

ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่ง
ของผู้ค้า ตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
SATISFACION IN ECONOMIC STIMULUS MEASURES : CASE
STUDIES OF THE 50-50 CO-PAYMENT SCHEME OF THE HUAMUM
NIGHT MARKET,LAT PHRAO SUBDISTRICT,LAT PHRAO
DISTRICT,BANGKOK

โชติกา แก้วคำปา
CHOTIKA KAEWKHOMPA

สารนิพนธ์ นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา พ.ศ. 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีปทุม

SATISFACION IN ECONOMIC STIMULUS MEASURES : CASE
STUDIES OF THE 50-50 CO-PAYMENT SCHEME OF THE HUAMUM
NIGHT MARKET,LAT PHRAO SUBDISTRICT,LAT PHRAO
DISTRICT,BANGKOK

CHOTIKA KAEWKHOMPA

A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION
GRADUATE COLLEGE OF MANAGEMENT
SRIPATUM UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2020
COPYRIGHT OF SRIPATUM UNIVERSITY

ชื่อหัวข้อสารนิพนธ์ ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา
โครงการคนละครึ่งของผู้ค้า ตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว
กรุงเทพมหานคร

SATISFACION IN ECONOMIC STIMULUS MEASURES : CASE
STUDIES OF THE 50-50 CO-PAYMENT SCHEME OF THE HUAMUM
NIGHT MARKET,LAT PHRAO SUBDISTRICT,LAT PHRAO
DISTRICT,BANGKOK

นักศึกษา โชติกา แก้วคำปา รหัส 63503677

หลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(.....)

..... กรรมการ

(.....)

..... กรรมการ

(.....)

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อุ๋อัน)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

สารนิพนธ์เรื่อง	ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้า ตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
คำสำคัญ	ตลาดนัด , ความพึงพอใจต่อมาตรการ , ผู้ค้า
นักศึกษา	โชติกา แก้วคำปา
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร
หลักสูตร	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุมต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (โครงการคนละครึ่ง) และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ค้าโครงการคนละครึ่งโดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย โดยเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 79 ร้านค้า เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามแบบประมาณค่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .95 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-Test และ F-Test กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า

ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านบุคลากร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านกระบวนการขั้นตอนการบริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ตามลำดับและผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ค้า พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

TITLE	SATISFACTION IN ECONOMIC STIMULUS MEASURES : CASE STUDIES OF THE 50-50 CO-PAYMENT SCHEME OF THE HUAMUM NIGHT MARKET, LAD PHRAO SUBDISTRICT, LAD PHRAO DISTRICT, BANGKOK
KEY WORDS	NING MARKET, SATISFACTION WITH MEASURES, DEALER
STUDENT	CHOTIKA KAEWKAMPA
ADVISOR	ASSOCIATE PROFESSOR DR. PIYAKORN WANGMAHAPORN
LEVEL OF STUDY	MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION
FACULTY	COLLEGE OF GRADUATE STUDIES IN MANAGEMENT
ACADEMIC YEAR	2020

ABSTRACT

This study aimed to study the satisfaction of market traders in the corner towards economic stimulus measures. Half of the project and to compare the satisfaction of the vendors in half by Classified by demographic factors including gender, age, education level The samples were collected from the sampling used in the research in 79 stores. The study tool was the 95 questionnaire's estimate of the confidence questionnaire. Average percentage The standard deviation and hypothesis testing were used by statistical T-Test and F-Test to set statistical significance at the level 0.05

Satisfaction with the economic stimulus measures Case studies of the project for each half of the traders Huamum Market, Lad phrao Subdistrict, Lad Phrao District, Bangkok Overall, they were satisfied at a high level. When classified by each side, opinions were found at the highest level, 1 aspect, namely personnel opinions at a high level in 3 aspects, namely products, followed by processes, service procedures. And service locations Respectively and test results The difference in personal characteristics towards merchant satisfaction was found that gender, age, education level and type of product sold. It did not affect the satisfaction level of traders at the corner market, Lad phrao, Lad phrao, Bangkok

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.ดร.ปิยากร หวังมหาร อาจารย์ที่ปรึกษา ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ และ ที่ได้ให้คำแนะนำในการค้นคว้าสาร นิพนธ์เล่มนี้ ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ค้าทุกท่าน ในตลาดนัดหัวมุมที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ข้อคำถาม และสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณเมตตา ปราบสุธา กรรมการผู้จัดการ บริษัท เนค เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และทีมบริหาร ทีมดูแลตลาดนัดหัวมุมทุกท่าน ที่กรุณาให้เข้าเก็บข้อมูลภายในตลาดนัดหัวมุมในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้ศึกษาสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนตามจำนวน

ความสำเร็จนี้เกิดขึ้นโดยได้รับการสนับสนุนและการให้กำลังใจจากคุณแม่คำซอน สมศรี และคุณชัชวาล คำแยม นักศึกษาปริญญาโทรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจเป็นมิตรที่ดี ในการจัดทำสารนิพนธ์ตลอดระยะเวลาจนประสบผลสำเร็จ

ประโยชน์ที่พึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบูรพาจารย์ที่ ประสิทธิ์ประสาทวิชาทุกท่าน การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือและการอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่าน ดังนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ปิยากร หวังมหาร ที่กรุณาให้คำแนะนำคำปรึกษา เกี่ยวกับแนวทาง และแนวคิดในการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือตรวจสอบความถูกต้อง รวมถึงการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดจนติดตาม ผลการดำเนินการค้นคว้าอิสระจนสำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์

โชติกา แก้วคำปา

เมษายน 2564

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพประกอบ.....	IX
บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	11
2.3 แนวคิดและหลักการเบื้องต้นของนโยบายสาธารณะ.....	12
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ.....	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
3.3 วิธีเก็บข้อมูล.....	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4.2 ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละของเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของ สินค้าที่ขาย.....	32
ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวง ลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร.....	34
ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย.....	39
ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร.....	41
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	43
5.1 สรุปผล.....	44
5.2 อภิปรายผล.....	46
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	54

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	55
ภาคผนวก.....	60
ภาคผนวก ก แบบสอบถามความคาดหวัง.....	61
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่น.....	66
ประวัติผู้วิจัย.....	68

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 32
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน 4 ด้าน..... 34
4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านบุคลากร..... 35
4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านกระบวนการขั้นตอนการ ให้บริการ..... 36
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านสถานที่ให้บริการ..... 37
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านผลิตภัณฑ์..... 38
4.7	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ..... 39
4.8	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ..... 40
4.9	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา..... 40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.10	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ขาย.....	41
4.11	ความถี่ของข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคน ละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร.....	41
4.12	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	42

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา	3
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง นโยบาย แผน โครงการ ครงงาน	13
2.2 ความสัมพันธ์ในแนวราบระหว่างนโยบายกับแผน	13

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย และความเป็นอยู่ของประชาชนเป็นวงกว้าง รัฐบาลจึงมีมาตรการรักษาระดับการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งนอกจากโครงการคนละครึ่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้มีรายได้ที่พอจะมีกำลังซื้อ มาร่วมจ่ายกับรัฐแล้ว ยังมีโครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือเยียวยา และลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ กลุ่มดังกล่าว ประมาณ 14 ล้านคน โดยเพิ่มวงเงินค่าซื้อสินค้าบริโภคอุปโภคที่จำเป็น จำนวน 50 บาทต่อคนต่อเดือน เป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม 2563 อีกทั้งโครงการดังกล่าวยังก่อให้เกิดการใช้จ่าย ในท้องถิ่น เป็นการกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ ซึ่งถือเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศที่สำคัญด้วย (แถลงข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับ 146/2563)

โครงการคนละครึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจระดับฐานราก สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยโดยเฉพาะกลุ่มหาบเร่แผงลอย เพื่อให้มีรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น โดยภาครัฐร่วมจ่ายค่าอาหารเครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไปผ่านฝ่ายของผู้ซื้อร้อยละ 50 ทั้งนี้ไม่เกิน 150 บาทต่อคนต่อวัน หรือไม่เกิน 3,000 บาทต่อคนตลอดระยะเวลาโครงการ เป็นวงเงินรวม 30,000 ล้านบาท ซึ่งการร่วมจ่ายคนละครึ่งนี้ จะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน และจะช่วยเติมกำลังซื้อของประชาชน เพื่อให้มีการใช้จ่ายหมุนเวียนไปถึงผู้ประกอบการรายย่อยได้ อย่างต่อเนื่องเป็นเงิน 60,000 ล้านบาท (แถลงข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับ 104/2563) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการใช้จ่ายพบว่า มีการใช้จ่ายมากที่สุดเรียงลำดับได้แก่ ร้านธงฟ้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าทั่วไป และร้าน OTOP โดยใช้จ่ายครบทุกจังหวัดซึ่งจังหวัดที่มีการใช้จ่ายมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครศรีธรรมราช และสงขลา (แถลงข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับ 116/2563)

สารนิพนธ์ฉบับนี้ใช้กรณีศึกษาตลาดนัดหัวมุม ซึ่งเป็นตลาดที่มีทั้งสินค้าแนวโบราณของเก่าวินเทจ ของใช้ทั่วไป และร้านอาหารหลากหลายรูปแบบ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 เฟส โดยเฟสแรกแบ่งเป็น 4 โซน ประกอบด้วย โซนวินเทจ เป็นโซนขายของสไตล์โบราณ มีสินค้าแนวย้อนยุค โซนแฟชั่นสมัยใหม่ ที่มีคนใช้ทั่วไป รวมไปถึงสินค้ามือสอง โซนอาหาร แบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ Food Truck และ Food Shop และสุดท้ายโซนของใช้ตกแต่งบ้าน เช่น ต้นไม้ เครื่องหอม ที่นอนปิคนิค เป็นต้น ส่วนโครงการตลาดนัดหัวมุมเฟส 2 จะเป็นส่วนของตู้คอนเทนเนอร์

โดยจะสร้างในรูปแบบของเมืองเก่า รวมไปถึงร้านที่ผู้ประกอบการจะลงทุนสร้างขึ้นมาเอง โดยเมืองนี้จะเป็นโซนของร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สามารถรองรับได้ 15 ร้าน นอกจากนี้ยังมีโซนผัก สามารถรองรับได้ถึง 40 ร้านซึ่งจะมีนักดนตรีมาขับร้องเพลงให้ฟังทุกวัน ทั้งนี้ยังมีลานจอดรถที่สามารถรองรับได้ถึง 1,000 คัน และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและผู้ประกอบการถึง 20 คนอีก นอกจากนี้ยังมีลานกิจกรรมที่สามารถใช้เป็นพื้นที่ในการจัดงานอีเว้นท์นำสินค้าและบริการมาจัดแสดงได้อีกด้วย แม้จะเป็นตลาดเปิดใหม่และโดยรอบแวดล้อมไปด้วย “คู่แข่ง” แต่ตลาดนัดหัวมุมมีจุดแข็งอยู่ที่ “ทำเลทอง” ที่การสัญจรไปมาสะดวก โดยในแต่ละวันจะมีลูกค้าแวะเวียนกันเข้ามาเดินจับจ่ายไม่ขาดสาย โดยเฉพาะวันเสาร์จะมีรถลูกค้าแวะเวียนเข้ามาถึง 2,500 คัน กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะเป็นลูกค้ากลุ่มวัยทำงานเป็นหลัก ปัจจุบันตลาดนัดหัวมุมมีร้านค้าทั้งสิ้น 800 ร้าน ทั้งนี้พื้นที่เฟส 1 ไม่สามารถที่จะรองรับกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าได้อีกแล้ว แต่เฟส 2 สามารถรองรับลูกค้าเพิ่มอีกกว่า 400 ร้าน สำหรับการคัดเลือกสินค้าเข้ามาขายในตลาดนัดหัวมุมนั้น จะคัดกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่มีรถโบราณมาโชว์ก่อน ส่วนประเภทสินค้า ตลาดนัดหัวมุมเองจะกำหนดไว้ว่า สินค้าแต่ละประเภทจะมีขายในตลาดได้อย่างละไม่เกิน 2 ร้าน เนื่องจากทางตลาดเองไม่ต้องการให้สินค้ามีซ้ำกันมากเกินไป หากจะขายรองเท้า ต้องเลือกประเภทรองเท้า เช่น รองเท้าผู้ใหญ่ รองเท้าเด็ก รองเท้ามือสอง เป็นต้น ดังนั้นทางกลุ่มพ่อค้าแม่ค้ามั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดปัญหาในกาขายสินค้าตัดราคากันเองในตลาดแห่งนี้(ชี้ช่องรวย 10 ธันวาคม 2558)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาผลที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อจะได้นำมาต่อยอดองค์ความรู้และปรับนโยบายให้สามารถตอบสนองต่อทุกภาคส่วนได้จนเป็นที่มาของการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยผู้มีส่วนได้ประสงค์เพื่อ

- 1) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม ต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (โครงการคนละครึ่ง)
- 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของโครงการคนละครึ่งโดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม ต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (โครงการ คนละครึ่ง)
- 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของของผู้ค้าโครงการคนละครึ่งโดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. ประเภทของสินค้าที่ขาย

ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ :
กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่ง ของผู้ค้าตลาด
หัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว
กรุงเทพมหานคร

1. ด้านบุคลากร
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ
3. ด้านสถานที่ให้บริการ
4. ด้านผลิตภัณฑ์

ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา

1.4 สมมติฐานการวิจัย

ความพึงพอใจของผู้ค้าที่มีผลต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ แตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าที่ขาย

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

พื้นที่ในการทำวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษา โดยการให้ผู้ค้าตอบแบบสอบถาม จำนวน 79 คน และทำการเก็บข้อมูลจากผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ค้าที่ได้ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จากการสำรวจมีทั้งหมด 79 ร้านค้า

ขอบเขตเวลา

งานวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 5 เดือน (ระหว่างเดือนธันวาคม 2563 ถึงเดือนเมษายน 2564)

ตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าที่ขาย

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ค้าต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ได้แก่ ด้านบุคคลกร ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) เพื่อทราบถึงผลการศึกษาคความพึงพอใจของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม ต่อการเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งที่ภาครัฐจัดให้

2) เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงโครงการของภาครัฐให้ตรงกับต้องการของผู้ค้าขายในตลาดนัดหัวมุม และตลาดอื่น ๆ ต่อไป

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 เพศ หมายถึง ผู้ค้าเพศชาย และผู้ค้าหญิงที่มีร้านค้าภายในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

1.7.2 อายุ หมายถึง อายุของผู้ค้าที่เข้าร่วมโครงการคนละครึ่งภายในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น (1.) อายุต่ำกว่า 20 ปี (2.) อายุระหว่าง 20 - 30 ปี (3.) อายุระหว่าง 31- 40 ปี และ (4.) อายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป

1.7.3 ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาของผู้ค้าเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งภายในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น (1.) มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า (2.) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (3.) อนุปริญญา/ปวส. (4.) ปริญญาตรีขึ้นไป

1.7.4 ประเภทของสินค้าที่ขาย หมายถึง ลักษณะเฉพาะด้านการขาย แบ่งเป็น 1.) อาหาร เครื่องดื่ม (2.) เสื้อผ้า/รองเท้า (3.) ของใช้เบ็ดเตล็ด/กีฬซ้อป (4.) อื่น ๆ

1.7.5 ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งเป็นการรับรู้ของผู้ค้าที่มีต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อมีมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐเกิดผลสำเร็จ แต่ระดับความพึงพอใจที่เกิดขึ้น อาจจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่ได้รับจะมากน้อยตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและประเภทสินค้าที่ขาย และเกิดความไม่ชอบเมื่อความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ประกอบด้วยความพึงพอใจ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านบุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแก่ผู้ค้าในการลงทะเบียนร้านค้า อันได้แก่ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานประจำ ธนาคารกรุงไทยทุกสาขาทั่วประเทศ

2) ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ หมายถึง รูปแบบ กระบวนการ ขั้นตอน ระยะเวลาหรือ วิธีการดำเนินงานของธนาคารกรุงไทยที่มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง เช่น การจัดช่องทางการลงทะเบียนให้กับผู้ค้าในการลงทะเบียน ระยะเวลาการบริการ การอำนวยความสะดวก

3) ด้านสถานที่ให้บริการ หมายถึง สถานที่ในการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการของผู้ค้า ได้แก่ ธนาคารกรุงไทยทุกสาขาทั่วประเทศ

4) ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง โครงการคนละครึ่งที่ใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน “ถูกเงิน” เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าเข้าร่วม และตอบสนองความพึงพอใจในการใช้งาน

1.7.6 ผู้ค้า หมายถึง พ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับลูกค้าในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร เพื่อผลกำไร

1.7.7 โครงการคนละครึ่ง หมายถึง เป็นหนึ่งในโครงการที่รัฐบาลจัดขึ้นมา เพื่อรักษาอัตราการบริโภคในประเทศ เพื่อช่วยให้จีดีพีขยายตัว 0.24% และเพื่อลดค่าครองชีพของประชาชน ส่งเสริมการบริโภค และช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยทั่วไป รวมถึงผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้า ตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเอกสาร รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการศึกษาข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้อง โดยมีข้อมูล ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวคิดและหลักการเบื้องต้นของนโยบายสาธารณะ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายคำว่า พอใจ หมายถึง สมใจ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 585)

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยาม หรือความหมายที่เกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

Maynard W.Shelly (1975, p.9) ได้อธิบายความพึงพอใจ ไว้ว่าเป็นความรู้สึกของคน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในด้านบวกและความรู้สึกในด้านลบ ความรู้สึกในด้านบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข อันเป็นความสุขที่มีความแตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ เป็นความรู้สึกที่มีผลการย้อนกลับของความสุข ทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกด้านบวกอื่น ความรู้สึกด้านลบ ความรู้สึกด้านบวกเป็นความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันที่มีความซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้ง 3 นี้ เรียกว่า “ความพึงพอใจ”

Powell (1983, pp. 17-18) ได้อธิบายคำว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึง ความสามารถของมนุษย์ในการดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุข โดยปราศจากความรู้สึกที่เป็นทุกข์ ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า มนุษย์จะต้องได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ครบถ้วนในทุก ๆ สิ่งที่ต้องการ

จนเป็นความสุขที่เกิดจากการปรับตัวของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี และเกิดความสมดุลต่อความต้องการของมนุษย์และการได้รับการตอบสนองที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

Schermerhorn (1984, p. 230) ให้ความคิดเห็นไว้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นระดับหรือขั้นของความรู้สึกในด้านบวกหรือลบของคนที่มีต่อลักษณะต่างๆของงาน รวมทั้งงานที่ได้รับมอบหมาย การจัดระบบงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

บังอร ผงผ่าน (2538, หน้า 29) ได้อธิบายเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจ” ไว้ว่าเป็นการตอบสนองทางความรู้สึก ที่มีต่อสิ่งมากระทบหรือสิ่งที่มากระตุ้นให้แสดงความรู้สึกออกมา และผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยจะบอกผลการประเมินออกมาได้ 2 รูปแบบ คือผลทางบวก (Positive Direction) หรือผลทางลบ (Negative Direction) หรือไม่มีผลทางความรู้สึกต่อสิ่งที่มากระทบหรือสิ่งที่กระตุ้นนั้นก็ได้อีก

ธงชัย สันติวงษ์ (2533, หน้า 359) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ กล่าวว่า ถ้าบุคคลหนึ่งได้มองเห็นช่องทางหรือโอกาสจะสามารถสนองแรงจูงใจที่ตนมีอยู่แล้ว จะทำให้ความพึงพอใจของเขาดีขึ้น หรืออยู่ในระดับสูง

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒนากิจ (2548, หน้า 171) ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะการณ์ที่แสดงออกถึงความรู้สึกทางบวกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการประเมินคุณภาพของการบริการจากการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ เปรียบเทียบกับความคาดหวังในการบริการนั้น

คณิต ดวงหส์ดี (2537) ได้อธิบายแนวคิดความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจของบุคคล ที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่นๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้น ตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ บุคคลนั้นจะมีความพึงพอใจในงานและจะอุทิศเวลาแรงกาย แรงใจ รวมทั้ง

2.1.2 การวัดระดับความพึงพอใจ

ภณิดา ชัยปัญญา (2541, หน้า 28) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้จะต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

ปทุม กฤษกลาง (2541) กล่าวว่าความพึงพอใจ เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตได้ โดยอาศัยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นเรื่องยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นและการแสดงความคิดเห็นนั้น จะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้

บุญเรียง ขจรศิลป์ (2539) แสดงทรรศนะเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจว่าความพึงพอใจเป็นทัศนคติหรือเจตคติที่เป็นนามธรรมที่เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทนฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วยอาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นได้ถ้าหากบุคคลเหล่านั้น แสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่ว ๆ ไป สอดคล้องกับรายงานของ

2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่ อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของ Abraham Maslow และทฤษฎีของ Sigmund Freud

2.1.4 ทฤษฎีแรงจูงใจของ Abraham Maslow

Abraham Maslow (Mar Getting, 2018) ได้คิดค้นทฤษฎีแรงจูงใจ The Theory of Human Motivation ขึ้นมา ซึ่งเกี่ยวข้องกับพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ บนความคิดที่ว่า การตอบสนองต่อแรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเบื้องหลังของมนุษย์ โดยบอกถึง ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ ที่มีแนวโน้มความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้น เมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว

โดยลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิต ตามหลักของ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Need)

เป็นความต้องการพื้นฐานที่มนุษย์ต้องการอย่างแรก เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างปกติ ได้แก่ ปัจจัยสี่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่พักอาศัย และรวมถึงสิ่งที่ทำให้การดำรงชีวิตสะดวกสบายมากขึ้นในทางกายภาพ หรือสภาพนอก

- สินค้าและบริการ ก็คือ สินค้าอุปโภค บริโภค ทั่วไปๆ เช่น บ้าน รถยนต์ มือถือ ร้านอาหาร

2. ความต้องการด้านปลอดภัย (Safety Need)

หลังจากที่เรามีปัจจัยสี่ครบแล้ว ขั้นต่อมาคนเราจะต้องการเรื่องความปลอดภัย เพื่อให้ชีวิตมีความมั่นคงมากขึ้น หรือบางคนก็มีคนที่ต้องดูแล พ่อแม่ หรือครอบครัว การสร้างความปลอดภัยและมั่นคงให้กับชีวิต จะทำให้เราดำรงชีวิตได้โดยไม่รู้สึกกังวลหรือเป็นห่วง ทั้งตัวเองและคนรอบข้าง

- สินค้าและบริการ เช่น กล้องวงจรปิด การลงทุน การออม การทำประกันชีวิต หรือ การย้ายบ้านที่อยู่อาศัย มาอยู่ในหมู่บ้านที่มีการดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างดี

3. ความต้องการทางสังคม (Social Need)

ขั้นตอนมา เมื่อมีความมั่นคงในชีวิตแล้ว คนเราก็ต้องการความรัก ความเป็นเจ้าของและการยอมรับจากคนรอบข้าง เพื่อให้ตัวเองรู้สึกมีค่าในกลุ่มของตนเอง เพราะมนุษย์ก็เป็นสัตว์สังคม และเรามักชอบเปรียบเทียบสถานะกับผู้อื่นเสมอ

- สินค้าและบริการ เช่น ถ้าเป็นรถยนต์ ก็ต้องเป็นระดับ BENZ or BMW ที่ต้องการเป็นเจ้าของ เพื่อให้เพื่อนหรือคนรอบข้าง ได้รู้สึกชื่นชม ยอมรับ , หรือบริการจัดหาคู่ บริการจัดงานแต่งงาน บริการทัวร์ท่องเที่ยว

4. ความต้องการการยกย่อง ชื่อเสียง เกียรติยศ (Esteem Need)

กล่าวได้ว่าเมื่อผ่านขั้นที่ 3 มาแล้ว คนเราก็ต้องการขยายการยอมรับให้ใหญ่ขึ้น ไม่ใช่แค่ยอมรับในกลุ่มของตนเองเท่านั้น แต่ต้องได้รับการยอมรับในวงกว้างขึ้นอีก โดยต้องการที่จะเปลี่ยนสถานะทางสังคมให้สูงขึ้นด้วย เพื่อให้คนอื่นมองเห็นว่าเรามีคุณค่า มีชื่อเสียง เกียรติยศ สถานะตำแหน่ง และได้รับการยกย่อง เคารพนับถือตามมา

- พฤติกรรม เช่น การลงสมัครเล่นการเมือง การเป็นผู้นำองค์กรระดับสูง การเป็นที่รู้จักในวงการไฮโซ การเป็นศิลปินดาราดัง

- สินค้าและบริการ เช่น ผลงานศิลปะราคาหลักล้าน เครื่องเพชรราคาแพง บริการเครื่องบินส่วนตัว โรงแรม 5 ดาว

5. ความต้องการสูงสุด ที่จะมาเติมเต็มความสมบูรณ์แบบในชีวิต (Self-Actualization Need)

เป็นขั้นสุดท้าย โดยความต้องการถึงสิ่งที่จะมาเติมเต็มความสมบูรณ์ และคุณค่าที่แท้จริงของคนๆนั้น ซึ่งแต่ละคนจะมีความปรารถนาในชีวิตสูงสุดไม่เหมือนกัน ซึ่งคนที่มาถึงขั้นนี้ส่วนใหญ่ มักจะเล็งเห็นประโยชน์ของคนอื่นหรือสังคมส่วนรวมเป็นสำคัญ

- พฤติกรรม เช่น Bill Gates ผู้ที่มีทุกอย่างจาก 4 ข้อข้างต้นหมดแล้ว เขาก็ได้ลาออกจากการเป็น CEO ของ Microsoft ซึ่งต้องการใช้ชีวิตบั้นปลายที่เรียบง่าย และได้ก่อตั้งมูลนิธิ Bill & Melinda Gates Foundation เพื่อต้องการช่วยเหลือสังคมขึ้นมา , หรือความต้องการอุทิศตนของ Adolf Hitler ให้แก่ภารกิจของประเทศชาติ เพื่อเป็นประเทศของเขาเป็นมหาอำนาจสูงสุดของโลก

- สินค้าและบริการ เช่น มูลนิธิ ระเบิดนิวเคลียร์

ซึ่งสินค้าและบริการ ที่จะตอบใจหทัยคนในขั้นนี้ อาจมองหาค่อนข้างยาก เพราะความต้องการสูงสุดของคนกลุ่มนี้ จะมาจากแรงบันดาลใจ ด้านจิตใจที่ต้องการมากกว่า ด้านสิ่งของที่จับต้องได้

Abraham Maslow ได้สรุปไว้ว่า คนเราจะมีความต้องการที่เป็นลำดับขั้น จากระดับพื้นฐานไปยังระดับสูงสุด และจะตั้งอยู่บนหลักสมมติฐาน 3 ข้อ คือ

1. มนุษย์มักมีความต้องการอยู่ตลอดและไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับความสำคัญ
3. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอื่น ๆ

2.1.5 ทฤษฎีแรงจูงใจของ Sigmund Freud

Sigmund Freud ได้ตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์มักไม่รู้ตัวมากกว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม Sigmund Freud พบว่า มนุษย์มีการเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง เหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง มนุษย์จึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ได้ ตั้งใจพูด มักจะใช้อารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมเกิดอาการวิตกกังวลเป็นอย่างมาก

ซาริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้ความทุกข์หรือความยากลำบาก

โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่แสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ

2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) เป็นทรศณะของความพอใจ
ว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของ
มนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ทรศณะนี้ถือว่ามนุษย์
แสวงหาความสุข เพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และเป็นผู้ได้รับ
ผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

พรพรรณ รัตนตรัยวงศ์ (2553) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำ
ให้บุคคลมีลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้น โดยลักษณะของ
ประชากรศาสตร์มี ดังนี้

1) เพศ (Sex) เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่บอกถึงความแตกต่างกันของผู้ชาย
และผู้หญิง ส่งผลให้มีความต่างและไม่ต่างกันทางด้านการสื่อสารและการจูงใจ

2) อายุ (Age) เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยอมรับ และพฤติกรรมของ
ผู้รับสารการจูงใจหรือการโน้มน้าวของคน เช่น การใช้สื่อ การใช้ภาษา ในการสื่อสารของบุคคล ในวัย
ที่ต่างกันมักมีความแตกต่างกัน ไม่มากนักน้อย บุคคลที่มีอายุมากขึ้นจะมีการพัฒนากรอบแห่งการ
อ้างอิงมากขึ้น เพราะการพัฒนากรอบดังกล่าว ดำเนินโดยหลักการผูกพันกันและประสบการณ์ที่ได้รับ
มาตลอดอายุของบุคคล

3) ระดับการศึกษา (Education) เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมากด้านการมี
ประสิทธิภาพของการสื่อสาร การศึกษาที่แตกต่างกันทำให้มีพฤติกรรมในการรับสารที่แตกต่างกัน
โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลายๆ เรื่อง และสามารถ
เข้าใจสารได้ดี จึงส่งผลให้คนที่ระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

4) ประเภทของสินค้าที่ขาย หมายถึง ลักษณะเฉพาะของผู้ค้าด้านการขายซึ่งเป็นลักษณะ
ทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการยอมรับ อาจมีโอกาที่จะเลือกใช้สื่อได้หลากหลายประเภท
มากกว่าและบ่อยครั้งกว่า

2.3 แนวคิดและหลักการเบื้องต้นของนโยบายสาธารณะ

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดแนวคิดและหลักการเบื้องต้นของนโยบายสาธารณะไว้ดังต่อไปนี้

Dye (1978, p. 3) นโยบายสาธารณะ คือ สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำจึงครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดของรัฐบาลทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตรและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส ในส่วนของการเลือกที่จะไม่กระทำนั้น Dye ก็ถือว่าเป็นนโยบายสาธารณะเช่นเดียวกัน อาทิเช่นการที่รัฐบาลบางประเทศยกเลิกนโยบายการเกณฑ์ทหาร นั่นคือรัฐบาลเลือกที่จะไม่บังคับให้ชายฉกรรจ์ทุกคนต้องเป็นทหารรับใช้ชาติแต่เปลี่ยนเป็นการรับตามความสมัครใจ

Easton (1971, p. 130) นโยบายสาธารณะ คือ การจัดสรรผลประโยชน์หรือคุณค่าแก่สังคม ซึ่งกิจกรรมของระบบการเมืองนี้จะกระทำโดยบุคคลผู้มีอำนาจสั่งการ ซึ่งสิ่งที่รัฐบาลตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำเป็นผลมาจาก การจัดสรรค่านิยมของสังคม Easton ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ตัดสินใจนโยบายกับประชาชนในสังคมว่า การตัดสินใจนโยบายใดๆ ของรัฐบาลจะต้องคำนึงถึงค่านิยมและระบบความเชื่อของประชาชนในสังคมเป็นสำคัญ

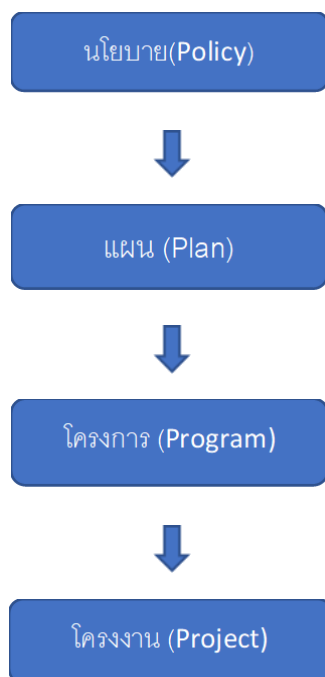
Anderson (1975, p. 3) นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางการปฏิบัติของรัฐบาลที่มีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างและติดตามด้วยผู้กระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งอาจจะปฏิบัติโดยคน ๆ เดียวหรือคณะบุคคลก็ได้ในการที่จะแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้อง

ศุภชัย ยาวะประภาส (2548, หน้า 3) ได้สรุปไว้ว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาลนั่นเอง นโยบายสาธารณะเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการบริหารและพัฒนาประเทศทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง แต่นโยบายจะมีความสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อได้รับการนำไปปฏิบัติให้ปรากฏเป็นจริง

สมบัติ ธารงธัญวงศ์ (2545, หน้า 42 - 45) จำแนกได้ 2 ลักษณะคือ

1. เป็นการนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบได้ทันทีโดยไม่ต้องจัดทำแผนหรือการวางแผนรองรับ อาทิ การประกาศนโยบายภาษีสรรพสามิต
2. เป็นการนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องทำการวางแผนรองรับ (วงจรรายนโยบาย) ซึ่งอาจเป็นแผนระยะยาวดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า นโยบายที่สำคัญต้องใช้เวลาในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย ล้วนมีความจำเป็นที่จะต้องทำการวางแผนรองรับ เพื่อเป็นหลักประกันว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติจะบรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งสามารถจำแนกความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและแผนออกเป็น 2 ลักษณะคือ กล้วยรัฐวร เทพพิพิพงษ์ (2541, หน้า 67)

2.1 ความสัมพันธ์ในแนวดิ่งหรือแนวตั้ง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและแผนซึ่งมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์ตามลำดับชั้น ตามภาพ



ภาพประกอบที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง นโยบาย แผน โครงการ โครงการ
ที่มา : วิทยาลัยรัฐบริหารเทพพิทักษ์ (2541, หน้า 69)

2.2 ความสัมพันธ์ในแนวนอน (Horizontal relationship) หมายถึง ความสัมพันธ์ในแนวนอน ซึ่งมีแผนเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างนโยบายกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ หลังจากแปลงเป็นรูปธรรมแล้ว หรือเรียกว่า The PPIP Model Alexander (1985, pp. 410-413)



ภาพประกอบที่ 2.2 ความสัมพันธ์ในแนวนอนระหว่างนโยบายกับแผน
ที่มา : วิทยาลัยรัฐบริหาร เทพพิทักษ์ (2541, หน้า 69)

ประเวศวะสี (2554, หน้า 7) ได้กล่าวว่า นโยบายสาธารณะที่ดีคือนโยบายสาธารณะที่นำไปสู่ความถูกต้อง เป็นธรรม และประโยชน์สุขของมหาชน นโยบายสาธารณะจะต้องสนองต่อความต้องการของสังคม ด้วยความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะต้องเป็นนโยบายที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงจริยธรรมทุกด้าน เช่น ด้านการเมือง คือ การมีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายของผู้เกี่ยวข้อง ด้านนโยบาย แผน/โครงการ การนำนโยบาย/แผนงาน/โครงการไปปฏิบัติเศรษฐกิจ คือ ผลประโยชน์หรือผลสำเร็จตกอยู่กับประชาชนส่วนใหญ่ ด้านสังคม คือ สอดคล้องกับค่านิยมของมวลชน นโยบายสาธารณะที่ถูกต้องดีงาม คือ นโยบายที่มีจริยธรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม รวมทั้งภาคราชการและข้าราชการ ตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติด้วยความมีจริยธรรม

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ปัจจัยความสำเร็จหรือล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติ เมื่อกำหนดนโยบายที่ดีแล้ว ภาครัฐจะนำนโยบายไปบริหารหรือนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลตามเป้าหมายที่ต้องการ กระบวนการจะมีประสิทธิผล และประสิทธิภาพมากน้อย เพียงใดขึ้นกับปัจจัยความสำเร็จหรือล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วย

ศุภชัย ยาวะประภาส (2548, หน้า 101 - 118) ได้กล่าวไว้ว่า จากการทบทวนผลงาน ทางวิชาการในทศวรรษที่ผ่านมา พบว่ามีปัจจัยหลายประการที่กำหนดความสำเร็จหรือ ล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่

1. ลักษณะของนโยบาย

งานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าลักษณะบางประการของนโยบาย จะมีส่วนในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายนั้นๆ ลักษณะดังกล่าว ได้แก่

1.1 ประเภทของนโยบาย Meter and Horn (1975, pp. 445 - 488) เสนอว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบายนั้น บางส่วนจะขึ้นอยู่กับประเภทของนโยบาย ตัวแปรต่างๆ ที่มีส่วนในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายจะแตกต่างกันออกไป ตามประเภทของนโยบายนั้นๆ ทั้งสองตั้งสมมติฐานว่า การปฏิบัติตามนโยบายจะประสบ ความสำเร็จมากที่สุด เมื่อนโยบายนั้นเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ น้อยที่สุด และมีความเห็นพ้องต้องกันในวัตถุประสงค์ในระดับสูงในทางตรงกันข้าม ถ้านโยบายเรียกร้องให้มี การเปลี่ยนแปลงมาก และมีความเห็นพ้องต้องกันในวัตถุประสงค์น้อย

1.2 ผลประโยชน์สัมพันธ์ของนโยบายนั้น Meter and Horn (1975, pp. 445 - 488) กล่าวว่า ปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายอีกปัจจัยหนึ่ง คือ น้ำหนักของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่นโยบายนั้นจะผลักดันให้เกิดขึ้นมาก

1.3 ความสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่ ประสบการณ์ที่ผ่านมาและความต้องการของผู้ที่จะได้รับผลกระทบ จากนโยบายนั้นนโยบายจะได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ขึ้นอยู่กับขีดของความสอดคล้องระหว่างนโยบายนั้น กับค่านิยมที่มีอยู่ ประสบการณ์ที่ผ่านมา และความต้องการของผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้นเป็นสำคัญ

1.4 ความเป็นไปได้ในการทดลองปฏิบัติความสำเร็จหรือล้มเหลวของ นโยบาย บางส่วนจะขึ้นอยู่กับว่า นโยบายนั้นสามารถนำมาทดลองปฏิบัติในลักษณะของ โครงการทดลองก่อน ได้หรือไม่ นโยบายที่สามารถนำมาทดลองปฏิบัติก่อนได้ จะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่า นโยบายที่ไม่สามารถทำเป็นโครงการทดลองก่อนได้

1.5 ความเห็นผลได้ของนโยบายนั้นนโยบายที่สามารถส่งผลที่สามารถเห็น ได้ชัดเจน จะมีโอกาสในการประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติมากกว่านโยบายที่ไม่สามารถ ชี้ให้เห็นถึงผลที่ชัดเจน

1.6 คุณภาพของการส่งข้อมูลย้อนกลับ Vepa (1974, p. 257) มีความเห็นว่าการควบคุมดูแลและประเมินผลนโยบายอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งจำเป็นเป็นอย่างยิ่งยวดต่อ ความสำเร็จของนโยบายนั้น

2. วัตถุประสงค์ของนโยบาย

การมีตัวชี้วัดที่จะแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนโยบาย เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของนโยบายนั้น ลักษณะต่างๆ ต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ จะมีผลต่อความสำเร็จของนโยบาย

2.1 ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ Sabatier and Mazmanian (1980, pp. 439 - 468) ให้ความเห็นว่า การที่นโยบายจะได้รับการปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างน้อยแค่ไหน นั้นขึ้นอยู่กับความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบายนั้น ๆ ด้วย

2.2 ความสอดคล้องต่อกันของวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ของนโยบาย นอกจากจะต้องกระจ่างชัดแล้ว ยังต้องสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันด้วย ความสำคัญของความสอดคล้องดังกล่าวต่อความสำเร็จหรือล้มเหลว Edwards (1980)

2.3 ความยากง่ายในการรับรู้วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์นอกจากจะต้อง กระจ่างชัดและสอดคล้องกันแล้ว ยังจะต้องง่ายแก่ผู้ที่มีนโยบายไปปฏิบัติที่จะรับรู้ มีความเห็น 38 เช่นเดียวกัน โดยกล่าวว่า ก่อนที่ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติจะปฏิบัติให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ นโยบายนั้นได้ เขาเหล่านั้นจะต้องรู้ว่ามีนโยบายออกมาแล้ว รู้ว่านโยบายนั้น มีวัตถุประสงค์ เช่นไร

2.4 ดัชนีชี้ความสำเร็จของนโยบาย ความสำเร็จของนโยบายขึ้นอยู่กับว่า นโยบายนั้นได้แสดงให้เห็นว่าอะไรคือดัชนีที่จะชี้ว่านโยบายนั้นประสบความสำเร็จ

2.5 ความเที่ยงตรงของข่าวสารที่มีไปยังผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ กล่าวว่ถ้าคำสั่งข่าวสาร หรือข้อมูลต่างๆ ที่ผู้กำหนดนโยบายมีไปยังผู้นำเอานโยบายไปปฏิบัติยิ่งชัดเจน เท่าไร โอกาสที่นโยบายนั้นจะได้รับการปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีก็มีมากขึ้นเท่านั้น Meter and Horn (1975, pp. 445 - 488) โดยกล่าวว่า ถ้าแหล่งข้อมูลต่างๆ ให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันในการแปลความวัตถุประสงค์หรือมาตรฐานต่างๆ ของนโยบาย หรือ ถ้าแหล่งข้อมูลเดียวกันให้ข้อมูลที่ขัดแย้งกันเอง ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติจะพบว่า การปฏิบัติให้ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนโยบายนั้นยากเย็นมาก

3. ความเป็นไปได้ทางการเมือง

ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติให้เป็นไป ตามนโยบายอาจจะก่อให้เกิดปัญหาบางประการซึ่งไม่ควรจะมองข้ามไป ตัวแปรต่อไปนี้ส่วน ในการส่งผลกระทบต่อถึงความเป็นไปได้ทางการเมืองของนโยบายนั้น

3.1 การเจรจาระหว่างรัฐบาลกับเอกชน ความสำเร็จของนโยบายจะขึ้นอยู่กับ ระดับของการสนับสนุนหรือคัดค้านที่กลุ่มธุรกิจเอกชนมีต่อนโยบายนั้นๆ นโยบายที่จำเป็น จะต้องมีการเจรจาทกลงกันระหว่างรัฐบาลกับเอกชนอยู่เสมอ มักจะมีโอกาสที่จะประสบปัญหา เมื่อนำมาปฏิบัติ

3.2 ความสนับสนุนจากทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง นโยบายที่ขาดการสนับสนุน อย่างเต็มที่ จากกลุ่มผลประโยชน์และบุคคลที่สำคัญๆ ในวงการรัฐบาลและรัฐบาลจะมีโอกาส อย่างมากที่จะถูกโจมตีจากหลาย ๆ ฝ่ายเมื่อเสนอเข้ามาในกระบวนการทางนิติบัญญัติ และนโยบายนั้นมักจะถูกเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้ผิดไปจากจุดมุ่งหมายดั้งเดิม จนบางครั้งทำให้ไม่ สามารถปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้เมื่อร่างนโยบายได้

3.3 ผลกระทบของนโยบายที่มีต่อกลุ่มอาชีพที่มีอิทธิพล นโยบายที่กลุ่ม อาชีพที่มีอิทธิพลตั้งเห็นว่าจะส่งผลกระทบต่อกลุ่มของตนจะประสบปัญหาในการ นำไปปฏิบัติเป็น อย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวจะใช้อิทธิพลทั้งหมายทางการเมืองและ เศรษฐกิจเพื่อจะยับยั้ง การปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว

3.4 ความสนับสนุนจากชนชั้นนำความสำคัญของการสนับสนุนจากชนชั้น นำใน ประเทศที่มีต่อนโยบายนั้น เขากล่าวว่า ในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย นโยบายที่ไม่ได้ รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากชนชั้นนำแล้ว โอกาสที่การ นนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบ ความสำเร็จจะมี น้อยมาก Meter and Horn (1975, pp. 445 - 488) ก็เห็นความสำคัญข้อนี้ โดย กล่าวว่า ความสำเร็จของนโยบายใด ๆ จะดูได้จากทรศนะของชนชั้นน ว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็น ด้วยกับ นโยบายนั้น ก็มีความเห็นคล้ายคลึงกัน โดยเน้นความสำคัญของการสนับสนุนจากฝ่าย บริหาร นิติบัญญัติ และตุลาการ รวมตลอดถึงกลุ่มประชาชนที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้น

3.5 การสนับสนุนจากสื่อมวลชน การสนับสนุนจากสื่อมวลชนตลอดจน ประชาชน โดยทั่วไปจะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้นโยบายนั้นประสบความสำเร็จ อย่างยิ่งในการ

ผลักดันให้นโยบายนั้นประสบความสำเร็จ นโยบายที่ขาดการสนับสนุนจาก สื่อมวลชนหรือประชาชน โดยทั่วไปมักประสบปัญหาในทางปฏิบัติอย่างมาก Meter and Horn (1975, pp. 445 - 488)

3.6 การสนับสนุนจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง Murphy (1971, pp. 36 - 67) ชี้ให้เห็นว่าการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายจะขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนจากผู้มีสิทธิออกเสียง เลือกตั้ง ว่าชอบหรือไม่ชอบนโยบายนั้น Vepa (1974, p. 257) กล่าวว่า โครงการพัฒนาต่าง ๆ ในประเทศ กำลังพัฒนาถ้าต้องการจะให้ประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติ โครงการนั้น ๆ จะต้องสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนที่เป็นเป้าหมายของโครงการ

4. ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมักจะเกิดขึ้นรวดเร็วมาก และการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งมักจะส่งผลอย่างสำคัญต่อการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายต่างๆ เพราะฉะนั้นความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ลักษณะต่างๆ ต่อไปนี้จึงเป็นลักษณะที่ ควรให้ความสนใจ

4.1 การร่างนโยบาย นโยบายที่มีลักษณะไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนและมีผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินการไม่มากนัก จะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติมากกว่านโยบายที่มีโครงสร้างที่สลับซับซ้อน มีผู้คนหรือหน่วยงานมาเกี่ยวข้องมากมาย

4.2 ข้อเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้นำนโยบายไป ปฏิบัติ Berman (1978, pp. 157-184) ให้ความเห็นว่า นโยบายที่ต้องการให้ผู้ปฏิบัติเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากที่เคยทำอยู่จนเคยชินจะมีโอกาสที่จะประสบปัญหาในการนำไปปฏิบัติ Berman กล่าวต่อไปว่า การปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายจะประสบปัญหาถ้าหน่วยงานที่รับผิดชอบต้อง เผชิญกับปัญหาที่แตกต่างจากแนวทางที่เคยปฏิบัติกันเป็นประจำ Edwards (1980, p. 187) ก็เสนอความเห็นเช่นเดียวกัน เขากล่าวว่า กรรมวิธีปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน (Standard Operating Procedures) จะช่วยประหยัดเวลาการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย กรรมวิธีดังกล่าว จะช่วยให้การตัดสินใจในเรื่องที่ ทำอยู่เป็นประจำสามารถทำได้เลยโดยไม่เสียเวลา อย่างไรก็ตามกรรมวิธีดังกล่าวนี้ จะเป็นตัวถ่วงอย่างสำคัญ ถ้าการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายต้องอาศัย วิธีการหรือกระบวนการบางอย่างที่แตกต่างจากกรรมวิธีที่เคยปฏิบัติกันอยู่

4.3 ทฤษฎีที่เชื่อถือได้ Pressman and Wildaysky (1979) กล่าวว่า ทฤษฎีที่เชื่อถือได้ก็เปรียบเหมือนแผนที่ที่ดีนั่นเอง การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งจะมี ปัญหาหาก ถ้าปราศจากแผนที่ที่ดี นโยบายก็เปรียบเสมือนสมมติฐานที่ว่า ถ้ามี ก และ ข จะเกิด ค สมมติฐานดังกล่าวควรจะต้องอยู่บนรากฐานของทฤษฎีที่น่าเชื่อถือได้ 4.4 ลักษณะของเทคโนโลยี เทคโนโลยีที่จะนำไปใช้ในการปฏิบัติตาม นโยบายที่วางไว้นั้นต้องเป็นเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับสถานการณ์หรือภาวะแวดล้อมที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติ

5. ความพอเพียงของทรัพยากร

นโยบายที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องได้รับการสนับสนุนทางทรัพยากร ทั้งด้านการเงินและกำลังคนอย่างเต็มที่ ปัจจัยทางด้านทรัพยากรต่อไปนี้เป็นปัจจัยที่ต้อง คำนึงถึงอย่างมาก

5.1 ความสนับสนุนทางการเงิน Sabatier and Mazmanian (1980, pp. 439 - 468) กล่าวว่านโยบายจะประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติได้ต้องได้รับการสนับสนุนด้านการเงินอย่างเพียงพอ Vepa (1974, p. 257) ก็ย้ำความเห็นนี้เช่นกันโดยกล่าวว่า การขาดแคลน ด้านการเงินมักจะเป็นข้ออ้างที่นำมาใช้เสมอๆ เมื่อการปฏิบัติตามนโยบายมีปัญหา Weatherly and Lipsky (1977, pp. 171 - 197) กล่าวว่า การที่รัฐสภาไม่ยอมอนุมัติเงินเพื่อเพิ่มจำนวนบุคคลสำหรับโครงการด้านการศึกษาในอเมริกาทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานอย่างมาก Jacoby and Steinbruner (1973, pp. 10-11) ศึกษาการปฏิบัติงานของสำนักงานสิ่งแวดล้อมของ สหรัฐอเมริกาพบว่า ในการปฏิบัติตามนโยบายจำกัดมลภาวะทางอากาศ อันเนื่องมาจากไอเสียรถยนต์นั้น สำนักงานดังกล่าวต้องประสบปัญหาอย่างมากเนื่องจากขาดงบประมาณ ซึ่งจะต้องนำมาใช้ในการวิจัยและพัฒนา

5.2 กำลังและคุณภาพของบุคลากร ยืนยันว่าจำนวนบุคลากรที่จะนำเอานโยบายไปปฏิบัตินั้นตามปกติมักจะมีน้อยกว่าจำนวนที่ต้องการสำหรับการปฏิบัติให้เป็นผลสำเร็จ ผลของการขาดแคลนกำลังคนดังกล่าวจะมีส่วนโดยตรงต่อความไม่มีประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย นอกจากปัญหาด้านปริมาณกำลังคนแล้ว ปัญหาในด้านคุณภาพของบุคลากรยังเป็นปัญหาที่สำคัญอีกปัญหาหนึ่ง ยิ่งนโยบายเกี่ยวข้องกับปัญหาทางเทคนิคมากเท่าใด ความต้องการบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะในด้านนั้นๆ ยิ่งมีมากเท่านั้น และยิ่งความต้องการมีมากความขาดแคลนมักจะมีมากตามมาด้วย มากขึ้นเท่านั้น และยิ่งความต้องการมีมาก ความขาดแคลนมักจะมีมากตามมาด้วย

5.3 ปัจจัยทางด้านบริการ ความสำเร็จของนโยบายขึ้นอยู่กับว่าปัจจัยด้าน บริการต่างๆ ที่มีเพียงพอหรือไม่ ก็เห็นเช่นเดียวกันเขากล่าวว่าการขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ทำการ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ดินและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่นๆ จะมีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย เช่น เดียวกับการขาดแคลนกำลังคนและงบประมาณ

6. ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

โครงสร้างของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ จะส่งผลอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายนั้น ลักษณะต่อไปนี้เป็นลักษณะที่ควรให้ความสนใจ

6.1 ประเภทของหน่วยงาน Sabatier and Mazmanian (1980, pp. 439 - 468) กล่าวว่า นโยบายที่ประสบความสำเร็จนั้นมักจะเป็นนโยบายที่มอบหมายให้แก่หน่วยงานที่มีอยู่ แล้วและสนับสนุนนโยบายนั้น และก็เป็นหน่วยงานที่มีกำลังคนและทรัพยากรอื่นๆ พร้อมอยู่แล้ว หรือไม่ก็ต้องเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นใหม่โดยแรงผลักดันของกลุ่มการเมืองที่มีอำนาจ ขณะนั้น Weatherly and Lipsky (1977, pp. 171 - 197) ให้ความเห็นทำนองเดียวกันโดยกล่าวว่า ถ้าต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา

เกี่ยวกับพฤติกรรมของคนที่เหนื่อยหน่ายจากการทำงาน และถ้าต้องการให้ทำงานนอกเหนือจากงานที่เป็นกิจวัตรประจำวันทั้งหมายสำเร็จลุล่วงไปได้ หน่วยงานที่รับนโยบายไปปฏิบัติควรเป็นหน่วยงานที่มีกำลังคนและทรัพยากรอื่นพร้อมอยู่แล้ว

6.2 โครงสร้างและลำดับชั้นการบังคับบัญชา ระดับชั้น การบังคับบัญชา รวมทั้งจำนวนผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา จะมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ถ้าการติดต่อสื่อสารและการควบคุมบังคับบัญชาเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับนโยบายมาก หน่วยงานขนาดเล็กที่มีระดับชั้นการบังคับบัญชาน้อยจำนวนผู้อยู่ใต้บังคับบัญชามาก จะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ในการนำนโยบายไปปฏิบัติมากกว่าหน่วยงานขนาดใหญ่ มีระดับชั้นและสายการบังคับบัญชามากมาย แต่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาน้อย

6.3 ความสามารถของผู้นำวิเคราะห์โครงการที่ประสบความสำเร็จ 10 โครงการ พบว่า ภาวะผู้นำที่เข้มแข็งซึ่งมีความสามารถในการระดมความสนับสนุนจากแหล่ง ต่างๆ กับความสามารถในการสังเคราะห์เพื่อสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมาก เป็นองค์ประกอบร่วมที่สำคัญของทั้ง 10 โครงการ ส่วน Vepa (1974, p. 257) ซึ่งศึกษาโครงการและนโยบายต่าง ๆ ในเอเชียก็ พบว่า ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จของโครงการ หรือนโยบายเช่นกัน

6.4 ความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่กำหนดนโยบาย Van Meter and Van Horn (1975, pp. 445 - 488) เน้นถึงสายใยความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการระหว่างหน่วย ปฏิบัติตามนโยบายกับหน่วยงานที่กำหนดนโยบาย ยิ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีมาก โอกาสที่นโยบายจะประสบความสำเร็จจะมีมาก

6.5 ลำดับชั้นของการสื่อสารแบบเปิด Van Meter and Van Horn (1975, pp. 445 - 488) เสนอว่า การสื่อสารแบบเปิดซึ่งรวมถึงการเปิดโอกาสให้มีการพูดคุยกับบุคคล ภายนอก การเปิดโอกาสให้มีการสร้างสายใยแห่งความสัมพันธ์ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน และอื่นๆ จะมีส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย

7. ทักษะของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

นโยบายหลายเรื่องจัดอยู่ในจำพวกที่ผู้ปฏิบัติไม่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับนโยบายเหล่านี้ อาจจะนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังไม่บิดพลิ้ว ซึ่งจะตรงข้ามกับนโยบายที่ขัดกับความรู้สึกพื้นฐาน หรือผลประโยชน์ของผู้ปฏิบัติ นโยบายประเภทหลังนี้ผู้ปฏิบัติจะนำไปปฏิบัติอย่างไม่สุดใจ และอาจจะบิดเบือนให้เป็นที่ไปในแนวทางที่พวกเขาต้องการ ลักษณะทางทัศนคติต่อไปนี้ อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายได้

7.1 ทักษะที่มีต่อวัตถุประสงค์ของนโยบาย Van Meter and Van Horn (1975, pp. 445 - 488) ยืนยันว่า ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติที่มีต่อวัตถุประสงค์ของนโยบาย ทิศทางของทัศนคติที่มีต่อนโยบายนั้น รวมตลอดถึงความผูกพันที่มีต่อนโยบายนั้น รวมตลอดถึงความผูกพันที่มี

ต่อนโยบายมีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ นโยบายที่ผู้ปฏิบัติจะนำไปปฏิบัติด้วยดี ต้องเป็นนโยบายที่ผู้ปฏิบัติเข้าใจเห็นด้วยและมีความผูกพัน

7.2 ผลกระทบที่จะมีต่อพฤติกรรมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติขอบเขต การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้นำเอานโยบายไปปฏิบัติมีความสำคัญมาก นโยบายที่มีผลให้ผู้ปฏิบัติ ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากแนวทางเดิมที่ปฏิบัติเป็นเวลายาวนานแล้ว มักจะประสบความ ล้มเหลว ส่วนนโยบายที่ไม่กระทบกระเทือนต่อพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติจะมีโอกาสสำเร็จสูง

7.3 ความขัดแย้งที่มีต่อค่านิยมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติความขัดแย้ง เนื่องจาก ค่านิยมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบาย จะส่งผลไปสู่ความสำเร็จ หรือล้มเหลวของนโยบาย ถ้าผู้นำนโยบายไปปฏิบัติเพียงแต่ไม่เห็นด้วยกับ นโยบายเท่านั้นก็จะนำไปสู่ การเพิกเฉยละเลยไม่ปฏิบัติตามนโยบาย หรือเลือกปฏิบัติเฉพาะส่วนที่ไม่ขัดกับคุณค่าที่ตนเองยึดถือ ซึ่งในที่สุดจะทำให้นโยบายล้มเหลว

7.4 ผลกระทบที่มีต่องาน อำนาจ ศักดิ์ศรี และผลประโยชน์ของผู้นำเอานโยบายไป ปฏิบัติ มีความสำคัญมากต่อความสำเร็จของนโยบายนั้นๆ การมอบหมายนโยบายให้กับผู้ที่มี ความเห็นหรือผลประโยชน์ไม่สอดคล้องกับนโยบายนั้นๆ ก็เท่ากับเป็นการเรียกร้อง หาความยุ่งยาก นั้นเอง เนื่องจากผู้กำหนดนโยบายจะต้องแสวงหาวิธีการนานัปการมาควบคุม

8. กลไกภายในหน่วยงาน หรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกต่าง ๆ ที่นำนโยบายไปปฏิบัติลักษณะสำคัญ ต่อไปนี้จะ นำไปสู่ความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย

8.1 จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยิ่งจำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการปฏิบัติให้ เป็นไปตามนโยบายมีมากขึ้นเท่าใด ปัญหาเรื่องการประสานงานระหว่างหน่วยงานเหล่านั้น ก็จะมีมาก ขึ้นเท่านั้น และยังปัญหาเรื่องการประสานงานมีมากเท่าใด โอกาสที่นโยบายจะล้มเหลวก็มีมากขึ้น เท่านั้น

8.2 จำนวนจุดตัดสินใจ Sabatier and Mazmanian (1980, pp. 439 - 468) ได้ กล่าวไว้ว่า จำนวนจุดตัดสินใจ (Clearance Points) ของนโยบายต่างๆ จะมีมากน้อยต่างกัน ยิ่งจำนวนจุดตัดสินใจมีมากเท่าใด ความล่าช้าในการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายก็มีมากขึ้น เท่านั้น จุดตัดสินใจจำนวนมากที่เองที่เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นโยบายของรัฐบาลกลาง มักจะมีโอกาสในการ ประสบปัญหามากกว่านโยบายของรัฐบาลท้องถิ่น

8.3 ความสัมพันธ์ดั้งเดิม ลักษณะของความสัมพันธ์ดั้งเดิมระหว่างหน่วยงานที่ร่วมกัน ปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย จะมีส่วนอย่างสำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายนั้น ในขณะที่ความร่วมมือกันอย่างดี ในอดีตจะส่งผลให้การปฏิบัติตาม นโยบายเป็นไปด้วยดี ความ ขัดแย้งดั้งเดิมก็จะพาไปสู่ความล้มเหลว

8.4 การแทรกแซงของหน่วยงานระดับบน การแทรกแซงของหน่วยงาน ระดับบนจะมีผลอย่างมากต่อการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย Sabatier and Mazmanian (1980, pp. 439 - 468) ซึ่งให้เห็นว่าถึงแม้จะมีจุดตัดสินใจไม่มาก มีลำดับชั้นการบังคับบัญชาน้อย นโยบายนี้อาจจะประสบปัญหาที่ได้ถ้าถูกแทรกแซงจากหน่วยงานระดับบนมากเกินไปจนสมควร นโยบายที่มุ่งเสริมสร้างขวัญมากกว่าการลงโทษ มักจะมีปัญหาหากขาดการสนับสนุนทางการเมืองที่ดีพอ นโยบายที่จะพยายามใช้แรงจูงใจต่างๆ มักจะประสบปัญหาเนื่องจากหน่วยงาน ที่วางนโยบายขาดความรู้ความเข้าใจที่ดีในการจูงใจคนให้เปลี่ยนพฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบายมีอยู่หลายปัจจัยขึ้นอยู่กับลักษณะเงื่อนไขและหลักการศึกษานโยบายนั้น ๆ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ศุภรา เจริญภูมิ (2546) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ในด้านทำเลที่ตั้ง ด้านคุณภาพบริการ ด้านความเสี่ยง ด้านความเพลิดเพลินในการซื้อ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านความพึงพอใจในการซื้อ และด้านความตั้งใจซื้อในอนาคต และสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของร้านค้าปลีกดั้งเดิม ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผสมกับเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายเจ้าของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภครับรู้ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ด้านคุณภาพบริการ ด้านความเสี่ยง ด้านความเพลิดเพลินในการซื้อ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านความพึงพอใจในการซื้อ และด้านความตั้งใจซื้อในอนาคตในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน ความเพลิดเพลินในการซื้อ และความตั้งใจซื้อในอนาคต จากการศึกษาวิจัยยังพบว่า ความเพลิดเพลินในการซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดจากการได้มาพบปะสังสรรค์และทำกิจกรรมร่วมกันที่ร้านค้าปลีกดั้งเดิม

มริษา ไกรฐ (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทางกรณศึกษา : สายกรุงเทพ- เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73) ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทาง

ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน ผู้โดยสารที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีระยะเวลาที่รอใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน

ขวัญดี ศรีไพโรจน์ และ ละเอียด ศิลาน้อย (2558) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค : กรณีศึกษาตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง” มีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 384 คน และมีค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample T-test และ One Way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เพศ ระดับ การศึกษา ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

จิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เพื่อช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาด นัดตอนกลางคืน และสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ของกิจการได้ เพื่อให้ทันกระแสนิยมและตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้มากขึ้น ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร มี 6 ปัจจัย เรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยผลิตภัณฑ์ ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันในระหว่างผู้ที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ แตกต่างกัน

ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มที่จะ ไปใช้บริการน้อยกว่าคนที่อายุน้อยกว่า และผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทกับผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000-25,000 บาท มีแนวโน้มที่จะไปใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืนมากกว่ากลุ่มอื่น

จุฑารัตน์ จันจินดา (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการของ ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากแนวคิดดัชนีชี้วัดความพึงพอใจ ACSI โดยมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 400 คน จากผู้บริโภคที่ใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบริการของร้านกาแฟสตาร์บัคส์สูงกว่าร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ และการรับรู้คุณค่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติผล ดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีจะให้ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจเพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงบริการ

ชื่นสุมล บุณนาค (2559) ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในปัจจุบันทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในปัจจุบันทางการตลาดในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ได้แก่ สินค้า ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย พนักงานขาย บรรยากาศภายในร้านและการบริการ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกดั้งเดิม(โชว์ห่วย) โดยเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันออก ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 161 คนคิดเป็นร้อยละ 40.3 และเพศหญิง 239 คนคิดเป็นร้อยละ 59.8 มีอายุอยู่ในช่วง 15-20 ปี มากที่สุดจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 โดย ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษาจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และมีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และส่วนใหญ่จะพักอาศัยอยู่ในเขตปริมณฑลมากที่สุดจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) มากที่สุดจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 จะใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ใน 1 สัปดาห์มากกว่า 6 ครั้ง มาก ที่สุดจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และนิยมซื้อขนมคบเคี้ยวมากที่สุดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจในการใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) มากที่สุด

จำนวน 339 คน คิดเป็น ร้อยละ 84.8 เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) นั้น จะพิจารณาที่ทำเลที่ตั้งของร้าน ใกล้ที่บ้านและที่ทำงานมากที่สุดจำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใน การใช้บริการค้าร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยทางตลาดในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ในด้านสินค้ามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.7985 ถือว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาด เฉพาะแค่ทางด้านพนักงานขายเท่านั้น โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ไม่มีนัยสำคัญ อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะด้าน ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และพนักงานขาย โดยมีช่วงอายุที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 ช่วงอายุที่ 15-20 ปี กับ 31-40 ปี คู่ที่ 2 คือ ช่วงอายุที่ 21-25 ปี กับ 31-40 ปี และ 41-50 ปี ส่วนด้านสินค้าและการบริการไม่มีผลต่ออายุที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 รายได้มีผลต่อความพึงพอใจปัจจัยทางการตลาดโดยเฉพาะในด้านราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และพนักงานขาย โดยมีช่วงรายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 มีรายได้ไม่น้อยกว่า 7,000 บาท กับ 17,001 - 22,000 บาท และ 22,001-30,000 บาท คู่ที่ 2 ได้แก่ 7,001-12,000 บาท กับ 12,001-17,000 บาท และ 17,001-22,000 บาท ส่วนด้านสินค้าและการบริการไม่มีนัยสำคัญที่ 0.05

กัลยารัตน์ ว่องวานิช (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องระดับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภคตลาดนัดกลางคืนของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดนัดกลางคืนอินดี้ ดาวคะนอง ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดนัดกลางคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาด ของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดนัดกลางคืนอินดี้ ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ด้านประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว ตลาดนัดกลางคืน อินดี้ ดาวคะนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรีมีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้ 10,000 บาท หรือ ต่ำกว่า และ ในด้านพฤติกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว ตลาดนัดกลางคืน อินดี้ ดาวคะนอง ส่วนใหญ่เคยเดินทางมากกว่า 4 ครั้ง มีเหตุผลในการเดินทางคือสะดวกในการเดินทางมีผู้ร่วมเดินทางคือ เพื่อน มีจุดประสงค์ในการเดินทางคือ มารับประทานอาหาร มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 101-300 บาท สินค้าและบริการที่ใช้คือ โชนเดินท์ อาหาร และมีระยะเวลาที่ใช้ในตลาดนัดกลางคืน อินดี้ ดาวคะนอง คือตั้งแต่ 2 ชั่วโมง ถึง 3 ชั่วโมง และในด้านความพึงพอใจต่อส่วนผสมด้านการตลาดของผู้บริโภค (7Cs) พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.7134) ในด้านความต้องการของผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.8642) ในด้านความเหมาะสมด้านราคา พบว่า ความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมาก (Mean=3.7663) ในด้านช่องทาง/สถานที่ ในการซื้อ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.9319) ในด้านการสื่อสาร/นำเสนอ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (Mean=3.1795) ในด้านกิริยา,มารยาท ของพนักงานและผู้ค้า พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean=3.7563) ในด้านความสะดวกสบายพบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean=3.6406) และ ในด้านความสมบูรณ์ และ ความต่อเนื่องในการประสานงานพบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.8550) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภค (7Cs) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และในด้านพฤติกรรมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเหตุผลผู้ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภค (7Cs) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อับดุลฟัตตะห์ มูซอด และคณะ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดต้องชมแลผาหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งงานวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดต้องชมแลผาหน้าถ้ำ และเพื่อ ศึกษาถึงข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการตลาดต้องชมแลผาหน้าถ้ำ กลุ่มตัวอย่างคือ จำนวน นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 300 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม ด้านค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมโดยรวม ส่วนข้อเสนอแนะนักท่องเที่ยวให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงพื้นที่จอดรถให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ควรปรับปรุงห้องน้ำให้สะอาดและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ควรมีถังขยะตั้งอยู่แต่ละจุดและแยกประเภทขยะที่ชัดเจน ร้านค้าควรแต่งกายให้ถูกสุขลักษณะโดยมีการใส่ผ้ากันเปื้อนและมัดผมให้เรียบร้อย ด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบควรจัดให้มี สถานที่พักผ่อนและที่นั่งสำหรับประทานอาหาร และควรให้มีการขายของบนเรือเพื่อให้เห็นวิถีชีวิตของตลาดน้ำ

สุรพันธ์ ธีรสังจรรย์ (2563) ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช็อป ใช้ ในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช็อป ใช้ ที่ได้ดำเนิน นโยบายแล้วในประเทศไทย และเพื่อศึกษาผลการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช็อป ใช้ ต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และเพื่อศึกษาแนวทางและความน่าจะเป็นในการปรับการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช็อป ใช้ ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยข้อมูลที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง และการเก็บรวบรวมการ สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบที่ได้ดำเนินนโยบายแล้ว ประกอบด้วย มิติของภาครัฐ มี 5 ด้าน คือ ด้าน

โครงสร้าง ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านสถานที่ และด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ มิติของภาคเอกชน มี 4 ด้าน คือ บุคลากร การดำเนินการทางการตลาด การกระจายสินค้า และผลิตภัณฑ์ และการผลิต และมิติของภาค ประชาชน มี 2 ด้าน คือ ด้านการตระหนักรู้ และด้านการร่วมมือ ผลต่อภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาชน ค้นพบว่า มีผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ หากแต่พบปัญหาในทุกมิติเช่นกัน และด้านแนวทางและความน่าจะเป็นใน การปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง ค้นพบว่า ควรลดข้อจำกัดต่าง ๆ ของมาตรการลงและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงมาตรการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษา โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีเก็บข้อมูล
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ค้าที่ได้ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งในตลาดนัดหัวมุม (Huamum Night Market) แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 79 ร้านค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้จากการใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากร โดยใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane (พรพรรณ รัตนตรัยวงศ์, 2553) ซึ่งกำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% หรือ 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนค่าในสมการ

$$n = \frac{99}{1+99(0.05)^2}$$

$$\approx 79$$

ดังนั้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 79 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาจัดทำขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าที่ขาย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบ Likert Scale ในส่วนของระดับความพึงพอใจได้กำหนดน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกสำหรับแบบสอบถามมี 5 ระดับ ดังนี้

พอใจน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนักเท่ากับ	1
พอใจน้อย	ให้ค่าน้ำหนักเท่ากับ	2
พอใจปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนักเท่ากับ	3
พอใจมาก	ให้ค่าน้ำหนักเท่ากับ	4
พอใจมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนักเท่ากับ	5

เกณฑ์การแบ่งช่วงระดับคะแนนด้วยวิธีการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น} \\ &= (\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})/\text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จึงแบ่งระดับคะแนนจากแบบสอบถามที่วัดได้ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

พอใจน้อยที่สุด	ได้แก่	คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80
พอใจน้อย	ได้แก่	คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60
พอใจปานกลาง	ได้แก่	คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40

พอใจมาก	ได้แก่	คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20
พอใจมากที่สุด	ได้แก่	คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00

ตอนที่ 3 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เก็บข้อมูลในรูปแบบเชิงปริมาณมี 2 ลักษณะ ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ การเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยขอความร่วมมือจากทางผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม เพื่อแจกแบบสอบถามให้ผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อในการตอบแบบสอบถาม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 79 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารรายงานและข้อมูลที่รวบรวมได้จากหน่วยงานราชการและเอกชนและข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นจะประกอบไปด้วย 4 ชั้น ดังนี้

ชั้นที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อมูลให้ได้ลักษณะของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ค้าที่เข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย

ชั้นที่ 2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าที่ขาย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้น : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานครโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบ Likert Scale ในส่วนของระดับความพึงพอใจได้กำหนดน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกสำหรับแบบสอบถามมี 5 ระดับ

ตอนที่ 3 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ค้าได้แสดงความคิดเห็น

ชั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแจกให้กับกลุ่มผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ที่กำหนดไว้ โดยขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม และแจ้งวัตถุประสงค์ในการทำการศึกษานี้ แล้วจึงนำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อทำการทดสอบเครื่องมือที่สร้างขึ้น เพื่อสร้างคุณภาพของแบบสอบถาม โดยวิธีการทดสอบความเชื่อมั่น โดยวัดค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ให้ได้ค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Sekaran, 2003,

หน้า 311) แสดงว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสามารถนำแบบสอบถามนั้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

ขั้นที่ 4 สรุปผล อภิปรายผล ให้ข้อเสนอแนะและเขียนรายงานการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.2 สถิติเชิงพรรณนา เพื่อจัดเป็นหมวดหมู่จะได้ทราบลักษณะพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.5.3 การทดสอบสมมติฐาน เป็นการวิเคราะห์แบบ T-Test หรือ F - Test เนื่องจากแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบนามบัญญัติ และมาตรวัดแบบ Ordinal Scale กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ไว้ที่ระดับ 0.05

3.5.4 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อเสนอแนะใช้การแจกแจงความถี่ และนำเสนอโดยการพรรณนา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษานำเสนอตามลำดับชั้น ดังต่อไปนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	กลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เฉลี่ย (Arithmetic Mean)
T	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t – test
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F – test
Df	แทน	ระดับความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
Sig.	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
P-Value	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (ระดับนัยสำคัญ) (Probability Value)

4.2 ลำดับชั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละของเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ของเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	30	37.97
1.2 หญิง	49	62.03
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 20 ปี	2	2.53
2.2 20 - 30 ปี	19	24.05
2.3 31 - 40 ปี	32	40.51
2.4 41 ขึ้นไป	26	32.91
3. ระดับการศึกษา		
3.1 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	6	7.59
3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	16	20.25
3.3 อนุปริญญา/ปวส.	17	21.52
3.4 ปริญญาตรีขึ้นไป	40	50.63

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
4. ประเภทสินค้าที่ขาย		
4.1 อาหาร เครื่องดื่ม	25	31.65
4.2 เสื้อผ้า/รองเท้า	27	34.18
4.3 ของใช้เบ็ดเตล็ด/กีฬช้อป	14	17.72
4.4 อื่น ๆ	13	16.46
รวม	79	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 79 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 62.03 และเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.97 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 40.51 รองลงมาคืออายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 32.91 รองลงมาคืออายุ 20 – 30 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 24.05 และมีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.53 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 50.63 รองลงมาคือระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.52 รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.59 ประเภทของสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้า/รองเท้า จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 34.18 รองลงมาคืออาหาร เครื่องดื่ม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.65 รองลงมาคือของใช้เบ็ดเตล็ด/กีฬช้อป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.72 และอื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.46

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน 4 ด้าน

n = 79

ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านบุคลากร	4.28	0.76	มากที่สุด
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนการบริการ	3.96	0.86	มาก
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.92	0.90	มาก
4. ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	0.76	มาก
รวม	4.07	0.82	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.28$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาด้านกระบวนการขั้นตอนการบริการ ($\bar{X} = 3.96$) และด้านสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.92$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านบุคลากร

n = 79

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ	4.20	0.76	มาก
2. เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี	4.30	0.74	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีความตั้งใจในการให้บริการ	4.37	0.75	มากที่สุด
4. เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้บริการได้รวดเร็ว	4.25	0.82	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	4.28	0.73	มากที่สุด
รวม	4.28	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีความตั้งใจในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมาเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.28$) และเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้บริการได้รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.25$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.20$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ :
 กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว
 กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ

n = 79

ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความหลากหลายของช่องทางการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย	3.89	0.85	มาก
2. ขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทยมีความ ชัดเจน ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก	4.05	0.82	มาก
3. ขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทยสะดวก และ รวดเร็ว	3.95	0.88	มาก
4. ธนาคารกรุงไทยมีผู้รับความคิดเห็น หรือ มีแบบฟอร์ม การแจ้งประเมินการบริการที่สะดวกและง่ายต่อการ รับแจ้ง	3.73	0.94	มาก
5. ธนาคารกรุงไทยมีการแจ้งลำดับขั้นตอน และ ระยะเวลาการแจ้งผลการอนุมัติที่แน่นอน	4.19	0.80	มาก
รวม	3.96	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 5 ข้อ คือ ธนาคารกรุงไทยมีการแจ้งลำดับขั้นตอน และระยะเวลาการแจ้งผลการอนุมัติที่แน่นอน ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทยมีความชัดเจน ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทยสะดวก และรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมาความหลากหลายของช่องทางการให้บริการของธนาคารกรุงไทย ($\bar{X} = 3.89$) และธนาคารกรุงไทยมีผู้รับความคิดเห็น หรือ มีแบบฟอร์มการแจ้งประเมินการบริการที่สะดวกและง่ายต่อการรับแจ้ง ($\bar{X} = 3.73$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านสถานที่ให้บริการ

n = 79

ด้านสถานที่ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. จำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยมีความเพียงพอในการให้บริการ	3.87	0.97	มาก
2. ธนาคารกรุงไทยสาขาที่ไปใช้บริการมีพื้นที่รองรับการให้บริการที่เพียงพอ	3.89	0.93	มาก
3. สถานที่ตั้งของธนาคารกรุงไทยมองเห็นได้ชัดเจนและเดินทางได้สะดวก	4.09	0.80	มาก
4. ธนาคารกรุงไทยมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอต่อการให้บริการ	3.84	0.90	มาก
รวม	3.92	0.90	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ให้บริการ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ สถานที่ตั้งของธนาคารกรุงไทยมองเห็นได้ชัดเจน และเดินทางได้สะดวก ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาธนาคารกรุงไทยสาขาที่ไปใช้บริการมีพื้นที่รองรับการให้บริการที่เพียงพอ ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยมีความเพียงพอในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.87$) และธนาคารกรุงไทยมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 3.84$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายข้อ ด้านผลิตภัณฑ์

n = 79

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. โครงการคนละครึ่งสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าเข้าร่วมโครงการ	4.59	0.65	มากที่สุด
2. การใช้งานแอปพลิเคชัน“ถุงเงิน”มีขั้นตอนการใช้งานง่ายสะดวก	4.20	0.79	มาก
3. ระบบแอปพลิเคชัน“ถุงเงิน” มีความเสถียร ใช้งานไม่ติดขัด	3.57	0.87	มาก
4. การสรุปยอดเงินของแอปพลิเคชัน“ถุงเงิน”มีความถูกต้องและชัดเจน	4.03	0.75	มาก
5. การโอนเงินให้ผู้ค้าของภาครัฐ มีความถูกต้องและรวดเร็ว	4.14	0.76	มาก
รวม	4.11	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ โครงการคนละครึ่งสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าเข้าร่วมโครงการ ($\bar{X} = 4.59$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ การใช้งานแอปพลิเคชัน“ถุงเงิน”มีขั้นตอนการใช้งานง่ายสะดวก ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาการโอนเงินให้ผู้ค้าของภาครัฐ มีความถูกต้องและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาการสรุปยอดเงินของแอปพลิเคชัน“ถุงเงิน”มีความถูกต้องและชัดเจน ($\bar{X} = 4.03$) และระบบแอปพลิเคชัน“ถุงเงิน” มีความเสถียร ใช้งานไม่ติดขัด ($\bar{X} = 3.57$)

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

n = 79

ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	เพศ				t	P-value
	ชาย (n = 30)		หญิง (n = 49)			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านบุคลากร	4.30	0.84	4.29	0.65	0.09	0.93
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนการบริการ	3.77	0.90	4.06	0.66	-1.56	0.13
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.93	0.87	4.10	0.68	-0.96	0.34
4. ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	0.71	4.14	0.71	-0.28	0.78
รวม	4.03	0.83	4.15	0.68	-0.68	0.55

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ :
 กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว
 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

n = 79					
แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.09	3	0.70	1.68	0.18
ภายในกลุ่ม	31.25	75	0.42		
รวม	33.34	78			

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา
 โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว
 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

n = 79					
แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	0.23	3	0.08	0.17	0.92
ภายในกลุ่ม	33.12	75	0.44		
รวม	33.35	78			

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ :
กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ขาย

n = 79					
แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3.27	3	1.09	2.12	0.06
ภายในกลุ่ม	30.07	75	0.40		
รวม	33.34	78			

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ขาย พบว่า โดยรวมความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.11 ความถี่ของข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร		จำนวนความถี่ (คน)
การรับชำระเงิน ควรมีคิวอาร์โค้ดอันเดียว เพื่อความสะดวกของลูกค้า		3
ระบบควรจะมีความสะดวกสบายกว่านี้		10
อยากให้มีการต่อเนื่องไปอีก		8

จากตารางที่ 4.11 พบว่าข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร เรียงลำดับความถี่จากมากไปน้อย คือ ระบบควรจะมีชื่อเสียงมากกว่านี้ (จำนวน 10 คน) อยากให้มีโครงการต่อเนื่องไปอีก (จำนวน 8 คน) และการรับชำระเงิน ควรมีคิวอาร์โค้ดอันเดียว เพื่อความสะดวกของลูกค้า (จำนวน 3 คน)

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
เพศ	0.55	-	✓
อายุ	0.18	-	✓
ระดับการศึกษา	0.92	-	✓
ประเภทของสินค้าที่ขาย	0.06	-	✓

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของโครงการคนละครึ่งโดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ รวมถึงเพื่อนำผลจากการวิจัยมาเป็นข้อมูล ข้อเสนอแนะในการอ้างอิง ซึ่งจะนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการออกนโยบายให้ ตรงตามความต้องการของประชาชนมากขึ้น

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ได้อาศัยวิธีการคำนวณของ Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 79 คน จากประชากร คือ ผู้ค้าที่ลงทะเบียนในโครงการคนละครึ่งเท่านั้น ซึ่งมีจำนวน 79 คน จาก กลุ่มผู้ค้าทั้งหมด 279 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษาได้แก่การแจกแจงความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ (Independent - Sample T-Test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ ((One Way ANOVA) (F-test)) และการทดสอบ ความสัมพันธ์ด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ของการศึกษา ได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผล
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 79 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 62.03 และเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.97 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 40.51 รองลงมาคืออายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 32.91 รองลงมาคืออายุ 20 – 30 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 24.05 และมีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.53 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 50.63 รองลงมาคือระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.52 รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.59 ประเภทของสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้า/รองเท้า จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 34.18 รองลงมาคืออาหาร เครื่องดื่ม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.65 รองลงมาคือใช้เบ็ดเตล็ด/กิ๊พซ้อป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.72 และอื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.46

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านบุคลากร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านกระบวนการขั้นตอนการบริการ และด้านสถานที่ให้บริการ และสามารถสรุปผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านบุคลากร พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีความตั้งใจในการให้บริการ รองลงมาเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี รองลงมาเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้บริการได้รวดเร็ว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ

ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 5 ข้อ คือ ธนาคารกรุงไทยมีการแจ้งลำดับขั้นตอน และระยะเวลาการแจ้งผลการอนุมัติที่แน่นอน รองลงมาขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทยมีความชัดเจน ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก รองลงมาขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทยสะดวก และรวดเร็ว รองลงมาความหลากหลายของช่องทางการให้บริการของธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงไทยมีตู้รับความคิดเห็น หรือ มีแบบฟอร์มการแจ้งประเมินการบริการที่สะดวกและง่ายต่อการรับแจ้ง

ด้านสถานที่ให้บริการ พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ สถานที่ตั้งของธนาคารกรุงไทยมองเห็นได้ชัดเจน และเดินทางได้สะดวก รองลงมาธนาคารกรุงไทยสาขาที่ไปใช้บริการมีพื้นที่รองรับการให้บริการที่เพียงพอ รองลงมาจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยมีความเพียงพอในการให้บริการ และธนาคารกรุงไทยมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอต่อการให้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ โครงการคนละครึ่งสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าเข้าร่วมโครงการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ คือ การใช้งานแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีขั้นตอนการใช้งานง่ายสะดวก รองลงมาการโอนเงินให้ผู้ค้าของภาครัฐ มีความถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมาการสรุปยอดเงินของแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีความถูกต้องและชัดเจน และระบบแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีความเสถียร ใช้งานไม่ติดขัด

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย ได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

ผู้ค้า ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ค้า ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ค้า ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ค้า ที่มีประเภทของสินค้าที่ขายแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้ ระบบควรจะมีประสิทธิภาพมากกว่านี้ อยากรให้มีโครงการต่อเนื่องไปอีก และการรับชำระเงินควรมีคิวอาร์โค้ดอันเดียว เพื่อความสะดวกของลูกค้า

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 จากการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร มีประเด็นอภิปราย ดังนี้

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านบุคลากร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านกระบวนการขั้นตอนการบริการ และด้านสถานที่ให้บริการ

ทั้งนี้อาจเนื่องจากปัจจุบันนี้ประชาชนนิยมซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้นทุกวันอีกทั้งมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่จะช่วยเหลือแบ่งเบาภาระของประชาชนและยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ประชาชนเข้าถึงและสามารถใช้จ่ายได้อย่างหลากหลายส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ สอดคล้องกับ งานวิจัยของจุฑารัตน์ จันจินดา (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อ

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก แนวคิดดัชนีชี้วัดความพึงพอใจ ACSI โดยมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 400 คน จากผู้บริโภคที่ใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบริการของร้านกาแฟสตาร์บัคส์สูงกว่าร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ และการรับรู้คุณค่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติผล ดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า ลูกค้ำที่มีความจงรักภักดีจะให้ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจเพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงบริการ

ในการนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยรายด้าน ดังนี้

5.2.1.1 ด้านบุคลากร

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีความตั้งใจในการให้บริการ แต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี ให้บริการได้รวดเร็ว และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรพันธ์ ธีรสังจรรย์ (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช้อป ใช้ในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช้อป ใช้ที่ได้ดำเนิน นโยบายแล้วในประเทศไทย และเพื่อศึกษาผลการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช้อป ใช้ต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และเพื่อศึกษาแนวทางและความน่าจะเป็นในการปรับการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยข้อมูลที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง และการเก็บรวบรวมการ สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบที่ได้ดำเนินนโยบายแล้ว ประกอบด้วย มิติของภาครัฐ มี 5 ด้าน คือ ด้าน โครงสร้าง ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านสถานที่ และด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ มิติของภาคเอกชน มี 4 ด้าน คือ บุคลากร การดำเนินการทางการตลาด การกระจายสินค้า และผลิตภัณฑ์และการผลิต และมิติของภาค ประชาชน มี 2 ด้าน คือ ด้านการตระหนักรู้ และด้านการร่วมมือ ผลต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ค้นพบว่า มีผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ หากแต่พบปัญหาในทุกมิติเช่นกัน และด้านแนวทางและความน่าจะเป็นใน การปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ

ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง ค้นพบว่า ควรลดข้อจำกัดต่างๆ ของมาตรการลงและเพิ่ม การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงมาตรการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.1.2 ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ธนาคารกรุงไทยมีการแจ้งลำดับขั้นตอน และ ระยะเวลาการแจ้งผลการอนุมัติที่แน่นอน ขั้นตอนการให้บริการมีความชัดเจน ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว มีความหลากหลายของช่องทางการให้บริการ และมีผู้รับความคิดเห็น หรือ มีแบบฟอร์มการแจ้งประเมินการบริการที่สะดวกและง่ายต่อการรับแจ้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรา เจริญภูมิ (2546) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของ ร้านค้าปลีก ดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีก ดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ในด้านทำเลที่ตั้ง ด้านคุณภาพบริการ ด้านความเสี่ยง ด้านความเพลิดเพลินในการซื้อ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านความพึงพอใจในการซื้อ และ ด้านความตั้งใจซื้อในอนาคต และสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของร้านค้าปลีก ดั้งเดิม ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผสมกับเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมาย เจ้าของร้านค้าปลีก ดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภครับรู้ปัจจัยด้านทำเล ที่ตั้ง ด้านคุณภาพบริการ ด้านความเสี่ยง ด้านความเพลิดเพลินในการซื้อ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านความพึงพอใจในการซื้อ และด้านความตั้งใจซื้อในอนาคตในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านความ คุ้มค่าเงิน ความเพลิดเพลินในการซื้อ และความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความ พึงพอใจในการซื้อ และความ พึงพอใจในการซื้อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคต จากการวิจัยยังพบว่า ความเพลิดเพลินในการ ซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดจากการได้มาพบปะสังสรรค์และทำกิจกรรมร่วมกันที่ร้านค้าปลีกดั้งเดิม

5.2.1.3 ด้านสถานที่ให้บริการ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานที่ตั้งของธนาคารกรุงไทยมองเห็นได้ชัดเจน และเดินทางได้สะดวก สาขาที่ไปใช้บริการมีพื้นที่รองรับการให้บริการที่เพียงพอ จำนวนสาขาของ ธนาคารกรุงไทยมีความเพียงพอในการให้บริการ และธนาคารกรุงไทยมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอต่อการ

ให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อับดุลฟัตตะห์ มุซออด และคณะ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดต้องชมแลผาหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งงานวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดต้องชมแลผาหน้าถ้ำ และเพื่อ ศึกษาถึงข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการให้บริการตลาดต้องชมแลผาหน้าถ้ำ กลุ่มตัวอย่างคือจำนวน นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 300 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม ด้านค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมโดยรวม ส่วนข้อเสนอแนะนักท่องเที่ยวให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงพื้นที่จอดรถให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ควรปรับปรุงห้องน้ำให้สะอาดและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ควรมีถังขยะตั้งอยู่แต่ละจุดและแยกประเภทขยะที่ชัดเจน ร้านค้าควรแต่งกายให้ถูกสุขลักษณะโดยมีการใส่หน้ากากป้องกันและมิดผมให้เรียบร้อย ด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบควรจัดให้มี สถานที่พักผ่อนและที่นั่งสำหรับประทานอาหาร และควรให้มีการขายของบนเรือเพื่อให้เห็นวิถีชีวิตของตลาดน้ำ

5.2.1.4 ด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก โครงการคนละครึ่งสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าเข้าร่วมโครงการ มีความ การใช้งานแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีขั้นตอนการใช้งานง่ายสะดวก การโอนเงินให้ผู้ค้าของภาครัฐ มีความถูกต้องและรวดเร็ว การสกรูยยอดเงินของแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีความถูกต้องและชัดเจน และระบบแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีความเสถียร ใช้งานไม่ติดขัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยารัตน์ ว่องวานิช (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องระดับความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภคตลาดนัดกลางคืนของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดนัดกลางคืนอินดี้ ดาวคะนอง ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดนัดกลางคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดนัดกลางคืนอินดี้ ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยทำการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ด้านประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว ตลาดนัดกลางคืน อินดี้ ดาวคะนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรีมีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ 10,000 บาท หรือ ต่ำกว่า และ ในด้านพฤติกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว ตลาดนัดกลางคืน อินดี้ ดาวคะนอง ส่วนใหญ่เคยเดินทางมามากกว่า 4 ครั้ง มีเหตุผลในการเดินทางคือสะดวกในการเดินทางมีผู้ร่วมเดินทางคือ เพื่อน มีจุดประสงค์ในการเดินทาง

คือ มารับประทานอาหาร มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 101-300 บาท สินค้าและบริการที่ใช้คือ โชนเดินท์ อาหาร และมีระยะเวลาที่ใช้ในตลาดนัดกลางคืน อินดี้ ดาวคะนอง คือตั้งแต่ 2 ชั่วโมง ถึง 3 ชั่วโมง และในด้านความพึงพอใจต่อส่วนผสมด้านการตลาดของผู้บริโภค (7Cs) พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (Mean= 3.7134) ในด้านความต้องการของผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.8642) ในด้านความเหมาะสมด้านราคา พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.7663) ในด้านช่องทาง/สถานที่ ในการซื้อ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.9319) ในด้านการสื่อสาร/น าเสนอ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง (Mean=3.1795) ในด้านกิริยา,มารยาท ของพนักงานและผู้ค้า พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.7563) ในด้านความสะดวกสบายพบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.6406) และ ในด้านความสมบูรณ์ และ ความต่อเนื่องในการประสานงานพบว่าความพึง พ้อใจอยู่ในระดับ มาก (Mean=3.8550) และเมื่อท ำการทดสอบสมมุติฐานพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภค (7Cs) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ ในด้านพฤติกรรมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเหตุผลผู้ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภค (7Cs) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.2.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทของสินค้าที่ขาย อภิปรายผลได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ผู้ค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้น เศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

พบว่า ผู้ค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ไม่ว่าจะเป็นเพศ ชายหรือเพศหญิงนั้นก็ต่างขายของในสภาพแวดล้อมเดียวกัน ที่เดียวกันจึงมีความพึงพอใจที่ไม่ แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของชิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์ (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอน กลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เพื่อช่วยให้เข้าใจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาด นัดตอนกลางคืน และสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไป

เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ของกิจการได้ เพื่อให้ทันกระแสนิยมและตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้มากขึ้น ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอน กลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร มี 6 ปัจจัย เรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยผลิตภัณฑ์ ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันในระหว่างผู้ที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาด นัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มที่จะ ไปใช้บริการน้อยกว่าคนที่อายุน้อยกว่า และผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทกับผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000-25,000 บาท มีแนวโน้มที่จะไปใช้บริการตลาดนัดตอน กลางคืนมากกว่ากลุ่มอื่น

สมมุติฐานที่ 2 ผู้ค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

พบว่า ผู้ค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ค้าจะอายุเท่าไรก็สามารถเข้าถึงโครงการได้ จึงมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นสมุล บุณนาค (2559) ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ได้แก่ สินค้า ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย พนักงานขาย บรรยากาศภายในร้านและการบริการ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกดั้งเดิม(โชว์ห่วย) โดยเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะเขตกรุงเทพฯฝั่งตะวันออก ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และเพศหญิง 239 คนคิดเป็นร้อยละ 59.8 มีอายุอยู่ในช่วง 15-20 ปี มากที่สุดจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 โดย ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษาจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และมีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และส่วนใหญ่จะพักอาศัยอยู่ในเขตปริมณฑลมากที่สุดจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก

ดั้งเดิม (โชว์ห่วย) มากที่สุดจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 จะใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ใน 1 สัปดาห์ มากกว่า 6 ครั้ง มาก ที่สุดจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และนิยมซื้อขนมคบเคี้ยวมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจในการใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) มากที่สุดจำนวน 339 คน คิดเป็น ร้อยละ 84.8 เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) นั้น จะพิจารณาที่ทำเลที่ตั้งของร้าน ใกล้ที่บ้านและที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใน การใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยทางตลาดในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ในด้านสินค้ามากที่สุด โดย มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.7985 ถือว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาด เฉพาะแค่ทางด้านพนักงานขายเท่านั้น โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญ อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะด้าน ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และพนักงานขาย โดยมีช่วงอายุที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 ช่วงอายุที่ 15-20 ปี กับ 31-40 ปี คู่ที่ 2 คือ ช่วงอายุที่ 21-25 ปี กับ 31-40 ปี และ 41-50 ปี ส่วนด้านสินค้าและการบริการไม่มีผลต่ออายุที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 รายได้มีผลต่อความพึงพอใจปัจจัยทางการตลาดโดยเฉพาะในด้านราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และพนักงานขาย โดยมีช่วงรายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 มีรายได้น้อยกว่า 7,000 บาท กับ 17,001-22,000 บาท และ 22,001-30,000 บาท คู่ที่ 2 ได้แก่ 7,001-12,000 บาท กับ 12,001-17,000 บาท และ 17,001-22,000 บาท ส่วนด้านสินค้าและการบริการไม่มีนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้ค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

พบว่า ผู้ค้า ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเนื่องมาจากว่า ผู้ค้าในตลาดนัดหัวมุมไม่ว่าจะอยู่ในระดับการศึกษาใด ก็ต่างมีบริบทในการค้าขายที่เหมือนกัน เข้าถึงโครงการได้อย่างเท่าเทียมกันจึงมีความพึงพอใจที่ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของมริษา ไกรงู (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทางกรณีศึกษา : สายกรุงเทพ- เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73) ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน

ผู้โดยสารที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน ผู้โดยสารที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางไม่ต่างกัน ผู้โดยสารที่มีระยะเวลาที่รอใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 ผู้ค้าที่มีประเภทของสินค้าที่ขายแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

พบว่า ผู้ค้า ที่มีประเภทของสินค้าที่ขายแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ไม่ว่าผู้ค้าจะขายของประเภทใดก็ตามเข้าถึงโครงการได้เท่าเทียมกัน ทำให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญดี ศรีไพโรจน์ และ ละเอียด ศิลาณ้อย (2558) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค : กรณีศึกษาตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง” มีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 384 คน และมีค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample T-test และ One Way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในปัจจุบันประสมทางการตลาดต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เพศ ระดับการศึกษา ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

1. ด้านสถานที่ให้บริการ ธนาคารบางสาขาควรเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการเข้าใช้บริการของประชาชนให้เข้าถึงได้อย่างสะดวกและเสมอภาค เช่น พื้นที่สำหรับจอดรถควรเพียงพอต่อผู้เข้ารับบริการ

2. ควรปรับปรุงระบบในการให้บริการให้มีคุณภาพมากขึ้น

3. ควรมีโครงการต่อเนื่องไปอีก เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้

4. ควรปรับปรุงในเรื่องของการรับชำระเงิน ให้มีความสะดวกคล้ายกับระบบโอนเงินแบบพร้อมเพย์

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษา ดังนี้

1. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจโครงการอื่น ๆ ของภาครัฐ

2. ควรทำการวิจัยพิจารณาตัวแปรอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ

บรรณานุกรม

- กระทรวงการคลัง.(2563). **ความเห็นต่อโครงการคนละครึ่ง แลกของขวัญกระทรวงการคลังฉบับ146.** สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2563, จากเว็บไซต์ : <http://www.fpo.go.th/main//News/Press-conference/13730.aspx>
- _____ . (2563). **โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และโครงการคนละครึ่ง แลกของขวัญกระทรวงการคลังฉบับ104.** สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2563, จากเว็บไซต์ : <http://www.fpo.go.th/main/News/Press-conference/13487.aspx>
- _____ . (2563). **โครงการคนละครึ่ง 3 วันแรกมียอดใช้จ่ายรวมกว่า 500 ล้านบาท แลกของขวัญกระทรวงการคลังฉบับ116.** สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2563, จากเว็บไซต์ : <http://www.fpo.go.th/main/News/Press-conference/13598.aspx>
- กัลยารัตน์ ว่องวานิช (2560). **ความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภคตลาดนัดกลางคืนของ นักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดนัดกลางคืนอินดี้ดาวคะนอง.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.**
- ขวัญดี ศรีไพโรจน์ และ ละเอียต ศิลาน้อย (2558) .**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค : กรณีศึกษาตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง.** มหาวิทยาลัยตาปี.
- คณิต ดวงหส์ดี (2537). **สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้น ประทวนในเขตเมืองและเขตชนบทของจังหวัดขอนแก่น.** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชรีณี เดชจินดา. (2535). **ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์ มหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์ (2558) .**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืนในเขตกรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- ชี้ช่องรวย. (2558). **ตลาดนัดหัวมุม Market & More.** สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2563, จากเว็บไซต์ : <https://cheechongruay.smartsme.co.th/content/4990>

บรรณานุกรม

- ชื่นสุมล บุณนาค (2559). ความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชว์ห่วย) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพุฒิพงษ์. (2541). *การกำหนดและวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้*. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช
- บังอร ผงผ่าน. (2538). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการของโรงพยาบาลก้นทรลักษณ์จังหวัดศรีสะเกษ*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม.(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- บุญเรียง ขจรศิลป์.(2539). *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: พิสิกส์เซนเตอร์การพิมพ์.
- ประทุม ฤกษ์กลาง พิชราภรณ์ เอี่ยมสุทธา และพีรยา หาญพงศ์พันธ์.2541. *การวางแผนการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:แผนกตำราและคำสอนมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประเวศ วะสี. (2541). *บนเส้นทางใหม่การส่งเสริมสุขภาพ อภิวัดน์ชีวิตแลสังคม*. หมอชาวบ้าน. กรุงเทพฯ.
- พรพรรณ รัตนตรัยวงศ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภนิดา ชัยปัญญา. *แนวคิดความพึงพอใจ*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541.
- มริษา ไกรจู (2552) .*ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทางกรณีศึกษา : สายกรุงเทพ- เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73)*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.
- ศุภชัย ยาวะประภาช. (2548). *นโยบายสาธารณะ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภรา เจริญภูมิ (2546) .*ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของ ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมบัติ ธารงธัญวงศ์. (2545). *นโยบายสาธารณะ แนวความคิด การวิเคราะห์ และกระบวนการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : เสมาธรรม.

บรรณานุกรม

- สุรพันธ์ อีร์สัจจามันท์ (2563) .การศึกษาการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ซ้อป ใช้ในประเทศไทย.
วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือน
กรกฎาคม – ธันวาคม 2563
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาการบริการ (Service
Psychology Comprehension Strategies and Trend)*. กรุงเทพฯ: เพรส
แอนด์ ดีไซน์.
- อัปเดตพิตตะห์ มูซอด และคณะ (2561). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดต้องชมแลผา
หน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.*

BIBLIOGRAPHY

- Anderson, James E. (1975). *Public Policy Making*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Berman, P. and McLaughlin, M.W. (1978). *Federal Programs Supporting Educational Change, vol.VIII: Implementing and Sustaining Innovation*. Santa Monica, CA: Rand.
- Dye, Thomas R. (1978). *Understanding Public Policy* (3rd ed). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Easton, David. (1971). *The Political System: An Inquiry into the State of Political Science* (2nd ed). New York: Knopf.
- Edwards, George C. (1980). *Implementing Public Policy*. Washington, D.C. : Congressional Quarterly Press.
- Freud, Sigmund. (1947). *An outline of Psychoanalysis*. New York : W.W. Norton & Co.
- MUT Journal of Business Administration ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2559)
- Jacoby, H. and Steinbruner, I. S.. (1973). *Cleaning the Air*. Cambridge, MA : Ballinger.
- Donald S. Van Meter & Carl E. Van Horn, “The Policy Implementation Process : A Conceptual Framework”, *Administration and Society*, Vol. 6 No.4 (February 1975)
- Kotler, Phillip and Armstrong. (2002). *Principle of Marketing*. USA: Prentice-Hall.
- Likert, Rensis. (1967). “The Method of Constructing and Attitude Scale”. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Maslow, Abraham M. 1954. *Motivation and Personality*. New York : Harper and Row.
- Meter, V. D. S., & Horn, V. C. E. (1975). *The policy implementation process: a conceptual framework*. *Administration and Society*, 6(4), 445-488.
- Murphy, J. T.. (1971). “Title I of ESEA” *Harvard Education Review* 41(-). pp. 36-67.
- Vepa, Ram K. (1974, April-June). “Implementation : The Problem of Achieving Result” *The Indian Journal of Public Administration* xx (2). p. 257.

BIBLIOGRAPHY

- Pressman, Jeffrey L. and Wildavsky, Aaron. (1979). *Implementation* (2nd ed.). Berkeley, California : University of California Press.
- Sabatier, Paul and Mazmanian, Daniel. (1980). "A Multivariate Model of Public Making" *American Journal of Political Science* 24(-). pp. 439-468.
- Schermerhorn, J. (1984). *Management for Productivity*. New York : John Wiley and Sons.
- Shelly, Maynard W. (1975). *Responding to Social Chang*. Pennsylvania : Dowder, Hutchison Press. Powell, D. H. (1983). *Understanding Human Adjustment: Normal Adaptation through the Life Cycle*. Boston: Little Brown.
- Weatherly, R. and Lipsky, M.. (1977). "Street Level Bureaucrats and Institutional Innovation : Implementing Special-Education Reform" *Harvard Education Review* 47 (-). pp. 171- 197.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งของผู้ค้า
ตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง:

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน กรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ
ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้น : กรณีศึกษา
โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
ตอนที่ 3 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเขียนตอบในช่องว่างหน้าข้อความที่เป็นจริง

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. น้อยกว่า 20 ปี () 3. 31 - 40 ปี
() 2. 20 - 30 ปี () 4. 41 ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า () 3. อนุปริญญา/ปวส.
() 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. () 4. ปริญญาตรีขึ้นไป

4. ประเภทสินค้าที่ขาย

- () 1. อาหาร เครื่องดื่ม () 3. ของใช้เบ็ดเตล็ด/กิ๊ฟช้อป
() 2. เสื้อผ้า/รองเท้า () 4. อื่นๆ(ระบุ).....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้น : กรณีศึกษาโครงการ
คนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: 1. โปรดอ่านข้อความในแบบสอบถามโดยละเอียดก่อนตอบคำถาม

2. ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เลือก

3. ระดับความพึงพอใจ

ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้น : โครงการ คนละครึ่งของผู้ค้า ตลาดนัดหัวมุมแขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : โครงการคนละครึ่งของผู้ค้าตลาดนัดหัวมุม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 4 ด้านต่อไปนี้ในระดับใด					
1. ด้านบุคลากร					
1.1 เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ					
1.2 เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี					
1.3 เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยมีความตั้งใจในการ ให้บริการ					
1.4 เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้บริการได้รวดเร็ว					
1.5 เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยให้คำแนะนำและ ตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี					
2. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ					
2.1 ความหลากหลายของช่องทางการให้บริการ ของธนาคารกรุงไทย					
2.2 ขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทยมี ความชัดเจน ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก					

ความพึงพอใจต่อมาตรการกระตุ้น : โครงการ คนละครึ่งของผู้ค้า ตลาดนัดหัวมุมแขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
2.3 ขั้นตอนการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สะดวก และรวดเร็ว					
2.4 ธนาคารกรุงไทยมีผู้รับความคิดเห็น หรือ มี แบบฟอร์มการแจ้งประเมินการบริการที่ สะดวกและง่ายต่อการรับแจ้ง					
2.5 ธนาคารกรุงไทยมีการแจ้งลำดับขั้นตอน และ ระยะเวลาการแจ้งผลการอนุมัติที่แน่นอน					
3. ด้านสถานที่ให้บริการ					
3.1 จำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยมีความ เพียงพอในการให้บริการ					
3.2 ธนาคารกรุงไทยสาขาที่ไปใช้บริการมีพื้นที่ รองรับการให้บริการที่เพียงพอ					
3.3 สถานที่ตั้งของธนาคารกรุงไทยมองเห็นได้ ชัดเจน และเดินทางได้สะดวก					
3.4 ธนาคารกรุงไทยมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอต่อ การให้บริการ					
4. ด้านผลิตภัณฑ์					
4.1 โครงการคนละครึ่งสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าเข้า ร่วมโครงการ					
4.2 การใช้งานแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีขั้นตอน การใช้งานง่าย สะดวก					
4.3 ระบบแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีความเสถียร ใช้งานไม่ติดขัด					
4.4 การสรุปยอดเงินของแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีความถูกต้องและชัดเจน					
4.5 การโอนเงินให้ผู้ค้าของภาครัฐ มีความถูกต้อง และรวดเร็ว					

ตอนที่ 3 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ข้อ	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1.1	68.60	112.593	.734	.943
1.2	68.47	114.120	.681	.944
1.3	68.43	113.702	.647	.944
1.4	68.73	113.995	.627	.944
1.5	68.57	112.737	.745	.943
2.1	68.73	109.926	.723	.943
2.2	68.57	113.151	.607	.945
2.3	68.90	110.645	.747	.942
2.4	69.17	112.282	.625	.945
2.5	68.67	112.506	.705	.943
3.1	69.20	108.028	.738	.943
3.2	69.00	111.724	.678	.944
3.3	68.90	109.541	.774	.942
3.4	68.93	111.099	.797	.942
4.1	68.13	117.430	.476	.947
4.2	68.50	115.362	.670	.944
4.3	68.80	115.614	.545	.946
4.4	68.67	114.782	.697	.944
4.5	68.63	116.033	.690	.944

Reliability Statistics

Cranach's Alpha	N of Items
.95	19

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวโชติกา แก้วคำปา
วัน/เดือน/ปีเกิด	01 เมษายน 2531
ประวัติการศึกษา	- ปี พ.ศ.2563 รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รป.ม) มหาวิทยาลัยศรีปทุม - ปี พ.ศ.2561 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ประสบการณ์การทำงาน	ปัจจุบัน บริษัท อคาเซีย อินเทอร์เน็ต จำกัด