.100	0.918	0.0071
ความเหมาะสมของจำนวนเงินในการชำระค่าสินค้า		-0.412	0.404	-1.020	0.308	-0.0671
ความสะดวกและรวดเร็ว		1.231	0.448	2.750	0.006	0.2005
ปัจจัยด้านราคা						
ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อครั้งต่ำกว่าการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอื่น		-0.225	0.304	-0.740	0.459	-0.0367
โดยรวมแล้วค่าธรรมเนียมในการใช้บริการมีความเหมาะสม		2.024	0.399	5.080	0.000	0.3295
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ						
ช่องทางในการแสดงพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดผ่านแอพพลิเคชัน		0.965	0.370	2.610	0.009	0.1572
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย						
โปรโมชันพิเศษ		-0.606	0.430	-1.410	0.158	-0.0987
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ		-0.460	0.532	-0.860	0.388	-0.0749
เอกสารเผยแพร่ข้อมูลการใช้บริการนำเสนอในสื่อต้อง		1.558	0.552	2.820	0.005	0.2537
ครบถ้วน และเข้าใจง่าย						
ปัจจัยด้านบุคล						
เจ้าของร้านค้ามีความเต็มใจรับชาระ		-0.464	0.362	-1.280	0.200	-0.0756

บุคลากรธนาคารมีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือใน ด้านบริการ	-0.542	0.373	-1.450	0.146	-0.0883
การรับรู้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด					
ผลรวมคะแนน	0.374	0.168	2.220	0.026	0.0609
การยอมรับบริการระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ด					
การยอมรับด้านความสะดวกรวดเร็ว	0.189	0.703	0.270	0.788	0.0308
การยอมรับด้านระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน	-0.349	0.652	-0.530	0.593	-0.0568

หมายเหตุ: * หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา นครราชสีมาด้วยแบบจำลองโลจิสติก พนวณค่า LR Chi-Square (26) = 241.61 และ Prob > Chi-Square = 0.000 อธิบายได้ว่า แบบจำลองนี้สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 นอกจากนี้พิจารณาค่า Overall Percentage Correct เท่ากับ 89.00 อธิบายได้ว่า แบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้หรือไม่ใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 89.00 จากการพิจารณาแบบจำลองโลจิสติกที่ประมาณค่าได้กับค่า Marginal Effect พนวณ ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ อธิบายได้ว่า อายุมีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางตรงกันข้าม โดยลูกค้าที่มีช่วงอายุอยู่ในช่วง 41 ปีขึ้นไป มีความน่าจะเป็นที่จะใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดน้อยกว่าลูกค้าที่มีอายุ 21-25 ปี อยู่ร้อยละ 39.48

รายได้ต่อเดือน สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท/เดือน มีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท/เดือน อยู่ร้อยละ 13.59 และลูกค้าที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท/เดือน มีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท/เดือน อยู่ร้อยละ 19.17 สอดคล้องกับงานศึกษาของสิริก บุญล้ำ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี พนวณผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี และพบว่าเมื่ออายุมากขึ้นปริมาณการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์จะลดลง และเมื่อรายได้มากขึ้นจะทำให้มีการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เพิ่มมากขึ้นไปตามรายได้ เพราะเนื่องจากอาจมีการทำธุกรรมทางการเงินมากขึ้นและต้องการความสะดวกในการทำธุกรรมมากกว่าการติดต่อที่สาขาของธนาคาร ซึ่งทางการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยลูกค้าที่ใช้ Mobile Banking ชำระค่าสินค้าและบริการ มีความน่าจะเป็นที่จะใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมากกว่าลูกค้าที่เลือกซึ่งทางการชำระเงินและบัตรหักบัญชีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้กรุงไทยคิวอาร์โค้ดของลูกค้าธนาคารกรุงไทย กรณีศึกษาสาขางามเทียน (บ้านอ่าเภอ) อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี พนวณ ผู้ที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยผ่านช่องทาง KTB NETBANK แอพพลิเคชันโทรศัพท์มือถือสำหรับรุ่นไทยคิวอาร์โค้ดมากกว่าผู้ที่ไม่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยคุณสมบัติที่ให้ความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมีความน่าจะเป็นที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมากกว่าคุณสมบัติอื่น อยู่ร้อยละ 20.05 ด้านราคากลาง สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยมีตัวแปรค่าธรรมเนียมในการใช้บริการในภาครวมมีความเหมาะสม มีความน่าจะเป็นที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมากกว่าตัว

แปรด้านราคาอื่น อยู่ร้อยละ 32.95 ด้านช่องทางการให้บริการ สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยปัจจัยที่ลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ของลูกค้าคือ ช่องทางในการแสกนพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดผ่านแอพพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของศศิพัชญ์ วิวัฒน์ชัยโชค (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้กรุงไทยคิวอาร์โค้ดของลูกค้าธนาคารกรุงไทย กรณีศึกษาสาขานาจอมเทียน (บ้านอำเภอ) อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในทางบวก คือคุณสมบัติการทำรายการไม่ซับซ้อน มีความสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากผู้ใช้บริการเลือกบริการที่มีขั้นตอนใช้งานง่าย เพราะสามารถทำธุรกรรมได้ง่ายและทำได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยด้านราคาที่อธิบายการตัดสินใจใช้บริการ กรุงไทยคิวอาร์โค้ด ของลูกค้าได้คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนฝากกรุงไทยคิวอาร์โค้ดที่ถูกกว่าการทำธุรกรรมผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร และกลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญในการสมัครใช้บริการกรุงไทยคิวอาร์โค้ด ทำให้บมจ.ธนาคารกรุงไทยได้เพิ่มช่องทางการให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ไม่สามารถใช้งาน KTB NETBANK ได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการขาย สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยปัจจัยที่ลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ของลูกค้าคือเมื่อเอกสารเผยแพร่ข้อมูลการใช้บริการ่น่าสนใจ ครบถ้วน และเข้าใจง่าย มีความน่าจะเป็นที่จะใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมากกว่าการส่งเสริมการขายด้านอื่นๆ อยู่ร้อยละ 25.37 เนื่องจากการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านช่องทางพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดจะมีขั้นตอนการแสกนผ่านแอพพลิเคชันธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารต่างๆ และมีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จึงทำให้การเมื่อเอกสารเผยแพร่ข้อมูลที่เข้าใจลูกค้าด้วยและเข้าใจง่าย จะช่วยส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการได้ง่ายมากขึ้น การรับรู้บริการระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยพบว่า ลูกค้าที่รับรู้บริการระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมีความน่าจะเป็นที่จะใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดมากกว่าลูกค้าที่ยังไม่รับรู้บริการอยู่ร้อยละ 6.09 เนื่องจากลูกค้าที่รับรู้บริการระบบพร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดจะทราบถึงเงื่อนไข และขั้นตอนการใช้บริการในเบื้องต้นอยู่แล้วจึงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการดังกล่าวได้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการคลัง. 2560. ข้อมูลโครงการระบบและรับโอนเงินพร้อมเพย์ (Online). ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2561. จาก <http://www.epayment.go.th/home/app/>.
- ชนิดภาฯ ธนากรณ. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร กรุงไทย สาขาติวานนท์-กระทรวงสาธารณสุข. สาระนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิเคราะห์เงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชลชัย พิชุนทร. 2561. ปัจจัยที่มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2561. ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking 2553-2560 (Online). ค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2561. จาก <http://www2.bot.or.th>.
- ศิริก บุญล้ำ. 2561. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของลูกค้าธนาคารออมสินในพื้นที่เขตชลบุรี 1 จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานคลังจังหวัดนครราชสีมา. 2562. รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดนครราชสีมาปี 2562 (Online). ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2562. จาก https://www.cgd.go.th/cs/nma/nma/ผลการปฏิบัติงาน.html?page_locale=th_TH.
- ศศิพัชญ์ วิวัฒน์ชัยโชค. 2561. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้กรุงไทยคิวอาร์โค้ดของลูกค้าธนาคารกรุงไทย: กรณีศึกษาสาขานาจอมเทียน (บ้านอำเภอ) อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

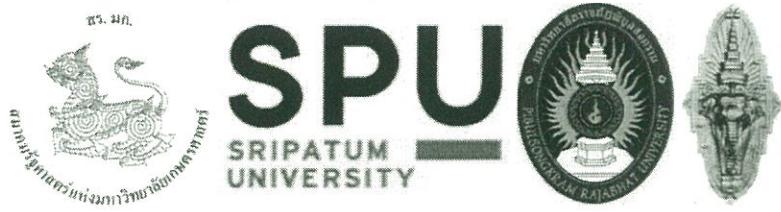
การประชุมวิชาการ บันทึกศึกษาธิการด้วยชุด ครั้งที่ 14



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

1/2562

บรรณาธิการ
อรรถพล คงเลี้ยง
สุกัญญา บูรพาเดชาอัช



รายงานการประชุม^๑
การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14
วันที่ 4-5 กรกฎาคม 2562
ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร

บรรณาธิการ
อรรถพล ควรเลี้ยง และ สุกัญญา บูรณเดชาชัย

จัดโดย
สมาคมรังสศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
หลักสูตรรังสศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ส่วนบัณฑิตศึกษา โรงเรียนเสนาธิการทหารบก

รายงานการประชุม การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14

บรรณาธิการ: อรรถพล ควรเลี้ยง และ สุกัญญา มูรณะเดชาชัย

ISBN: 978-616-8088-42-5

Copyright © 2562

จัดพิมพ์โดย

สมาคมรัฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เลขที่ 8/82 บ้านกลางเมือง งามวงศ์วาน ซอยงามวงศ์วาน 47 แยก 6-11 ถนนงามวงศ์วาน
แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10210

Email: polsci.association.kasetsart@gmail.com Website: www.psaku.org

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

ความสัมพันธ์แรงจูงใจกับผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง	1
วัชรพงษ์ วิเชียรสា และ ปิยะกร ห่วงมหาพร	
ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความคิดเห็นทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในยุค ศสช. ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	9
วีระภัทร ธนาวิชัย และ วรรณรรณ พงษ์สีชุมพ	
การศึกษาเรื่อง ประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภากับการมีส่วนร่วมแสดงความ คิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภा	16
จันทนา จันทร์วงศ์ และ ศรัณย์ธาร ศศิธรากาแก้ว	
กระบวนการก่อสร้างเรือนปักเกะอยู่แบบดั้งเดิม กรณีศึกษา โครงการบ้านวัฒนธรรม บ้านโปงลีก-บางกลอย	24
อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี	
วงศ์ชวิน อุดหนุนสมบัติ	
รูปแบบการใช้พื้นที่ของบ้านปักเกะอยู่ กรณีศึกษา หมู่บ้านโปงลีก-บางกลอย อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี	33
ดิษฐา สุเทพประทานวงศ์	
อัตราภาษีที่เหมาะสมของเบียร์ในประเทศไทย	40
ณัฐรัตน์ แซ่ยิบ, นราภัค บุญญานาม และ นวลพรรณ "ไม้ทองดี"	
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกถึงเบียร์ชั้นคลาสสิกของผู้บริโภค: กรณีศึกษาในพื้นที่อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี	48
ณัชชา จึงประเสริฐ, ศรีอร สมบูรณ์กรรพย์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	
การวิเคราะห์ความต้องการสวัสดิการที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการวางแผนชีวิตของพนักงานธนาคารกรุงไทย ในเขตภาคตะวันตก	56
วัลลภา บุบพา	
ความพึงพอใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดเงินสวัสดิการพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ชวินธร ฉันทาวิริยาภรณ์ และ วรรณรรณ ตุ้มมงคล	64

เรื่อง	หน้า
การบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤติของการศึกษาด้วยมาตรฐานคุณภาพ พ.ศ.2562 ของประเทศไทย บุบผชาติ อุรักษ์ และ สถาพร กลางคาร	71
การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจศูนย์ดูแลคนสองวัยในประเทศไทย พรพิภา วีบชัยภูมิ และ ศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร	82
รูปแบบภาวะผู้นำประสิทธิภาพ: กรณีศึกษาของบัญชาการสำรวจครบรอบ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เศรษฐพัสดุ เนเนะรูปั้นศพง และ สมหมาย จันทร์เรือง	96
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนระบบผลิตไฮโอมีเนนอัตและสถานีบริการก๊าซไฮโอมีเนนอัตใน จังหวัดนครราชสีมา วิจิพร เพชรอุดม และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	105
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนบ้านมีส่อง ในอำเภอเมืองหนองบุรี จังหวัดหนองบุรี พิเชฐ ยิ่งสวัสดิ์ และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	113
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนระบบแบตเตอรี่กักเก็บพลังงานไฟฟ้าสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม ในประเทศไทย พิพิทธ์ ศิริชนกัล และ มนันนท์ ทวีชิรพัฒน์	121
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนที่พัฒนาเดียบบริเวณตลาดเก่าท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี นฤนาท แอดาล และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	129
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนระบบควบคุมและจัดการข้อมูล (SCADA) กรณีศึกษาริชัท NMB-Minebea Thai Ltd. สุรภาพ บุญสวัสดิ์ และ พุฒิพัฒน์ ทวีชิรพัฒน์	137
ผลกระทบนโยบายเศรษฐกิจต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ชลทัย พวงน้อย และ สุมาลี พุ่มกัญญะ	145
ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และทรัพด์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ กรณีศึกษา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อภิชญา ไชยสว่าง และ อรรถสุดา เลิศกุลวัฒน์	151
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของกองทุนรวมเลียนแบบดัชนีหุ้นนิคเคอิ 225 นุสรณ์ นาภา และ ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล	159
อุปสงค์การส่งออกภัณฑ์ของไทยไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ ชุดima ยืนยง, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และ พัฒน์ พัฒนรัตน์สรรค์	165

เรื่อง	หน้า
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชาระหนี้ตามสัญญาปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของลูกหนี้รายย่อย : กรณีศึกษาบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สุวรรณสา ศรีชัย และ สันちは เหมวนิช	173
พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ Freitag ของประชากรในกรุงเทพมหานคร วรากร อริยะจักร และ ชัยน์ด์ พิกพลาภอนันต์	181
การบูรณาการข้อมูลเพื่อการจัดการการปฏิบัติการผ่านการจัดการองค์ความรู้ที่ส่งผลต่อสมรรถนะด้านการปฏิบัติการ การศึกษาธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ณัฐปัลลภ์ โชคธีระวงศ์	188
ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิต่อหน่วยของกองทุนรวมหุ้นระยะยาวโดยใช้แบบจำลอง APT ชนัดดา กันต์ธารีโชค และ วงศ์นิตย์ จันทร์จัล	197
ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กรกนก แสงพระยาย และ สุรชัย ศรีไกร	205
ความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ณัฐพันธ์ ขันมาสมย์ และ สมชาย ภาคภานันทน์	213
ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในองค์กรบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี สาวรีย์ วงศ์วัฒน์ และ สุรชัย ศรีไกล	220
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการตำรวจในสังกัดกองบัญชาการศึกษา สำนักงานตำรวจนครบาล สุนัขรา โคระหวัด และ ไชยา ยิ่งวีไล	228
ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดสมุทรปราการ หทัยรัตน์ วงศ์วัฒน์ และ สมชาย ภาคภานันทน์	236
ประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ ชุมพลี สัจจะชนะสกุล และ ไชยา ยิ่งวีไล	244

เรื่อง	หน้า
บัญญัติที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร กองกำกับและตรวจสอบ สำนักงาน ป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน	252
อัคคานา ศรีสว่างสุข และ ปิยะกร หวังมหาพร	
บัญญัติที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการนำนโยบายการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดไปปฏิบัติของ กองบังคับการตำรวจนครบาล 3	260
สมทรง นพคุณ และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	
บัญญัติที่ส่งผลต่อการนำนโยบายควบคุมสุนัขจรดไปปฏิบัติในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ศศิธร เกิดวาระ และ ไชยา ยิ่มวีไล	268
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลเนินสูง อําเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี	276
อัมพรพันธ์ บุญแก้ว และ ปิยะกร หวังมหาพร	
การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการป้องกันและปราบปรามการทุจริตของกรม สอบสวนคดีพิเศษ	284
สุนันทา กีรติศักดิ์ และ สุรชัย ศิริไกร	
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมสอบสวนคดีพิเศษ กฤษณ์ เสมคำ และ ไชยา ยิ่มวีไล	294
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ สำนักงานเขตพญาไท เกศสุดา ไชยภูมิ และ สุรชัย ศิริไกร	302
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในกรมช่างอากาศ (บางชื่อ) ภูวดล นิพัทธ์ พิเชฐสัม และ ปิยะกร หวังมหาพร	309
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วน จังหวัดสุพรรณบุรี	317
เทียนทอง ลี้วิชัย และ สุรชัย ศิริไกร	
แรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลเมืองตากลี จังหวัดนครสวรรค์ นิพนธ์ พรผลไชย และ สุรชัย ศิริไกร	325
บัญญัติแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกองสิทธิบัตรและกองสิทธิบัตรออกแบบ กรมทรัพย์สินทางปัญญา	333
พิทยา คำเหล้า และ สมชาย ภาคภานุวัฒน์	

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเลขานุการกรม กรรมการแพทย์	341
เพ็ญวิสาข์ พรมแสง และ ไชยา ยิ่มวีไล	
แรงจูงใจในการสมัครเข้ารับราชการเป็นพนักงานประจำการในสังกัดกองร้อยมณฑลทหารบกที่ 12 ศุภกิจ ประยูรหาญ และ สุรชัย ศิริไกร	349
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลบางป่า อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี เออมม์มารินทร์ บุญดนาชาติ และ สมชาย ภาคภานิชวัฒน์	357
การประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการบริการด้านการทำบัตรประชาชนของสำนักงานเขตพญาไท ปรีyanุช สิงห์คำ และ ไชยา ยิ่มวีไล	366
การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ในการดำเนินงานเครือข่ายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดนครนายก พิมพ์นดา ไมตรีเวช และ สุรชัย ศิริไกร	373
ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการสำนักทะเบียนอำเภอป่าบ้านนา จังหวัดนครนายก พิเชฐ ขออาพัด	381
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ป่าบ้านนา จังหวัดนครนายก เมราพันธ์ นิลแก้ว และ ไชยา ยิ่มวีไล	388
ความพึงพอใจของตัวแทนออกของต่อการบริการของส่วนบริการศุลกากรสำโรงใต้ ศิวกร รัตนสุภา และ สมชาย ภาคภานิชวัฒน์	396
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของ ฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาตุ้งจักร อาทิตยา วงศ์ปัญญา และ สุรชัย ศิริไกร	402
ความคิดเห็นของบุคลากรสำนักงานสถิติแห่งชาติต่อการปฏิบัติราชการตามหลักธรรมาภิบาล คหนิจ นันทนันจินดา และ สุรชัย ศิริไกร	409
ความคิดเห็นของบุคลากรต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานส่วนกลาง องค์กร อุตสาหกรรมป้าไม้ ชัญญ์ญาณ์ สวัสดิลวัฒน์ และ ไชยา ยิ่มวีไล	416

ความคิดเห็นของบุคลากรสำนักงานเขตสายไหมต่อการปฏิบัติราชการตามหลักธรรมาภิบาล ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๔	424
ความคิดเห็นของบุคลากร สำนักงานเขตพญาไทต่อการปฏิบัติราชการตามหลักธรรมาภิบาล รักษาดูแล ชารักษาดูแล ใช้ยา ยื้อวิ่ง	432
ความคิดเห็นของนักดื่มต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความไม่สงบในการนำนโยบายไม่ขับไปปฏิบัติบน ถนนเอกสารมาย	439
ความคิดเห็นของผู้ต้องขังที่สูบบุหรี่ ความต้องการห้ามสูบบุหรี่ในสถานที่ต่างๆ ผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ต้องขัง การดำเนินการดูแล และรักษาดูแล ใช้ยา ยื้อวิ่ง	445
ความคิดเห็นของผู้ต้องขังสูงอายุ กรณีศึกษา เรื่องจำกัดลงบางขวาง คริมชา ลาสงยาง และสมชาย ภาคภานันทน์	453
ข้อเสนอแนะในการดำเนินการตามแนวทางของข้าราชการ สำนักงานเขตบางเขน พรหมินทร์ วัดจันดา และ สมชาย ภาคภานันทน์	461
พฤติกรรมการซื้อขายและเบ้าหมายกิจกรรมการห่อง得意ฯ ในประเทศไทยของนักห่อง得意ชาวต่างชาติ ฉัตรสุดา วิจารณ์อักษรธิพิริยะ และ อัครนันท์ กิตติสม	467
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาห้อง得意ฯ เชิงสังคม จังหวัดชลบุรี รตินารถ โพธิ์ทอง, ศรีอร สมบูรณ์กรรพ์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	474
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาห้อง得意ฯ เชิงส่วนตัว กัญญา เมืองจันทร์ และ สุมาลี พุ่มภิญโญ	482
การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปานิชา ณรงค์ราช และ ทรงพร หาญสันติ	489
ปัจจัยที่ส่งผลต่อนิสัยทางบวกของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จิตติมา พิทักษ์ และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	497

บัญชีที่มีผลต่อการคำนวณของลูกหนี้ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนภัทร ศุภภารัง, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์	505
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ออมทรัพย์ของข้าราชการทหารอากาศในเขตกรุงเทพมหานคร อาทิตา สุวรรณชาติ และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	514
บัญชีที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการซื้อรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กรรจ์กนก รุจน์ช่างค์ และ มนัส ลักษมีอรุโณทัย	523
ความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มสำหรับนมถั่วเหลืองพร้อมดิบตี่ที่ใช้หญ้าหวานทดแทนน้ำตาลของผู้บริโภค ^{ในกรุงเทพมหานคร} ปิยวรรณ วิชญาศิริ, วรรรณ ตุ้มมงคล และ โสมสกาว เพชรานันท์	531
บัญชีที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร รวิทย์ ทรัพย์มา และ สมหมาย อุดมวิทิต	538
บัญชีเหตุและผลลัพธ์ของการยืดมั่นต่อเป้าหมายของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (ภาคกลาง) ปิยะ เสียนทอง และ ชวนชื่น อัคคະณิชชา	546
สาเหตุและผลกระทบของการแสดงความรู้สึกขณะทำงานของพนักงานขายอาหารสัตว์ อรุ วีศิริ และ พนัชกร สิงขจรบุญ	556
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อโอกาสในการซื้อยานยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ฉัตรดี อิน搦ลา และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	565
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมไฟ หลอดไฟ และอีดี ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ^{ในประเทศไทย} เชี่ยวชาญ คงพัฒนา และ มนัส ลักษมีอรุโณทัย	573
พฤติกรรมและบัญชีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำส้มสายชูหมักจากสับปะรดผสมนำดึง ^{ผู้ใช้รายนั้น} ผกามาศ ทองแแกมนาก และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	581
บัญชีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำส้มสายชูหมักจากสับปะรดผสมนำดึง ^{ผู้ใช้รายนั้น} พีรนัฐ เนตรหิน, ชยันต์ พิภพลาภอนันต์ และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย	589

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใช้คุณของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ^{ภาคภูมิ คงคาทิพย์, ชัยน์ พิภพลาภอนันต์ และ วลัยภรณ์ อัตตะนันทน์}	597
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ^{สำหรับกลุ่มลูกค้าโครงการบิชัทกอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ศศวรรรณ รัตนธรรมปักร และ ธนาสิน ถนอมพงษ์พันธ์}	604
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศ : กรณีศึกษา บริษัท ทรานส์ เออร์ คาร์โก้ จำกัด ^{สุทัศน์ บุรี และ ชัยน์ พิภพลาภอนันต์}	612
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารบันโตรัพท์มีอีสโตร์ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ^{พลอยไพลิน แก้วศรี และ ธนา สมพรเสริม}	622
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พร้อมเพย์คิวอาร์โค้ดของลูกค้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ^{จังหวัดนครราชสีมา}	630
พฤติกรรมผู้บริโภคและการรู้เท่าทันสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation C ^{อุมาแมศ บุญยะเต็ง, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์ ภัทรพล ทองคำมุ และ นนท์ วรพาณิช}	638