COLA
COLLEGE OF LOCAL ADMINISTRATION, KHON KAEN UNIVERSITY

บทความฉบับเต็ม

งานประชุมวิชาการระดับชาติ
ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ
ภายใต้ ประเทศไทย 4.0

The 4th National Conference on Public Affairs Management
"Public Affairs Management Under Thailand 4.0"

ณ วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

4 สิงหาคม 2560

https://conference.kku.ac.th/cola/conference/r/pm2017
โทรศัพท์ 0-4320-3124 โทรสาร 0-4320-3875 E-mail: cola.conference@gmail.com

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาและคัดเลือกบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4

ตามที่วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีนโยบายในการนำผลงานวิจัยจากวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระระดับบัณฑิตศึกษา และผลงานทางวิชาการ ออกเผยแพร่สู่ชุมชนและสังคม เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงภายใต้การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) "การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0" (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) นั้น

เพื่อให้การดำเนินการพิจารณาบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) "การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0" (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) ในวันที่ 4 สิงหาคม 2560 โดยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ จึงแต่งตั้งให้บุคคลที่มีรายชื่อดังต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและคัดเลือกบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติดังกล่าว ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พีรสิทธิ์ คำนวณศิลป์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญนี แนรอท
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ชนะพล ศรีฤาชา
6. รองศาสตราจารย์ เวียงรัฐ เนติโพธิ์
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ พิทักษานุรัตน์
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ก้านจักร
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวัช ศรีโภคางกุล
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กตัญญู แก้วหานาม
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฎา ชูสุข
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศักดิ์สุริยา ไตรยราช
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี สัณฐิติวณิชย์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี อัตถาวร
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญาณ์ นักฟ้อน
16. ดร.สิริภาพรรณ ลี้ภัยเจริญ
17. ดร.ประเทือง ม่วงอ่อน
18. ดร.วิษณุ สุมิตสวรรค์
19. ดร.กฤชวรรธน์ โล่ห์วัชรินทร์
20. ดร.นคร เสรีรักษ์
21. ดร.อนุชา โสมาบุตร
22. ดร.ณรินทร์ เจริญทรัพยานนท์
23. ดร.ณรุจน์ วศินปิยมงคล
24. ดร.พัฒนพงษ์ โตภาคงาม
25. อาจารย์ณรงค์ เกียรติคุณวงศ์
26. อาจารย์ศิริศักดิ์ เหล่าจันขาม
27. อาจารย์อจิราภาส์ เพียรขุนทด

โดยให้คณะกรรมการดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบในการพิจารณาและคัดเลือกบทความในด้านต่างๆ สำหรับการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และให้คณะกรรมการมีอำนาจวินิจฉัย ตัดสินใจ และสั่งการใด ๆ ที่เกี่ยวกับการพิจารณาบทความในการจัดประชุมวิชาการดังกล่าว เพื่อเป็นเกียรติและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

คณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) "การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0" (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)

เพื่อให้การดำเนินงานในการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) "การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0" (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) ระหว่างวันที่ 4 สิงหาคม 2560 โดยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในข้อ 15(3) แห่งระเบียบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ว่าด้วยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2557 จึงแต่งตั้งบุคคลที่มีรายชื่อต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติดังกล่าว ประกอบด้วย

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ที่ปรึกษาและฝ่ายอำนวยการ	ฝ่ายวิชาการ	ฝ่ายเลขานุการและประสานงาน	ฝ่ายเตรียมเอกสาร	ฝ่ายต้อนรับ พิธีการ และประชาสัมพันธ์	ฝ่ายลงทะเบียนและประเมินผล	ฝ่ายการเงิน บัญชี และพัสดุ	ฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	ฝ่ายอาคารสถานที่และยานพาหนะ	คณะทำงานด้านเทคนิคและวิชาการ
1	รศ.ดร.พีรสิทธิ์ คำนวณศิลป์	✓									
2	รศ.ดร.ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ	☑	☑	✓				✓			
3	อาจารย์สุรเดช ทวีแสงสกุลไทย	✓						☑			
4	ดร.กฤชวรรธน์ โล่ห์วัชรินทร์	✱	✱	☑	☑						
5	รศ.ดร.เพ็ญณี แนรอท		✓								
6	อาจารย์ณรินทร์ เจริญทรัพยานนท์		✓				☑				
7	อาจารย์ณรงค์เดช มหาศิริกุล	✓	✓						☑	☑	☑
8	ดร.พัฒนพงษ์ โตภาคงาม	✓	✓								
9	อาจารย์ณรงค์ เกียรติคุณวงศ์	✓	✓								
10	ผศ.ดร.ศิวัช ศรีโภคางกูล		✓								
11	ดร.วิษณุ สุมิตสวรรค์		✓								
12	อาจารย์ ศิริศักดิ์ เหล่าจันขาม		✓			☑					
13	อาจารย์ อจิรภาส์ เพียรขุนทด		✓								
14	นายเฉลิมพงษ์ พงษ์ประชา			✱		✓					
15	นางสุภาวดี แก้วคำแสน			✓	✱	✓	✓				✓

หมายเหตุ: ☑ = ประธานกรรมการ ✓ = กรรมการ ✱ = กรรมการและเลขานุการ

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ที่ปรึกษาและฝ่ายอำนวยการ	ฝ่ายวิชาการ	ฝ่ายเลขานุการและประสานงาน	ฝ่ายเตรียมเอกสาร	ฝ่ายต้อนรับ พิธีการ และประชาสัมพันธ์	ฝ่ายลงทะเบียนและประเมินผล	ฝ่ายการเงิน บัญชี และพัสดุ	ฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	ฝ่ายอาคารสถานที่และยานพาหนะ	คณะทำงานฝ่ายอาหารและสวัสดิการ
16	นางสาวจิตรลัดดา แสนตา			✓	✓	✓					✓
17	นางสาวภาภรณ์ เรืองวิชา			✓	✓	✱					
18	นางสาวดวงฤดี แก้ววิศิษฏ์			✓		✓					
19	นางสาวพรพลอย หาวิชิต				✓						
20	นายอุเทน บัวแสง				✓		✱				
21	นางสาวเกวรี แสงสว่าง				✓	✓					
22	นางสาวนิตยา วิชาชัย					✓					
23	นางนันทนา สุทธิประภา					✓					✱
24	นางสาวภัคจิรา แสนใจ					✓	✓				
25	นางสาวณาตยา สีหานาม						✓				
26	นางนวลจันทร์ งามธุระ							✓			✓
27	นายพิพัฒน์ นาคาเกียรติภัทร์							✓	✓	✓	
28	นางปวีณา สุวรรณไตรย์							✱			
29	นายพีชานนท์ ระนาด								✓	✓	
30	นายณัฐพงษ์ วัฒนบุตร								✱		
31	นายพิสิทธิ์ ถำวาปี								✓	✱	
32	นายทวี เลพล								✓	✓	
33	นายวัชระ สิทธิ						✓			✓	
34	นายกลาง ดงกลาง									✓	
35	นายวราสันต์ นิ่มแก่น								✓	✓	
36	ทีมงานแม่บ้านวิทยาลัยฯ									✓	✓

หมายเหตุ: ☑ = ประธานกรรมการ ✓ = กรรมการ ✱ = กรรมการและเลขานุการ

โดยให้คณะกรรมการดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และให้คณะกรรมการ มีอำนาจในการวินิจฉัย ตัดสินใจ และสั่งการใด ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการดังกล่าว เพื่อเป็นเกียรติและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

ความไว้วางใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในระบบการค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน

Trust and purchasing behavior through products pass radio in the modern trade system of the senior citizen in Amphoe Chiangklang, Changwat Nan

ช่อผกา ขันนาค* และ พิทักษ์ ศิริวงศ์**
*นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
**รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงความไว้วางใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในระบบการค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตและจดบันทึก การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีปรากฏการณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่อำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน จำนวน 5 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความไว้วางใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุมาตั้งแต่อดีต เนื่องจากเป็นช่องทางการรับข่าวสารที่เข้าถึงผู้สูงอายุได้ง่าย ประกอบกับรายการวิทยุที่มีการค้าผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ได้จ้างคนในพื้นที่มาจัดดำเนินรายการวิทยุ เมื่อผู้สูงอายุเปิดฟังแล้วติดตามเป็นเวลานานจะเกิดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ซึ่งความไว้วางใจนั้นถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุของผู้สูงอายุ โดยพบว่าสินค้าที่ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ได้ให้ความสนใจ ได้แก่ สินค้าประเภทยาสมุนไพรที่ช่วยบำรุงร่างกายและรักษาโรคต่างๆ

Abstract

This qualitative research aims to study the trust and purchasing behavior through products pass radio in the modern trade system of the Senior citizen in Amphoe Chiangklang, Changwat Nan. This research was designed using a phenomenal method and the data were collected by in-depth interview, observations, note-taking, document analysis and the data analysis through 5 members at Amphoe Chiangklang, Changwat Nan.

The results of the study found the most of Senior citizen was due to the familiarity with using this kind of radio since the past. In addition to the radio programs that were commercialized through media outlets, when Senior citizen listen and follow for a long time, beliefs will eventually build trust and buy products. By the way, the trust was the important factor to the purchasing behavior through the radio. And this research found that Senior citizen attended to the herbal medicines products used to nourish the body and health.

คำสำคัญ : ความไว้วางใจ / ผู้สูงอายุ / สื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ

Key Words : Trust/Senior citizen/Radio

บทนำ

ปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์มีบทบาทและมีความสำคัญ ในการที่จะช่วยรายงานข่าวสาร กิจกรรม และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมไปถึงด้านการค้าเองก็ได้เล็งเห็นช่องทางในการขยายตลาดจากการประยุกต์ใช้สื่อประชาสัมพันธ์นี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจจึงเกิดการดำเนินธุรกิจโดย ผสมผสานระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์กับการจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถนำเสนอสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและในอีกไม่กี่ปีกลุ่มผู้สูงวัยจะเป็นประชากรที่มีจำนวนมากที่สุด แต่ดูเหมือนสังคมไทยจะยังไม่ได้เตรียมพร้อมสำหรับการดูแลคนกลุ่มนี้ การให้คนแก่อยู่บ้าน ดูทีวี จัดหาอาหารการกิน และดูแลสุขภาพอาจไม่เพียงพอ ในยุคที่สื่อใหม่เกิดขึ้นหลากหลายทีวีดาวเทียมผุดขึ้นนับร้อยช่อง วิทยุอีกนับพันสถานี การปล่อยให้ผู้สูงวัยใช้สื่อเหล่านี้เป็นเพื่อนต้องพิจารณาเลือกให้เหมาะสมเพราะผลเสียที่แฝงเร้นอยู่นั้นมีมาก (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, 2555) สำหรับวิทยุเป็นสื่อที่นิยมแพร่หลายตั้งแต่ในอดีตสามารถเข้าถึงได้ทุกครอบครัวเพราะมีราคาถูกซื้อหาได้ง่าย วิทยุจึงเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคมาก โดยภาพรวมของวิทยุมีการควบคุมอยู่ในเกณฑ์ดีปัญหาจะเกิดขึ้นเฉพาะวิทยุชุมชนที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ทุกวัน อวดอ้างถึงสรรพคุณที่เกินจริง ตรงนี้เมื่อผู้สูงอายุเปิดฟังแล้วติดตามเป็นเวลานานจะเกิดความเชื่อขึ้นอย่างไม่รู้ตัว ท้ายที่สุดก็จะทำให้เกิดความไว้วางใจและซื้อสินค้าขึ้น โดยความไว้วางใจนั้นถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความภักดีและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกันระหว่างความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า ในการสร้างความมั่นใจของลูกค้าและการส่งมอบคุณภาพการบริการนำไปสู่องค์กรที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นความไว้วางใจของลูกค้า (Ndubisi, 2007)

ดังนั้น จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมด เมื่อผู้บริโภคในวัยสูงอายุหันมาสนใจการซื้อสินค้าผ่านสื่อประเภทนี้มากขึ้น ท่ามกลางการขยายตัวของตลาดที่และระบบสารสนเทศที่ก้าวหน้าและพัฒนาต่อไปไม่รู้จบ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความไว้วางใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในระบบการค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทางเศรษฐกิจ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้สามารถนำเสนอสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์มากที่สุด พร้อมทั้งสามารถสร้างความไว้วางใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาความไว้วางใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน
2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง "ความไว้วางใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในระบบการค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน" เป็นวิจัยเชิงคุณภาพอาศัยแนวคิดและทัศนะจากปรัชญาปรากฏการณ์วิทยาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยมุ่งการตีความเพื่อความเข้าใจในความหมายของปรากฏการณ์ตามที่ผู้ได้ประสบ Wood & Haber, (2002) มีหลักการว่า การวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยาเป็นกระบวนการของการเรียนรู้ และทำความเข้าใจความหมายของประสบการณ์มนุษย์ ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลซึ่งใช้ชีวิตอยู่ในประสบการณ์นั้นๆ โดยผู้วิจัยจะเริ่มต้นเข้าไปเรียนรู้ปรากฏการณ์ที่ได้รับการบอกเล่าจากผู้ให้ข้อมูล โดยหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ ศึกษาข้อมูลที่ได้รับ รวมทั้งตีความพฤติกรรมที่ได้แสดงออกมาทั้งคำพูดและลักษณะท่าทาง โดยทฤษฎีจะถูกสร้างและได้รับการตรวจสอบจากการศึกษา

ปรากฏการณ์โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างเป็นระบบต่อไป (George H. Mead, อ้างถึงใน พิทักษ์ ศิริวงศ์, 2547) โดยมีการดำเนินการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน มีจำนวน 5 ราย

2) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ ตำราทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต เว็ปไซต์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นความรู้ ประกอบการอ้างอิง และผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

2.2 ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน และข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากที่สุด

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย

3.1) อุปกรณ์เครื่องเขียนเพื่อบันทึกการสังเกตและสัมภาษณ์ คือ สมุดจดและปากกา สำหรับจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อจดรายละเอียดต่างๆ และบันทึกสิ่งที่สังเกต

3.2) เครื่องบันทึกเสียง เพื่อใช้บันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลเพื่อตรวจสอบความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

3.3) แนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นคำถามเชิงลึก มีลักษณะคำถามแบบกว้างๆ เพื่อกระตุ้นให้คู่สนทนาเล่าเรื่องต่างๆและตอบคำถามได้ตรงตามเป้าหมาย

3.4) ผู้วิจัย เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญของวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยและเป็นคนสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยาและแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก พร้อมทั้งตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ถอดเทปบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ แล้วนำข้อมูลการวิจัยไปเขียนบรรยายการวิเคราะห์ขั้นต้นโดยกระทำไปตลอดการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในครั้งต่อไป เพื่อรวบรวมข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์ เป็นการตีความในระดับกว้างและเชื่อมโยงข้อมูลในการสร้างทฤษฎี ดังนั้น จึงถือว่าเป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญที่สุดในทุกขั้นตอนของการวิจัย

4) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการตรวจสอบข้อมูลการวิจัย โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า(Triangulation) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย เทคนิคสามเส้าแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยใช้วิธีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล ซึ่งพิจารณาจากแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล

2) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างจากเดินในการตีความข้อมูล หากข้อมูลที่ได้มีความเหมือนกันกับข้อมูลที่ได้มาแสดงว่าข้อมูลนั้นถูกต้อง

3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง "ความไว้วางใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในระบบการค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน" สามารถสรุปผลการศึกษาตามหัวข้อวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ดังนี้

1. ความไว้วางใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน

1.1 ช่องทางการรับข่าวสารของผู้สูงอายุ ในพื้นที่อำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่านมีเพียงไม่กี่ช่องทาง

ด้วยวิถีชีวิตแบบชาวล้านนาของผู้สูงอายุในจังหวัดน่าน เป็นวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ มีภาษาที่เป็นภาษาถิ่นของตัวเอง มีการใช้ชีวิตแบบชาวล้านนาสืบเนื่องมานานหลายปี ประกอบกับพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา หุบเขา ทำให้ช่องทางการรับข่าวสารเข้าถึงได้ยาก และมีเพียงแค่ไม่กี่ช่องทางที่คนในชุมชนจะสามารถเข้าถึงได้ ดังนั้นจึงมีสื่อเพียงไม่กี่ชนิดเท่านั้นที่เหมาะสมกับช่วงอายุของผู้สูงอายุในชุมชน และเป็นช่องทางที่สะดวกต่อการใช้งานของผู้สูงอายุมากที่สุด ซึ่งสื่อที่มีลักษณะการใช้งานที่ง่ายและไม่ซับซ้อน และเหมาะกับผู้สูงอายุ ได้แก่ โทรทัศน์และวิทยุ จากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุในชุมชนพบว่า ผู้สูงอายุคุ้นเคยกับสื่อวิทยุมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ เป็นสื่อที่มีมานานตั้งแต่อดีต อยู่คู่กับคนไทยมานาน เนื่องจากใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก ประกอบกับมีราคาที่ไม่สูงมาก ทำให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงสื่อประเภทนี้ได้

1.2 ผู้จัดดำเนินรายการวิทยุเป็นคนในพื้นที่ ใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสาร

จากการศึกษาพบว่า รายการวิทยุชุมชนส่วนมากจะมีผู้ดำเนินรายการเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน กล่าวคือเป็นคนล้านนาเหมือนกัน ซึ่งสาเหตุที่จ้างคนล้านนามาดำเนินรายการวิทยุในชุมชน เพราะการสื่อสารจะได้ง่ายต่อความเข้าใจถึงความคิด ค่านิยม รวมถึงความเชื่อของผู้สูงอายุในชุมชนได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งในความคิดของผู้สูงอายุนั้น คนในท้องถิ่นหรือคนในพื้นที่เดียวกันไว้ใจได้ สามารถพึ่งพาอาศัยกันได้ สื่อสารกันโดยใช้ภาษาถิ่นของตนเอง ประกอบกับความเชื่อที่ว่าสินค้าชนิดหรือประเภทใดได้ทำการประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางวิทยุ สินค้าชนิดนั้นต้องใช้ได้ผลดีและมีชื่อเสียง รับประกันความปลอดภัยของสินค้าได้ และเมื่อผู้สูงอายุมีการฟังวิทยุมานานและฟังต่อเนื่องทุกวัน ซึ่งพฤติกรรมการทำแบบเดิมซ้ำๆ กันทุกวันย่อมเกิดความเคยชินและความไว้วางใจในสื่อขึ้นในที่สุด

2. พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน

2.1 ผู้สูงอายุเคยชินกับการฟังรายการขายของในวิทยุ โดยสินค้าที่ซื้อส่วนมากเป็นสมุนไพร

รายการวิทยุชุมชนส่วนมากที่จัดรายการออกนำเสนอมักเป็นรายการที่แฝงไปด้วยการขายสินค้า หรือบางรายการก็มีการขายสินค้าโดยตรง ซึ่งในส่วนนี้เมื่อผู้สูงอายุในชุมชนได้ฟังเป็นประจำทุกวันก็จะเกิดการจดจำและเกิดพฤติกรรมการซื้อในที่สุด โดยส่วนมากผู้สูงอายุมักซื้อสินค้าประเภทสมุนไพรหรือยาสมุนไพรเพื่อนำมาใช้ในการบำรุงร่างกายหรือรักษาโรค

2.2 ผู้สูงอายุไม่สามารถเดินทางไปซื้อของไกลๆได้ จึงซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

เนื่องด้วยอายุที่มากขึ้นของผู้สูงอายุทำให้การเดินทางนั้นลำบากมากขึ้น การที่จะออกไปซื้อของได้แต่ละครั้งก็ต้องอาศัยลูกหลานให้ไปส่ง ซึ่งผู้สูงอายุในชุมชนบางคนก็ไม่ได้อยู่กับลูกหลานจึงลำบากต่อการเดินทางไปซื้อสินค้าอย่างมาก หรือสินค้าบางอย่างที่ผู้สูงอายุต้องการซื้อไม่ได้บอกสรรพคุณไว้หรืออาจจะบอกแต่ตัวหนังสือเล็กไปจนมองไม่ค่อยเห็น ไม่สะดวกต่อการอ่าน ดังนั้นการซื้อของผ่านสื่อสามารถช่วยลดปัญหาการเดินทางที่เป็นอุปสรรคต่อผู้สูงอายุได้ อีกทั้งยังไม่ต้องอ่านสรรพคุณเอง เพราะรายการวิทยุที่ทำการค้าจะมีการบอกสรรพคุณของสินค้าให้ทราบอยู่แล้ว ดังนั้นช่องทางการซื้อสินค้าผ่านสื่อวิทยุจึงถือเป็นช่องทางที่เอื้อต่อรูปแบบและการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชนเพราะมีบริการส่งสินค้าถึงบ้าน

2.3 รายการวิทยุมีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ เช่น สมุนไพรรักษาโรค สมุนไพรบำรุงร่างกาย

ผู้สูงอายุเมื่อมีอายุที่มากขึ้นย่อมก่อให้เกิดโรคต่างๆตามมามากมาย จึงแสวงหายาหรือสินค้าที่รักษาโรคของตนเองให้หาย สมุนไพรถือเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุได้ทั้งด้านบำรุงร่างกายและรักษาโรค โดยส่วนมากรายการวิทยุจึงมีการนำเสนอสินค้าที่ทำจากสมุนไพรเป็นส่วนใหญ่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ

2.4 พฤติกรรมการบริโภคหรือซื้อสินค้าของผู้สูงอายุนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของคนในยุคปัจจุบัน จากที่เมื่อก่อนรายการวิทยุมีแต่รายการที่นำเสนอข่าวสารบ้านเมือง สาระสำคัญที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง แต่ปัจจุบันธุรกิจมีการเพิ่มช่องทางการทำการค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้พฤติกรรมการฟังวิทยุได้เปลี่ยนไปจากที่เคยฟังเพื่อความบันเทิงหรือรับข่าวสารสามารถสอบถามสินค้าหรือซื้อสินค้าได้ ซึ่งสะดวกสบายต่อการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุมากขึ้น

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความไว้วางใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในระบบการค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความไว้วางใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุของผู้สูงอายุ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้สูงอายุ จำนวน 5 ราย ซึ่งได้ข้อมูลดังนี้

1) ความไว้วางใจของผู้สูงอายุที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน คือ มีช่องทางการรับข่าวสารเพียงไม่กี่ช่องทางและผู้จัดดำเนินรายการวิทยุเป็นคนในพื้นที่ ใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสาร

2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน คือ 1) ผู้สูงอายุเคยชินกับการฟังรายการขายของในวิทยุ โดยสินค้าที่ซื้อส่วนมากเป็นสมุนไพร 2) ผู้สูงอายุไม่สามารถเดินทางไปซื้อของไกลๆได้ จึงซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ 3) รายการวิทยุมีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ และ 4) พฤติกรรมการบริโภคหรือซื้อสินค้าของผู้สูงอายุนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า

1) ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่คุ้นเคยกับสื่อประเภทวิทยุมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านวิทยุมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะว่าสื่อประเภทวิทยุมีวิธีการใช้งานที่ง่ายและเหมาะสมกับผู้สูงอายุ เมื่อผู้สูงอายุได้มีการติดตามข้อมูลข่าวสารจากวิทยุเป็นเวลานาน จึงก่อให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประเภทนี้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ทำให้ผู้สูงอายุจึงตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ ดังนั้นผู้ประกอบธุรกิจต่างๆ สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านวิทยุได้อีกหนึ่งช่องทาง ซึ่งนับว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกันงานวิจัยของ (พิศุทธิ์ อุปถัมภ์, 2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าได้ก็ต่อเมื่อมีความไว้วางใจและเชื่อมั่นในสื่อ

2) สื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้สูงอายุในอำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความไว้วางใจต่อสินค้าที่มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ โดยสินค้าที่ผู้สูงอายุเลือกซื้อส่วนมากเป็นยาสมุนไพรที่อวดอ้างสรรพคุณหลากหลายด้าน ทั้งบำรุงร่างกายและรักษาโรคได้ทุกโรค เนื่องจากผู้สูงอายุในชุมชนมีสภาพร่างกายที่ไม่ค่อยแข็งแรงประกอบกับมีโรคประจำตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุเริ่มสนใจดูแลตนเองด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น ดังนั้นสินค้าที่ผู้ประกอบการผลิตออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุผ่านสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุได้นั้นต้องเป็นสินค้าประเภทที่ทำจากสมุนไพร เน้นสรรพคุณในการบำรุงร่างกายและรักษาโรคเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เยาวภา จันทร์พวง, 2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย สรุปได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไปทำให้ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาบริโภคเพื่อให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

คนึงนิจ (กันยายน, 2006). "ความไว้วางใจกับการประยุกต์ใช้ในการทำงาน" ค้นคืนจาก http://xchange.teenee.com/index.php?showtopic=69910 สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560

ชาย โพธิสิตา. (2549). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้ง.

พิศุทธิ์ อุปถัมภ์. (2556). "ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์." งานวิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เยาวภา จันทร์พวง. (2557). "ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย." งานวิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ศรัณยา ยอดสุด. (2553). "ความสามารถในการดูแลตนเองด้านจิตใจและพฤติกรรมป้องกันโรคของผู้สูงอายุ." สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สื่อโฆษณาประเภทวิทยุโทรทัศน์ สืบค้นจาก http://www.geocities.ws/kanitt_88/lesson4.htm เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560

สุภางค์ จันทวานิช. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, (2555). สังคมผู้สูงอายุ พ.ศ.2555. เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2560. เข้าถึงได้จาก https://www.nationalhealth.or.th/

ภาษาอังกฤษ

Gillespie, N.A, & Dober, G. (2003). *Managing trust during organizational transitions*. Paper presented at MBS Alumni, London & New York.

Graham Dietz, Deanne N. Den Hartog, (2006). "*Measuring trust inside organizations*", Personnel Review, 557-588

Mayer, Davis, & Schoorman, (1995). The Academy of Management Review. *An Integrative Model of Organizational Trust*, 20(3), 709-734

Ndubisi, N.O. (2007). Relationship marketing and customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(1), 98-106

Rotter, J.B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of Personality*, 35 (4), 651-665

LoBiondo-Wood, G., & Haber, J. (2002). *Nursing research: Methods and critical appraisal for evidence-based practice.* (5 ed.) St. Louis: Mosby Elsevier.