

กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานคร
THE DECISION-MAKING PROCESS OF JOINING THE 50:50 CO-PAYMENT
SCHEME OF BANGKOK POPULATION

ณัฏกร ศรีโถมงาม

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nathakorn Srichomngam

E-mail: ex.ibetter@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,

Ramkhamhaeng University

Corresponding Author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบ โดยใช้สถิติ t-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างระหว่างตัวแปร จะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลของการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ และสถานภาพต่างกัน มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งไม่ต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการยอมรับเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อมภายนอก มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

The objectives of this research are (1) to study the decision-making process of joining the 50:50 co-payment scheme of Bangkok population (2) to study the factors affecting the decision-making process of joining the 50:50 co-payment scheme of Bangkok population (3) to study the problems and obstacles of the decision-making process of joining the 50:50 co-payment scheme of Bangkok population. The research sample consisted of 400 individuals who lives in Bangkok. A questionnaire was used to collect the data. The data were analyzed by statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation. The hypothesis were tested by Independent Sample (t-test), One-way ANOVA (F-test), If difference is found, the pair will be compared by Least Significance Difference (LSD) and Multiple Regression Analysis.

The hypothesis test found that the Bangkok population with different age and status has different effects on the decisions of joining the 50:50 co-payment scheme. The Bangkok population with different gender, education level, occupation and average monthly income does not effect on the decision of joining the 50:50 co-payment scheme. In addition, government policy, expectation of service users, consumer behavior, technology acceptance and external environmental factors effect on the decisions of joining the 50:50 co-payment scheme.

บทนำ

ในสภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ขยายเป็นวงกว้าง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลักหดตัวลดลง อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายของภาครัฐ คาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของการเร่งเบิกจ่ายงบประมาณ การโอนงบประมาณ ตามพระราชบัญญัติโอนงบประมาณรายจ่าย พ.ศ. 2563 และพระราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงิน 1 ล้านล้านบาท สำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ เพื่อแก้ไขปัญหา เยียวยา และฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ก็น่าจะเพียงพอที่จะสามารถดูแลเศรษฐกิจ โดยที่ไม่ต้องมีการกีดกันเพิ่มเติม ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่มีการแพร่ระบาดในประเทศอย่างรุนแรง จนต้องมีมาตรการล็อกดาวน์อีกครั้ง

กระทรวงการคลัง คาดว่าเศรษฐกิจไทยได้รับปัจจัยสนับสนุนจาก 1) การผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และการเริ่มเปิดประเทศส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น 2) เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่สำคัญมีการฟื้นตัวที่ชัดเจนนำโดยกลุ่มประเทศในเอเชีย ส่งผลให้การส่งออกสินค้าของไทยปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง 3) การควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของไทยอยู่ในเกณฑ์ดี สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ภาคประชาชน ภาคเอกชน และต่างประเทศ ซึ่งเศรษฐกิจไทยจะเริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป หลังจากภาคธุรกิจเริ่มกลับมาดำเนินกิจการ อีกทั้งภาครัฐยังได้ดำเนิน

มาตรการทางการคลังอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผลของมาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของรัฐบาล จะสามารถกระตุ้นกำลังซื้อของภาคประชาชนให้กลับมามีบรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น ทั้งยังช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของครัวเรือนได้บางส่วน เพื่อเป็นการกระตุ้นการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ โดยประกอบไปด้วยโครงการ “เพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ” โครงการ “คนละครึ่ง” และมาตรการ “ซ้อปดีมีคืน” ซึ่งมีส่วนช่วยประคับประคองเศรษฐกิจไทย รักษาระดับการจ้างงาน และสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในเศรษฐกิจฐานราก

ภาครัฐได้ออกมาต่ออายุมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย และการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มเติม ทั้งนี้ไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดของเศรษฐกิจมาแล้ว และมีสัญญาณที่เริ่มดีขึ้น จากมาตรการต่าง ๆ โดยเฉพาะโครงการคนละครึ่งที่คาดว่าจะจนถึงสิ้นปีภาครัฐใช้เงิน 60,000 ล้านบาท แต่จะทำให้มีการใช้จ่ายเกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจรวมประมาณ 1-1.5 แสนล้านบาท โดยประเมินว่าปีนี้อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ (GDP) จะติดลบ 6-6.5% ซึ่งคาดว่าโครงการคนละครึ่งของภาครัฐนั้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) จะสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้มีเงินหมุนเวียนในระบบอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะส่งผลต่อกำลังการซื้อลดค่าใช้จ่ายของประชาชน และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีรายได้ รวมทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชน ที่จะสามารถเข้าถึงและใช้ระบบดิจิทัลในการซื้อขายสินค้าได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจศึกษาในเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคาดว่าข้อมูลที่ได้หลังจากการศึกษาค้นคว้าวิจัย จะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขั้นตอนการดำเนินงาน และปรับปรุงข้อผิดพลาดสำหรับโครงการอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต หากเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจอีกครั้ง เพราะถ้าหากรัฐบาลเข้าใจความต้องการของประชาชนก็จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตัวบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตของประชากร ในการศึกษาวิจัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ได้ทำการเลือกกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนหรือ ∞ (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตระยะเวลา การดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 จนถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร รู้และเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งได้เป็นอย่างดี และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับโครงการไปใช้ในการตัดสินใจให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินโครงการอื่น ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนการขยายผลของโครงการคนละครึ่งให้ครอบคลุมเข้าถึงประชากรในทุกระดับของประเทศ
3. ภาครัฐสามารถนำปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ไปพัฒนาปรับปรุงโครงการอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ
4. ผู้ที่สนใจในการศึกษาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ออกเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านนโยบายภาครัฐ Lasswell & Kaplan (1970) ให้ความหมายไว้ว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง การกำหนดเป้าประสงค์ ค่านิยม และการปฏิบัติของโครงการของรัฐ เป็นการระบุอย่างชัดเจนว่า กิจกรรมที่เป็นแผนงานหรือโครงการของรัฐที่เรียกว่า นโยบายสาธารณะนั้น จะต้องสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม รวมถึงแนวทางปฏิบัติที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย
2. ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ความหวังเป็นส่วนหนึ่งของความรู้สึกนึกคิดที่เป็นพลังด้านบวก ในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาจะให้ไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ในชีวิต โดยมนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความหวังเสมอ ความหวังจึงเปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ แต่ละบุคคลก็มีความหวังไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลาหรือสถานการณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาวะที่สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง
3. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้า และบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกนั้นด้วย ซึ่งพฤติกรรมที่

ผู้บริโภคแสดงออกมา ไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การบริโภคผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งด้านการเงิน เวลา และกำลัง เพื่อที่จะบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่จึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

4. ด้านการยอมรับเทคโนโลยี สิ่งหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี และ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

5. ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก พิทยา บวรวัฒนา (2544) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ภายนอกองค์กร เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาพการเมือง โครงสร้างของกฎหมาย นิเวศวิทยา ลักษณะของสังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกกระบวนการตัดสินใจ ออกเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการรับรู้ปัญหา พงศกร พฤษไพโรผดุง (2559) เกิดจากการที่ผู้บริโภคมีสินค้าหรือบริการที่ไม่สามารถสนองต่อความต้องการตนเองได้ จึงเกิดความต้องการที่จะหาสินค้าหรือบริการเพื่อมาแก้ไขปัญหาจากความต้องการ

2. ด้านการแสวงหาข้อมูล พงศกร พฤษไพโรผดุง (2559) การแสวงหาข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเองจากแหล่งข้อมูล ซึ่งอิทธิพลของข้อมูลนั้น จะแตกต่างกันตามประเภทของสินค้า

3. ด้านการประเมินทางเลือก วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) เป็นการนำเอาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้ มาพิจารณาในการเลือกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สร้างหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สำหรับการเปรียบเทียบชนิดของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ และราคา

4. ด้านการตัดสินใจใช้บริการ สุณิสสา ตรงจิตร (2559) การตัดสินใจซื้อผู้บริโภค ก็จะทำให้การตัดสินใจโดยผ่านปัจจัยต่าง ๆ จากที่ได้จากการประเมินทางเลือกมา โดยในการซื้อผู้บริโภคส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อจากการเกณฑ์ที่ตั้งไว้ด้วยคะแนนที่ดีที่สุด

5. ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ พงศกร พฤษไพโรผดุง (2559) พฤติกรรมหลังการซื้อ เกิดจากประสบการณ์ใช้งานในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ แล้วเปรียบเทียบความพึงพอใจจากความคาดหวัง ซึ่งถ้าเกิดความพึงพอใจในระดับมาก สามารถนำไปสู่การซื้อซ้ำ การแนะนำแบบปากต่อปากได้ แต่ถ้าหากว่าสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไม่เป็นที่พึงพอใจก็สามารถที่จะทำให้ผู้บริโภคมีการตอบกลับในทางด้านลบก็ได้

ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภารัตน์ กันตะบุตร (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดนครราชสีมา สอดคล้องกับ

เกศรินทร์ ลิลิตตระกูล และ รัชนีวรรณ ยืนยงมงคลชัย (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมแตกต่างกัน และเป็นไปในทางเดียวกันกับ นิศาชล สิริธนากร (2556) ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบการบริโภคสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยในการบริโภคสีเขียว ประกอบด้วย จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้ของครัวเรือน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) ซึ่งเป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ได้อย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากรที่เข้าร่วมโครงการอย่างแน่นอน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ผลจากการเปิดตารางของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ซึ่งทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน หรือ ∞ (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 5% มีความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 คน

โดยกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งจะประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 5 ด้าน คือด้านนโยบายภาครัฐ ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการยอมรับเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งมีจำนวนข้อคำถาม 22 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ และด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถาม 15 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะการประเมินค่าความสำคัญ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะมีข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับประชากร ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการยอมรับเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การใช้สถิติอนุมาน สำหรับตอบวัตถุประสงค์ในข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test จำแนกตามเพศ และสถานภาพ

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยการใช้วิธีของ LSD จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จำแนกตามปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการยอมรับเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ที่สำคัญที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ รองลงมาเป็น ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล และ ด้านการรับรู้ปัญหา ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า

2.1 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ และสถานภาพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง โดยภาพรวมต่างกัน

2.2 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

3. ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ด้านนโยบายภาครัฐ ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการยอมรับเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหา ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ทราบถึงปัญหาสถานะทางเศรษฐกิจไทย ทำให้ประชากรตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ประชากรส่วนใหญ่เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง เนื่องจากคิดว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาปากท้องของประชากรได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ นาริรัตน์ พักเฟื่องบุญ (2554) ซึ่งกล่าวว่า การรับรู้ถึงความต้องการ (need recognition) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความ ต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์ (2560) ซึ่งกล่าวว่า การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการของตนเอง เมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่แท้จริง (Actual State) ของตนและ สถานะที่ปรารถนา (Desired State)

1.2 ด้านการแสวงหาข้อมูล ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การสอบถามข้อมูลจากบุคคลรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัว หรือคนรู้จัก เพื่อนำมาใช้เป็นการกำหนดเกณฑ์ ประเมินความคุ้มค่าและประกอบการตัดสินใจนั้น ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ พงศกร พงษ์ไพโรผดุง (2559) ซึ่งกล่าวว่า ด้านการแสวงหาข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเองจากแหล่งข้อมูล ซึ่งอิทธิพลของข้อมูลนั้น จะแตกต่างกันตามประเภทของสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล พูไฟ (2560)

ซึ่งกล่าวว่า ปกติเมื่อผู้บริโภค ต้องการซื้อสินค้าเนื่องจากได้รับสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ แล้วผู้บริโภคมักแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

1.3 ด้านการการประเมินทางเลือก ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ทำการศึกษาข้อมูลโครงการคนละครึ่ง ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากการที่รัฐบาลได้กำหนดสิทธิ เงื่อนไข หรือข้อจำกัดในการเข้าร่วมโครงการ ทำให้ประชากรตระหนักว่าโครงการ จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้มากกว่าโครงการอื่น ๆ ที่ผ่านมาของรัฐบาลได้หรือไม่ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติวัฒน์ จิตรวัตร (2559) ซึ่งกล่าวว่า เป็นการ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับมา เพื่อวิเคราะห์หาข้อดี ข้อเสีย ของสินค้าหรือบริการที่สนใจอยู่เพื่อ เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) ซึ่งกล่าวว่า เป็นการนำเอาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้ มาพิจารณาในการเลือกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สร้างหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ ใช้ในการเปรียบเทียบชนิดของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ และราคา

1.4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่ประชากรส่วนใหญ่พิจารณาถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ไม่ว่าจะเป็นกระแสตอบรับที่ดีของประชากรในการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการในเฟสที่ผ่านมา ๆ มา หรือความน่าเชื่อถือของรัฐบาล และทัศนคติที่ประชากรมีต่อการทำงานของภาครัฐแล้วแต่นำมาประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ อิศรีย์ อนันต์โชคปฐมา (2558) ซึ่งกล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเกิดจากการประเมินทางเลือกจากข้อมูลแหล่งต่าง ๆ ที่ได้แสวงหามาแล้ว เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้แล้วเกิดความคุ้มค่าหลังจากที่ได้เปรียบเทียบข้อมูลแล้วก็จะเกิดการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสสรณัฐ รวยธนาสมบัติ (2558) ซึ่งกล่าวว่า การตัดสินใจซื้ออาจจะไม่เกิดกระบวนการต่าง ๆ หากแต่ ผู้บริโภคนั้นได้รับแรงกระตุ้นจนเกิดความพึงพอใจเกิดความสนใจ จากส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ก็สามารถที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้อย่างฉับพลัน ซึ่งบ่อยครั้งผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าที่ไม่คาดคิดอื่น ๆ อีกด้วย

1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้สิทธิของโครงการคนละครึ่ง อันเนื่องมาจากสามารถลดค่าใช้จ่าย และยังสามารถที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจได้อีกด้วย ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ พงศกร พงษ์ไพโรผดุง (2559) ซึ่งกล่าวว่า พฤติกรรมหลังการซื้อ เกิดจากประสบการณ์ใช้งานในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ แล้วเปรียบเทียบความพึงพอใจจากความคาดหวัง ซึ่งถ้าเกิดความพึงพอใจในระดับมาก สามารถนำไปสู่การซื้อซ้ำ การแนะนำแบบปากต่อปากได้ แต่ถ้าหากว่าสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไม่เป็นที่พึงพอใจก็สามารถที่จะทำให้ผู้บริโภคมีการตอบกลับในทางด้านลบก็ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสา ตรงจิตร (2559) ซึ่งกล่าวว่า หลังจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นไปแล้ว จะเกิดประสบการณ์จากการใช้ ซึ่งพฤติกรรมหลังการซื้อนั้น ผู้บริโภคจะคำนึงถึงด้านความพึงพอใจก่อนเสมอ เมื่อได้รับความพึงพอใจจากประสบการณ์ในการใช้งานหรือใช้บริการ จะเกิดกระบวนการหลังการ

ซื้อต่อ เช่น การแนะนำต่อ การใช้บริการซ้ำ การซื้อซ้ำ แต่ถ้าหาว่าผู้บริโภคนั้นได้รับประสบการณ์ที่ต่ำกว่าที่คาดหวังย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจ

2. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน แต่กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่ประชากรที่มีเพศต่างกันั้น แต่กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการก็ไม่ต่างกัน เพราะมนุษย์ทุกคนไม่ว่าจะเพศไหน ล้วนมีความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสาวลักษณ์ สมานพิทักษวงศ์ (2560) ซึ่งกล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา ด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ เกียรติศิริ (2558) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่แตกต่างกัน

2.2 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง โดยภาพรวมต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า อายุที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการที่ต่างกัน เนื่องจากผู้คนในแต่ละช่วงวัยมีพฤติกรรม ความคิด และประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน อีกทั้งผู้ที่อายุน้อยมักจะถูกโน้มน้าวใจให้เข้าร่วมโครงการได้ง่ายกว่าผู้ที่อายุมาก เพราะผู้ที่มีอายุมากจะมีการคิดไตร่ตรองก่อนตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ซึ่งกล่าวว่า อายุมีผลต่อการแสดงออกและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในด้านความคิดและ พฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพรรณ สุขฤทธิ (2557) ซึ่งกล่าวว่า บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกันโดยแบ่งกลุ่ม ผู้บริโภคตามอายุ

2.3 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง โดยภาพรวมต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สถานภาพจะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจของแต่ละบุคคล เนื่องจากแต่ละบุคคลมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวที่แตกต่างกัน จึงเป็นปัจจัยที่ตัดสินใจว่าจะเข้าร่วมโครงการหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินณท์ เชาจาริณ (2559) ซึ่งกล่าวว่า การตัดสินใจของบุคคล โดยคนโสดอาจจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงาน รวมทั้งการตัดสินใจเรื่องต่างๆ จะใช้เวลาที่น้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้วด้วยเช่นกัน เนื่องจากไม่มีภาระผูกพันหรือไม่มีคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตตรา ไนยจิตย์ (2555) ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามินบุรี กล่าวว่า สถานภาพมีผลต่อความคาดหวังแตกต่างกัน คือการรับรู้ถึงข่าวสาร การวิเคราะห์หาเหตุผลอย่างเป็นขั้นตอนได้ดีเหมือน ๆ กัน

2.4 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน แต่กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่นั้น มีระดับ

การศึกษาที่แตกต่างกันไปหลายระดับ แต่การรับรู้ข่าวสาร หรือการสืบค้นข้อมูล หรือแม้กระทั่งแหล่งที่มา ไม่ต่างกัน ทำให้ข้อมูลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนพวรรณ จักขุมาศ (2559) ซึ่งกล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาจเนื่องมาจากระดับการศึกษาใดก็สามารถเข้าถึงการซื้อเครื่องสำอางผ่านอินเทอร์เน็ตและมีความคละกันของผู้บริโภคจึงทำให้ทุกระดับการศึกษา มีการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินเทอร์เน็ตคล้ายคลึงกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาพล พุกพูน (2559) ซึ่งกล่าวว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า เพราะการรับข้อมูลข่าวสารที่กว้างขวางที่มีเหตุผล โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงจะไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่ามักจะใช้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

2.5 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน แต่กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครั้ง โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรที่เข้าร่วมโครงการคนละครั้งที่มีอาชีพต่างกัน แต่ความต้องการในการเลือกซื้อสินค้า และบริการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ก็ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวรรณา วันหมัด (2558) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กันกับด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตโดยมีค่า ϕ มากกว่า 0.7 ขึ้นไป อยู่ในระดับมากเนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบัน และฐิตาภา พรหมสวาสดี (2555) ซึ่งกล่าวว่า อาชีพ บุคคลที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลกต่างกัน มีแนวคิด อุดมการณ์และค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป แต่เมื่อมองถึงความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินชีวิต ซึ่งรวมไปถึงทัศนคติและความคิดเห็นในการใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ ก็ไม่แตกต่างกัน

2.6 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน แต่กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครั้ง โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า รายได้ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งไม่ว่าผู้ที่มีรายได้สูง หรือผู้ที่มีรายได้น้อย ก็ต่างมีปัจจัยให้ต้องใช้จ่ายเหมือนกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ กนกพรพรรณ สุขฤทธิ (2557) ซึ่งกล่าวว่า รายได้เป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงอำนาจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค นอกจากนี้รายไดยังมีผลต่อชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ และภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2557) ซึ่งกล่าวว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายความว่ารวมถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และ ชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว โดยเชื่อว่าฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน

3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครั้งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครั้งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โครงการคนละครั้งของรัฐบาลในครั้งนี้ ถือเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จ อันเนื่องมาจากเป็นนโยบายที่มีประสิทธิภาพของรัฐบาล ซึ่งทำให้เกิดการกระตุ้น

เศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญทัน ดอกไธสง (2553) ซึ่งกล่าวว่า นโยบายว่าเป็น คำมั่นสัญญาที่ประกาศในการหาเสียงของพรรคการเมือง เมื่อถูกเลือกได้เป็นพรรคผู้จัดตั้งรัฐบาลแล้วได้ ประกาศให้คำมั่นสัญญาต่อรัฐสภา ว่ารัฐบาลจะทำอะไรเป็นประโยชน์ให้กับประชาชน และสอดคล้องกับ Dye (1996) ซึ่งกล่าวว่า นโยบายสาธารณะไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลสามารถเลือกที่จะกระทำหรือไม่ กระทำก็ได้ สำหรับส่วนที่รัฐเลือกที่จะกระทำนั้นจะครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรม ที่เป็นกิจวัตรและที่เกิดขึ้นในบางโอกาส ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำบรรลุ เป้าหมายด้วยดีในการให้บริการแก่ประชาชน

3.2 ปัจจัยด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ มีความคาดหวังว่า โครงการจากรัฐบาลในครั้งนี้จะสามารถเป็นแรงผลักดันให้ประชากรออกมาใช้จ่ายใช้สอย และทำให้สถานะเศรษฐกิจดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุไรวรรณ เกิดผล (2539) ซึ่งกล่าวว่า มนุษย์เป็น สัตว์โลกที่ใช้ปัญญาหรือความคิดในการตัดสินใจว่า จะกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อจะนำไปสู่ เป้าหมายที่จะสนองความต้องการของตนเอง และสอดคล้องกับการวิจัยของ เบญจา นิลบุตร (2540) ซึ่งกล่าวว่า ความคาดหวังเกิดจากความรู้สึกนึกคิดในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาที่จะให้ไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้

3.3 ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า จากการที่รัฐบาลออกมาตรการโครงการคนละครึ่ง ในวงเงินคนละ 3,000 บาท เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชากรในปัจจุบันจากการใช้เงินสดสู่การชำระเงินแบบดิจิทัล เป็นสังคมไร้เงินสด ทำให้รูปแบบการใช้จ่ายของประชากรในสังคมเปลี่ยนไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kitchen และ Pelsmacker (2004) ซึ่งกล่าวว่า ตัวเงินเป็นสิ่งจูงใจ ทำให้เกิดการบริโภคทันที แบบใช้สินค้าเป็นสิ่งจูงใจ ทำให้ตัดสินใจในการเข้าร่วมง่าย และแบบใช้รางวัลเป็นสิ่งจูงใจ ทำให้เกิดการซื้อทันที และยังสร้างความตื่นเต้นและสนใจอีกด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัย สันติวงษ์ (2554) ซึ่งกล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำของบุคคลใด บุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว

3.4 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การเข้าร่วมโครงการครั้งนี้เป็นการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ทำให้ประชากรได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ซึ่งกล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งาน และอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยี ทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะ และความต้องการใช้งานเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญชัย อุปะเตีย (2554) ซึ่งพบว่า ปัจจัยความง่ายส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและ ปัจจัยที่ทำให้คนเกิดการยอมรับ คือ การทำให้กลุ่มคนรับรู้ถึง ความง่ายในการใช้งาน จะทำให้กลุ่มเกิดการยอมรับได้ ซึ่งล้วนเป็นไปตามทฤษฎีของ Davis, Bagozzi และ Warshaw

(1989) เมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกว่า นวัตกรรมนั้นมีการใช้งานที่ง่ายและสะดวกแล้ว พวกเขาจะรู้สึกว่ นวัตกรรมนั้นก่อให้เกิดประโยชน์และเกิดการยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

3.5 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ คนละครั้งของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ อันเนื่องมาจากภาระค่าใช้จ่ายที่มีมากกว่ารายรับ เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ นอกจากนี้การที่ประชากรยังขาดความพร้อมของเทคโนโลยี เช่น มือถือ, เครือข่ายมือถือ จะทำให้ประชากร ไม่สามารถเข้าถึงโครงการได้อย่างทั่วถึง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2547) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ขององค์กร คือ ปัจจัยใด ๆ ก็ตามที่อยู่ล้อมรอบ ๆ องค์กร ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถส่งผลกระทบต่อการทำงานของบุคลากรภายในองค์กร และการเข้าถึงทรัพยากรที่หายาก ได้แก่ วัตถุดิบ คนงานที่มีความเชี่ยวชาญ ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการปรับปรุงเทคโนโลยี การสนับสนุนจากลูกค้า ผู้มีส่วนร่วม สถาบันการเงิน และคู่แข่ง เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทยา บวรวัฒนา (2544) ซึ่งกล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ภายนอกองค์กร เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาพการเมือง โครงสร้างของกฎหมาย นิเวศวิทยา ลักษณะของสังคม และวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ภาครัฐควรนำเสนอโครงการคนละครั้งให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครั้ง เนื่องจากแต่ละช่วงอายุจะมีความคิด ทักษะคดีที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐที่แตกต่างกัน ดังนั้นภาครัฐควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของโครงการ ที่ความตรงไปตรงมา ชัดเจนในเรื่องของเงื่อนไขและสิทธิที่จะได้รับ มีการอธิบายเกี่ยวกับแหล่งที่มาของงบประมาณ รวมทั้งสามารถตรวจสอบโครงการได้ ก็จะสามารถช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการคนละครั้งของประชากรมากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ภาครัฐควรให้ความสำคัญกลุ่มประชากรโสด เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของประชากรในกลุ่มนี้ เนื่องจากคนที่เป็นโสดนั้น จะมีค่าใช้จ่ายที่มากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว ภาครัฐควรสนับสนุนโดยการเพิ่มวงเงินในโครงการ หรือขยายระยะเวลาในการใช้สิทธิให้มากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ประชากรกลุ่มนี้อยากเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้น

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

1. ด้านนโยบายภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐควรณรงค์ให้ร้านค้าเข้าร่วมโครงการคนละครั้งเพิ่มมากขึ้น และมีการจัดกิจกรรม สร้างโปรโมชันต่าง ๆ ให้แก่ร้านค้ารายย่อยเพื่อเพิ่มยอดขาย อาทิเช่น การจัดกิจกรรมซ้อปแลกวันที 2 เดือน 2 เป็นการช่วยผู้บริโภคออกในอัตรา 75 : 25 กล่าวคือ ภาครัฐร่วมจ่ายค่าอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไป ในอัตราร้อยละ 75 และผู้ซื้อจ่ายในอัตราร้อยละ 25 หรือ บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางหาร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจเข้าร่วมโครงการคนละครั้งมากขึ้น และเป็นการกระตุ้นยอดขายให้แก่ร้านค้ารายย่อยอีกด้วย

2. ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค หน่วยงานภาครัฐควรแจกเงินในแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ไปทั้งจำนวน 3,000 บาทในครั้งเดียว เพื่อสะดวกต่อการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น เพราะในปัจจุบันการค้นหาร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ไม่สามารถทำได้สะดวก รวมถึงข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เป็นเหตุให้คนจำนวนไม่น้อยไม่สามารถออกมาใช้สิทธิได้บ่อยมากนัก ดังนั้นรัฐบาลและร้านค้าต้องมีทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคมายิ่งขึ้น

3. ด้านการยอมรับเทคโนโลยี หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้มีความง่าย สะดวก และมีความปลอดภัยต่อการใช้งานยิ่งขึ้น เพราะเป็นโครงการเกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน ถือเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริโภคตระหนักเป็นอันดับแรก ในส่วนของร้านค้า/เจ้าของกิจการ ควรยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการชำระเงิน เป็นต้น โดยการพยายามศึกษาเรียนรู้เทคโนโลยี ลองใช้เทคโนโลยีก็จะสามารถทำให้อยู่รอด และมีโอกาสเพิ่มยอดขายมากยิ่งขึ้น

4. ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ประชากรส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับความพร้อมของอุปกรณ์ในการเข้าร่วมโครงการ เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องช่วยมือถือ ทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการช่วยเหลือบุคคลเหล่านั้นด้วย เช่น มีการจำหน่ายโทรศัพท์ในราคาถูก หรือการรับสิทธิผ่านบัตรสวัสดิการอื่นของภาครัฐ เช่น การชำระผ่านบัตรประชาชนแทนบัตรเครดิต เพื่อที่จะทำให้ประชากรได้รับสิทธิโครงการคนละครึ่งได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับมาตรการของภาครัฐ ควรมีการศึกษาโครงการอื่น ๆ ของรัฐบาลเพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น โครงการไทยชนะ เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น เพื่อที่จะมาศึกษาเปรียบเทียบการทำงานในมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐให้ดียิ่งขึ้น

2. ประชากรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรเลือกกลุ่มประชากรที่มีความแตกต่างจากเดิมในการศึกษาครั้งต่อไป หรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่มประชากร จากเดิมที่เป็นเพียงกรุงเทพมหานคร อาจจะเพิ่มเป็นประชากรในระดับภาค เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน

3. การเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการอื่นเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นหรือการเลือกวิธีในการสุ่มตัวอย่างจากเดิมเป็นการสุ่มแบบสะดวก อาจจะเปลี่ยนเป็นการสุ่มแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ผลที่มีความเฉพาะมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ฐิตาภา พรหมสวาสดี. (2555). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมอง และความจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น. (2557). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า รุ่นพริอุสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัตนาพรรณ จักขุมาศ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี. วารสารวิชาชีพ.
- ศิวรรณา วันหมด. (2558). ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- สัณชัย อุปะเดย์. (2554). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุจิตตรา ไนยจิตย์. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ: กรณีศึกษาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามีนบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เสาวลักษณ์ สมานพิทักษวงค์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- อุไรวรรณ เกิดผล. (2539). ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของหัวหน้าสถานีอนามัยต่อระบบการนิเทศงานสาธารณสุขผสมผสาน ในจังหวัดลพบุรี. สืบค้นจาก ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย