

สารบัญ

หน้า

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร	
พนิดา ตันศิริ.....	1
การพัฒนาแผนจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหาสำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	
รัชพล กลัดชื่น และ จิรพันธุ์ ศรีสมพันธุ์.....	13
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การกรณีศึกษา : บริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด	
เนาวลักษณ์ เอื้อพิชานนท์ และ ปิยะพร เสมาทอง.....	28
การจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพ โดยใช้สื่อประสม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2	
สุภาพร ทะนันชัย และกรรณิการ์ ทองรักษ.....	44
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา : อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	
บัญญัติา แคนดำ, พัชร ทับทิม, สนิรัตน์ รสหวาน และ กันตพีร์ ธีรกาณ.....	54
การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนบ้านผาวังหมี่ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก	
สุชัยญา ฉิมแสง, ลลิตา คงพร, พนิดา สีหะวงษ์, นิรชา รักตลาด และจุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล.....	67

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ประสิทธิผลการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
ของเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ

อภิชาติ ดวงธิดาสาร, ธวัชมนต์ เขตจัตุรัส และดิเรก ถึงฝั่ง..... 85

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความภักดี
ในตราสินค้ามาकिनกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภค
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ศิริมา แก้วเกิด, ภคพล สุนทรโรจน์, รัฐภูมิ สุขชื่น และจักรพันธ์ สาตมณี..... 100

ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ชิป
สาขาวัดประตู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อนัญญา อินทวงศ์, นาฏสุดา แก้วนาโพธิ์, มนตรี หมิ่นระย้า และวาทีณี พันธุ์ทิ..... 115

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์
ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

Marketing Factors that Affect the Decision to Purchase Game Online of
the Generation Z in Bangkok

พนิดา ตันศิริ¹

Panida Tansiri

Received: 1 April 2022; Revised: 26 April 2022; Accepted: 5 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มเจนเอเรชั่น Z ที่ซื้อหรือเล่นเกมออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability) ใช้การเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบสะดวก กลุ่มเจนเอเรชั่น Z หรือ Gen จำนวน 274 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล ที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค เท่ากับ 0.874 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.7 มีอายุระหว่าง 19-21 ปี ร้อยละ 58.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 67.5 มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ร้อยละ 61.3 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 74.5 ประเภทเกมที่เล่นเป็นเกมแอคชั่นแบบ FPS ร้อยละ 21.9 ใช้เวลาในการเล่นเกม 2-3 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 35.0 และมีค่าใช้จ่ายเล่นเกมน้อยกว่า 100 บาทต่อสัปดาห์ ร้อยละ 52.9 ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการให้บริการแบบเจาะจง โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 66.6 สามารถสร้างเป็นสมการในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ด้วยวิธี Enter ได้ดังนี้ สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้แก่ $\hat{Y} = .530 + .2(X_1) + .129(X_2) + .186(X_3) + .169(X_4)$; $R^2 = 0.666$ สมการรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ได้แก่ $\hat{Z} = .181(Z_1) + .151(Z_2) + .196(Z_3) + .196(Z_4)$

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, เจนเอเรชั่น Z

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ E-mail: panida.t@bu.ac.th

ABSTRACT

The objective of this study was to study the marketing factors that affect the decision to purchase game online of generation Z in Bangkok by studying Non-Probability use sample selection with Convenience sampling. The sample of Generation Z or Gen z consisted of 274 samples. The instrument was a questionnaire using convenience sampling on online that have Cronbach's alpha coefficient the over all confidence value is 0.874. The statistics used in this analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the research showed that most of the samples were male 50.7 percent, aged 19-21 years 58.0 percent, bachelor degree education 67.5 percent, earning less than or equal to 15,000 baht 61.3 percent, and were students 74.5 percent. The 21.9 percent played FPS action game, 35.0 percent of respondents played game 2-3 hours per day, and 52.9 percent payed per week less than 100 baht. The Marketing Factors that influence buying decision game online of Generation Z in Bangkok, included product, distribution channel, price, and specific of service quality. All 4 factors together could predict the purchasing game online at a rate of 66.6 percent. The Predictive Equation could be constructed in Unstandardized score, and Standardized score by Enter technique as follows:

The Predictive Equation in Unstandardized score: $\hat{y} = .530 + .2(X_1) + .129(X_2) + .186(X_3) + .169(X_6)$; $R^2 = 0.666$

The Predictive Equation in Standardized score : $\hat{z} = .181(Z_1) + .151(Z_2) + .196(Z_3) + .196(Z_6)$

Keywords : Marketing factors, Buying Decision, Generation Z

บทนำ

อุตสาหกรรมเกม เป็นประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เผยแพร่ จัดจำหน่าย และให้บริการสื่อสารสนเทศผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงในรูปแบบดิจิทัล จากการเปิดเผยผลสำรวจมูลค่าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ของไทย โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ร่วมกับสมาคมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย (DCAT) สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟฟิกส์ไทย (TACGA) สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย (TGA) สมาคมธุรกิจบางกอกเอซีเอ็มซิกกราฟ (Bangkok ACM SIGGRAPH) และ บริษัท แอทไวส์ คอนซัลติ้ง จำกัด พบว่า อุตสาหกรรมเกม มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปี 2561 เติบโตร้อยละ 13.78 ปี 2562 ขยายตัวร้อยละ 15.9 ปี 2563 ขยายตัว ร้อยละ 34.89 โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 34,316 ล้านบาท โดยกระแสนิยมเกมของไทย เริ่มจากสมาร์ทโฟน และกระจายไปแพลตฟอร์มอื่น เช่น เกมคอนโซล เกมอาเขต (เกมตู้) การขยายตัวของอุตสาหกรรมเกมส่วนหนึ่งเป็นผลจากช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบเชิงลบกับเศรษฐกิจทั่วโลก แต่อุตสาหกรรมเกมสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว ด้วยรูปแบบธุรกิจที่มุ่งเน้นไปที่การซื้อขายบนโลกดิจิทัล รวมทั้งจากการที่ภาครัฐกำหนดมาตรการปิดเมืองหรือล็อกดาวน์ ตลอดจนการเว้นระยะห่างทางสังคม ทำให้การใช้งานออนไลน์มีมากขึ้นส่งผลให้กิจกรรมออนไลน์อย่างเกมออนไลน์มีมากขึ้น จากรายงาน Digital 2022: Thailand (We Are Social, 2022) แสดงให้เห็นว่าประเทศไทย มีผู้ใช้สื่อสังคม (Social Media) ร้อยละ 81.2 ใช้เวลาเฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง 59 นาที ผู้ใช้สื่อสังคมส่วนใหญ่มีอายุ 16 ถึง 24 ปี และมีการใช้เงินในเกมออนไลน์กว่า 16,694 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับสิทธิส่วนบุคคลและความปลอดภัยในการใช้งานออนไลน์ ร้อยละ 60.9 รวมทั้งสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2564) แสดงผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2564 พบว่า กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตนานที่สุด คือกลุ่มเจนเอเรชัน Z ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที โดยเป็นการเรียนออนไลน์ 5 ชั่วโมง 23 นาที รองลงมาคือดูรายการโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ และสื่อสารออนไลน์ ซึ่งกลุ่มเจนเอเรชัน Z จัดเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับการซื้อเกมออนไลน์

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกมออนไลน์ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร

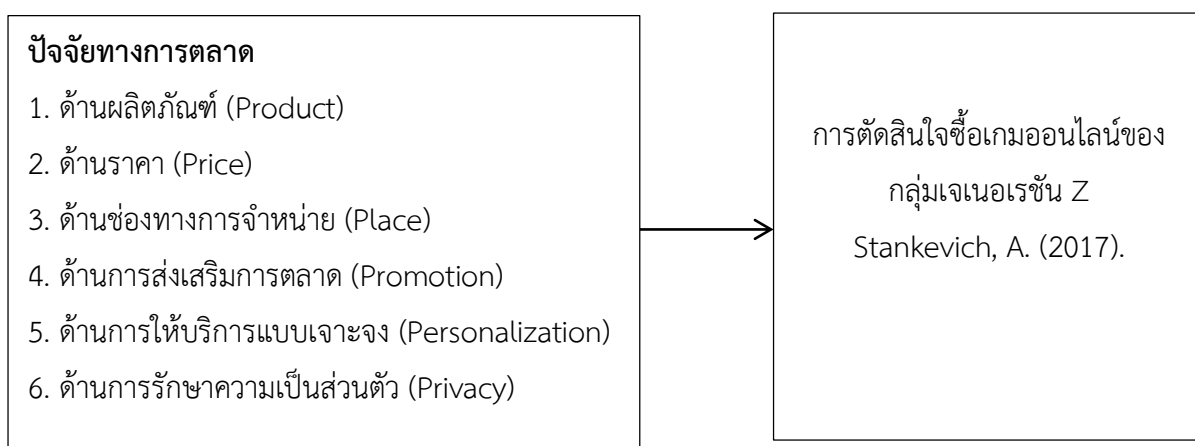
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร
- 2) สามารถนำผลวิจัยไปใช้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์และกลุ่มเจนเอเรชัน Z เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและใช้เครื่องมือทางการตลาดในการต่อยอดและสร้างโอกาสทางธุรกิจได้มากขึ้น

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยทางการตลาดอย่างน้อย 1 ปัจจัย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยเล่นเกมออนไลน์

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือเล่นเกมออนไลน์ และเป็นกลุ่มเจเนอเรชัน Z (คนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2540-2555) ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 แบบไม่ทราบประชากรของ W.G.Cochran (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) จำนวน 274 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามออนไลน์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบสอบถามระดับความคิดเห็น ประกอบด้วย คำตอบย่อยแบบมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประยุกต์ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือมากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถาม ตัวแปรต้นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6 P's ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การรักษาความเป็นส่วนตัว และการให้บริการแบบเจาะจง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถาม ตัวแปรตามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก ความง่ายในการซื้อ การตัดสินใจซื้อซ้ำ และการแนะนำหรือบอกต่อกับบุคคลอื่นในการซื้อ

การแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ยเพื่อจัดลำดับสำคัญของปัจจัย ใช้เกณฑ์ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้นที่ 0.8 คือ ความสำคัญมากที่สุด (4.21-5.00) ความสำคัญมาก (3.41-4.20) ความสำคัญปานกลาง (2.61-3.40) ความสำคัญน้อย (1.81-2.60) ความสำคัญน้อยที่สุด (1.00-1.80)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้เหมาะสมในการวิจัยที่กำหนดเป็นกลุ่มเจเนอเรชัน Z หรือ Gen Z (คนที่เกิดในช่วง

พ.ศ. 2540-2555) ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยซื้อหรือเล่นเกมออนไลน์ เพื่อให้ตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการ ระหว่างเดือนมกราคม - มีนาคม 2565

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากการทดลอง (Try out) จำนวน 30 ชุด มีค่าเท่ากับ 0.874 สถิติทดสอบสมมติฐาน การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือเล่นเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.7 เพศหญิง ร้อยละ 49.3 อายุระหว่าง 19 - 21 ปี ร้อยละ 58.0 รองลงมา อายุระหว่าง 22-24 ปี ร้อยละ 24.1 อายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 13.9 และอายุ 25 ปีขึ้นไป ร้อยละ 4.0 ระดับการศึกษามากที่สุดเป็นปริญญาตรี ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 31.4 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 1.1 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 74.5 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 13.1 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 4.4 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 2.6 และอาชีพอื่น ร้อยละ 5.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ร้อยละ 61.3, รายได้ 15,001-25,000 บาท ร้อยละ 21.9, รายได้ 25,001-35,000 บาท ร้อยละ 8.4, รายได้ 35,001-45,000 บาท ร้อยละ 5.1 และมากกว่า 45,000 บาท ร้อยละ 3.3

2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ประเภทเกมออนไลน์ที่ชอบมากที่สุด คือ เกมแอคชั่นแบบ FPS ร้อยละ 21.9 รองลงมา เกมเลียนแบบหรือการจำลอง ร้อยละ 18.6 เกมต่อสู้ ร้อยละ 14.6 เกมผจญภัย ร้อยละ 11.3 เกม RPG ร้อยละ 9.9 เกมวางแผน ร้อยละ 9.1 เกมกีฬาและการแข่งขัน ร้อยละ 8.0 เกม

ปริศนา ร้อยละ 5.5 และเกมการศึกษา ร้อยละ 1.1 จำนวนครั้งที่เล่นต่อสัปดาห์มากที่สุด 4-6 ครั้ง ร้อยละ 33.2, 1-3 ครั้ง ร้อยละ 22.6, 7-9 ครั้ง ร้อยละ 20.8, มากกว่า 12 ครั้ง ร้อยละ 17.5 และ 10-12 ครั้ง ร้อยละ 5.8 โดยใช้เวลาเล่นเกมต่อวัน 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 35.0 รองลงมา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 27.0, 4-5 ชั่วโมง ร้อยละ 20.8 และ 6-7 ชั่วโมง ร้อยละ 17.2 กลุ่มเจเนอเรชัน Z ใช้ค่าใช้จ่ายในการเล่นต่อสัปดาห์มากที่สุด น้อยกว่า 100 บาท ร้อยละ 52.9 รองลงมา 301-400 บาท ร้อยละ 17.9, 201-300 บาท ร้อยละ 15.3 และ 101-200 บาท ร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมา โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.14$), ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.13$), ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.07$), ด้านการให้บริการแบบเจาะจง ($\bar{X} = 4.02$), และด้านสุดท้ายคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.95$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ปัจจัยทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	.599	มาก	2
ด้านราคา	3.95	.776	มาก	6
ด้านการจัดจำหน่าย	4.13	.697	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.07	.721	มาก	4
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	4.19	.720	มาก	1
ด้านการให้บริการแบบเจาะจง	4.02	.771	มาก	5
ภาพรวม	4.08	0.71	มาก	

4. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานภาพรวมในสมการถดถอยระหว่างการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร กับปัจจัยทั้ง 6 ตัว (ANOVA) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	79.941	6	13.324	88.739	.000 ^d
Residual	40.088	267	.150		
Total	120.029	273			

d. Predictors: (ค่าคงที่), ด้านการให้บริการแบบเจาะจง, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว, ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านการจัดจำหน่าย

สมมติฐาน ปัจจัยทางการตลาดอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้วจำนวน 274 ชุด และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นำตัวแปรปัจจัยทางการตลาดทั้ง 6 ตัวแปร เข้าสมการเป็นภาพรวม หลังจากที่ได้พิจารณาความสัมพันธ์การถดถอย โดยพิจารณาค่า p-value เปรียบเทียบกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลที่ได้จากการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	การตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์			t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
(ค่าคงที่)	.530	.166		3.185	.002
ด้านผลิตภัณฑ์	.200	.067	.181	2.976	.003
ด้านราคา	.129	.049	.151	2.615	.009
ด้านการจัดจำหน่าย	.186	.069	.196	2.687	.008
ด้านส่งเสริมการตลาด	.098	.060	.107	1.648	.100
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	.096	.066	.104	1.448	.149
ด้านการให้บริการแบบเจาะจง	.169	.053	.196	3.170	.002

a. Dependent Variable: การตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์

R Square (R^2) = 0.666 Adjust R Square (AR^2) = 0.659 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.387

F = 88.739 Sig = .000

$$\hat{Y} = .530 + .2(X_1) + .129(X_2) + .186(X_3) + .169(X_6); R^2 = 0.666$$

$$\hat{Z} = .181(Z_1) + .151(Z_2) + .196(Z_3) + .196(Z_6)$$

จากการทดสอบพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยผลที่ได้ดังกล่าวสามารถตอบสนองสมมติฐานการวิจัยได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง และปัจจัยด้านราคา

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร ทั้งในเรื่องความน่าเชื่อถือ ความง่ายในการใช้งาน คุณภาพสูง ความปลอดภัย และความหลากหลายของรูปแบบ

2. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร ทั้งในเรื่องช่องทางจำหน่ายที่มีให้เลือกหลากหลาย คุณภาพของช่องทางจำหน่าย มีระบบการขายที่ดี และมีความสะดวกในการสั่งซื้อ

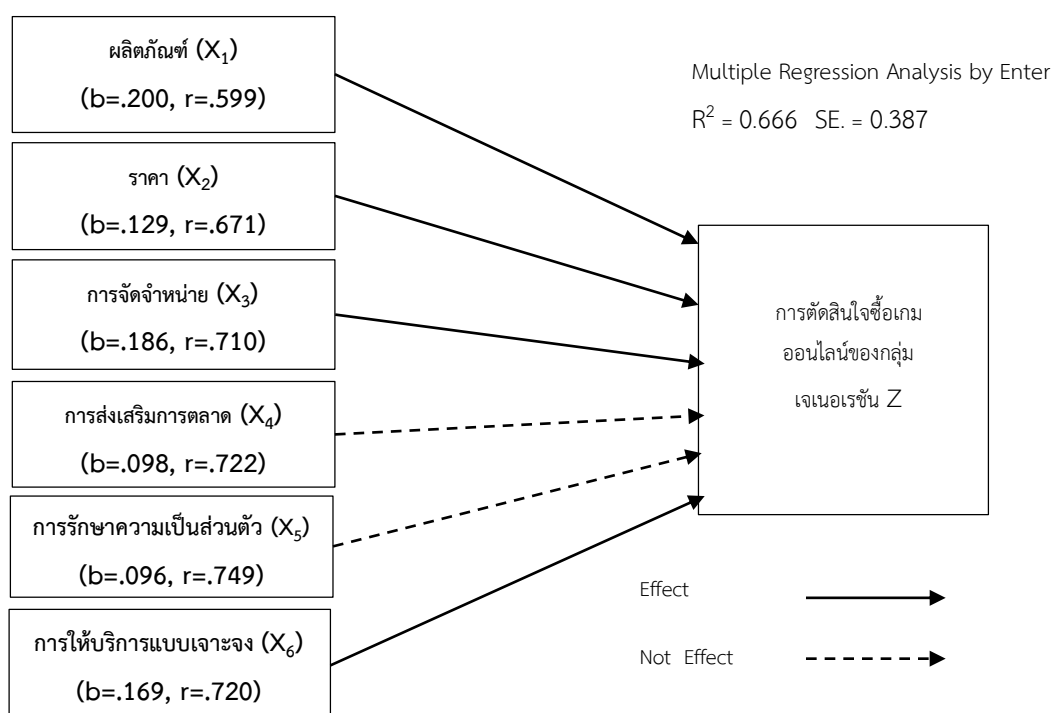
3. ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร ทั้งในเรื่องการให้คำแนะนำปรึกษารายบุคคล การแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้า และการแนะนำสินค้าที่เคยสั่งซื้อหรือสนใจ

4. ปัจจัยด้านราคา

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร ทั้งในเรื่องของราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ราคาถูกกว่าสินค้าแบรนด์อื่น และราคาถูกกว่าการซื้อผ่านช่องทางอื่น

$$\hat{y} = .530 + .200(\text{ผลิตภัณฑ์}) + .169(\text{การให้บริการแบบเจาะจง}) + .186(\text{การจัดจำหน่าย}) + .129(\text{ราคา}) ; R^2 = 0.666$$



ภาพประกอบที่ 2 แสดงปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนทางการตลาด 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการแบบเจาะจง และด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร สะท้อนให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ผู้ประกอบการธุรกิจเกมออนไลน์ที่ต้องปรับตัวเข้าหากลุ่มเจนเอเรชั่น Z ควรเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือ ง่ายต่อการใช้งาน ช่องทางจำหน่ายมีคุณภาพและมีให้เลือกหลากหลาย มีการให้บริการแบบเจาะจง และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สอดคล้องกับ ฆนัสนัน ทามณี. (2564) และณัฐสรณ์ ตรังคราร. (2564) ที่พบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และอิทธิพลทางสังคม มีผลต่อความตั้งใจซื้อเกมดิจิทัล เช่นเดียวกับ วิชชา อุ่มบางตลาด. (2560) และสรวิศ วิฑูรกิจ. (2559) ราคาการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เหมาะสมมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า สอดคล้องกับณิกานต์ มหากิจธิเรเดช. (2564) ที่พบว่า ราคา การส่งเสริมการตลาด และการกดดันโดยจำกัดช่วงเวลา มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อ

ข้อเสนอแนะ

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรขยายแนวคิดสำหรับการทำวิจัยเชิงปริมาณผสมการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ผลวิจัยที่สมบูรณ์มากขึ้น
2. ควรเพิ่มขอบเขตกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมจากเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร เป็นจากทั่วประเทศไทย เพื่อความหลากหลายของข้อมูลที่สะท้อนความเห็นของผู้ซื้อเกมออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบผลวิจัยในแต่ละพื้นที่เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์สำหรับการขยายฐานลูกค้าในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ฆนัสนัน ทามณี. (2564). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อวิดีโอเกมรูปแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้น 10 มกราคม 2565, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4005/1/TP%20MS.027%202564.pdf>.
- ณิกานต์ มหากิจธิเรเดช. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อไอเทมภายในเกมออนไลน์: กรณีศึกษา KARTRIDER RUSH+. สืบค้น 10 มกราคม 2565, จาก <https://jisb.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/3Nitchakarn.pdf>.
- ณัฐสรณ์ ตรังคราร. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเติมเงินในเกมออนไลน์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. สืบค้น 10 มกราคม 2565, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3990/1/TP%20MS.020%202564.pdf>.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด. น.554-555.

- นิตานูช หาญอาษา. (2560). พฤติกรรมและผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ของชาวรัสเซีย. สืบค้น 10 มกราคม 2565, จาก <https://km-ir.arts.tu.ac.th/files/original/c906220873833e7c793b57314b7a18613878d457.pdf>
- วิชา อุ่มบางตลาด. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแพคเกจเติมเงินเกมออนไลน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สรวิศ วิฑูกิจ. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติในการซื้อเกมในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดของผู้บริโภคในเขตประเวศและเขตบางนาใน กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริวรรณ ปัญญาภาศ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างความรุนแรงในสื่อเกมออนไลน์กับพฤติกรรมก้าวร้าว ของเด็กวัยรุ่นตอนปลาย ในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: ม.ป.ท.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชนะ Gen Y แซมปี 6 สมัย. สืบค้น 10 มกราคม 2565, จาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>
- Anitsal, I., Girard, T., & Anitsal, M. M. (2012). An application of services marketing mix framework: how do retailers communicate information on their sales receipts. *Business Studies Journal*, 4(2), 77-90.
- Goi, C. L. (2009). A review of marketing mix: 4Ps or more?. *International journal of marketing studies*, 1(1).
- Hakuhodo Institute of Life & Living ASEAN. (2021). Now you Z me: Debunking myths about ASEAN's Generation Z. Retrieved March 10, 2022, from <https://www.hakuhodo-global.com/news/asean-sei-katsu-sha-forum-2021-introduces-the-synergizers.html>
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2014). *Marketing management* 14/e. Pearson.
- Stankevich, A. (2017). Explaining the consumer decision-making process: Critical literature review. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2(6).
- We Are Social. (2022). *Digital 2022: Thailand*. Retrieved March 11, 2022, from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand>.

การพัฒนาแผนจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน
เพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหาสำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

The Development of Lesson Plan of Problem-based Learning with
Gamification concept to Enhancement of Problem-solving Skills
for High Vocational Certificate

รัชพล กลัดชื่น¹ และ จิรพันธ์ ศรีสมพันธ์²

Ratchapol Kladchuen and Jiraphan Srisomphan

Received: 6 April 2022; Revised: 22 April 2022; Accepted: 10 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแผนจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหา สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง 2) หาคุณภาพของแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น 3) หาประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ตามแผนที่พัฒนาขึ้น และ 4) เปรียบเทียบทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียนก่อนและหลังเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด 2) นักศึกษาระดับ ปวส. สาขาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนจัดการเรียนรู้ แบบประเมินคุณภาพ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาประสิทธิภาพตามทฤษฎีของเมกุยแกนส์ และการทดสอบค่าที (Dependent t-test)

ผลการวิจัยพบว่า 1. แผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นทั้งหมด 13 แผน กิจกรรมการเรียนการสอนมี 7 ขั้นตอน คือ 1) การระบุปัญหา 2) การวิเคราะห์ปัญหา 3) การศึกษาค้นคว้า 4) การดำเนินการ 5) การนำเสนอและประเมินผลงาน 6) การทำภารกิจ และ 7) การแข่งขัน 2. ผลการประเมินคุณภาพของแผนจัดการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X}=4.59$) 3. แผนจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพเท่ากับ 1.12 ซึ่งสูงกว่า 1.00 ถือว่าแผนจัดการเรียนรู้

¹ นักศึกษาปริญญาเอก ภาควิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

E-mail: pmc.ratchapol@gmail.com เบอร์โทร 081-4501498

² อาจารย์ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

E-mail: jiraphan.s@fte.kmutnb.ac.th เบอร์โทร 089-6112452

มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานของเมกยูแกนส์ 4. ผลการประเมินทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน, เกมมิฟิเคชัน, ทักษะการแก้ปัญหา

Abstract

The purposes of this research were 1) to develop of lesson plan of problem-based learning with gamification concept to enhancement of problem-solving skills for high vocational certificate. 2) to evaluate the quality of lesson plan. 3) to evaluate if the lesson plan meets Meguigans efficiency criterion. 4) to compare problem-solving skills of learners before and after studying by the developed lesson plan. The samples in the research were divided into 2 groups: 1) Experts 2) Students of study were high vocational certificate who registered in the second semester of academic year 2020, major in digital business technology program. The research tools included the lesson plan computer network and security for digital business course and quality questionnaire. Applied statistic tools included mean ($\bar{x}$), standard deviation (S.D.), Meguigans efficiency value and t-test.

Research findings showed that 1) The lesson plan comprised 7 steps: 1) Problem 2) Analysis 3) Discovery 4) Experiment 5) Presentation & Evaluation 6) Quest and 7) Competition. Process of gamification consisted of 1) Experience point 2) Leaderboard 3) Badges and 4) Levels. 2) the evaluation of lesson plan is match at highest level ($\bar{x}$ =4.59). 3) the efficiency of developed lesson plan was 1.12 which higher than Meguigans's standard value at 1.00. 4) post-test problem-solving skills achievement was statistically significantly higher than pre-test problem-solving skills at .05. Therefore, it is concluded the lesson plan is appropriate and applicable to real practice.

Keyword: Problem-based Learning, Gamification, Problem-solving Skills

บทนำ

โลกในศตวรรษที่ 21 เน้นแรงงานที่มีความรู้ ทักษะ วิเคราะห์เป็น และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้ดีปรับตัวได้เก่ง การจัดการศึกษาจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาพลเมืองให้คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประยุกต์ใช้งานเป็น มีความสามารถในการทำงานและแก้ปัญหาได้ ดังนั้นการจัดการศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องให้ผู้เรียนมีการพัฒนาทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับเครือข่ายองค์กรความร่วมมือเพื่อทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 Battelle for Kids (2019, pp 1-2) ที่กล่าวว่าควรมีการส่งเสริมให้กับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ที่ซับซ้อนเพิ่มขึ้น สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปข้อมูลเหล่านั้นเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้

จากรายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านอาชีวศึกษา (Vocational National Educational Test : V-NET) ซึ่งเป็นการทดสอบวัดความรู้มาตรฐานทางวิชาการและวิชาชีพของนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 2 เพื่อให้ทราบถึงมาตรฐานการเรียนการสอนของครูและนักศึกษา ตั้งแต่ปีการศึกษา 2557-2561 พบว่ามีคะแนนสอบวิชาความรู้ด้านสมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไป ด้านองค์ประกอบทักษะการคิดและการแก้ปัญหา ในระดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 35.57, 28.45, 32.92, 30.11 และ 30.56 ตามลำดับ ซึ่งมีระดับคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ ต้องปรับปรุง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยคะแนนไม่ถึง 50.00 คะแนน

แผนจัดการเรียนรู้มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการจัดการเรียนการสอน ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้สอนสอนด้วยความมั่นใจ แผนจัดการเรียนรู้อย่างช่วยให้ผู้สอนจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน สร้างแนวทางการสอนที่เป็นขั้นตอนและตอบสนองวัตถุประสงค์ของหลักสูตรพร้อมทั้งส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของผู้เรียนอีกด้วย

การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (problem-based learning) เป็นวิธีการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา Schmidt HG. (1983, pp 11-16) เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและใช้ปัญหาเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ได้ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ปัญหา แก้ปัญหาร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยมีครูทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) หรือผู้ให้คำแนะนำ (Guide) Robson และคณะ (2015, pp 411-420)

แนวคิดเกมมิฟิเคชัน (Gamification) เป็นการประยุกต์ใช้องค์ประกอบของการออกแบบเกม และหลักการเล่นเกมมาใช้ในบริบทที่ไม่ใช่การเล่นเกม Deterding (2011, pp9-15) โดยการประยุกต์ใช้คุณลักษณะและองค์ประกอบของเกมเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ด้วยวิธีการที่สนุกสนาน เพิ่มแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และความผูกพัน จุดประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และเกิดการเรียนรู้ทักษะ การต่อนอร์คาคการณ์ว่าภายในปี 2020 เกมมิฟิเคชันจะถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างหลักสูตรของการศึกษาขั้นสูงทั่วโลก โดยสอดคล้องกับแนวโน้มของเกม เช่น คะแนน

ประสบการณ์ กระดานผู้นำ เหยียดตราสัญลักษณ์ เครือข่ายสังคม ระดับชั้น การแข่งขัน เป็นต้น Kapp (2012, pp 2-22)

จากปัญหาและความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจในการพัฒนาแผนจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โดยจำลองสภาพแวดล้อมให้เสมือนการเล่น ผู้เรียนจะได้รับแต้มหรือรางวัลเมื่อปฏิบัติภารกิจที่กำหนดสำเร็จ มีการแข่งขัน ในกระบวนการเรียนการสอนเป็นการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning) เพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหา การใช้เหตุผลในการคิดวิเคราะห์ และตัดสินใจ อีกทั้งยังช่วยพัฒนาทักษะในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นทักษะการเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต และเป็นทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการในตลาดแรงงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแผนจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหา สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
2. เพื่อหาคุณภาพของแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น
3. เพื่อหาประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ตามแผนที่พัฒนาขึ้น
4. เพื่อประเมินทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียนก่อนและหลังเรียนรู้ด้วยแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนวิชาทางคอมพิวเตอร์และการศึกษา ด้านการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน และด้านการจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดเกมมิฟิเคชัน ด้านหลักสูตรและการสอน ที่มีประสบการณ์แต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 3 ปี สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาเอก กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 5 ท่าน

1.2 กลุ่มผู้เรียน ประชากร คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์และความปลอดภัยสำหรับธุรกิจดิจิทัล คัดเลือกโดยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง จำนวน 18 คน

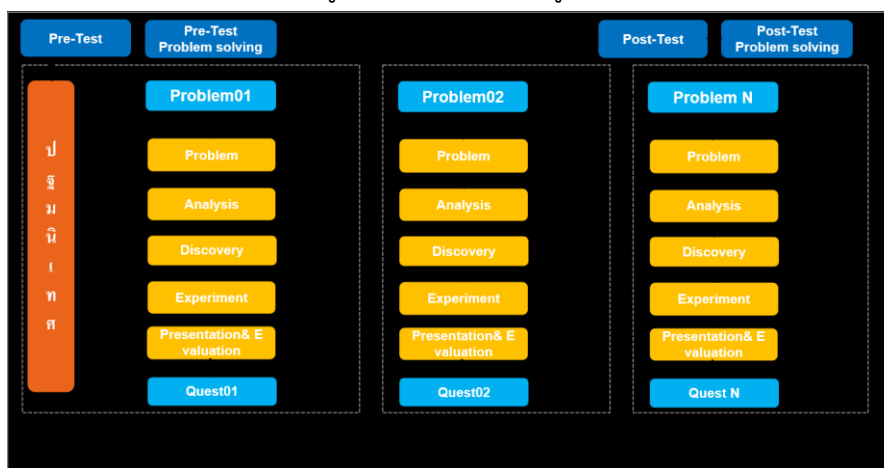
2. การดำเนินการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 การพัฒนาแผนจัดการเรียนรู้ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์คำอธิบายรายวิชา ผู้วิจัยได้กำหนดรายวิชาที่ใช้ในการจัดทำแผนการเรียนรู้ในครั้งนี้ คือ รายวิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์และความปลอดภัยสำหรับธุรกิจดิจิทัล รหัสวิชา 30204-2007 (2-2-3) ของหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พศ. 2563 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขางานเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล สามารถสรุปหน่วยการเรียนรู้ที่ใช้ในการสอนได้ 12 หน่วยการเรียนรู้

2. การวิเคราะห์จุดประสงค์รายวิชา และสมรรถนะรายวิชา เพื่อนำมาเขียนจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยให้ครอบคลุมพฤติกรรมทั้งด้านพุทธิพิสัย ด้านทักษะพิสัย และ ด้านเจตคติ ได้จุดประสงค์การเรียนรู้ทั้งหมด 74 จุดประสงค์

3. การจัดทำแผนจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหา มีทั้งหมด 13 แผนการเรียนรู้ ทั้งนี้เนื่องจากแผนจัดการเรียนรู้ที่ 1 เป็นการชี้แจงให้ผู้เรียนรู้ถึงกฎ ระเบียบ ข้อตกลงเบื้องต้น จุดประสงค์การเรียนรู้และขอบเขตเนื้อหาวิชาที่ต้องศึกษาทุกหน่วยการเรียนรู้ รูปแบบการเรียนการสอน และกำหนดบทบาทของผู้เรียนในกระบวนการเรียนการสอนเพื่อให้แผนจัดการเรียนรู้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ในแผนจัดการเรียนรู้แสดงดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

จากภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยผู้สอนจะทำการปฐมนิเทศผู้เรียนเพื่อแนะนำขั้นตอนและวิธีการเรียน โดยผู้เรียนทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนเพื่อนำคะแนนที่ได้มาทำการแบ่งกลุ่มละความสามารถ กลุ่มละ 3 คน และเริ่มทำแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาการเรียน จากนั้นผู้เรียนเริ่มแก้ปัญหาสถานการณ์ที่ 1 ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Problem) ผู้เรียนอ่านสถานการณ์ และสิ่งที่ผู้เรียนต้องดำเนินการ คือ บันทึกคำศัพท์ ข้อความที่ไม่เข้าใจว่ามีอะไรบ้าง และ ปัญหาที่สำคัญของสถานการณ์ปัญหานี้คืออะไร (คะแนนประสบการณ์ (Experience Point))

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหา (Analysis) ผู้เรียนร่วมกันแสดงความคิดเห็น ในบางครั้งผู้สอนอาจต้องมีการทบทวนความรู้ที่เรียนมา เพื่อให้ผู้เรียนมองเห็นภาพการเชื่อมโยงความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ที่ยังไม่รู้และต้องการศึกษาเพิ่ม โดยมีกรอบการศึกษา 4 กรอบ (IFLA) (คะแนนประสบการณ์ (Experience Point))

1. แนวทางในการแก้ปัญหา (Ideas) ผู้เรียนต้องระบุได้ว่าการแก้ปัญหาจากโจทย์สถานการณ์ที่กำหนดให้ จำเป็นต้องศึกษาความรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไรบ้าง

2. ข้อเท็จจริง (Facts) ผู้เรียนระบุข้อเท็จจริงที่ปรากฏในสถานการณ์ปัญหามีอะไรบ้าง โดยใช้ความรู้เดิมที่ได้เรียนรู้มาแล้วช่วยหาข้อมูล ซึ่งอยู่ในรูปแบบประโยคบอกเล่า

3. ประเด็นที่ต้องศึกษาค้นคว้า (Learning Issues) ผู้เรียนระบุข้อสงสัยหรือไม่เข้าใจ ต้องการคำอธิบายและอยากรู้เกี่ยวกับโจทย์สถานการณ์นี้ ซึ่งอยู่ในรูปแบบประโยคคำถาม

4. แผนการดำเนินงาน (Action Plan) ผู้เรียนระบุว่าจะสามารถศึกษาข้อมูลได้อย่างไร จากใคร ที่ไหนบ้าง เพื่อใช้ในการตอบคำถาม และแบ่งมอบหน้าที่กันภายในกลุ่มไปศึกษาในประเด็นต่าง ๆ กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานและระยะเวลาให้ชัดเจน

ขั้นที่ 3 การศึกษาค้นคว้า (Discovery) ผู้เรียนดำเนินการศึกษาด้วยตนเองในเรื่องที่ได้รับมอบหมายจากแหล่งข้อมูลที่เตรียมให้ ตามความสนใจของผู้เรียน และเขียนสรุปความรู้ที่ตนเองได้ศึกษามาพร้อมแหล่งอ้างอิง (คะแนนประสบการณ์ (Experience Point))

ขั้นที่ 4 การดำเนินการ (Experiment) ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. ผู้เรียนร่วมกันสังเคราะห์ความรู้แต่ละคนในกลุ่มและกำหนดขั้นตอนการแก้ปัญหา
2. ผู้สอนสุ่มตัวแทนกลุ่ม 1 กลุ่ม มานำเสนอผลการสังเคราะห์ ในรูปแบบแผนผังความคิด ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายและสรุปขั้นตอนการปฏิบัติงาน

3. ผู้เรียนดำเนินการแก้สถานการณ์ปัญหาตามขั้นตอน

(คะแนนประสบการณ์ (Experience Point))

ขั้นที่ 5 การนำเสนอและประเมินผลงาน (Presentation & Evaluation)

1. ผู้สอนทำการสุ่มเลือกผู้เรียนทีละกลุ่มเพื่อนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันประเมินผลงาน โดยใช้แบบประเมินการเรียนรู้ จากนั้นผู้สอนสะท้อนจุดเด่นและสิ่งที่ควรแก้ไขให้ผู้เรียนได้รับทราบ เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงในครั้งต่อไป

3. ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากสถานการณ์ปัญหา โดยใช้แผนผังความคิดแบบกลุ่ม จากนั้นผู้เรียนบันทึกข้อมูลในใบกิจกรรม (คะแนนประสบการณ์ (Experience Point))

ขั้นที่ 6 การทำภารกิจ (Quest) ผู้สอนให้ผู้เรียนประเมินทักษะการแก้ปัญหาโดยการทำภารกิจตามแผนที่ในเมืองต่าง ๆ ภายในภารกิจประกอบด้วยภารกิจย่อย 3 ภารกิจ (คะแนนประสบการณ์ (Experience point))

ขั้นที่ 7 การแข่งขัน (Competition) ผู้เรียนทำการแข่งขันตอบคำถามจำนวน 10 ข้อ ในกรณีที่ผู้เรียนทำคะแนนได้ 80% ขึ้นไป จะได้เหรียญตราสัญลักษณ์เพื่อแสดงความสามารถ

(คะแนนประสบการณ์ (Experience point) กระดานผู้นำ (Leaderboard) เหรียญตราสัญลักษณ์ (Badges) และระดับชั้น (Levels))

หลังจากผู้เรียนเรียนรู้หน่วยการเรียนรู้ครบทั้งหมดแล้ว ผู้เรียนจะทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน และแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาหลังเรียน

ตารางที่ 1 สรุปการคิดคะแนนประสบการณ์ในแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	คะแนนเต็ม	สัดส่วน คะแนน	ค่า ประสบการณ์
1. ทดสอบก่อนเรียน	60	5	50
2. ประเมินทักษะการแก้ปัญหาก่อนเรียน	40	5	50
3. ประเมินทักษะการแก้ปัญหาลงเรียน	40	5	50
4. กิจกรรมประจำด่าน (Stage) 12 สถานการณ์ สถานการณ์ละ 5 ด่าน	15*12=180	15	150
5. ทำภารกิจ (Quest) 12 ภารกิจหลัก	15*12=180	12	120
6. แบบทดสอบ (Quiz) 12 สถานการณ์ สถานการณ์ละ 10 ข้อ	10*12=120	10	100
7. เหรียญตราสะสม 12 เหรียญ	1*12=12	6	60
8. การเข้าเรียนในชั้นเรียน 18 ครั้ง	18	10	100
9. แบบฝึกหัด	10*12=120	10	100
10. การมีส่วนร่วมในกลุ่ม	1*12=12	12	120
11. ทดสอบหลังเรียน	60	10	100
รวม	842	100	1000

จากตารางที่ 1 สรุปการคิดคะแนนประสบการณ์ในแต่ละกิจกรรม โดยคะแนนที่ได้ประกอบด้วย 1) คะแนนเต็มของแต่ละกิจกรรม 2) สัดส่วนคะแนน คือคะแนนที่เฉลี่ยในแต่ละกิจกรรมจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน และ 3) ค่าประสบการณ์ คือค่าคะแนนที่เกิดจากการนำคะแนนที่ได้แต่ละกิจกรรมของผู้เรียนหารด้วยคะแนนเต็ม จากนั้นนำมาคูณด้วยสัดส่วนคะแนน โดยกำหนดให้ สัดส่วนคะแนน 1 คะแนน มีค่าประสบการณ์เท่ากับ 10 XP ดังนั้นค่าประสบการณ์หลังทำกิจกรรมทั้งหมดเป็น 1000 XP

การแปลงคะแนนประสบการณ์ (Experience Point) ให้เป็นและระดับชั้น (Levels) เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจถึงเกณฑ์การแปลงคะแนนประสบการณ์มาเป็นเกรดและเป็นระดับชั้น ซึ่งระดับชั้นเป็นสิ่งที่แสดงถึงความสามารถของผู้เรียนที่เพิ่มขึ้นเมื่อถึงระดับชั้นที่กำหนดไว้ โดยความกว้างของคะแนนที่ใช้จะสอดคล้องกับการประเมินผลการเรียน 8 ระดับ ได้แก่ ช่วงคะแนน 0 – 2 มีความกว้างของคะแนน เท่ากับ 3 คะแนน ช่วงคะแนน 3 – 4 มีความกว้างของคะแนน เท่ากับ 2 คะแนน และช่วงคะแนน 5 – 9 มีความกว้างของคะแนน เท่ากับ 5 คะแนน ตัวอย่างการแปลงดังแสดงในตารางที่ 2 กลไกการเพิ่มระดับและการแปลงค่าคะแนนเป็นเกรด โดยในการวิจัยนี้แบ่งระดับชั้นไว้ทั้งหมด 31 ระดับ

ตารางที่ 2 ตัวอย่างกลไกการเพิ่มระดับและการแปลงค่าคะแนนเป็นเกรด

คะแนน	เกรด	คะแนนประสบการณ์	ระดับ
0-2	0	0-29	1
3-4	0	30-49	2
5-9	0	50-99	3
...	...	...	...
93-94	4	930-949	29
95-99	4	950-999	30
100	4	1000	31

4. สร้างสถานการณ์ปัญหา PBL พร้อมเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละหน่วยการเรียนรู้ สำหรับการทำกิจกรรมกลุ่มจำนวน 13 สถานการณ์ โดยแผนการเรียนรู้ที่ 1 เป็นการปฐมนิเทศและแนะนำวิธีการเรียน

5. สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สำหรับประเมินผู้เรียนก่อน-หลังเรียน (Pretest-Posttest) และสำหรับการแข่งขันแต่ละหน่วยการเรียนรู้ (Quiz) จำนวน 222 ข้อ ใน 74 จุดประสงค์

6. สร้างแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหา สำหรับใช้ในการประเมินผู้เรียนก่อนและหลังเรียน ลักษณะแบบทดสอบเป็นสถานการณ์ โดยแต่ละสถานการณ์จะตอบคำถาม 4 ข้อ เพื่อวัดทักษะการแก้ปัญหาทั้ง 4 ด้านได้แก่ 1) การระบุปัญหา 2) การพิจารณาสาเหตุของปัญหา 3) การเลือกแนวทางแก้ปัญหา และ 4) การแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 12 สถานการณ์ 48 คำถาม

7. สร้างแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาสำหรับการทำภารกิจ (Quest) แต่ละหน่วยการเรียนรู้ ลักษณะแบบทดสอบเป็นสถานการณ์ และในแต่ละหน่วยการเรียนรู้จะมีสถานการณ์ย่อย 3 สถานการณ์ โดย 1) สถานการณ์ที่ 1 มี 1 คำถาม เพื่อระบุปัญหา 2) สถานการณ์ที่ 2 มี 2 คำถาม เพื่อระบุปัญหาและพิจารณาสาเหตุของปัญหา และ 3) สถานการณ์ที่ 3 มี 4 คำถาม เพื่อระบุปัญหา พิจารณาสาเหตุของปัญหา เลือกแนวทางแก้ปัญหา และการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ รวม 39 สถานการณ์ 91 คำถาม

ขั้นที่ 2 การประเมินความเหมาะสมและหาประสิทธิภาพของแผนจัดการเรียนรู้ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประเมินคุณภาพของแผนจัดการเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนคอมพิวเตอร์ ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านทักษะการแก้ปัญหา จำนวน 5 ท่าน

2. การประเมินคุณภาพของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาสำหรับใช้ในการประเมินผู้เรียนก่อนและหลังเรียน และแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาสำหรับการทำภารกิจ (Quest) แต่ละหน่วยการเรียนรู้ โดยการตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนคอมพิวเตอร์ ด้านทักษะการแก้ปัญหา และด้านการทดสอบและวัดผลทางการศึกษา จำนวน 5 ท่าน

3. การหาคุณภาพแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้กลุ่มนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 2 สาขารัฐกิจดิจิทัล จำนวน 48 คน ที่เคยลงทะเบียนเรียนรายวิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์และความปลอดภัยสำหรับธุรกิจดิจิทัล เพื่อหาค่าความยาก ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่น ด้วยเทคนิคร้อยละ 27

4. หาประสิทธิภาพของแผนจัดการเรียนรู้ โดยการทดลองใช้แผนจัดการเรียนรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นไปใช้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ที่ลงทะเบียน

เรียนรายวิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์และความปลอดภัยสำหรับธุรกิจดิจิทัล ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 คัดเลือกโดยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง จำนวน 18 คน เพื่อหาประสิทธิภาพของแผนจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหาที่พัฒนาขึ้น แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ แล้วสรุปผล

ผลการวิจัย

1. แผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 13 แผนการเรียนรู้ ดังแสดงในตารางที่ 3 ครอบคลุมจุดประสงค์การเรียนรู้ทั้งหมด 74 จุดประสงค์ กิจกรรมการเรียนการสอนในแผนจัดการเรียนรู้มี 7 ขั้นตอน คือ 1) การระบุปัญหา (Problem) 2) การวิเคราะห์ปัญหา (Analysis) โดยมีกรอบการศึกษา 4 กรอบ (IFLA) ได้แก่ 1. แนวทางในการแก้ปัญหา (Ideas) 2. ข้อเท็จจริง (Facts) 3. ประเด็นที่ต้องศึกษาค้นคว้า (Learning Issues) และ 4. แผนการดำเนินงาน (Action Plan) 3) การศึกษาค้นคว้า (Discovery) 4) การดำเนินการ (Experiment) 5) การนำเสนอและประเมินผลงาน (Presentation & Evaluation) 6) การทำภารกิจ (Quest) และ 7) การแข่งขัน (Competition) กระบวนการเกมมิฟิเคชันจะถูกนำมาใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนทุก ๆ ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) คะแนนประสบการณ์ (Experience Point) 2) ตารางอันดับ (Leaderboard) 3) เหรียญตราสัญลักษณ์ (Badges) และ 4) ระดับชั้น (Levels) โดยเมื่อผู้เรียนทำกิจกรรมเสร็จคะแนนที่ได้จะถูกแปลงเป็นค่าคะแนนประสบการณ์ เช่น เมื่อผู้เรียนทำการทดสอบก่อนเรียนซึ่งมีคะแนนเต็มเท่ากับ 60 คะแนน คะแนนสัดส่วน 5 คะแนน ผู้เรียนทำได้ 30 คะแนน ดังนั้นผู้เรียนจะได้คะแนนประสบการณ์จากกิจกรรมนี้ 25XP และอยู่ระดับชั้นที่ 1 เนื่องจากมีคะแนนประสบการณ์ระหว่าง 0-29
2. ผลการประเมินคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ โดยแผนจัดการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยมีองค์ประกอบดังนี้ สารสำคัญ จุดประสงค์การเรียนรู้ สารการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ สื่อและแหล่งการเรียนรู้ การวัดผลและประเมินผล ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินแผนจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหา

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
1. ปฐมนิเทศ	4.48	0.16	มาก
2. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบเครือข่าย	4.56	0.17	มากที่สุด
3. ตัวกลางและอุปกรณ์การสื่อสารข้อมูล	4.63	0.15	มากที่สุด
4. ความรู้เบื้องต้นไอพีแอดเดรส	4.50	0.21	มากที่สุด
5. การรับส่งข้อมูลบนเครือข่าย	4.67	0.04	มากที่สุด
6. การติดตั้งเครือข่ายท้องถิ่น	4.56	0.15	มากที่สุด
7. การติดตั้งเครือข่ายไร้สาย	4.75	0.20	มากที่สุด
8. ระบบปฏิบัติการเครือข่าย	4.58	0.04	มากที่สุด
9. ความปลอดภัยในระบบเครือข่าย	4.52	0.16	มากที่สุด
10. การแบ่งปันทรัพยากรบนระบบเครือข่าย	4.56	0.04	มากที่สุด
11. การใช้งานบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	4.60	0.04	มากที่สุด
12. การออกแบบระบบเครือข่ายในองค์กร	4.65	0.05	มากที่สุด
13. การดูแลและบำรุงรักษาระบบเครือข่าย	4.65	0.14	มากที่สุด
รวม	4.59	0.07	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับคุณภาพของแผนจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหา รายวิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์และความปลอดภัยสำหรับธุรกิจดิจิทัล โดยภาพรวมอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59

3. ผลการหาค่าความสอดคล้องของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 1.00 มีจำนวนแบบทดสอบที่ผ่านเกณฑ์ทั้งสิ้น 218 ข้อ โดยมีการปรับปรุง 4 ข้อ จากแบบทดสอบทั้งหมด 222 ข้อ และผลการหาค่าความยากโดยเลือกค่าที่อยู่ระหว่าง 0.20-0.80 และค่าอำนาจจำแนก เลือกข้อที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.20-1.00 ด้วยเทคนิคร้อยละ 27 เช่นเดียวกัน ได้แบบทดสอบที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 197 ข้อ และมีค่าความเชื่อมั่น 0.97 โดยวิธี KR-20

4. ผลการหาค่าความสอดคล้องของแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาสำหรับใช้ในการประเมินผู้เรียนก่อนและหลังเรียน โดยมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด 48 ข้อ จาก 12 สถานการณ์ ไม่มีการหาค่าความยากและค่าอำนาจจำแนก

5. ผลการหาค่าความสอดคล้องของแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาสำหรับการทำภารกิจ (Quest) แต่ละหน่วยการเรียนรู้ โดยมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด 91 คำถาม จาก 39 สถานการณ์ ไม่มีการหาค่าความยากและค่าอำนาจจำแนก

6. ผลการหาประสิทธิภาพของแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแผนจัดการเรียนรู้

แบบทดสอบ	จำนวนผู้เรียน	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	ประสิทธิภาพ เมกุยแกนส์
ก่อนเรียน	18	60	29.17	3.24	1.12
หลังเรียน	18	60	32.61	2.43	

จากตารางที่ 4 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างได้คะแนนจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนถูกต้องเฉลี่ย 29.17 คะแนน และหลังเรียนถูกต้องเฉลี่ย 32.61 คะแนน โดยการคำนวณหาประสิทธิภาพของแผนจัดการเรียนรู้จากผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนจากสัดส่วนของคะแนนแบบทดสอบหลังเรียนกับแบบทดสอบก่อนเรียน โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานของเมกุยแกนส์มีค่าเท่ากับ 1.12

7. ผลการประเมินทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียนก่อนและหลังเรียน ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียน

แบบทดสอบ	จำนวนผู้เรียน	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	S.D.	t	P
ก่อนเรียน	18	48	27.44	4.50	5.10	0.00*
หลังเรียน	18	48	32.22	1.99		

Sig. < .05, df=17

จากตารางที่ 5 พบว่าการประเมินทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียนก่อนเรียนและหลังเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลการทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาหลังเรียนมากกว่าก่อนเรียน

อภิปรายผล

1. แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างทักษะการแก้ปัญหาที่พัฒนาขึ้น ได้ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 5 ท่าน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 โดยภายในแผนจัดการเรียนรู้ประกอบด้วยกิจกรรมการสอน 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การระบุปัญหา 2) การวิเคราะห์ปัญหา 3) การศึกษาค้นคว้า 4) การดำเนินการ 5) การนำเสนอและประเมินผลงาน 6) การทำภารกิจ และ 7) การแข่งขัน มีการประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน การฝึกทักษะ

การแก้ปัญหาโดยใช้ปัญหาเป็นฐานผ่านกลไกพื้นฐานของเกมมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน โดยจำลองสภาพแวดล้อมให้เหมือนการเล่นเกม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรม ตรวจสอบ ปรับปรุงและหาวิธีการแก้ปัญหา สร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน กลไกในการเล่น ได้แก่ ได้แก่ กติกา การแข่งขัน ความท้าทาย เหริยยุทธศาสตร์ลักษณะ เวลา คะแนน ประสิทธิภาพ ระดับ การสร้างกลุ่ม และกระดานผู้นำ สอดคล้องกับงานวิจัยของวชิราพร ภักค์คุณพันธ์ ขาญช่าง (2561, หน้า 206-215) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแรงจูงใจในการเรียนวิชา คณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดเกมมิฟิเคชัน ร่วมกับการเรียนรู้แบบร่วมมือ ซึ่งทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ เช่นเดียวกับ จิรัชพรรณ (2561, หน้า 52) ที่พบว่าผู้เรียนที่มีการ เรียนรู้ผ่านแท็บเล็ตร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน มีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน นอกจากนี้ Gabriel Barata และคณะ (2556, หน้า 10) และ Juan M. Fema'andez-Luna (2013) ยังพบว่า การ นำแนวคิดเกมมิฟิเคชันมาเข้าร่วมในกระบวนการเรียนการสอนสามารถปรับปรุงในเรื่องความมุ่งมั่นและ ผูกพันในการเรียน ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และทำให้ผู้เรียนแต่ละคนมีระดับคะแนนที่ดีขึ้น

2. ประสิทธิภาพแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นโดยการคำนวณหาประสิทธิภาพจากผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนโดยใช้หลักเกณฑ์มาตรฐานของเมกุยแกนส์มีค่าเท่ากับ 1.12 ซึ่งสูงกว่า 1.00 ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานของเมกุยแกนส์ จึงสรุปได้ว่าสามารถนำแผนจัดการรู้ไปใช้ในการจัดการเรียน การสอนได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ จุฑามาศ มีสุข และคณะ (2558, หน้า 81-90) ที่ศึกษา การเสริมสร้างพฤติกรรมมีส่วนร่วมของนักเรียนโดยใช้เทคนิคเกมมิฟิเคชันสำหรับนักเรียน ห้องเรียนพิเศษวิทยาศาสตร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุกุลนารี พบว่าเกมมิฟิเคชันที่นำมาใช้ใ้ นการจัดการเรียนรู้ทำให้ห้องเรียนสนุก หลังจากจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการ จัดกิจกรรมการเรียนมากที่สุด นอกจากนี้ ปิยะดา ขุนเพชรวรรณ (2554) ที่ใช้การเรียน แบบผสมผสานโดยใช้ปัญหาเป็นหลักส่งผลให้ผู้เรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาหลังเรียนสูงกว่า ก่อนเรียน นั้นแสดงให้เห็นว่าในแผนจัดการเรียนรู้มีส่วนช่วยให้ผู้สอนดำเนินการสอนได้อย่างมี ประสิทธิภาพตามขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ภายในแผนจัดการเรียนรู้ได้มีการกำหนดวิธีสอน สื่อ อุปกรณ์ การวัดผล ประเมินผล เพื่อให้ผู้เรียนได้บรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้และมีคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนด

3. ผู้เรียนมีผลการประเมินทักษะการแก้ปัญหาของผู้เรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามแผนจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น โดยโดยใช้ปัญหาเป็นฐานซึ่งทำให้ผู้เรียนมีความรู้ที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา อีกทั้งได้ใช้ปัญหา ในสถานการณ์ในแต่ละแผนจัดการเรียนรู้ร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชันเพื่อเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เรียนอยาก

มีส่วนร่วมในการเรียนการสอนจนเกิดการเรียนรู้หรือแก้ปัญหา นอกจากนี้ผู้เรียนยังได้ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ปัญหา แก้ปัญหาร่วมกันเป็นกลุ่มจนเกิดทักษะกระบวนการคิดและกระบวนการแก้ปัญหา โดยมีผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกหรือผู้ให้คำแนะนำ สอดคล้องกับสุชัยญา เอื้องกลาง และคณะ (2562, หน้า 66-75) ที่ศึกษาระบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานโดยใช้เกมมิฟิเคชันเป็นฐานซึ่งทำให้ผู้เรียนมีทักษะการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน นอกจากนี้ วาสนา ภูมิ (2555, หน้า 109) ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน พบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของผู้เรียนหลังได้รับการเรียนรู้แล้วสูงกว่าก่อนเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ก่อนนำแผนจัดการเรียนรู้ไปสอน ผู้สอนควรศึกษาแผนการจัดการเรียนรู้ให้เข้าใจเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม
2. เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม ผู้สอนอาจยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสม ตามระดับความสามารถของผู้เรียน แต่ไม่ควรมากเกินไปเพราะจะทำให้ผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่าย
3. ในการทำกิจกรรมกลุ่มผู้สอนต้องคอยกระตุ้นให้ผู้เรียนในแต่ละกลุ่มระดมความคิดในการแก้สถานการณ์ปัญหาที่ได้รับมอบหมาย และคอยให้คำแนะนำผู้เรียนเมื่อมีข้อสงสัย

เอกสารอ้างอิง

- จิรัชพรรณ ชาญช่วง. (2561). ผลของการใช้ชุดการเรียนรู้ผ่านแท็บเล็ตร่วมกับแนวคิดเกมมิฟิเคชัน เพื่อส่งเสริมผลสัมฤทธิ์และความคงทนในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่มีความสามารถทางการเรียนแตกต่างกัน (รายงานการวิจัย). คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฬามาศ มีสุข, สนิท ตีเมืองชัย และพงศ์ธร โพธิ์พลศักดิ์. (2558). การเสริมสร้างพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของนักเรียนโดยใช้เทคนิคเกมมิฟิเคชันสำหรับนักเรียนห้องเรียนพิเศษวิทยาศาสตร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลนารี. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 3”, 81-90.
- ปิยะดา ขุนเพชรวรรณ. (2557). ผลการใช้ผังกราฟิกบนเว็บ 2.0 ในการเรียนแบบผสมผสานโดยใช้ปัญหาเป็นหลักที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาวิชาวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. ปริญญานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วาสนา ภูมิ. (2555). ผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning) เรื่อง อัตราส่วนและร้อยละที่มีผลต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และความสามารถในการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. ปริญญาโท กศม. (การมัธยมศึกษา). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วชิราพร ภักค์คุณพันธ์. (2561). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแรงจูงใจในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดเกมมิฟิเคชันร่วมกับการเรียนรู้แบบร่วมมือ. การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้และสิ่งประดิษฐ์ ครั้งที่ 2 (207-215).
- สุชัยญา เยื้องกลาง, ธนดล ภูสีฤทธิ์ และสุทธิพงษ์ หกสุวรรณ. (2562). การพัฒนาระบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานโดยใช้เกมมิฟิเคชันเป็นฐานเพื่อส่งเสริมทักษะการแก้ปัญหาและทักษะการเชื่อมโยงคณิตศาสตร์สู่ชีวิตจริงระดับประถมศึกษา. วารสารราชพฤกษ์, 17(1), 66-75.
- Battelle for Kids. (2019). Framework for 21st Century Learning. Online: <http://www.battelleforkids.org/networks/p21/frameworks-resources>.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R. & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining "gamification". Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference. pp. 9–15. doi:10.1145/2181037.2181040.
- Barata, G. et.al. (2013). Improving Participation and Learning with Gamification. Stratford, ON, Canada. October 2-4. Doi: <http://dx.doi.org/10.1145/2583008.2583010>.
- Juan M. Fema'andez-Luna. (2013). Enhancing collaborative search systems engagement. Canada: through gamification. AMC.
- Kapp, K. M. (2012) The Gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education. John Wiley&Sons.
- Robson, K., Plangger, K., Kietzmann, J., McCarthy, I. & Pitt, L. (2015). "Is it all a game? Understanding the principles of gamification". Business Horizons. 58 (4): 411–420. doi:10.1016/j.bushor.2015.03.006.
- Schmidt HG. (1983). Problem-based learning: Rationale and description. Medical Education. 17:11-16.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ

กรณีศึกษา : บริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด

FACTORS TOWARD RELATIONSHIP OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT
OF THE OFFICIALS AT CHAI KOMOL BUSINESS CO.,LTDเนาวลักษณ์ เอื้อพิชญานนท์¹ และ ปิยะพร เสมาทอง²Naowalak Ueaphichayanon¹ and Piyaporn Semathong²

Received: 15 April 2022; Revised: 30 April 2022; Accepted: 9 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทชัยโกมลธุรกิจ จำกัด 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสบการณ์การทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทชัยโกมลธุรกิจ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานบริษัทชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ผลการศึกษาพบว่า

ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้าน พบว่าสูงสุดได้แก่ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์การ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมา ได้แก่ความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และต่ำสุดความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์การมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่าปัจจัยลักษณะของงาน ปัจจัยประสบการณ์การทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ลักษณะของงาน, ประสบการณ์การทำงาน, .ความผูกพันต่อองค์การ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก, E-mail: naowaluckna@gmail.com, โทร. 081-4742756

² มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก, E-mail: pieya_23@hotmail.com, โทร. 081-7857904

Abstract

The purposes of the research were to study of relationship between jobs Characteristics, work experience of CHAI KOMOL BUSINESS CO., LTD. To make a comparison among Organizational Commitment. The samples consisted of 60 CHAI KOMOL BUSINESS CO., LTD., using a questionnaire as an instrument. The statistics used for analyzing the collected data were frequency, percentage, mean, and Pearson's correlation Coefficient.

The overall organizational commitment of the employees of CHAI KOMOL BUSINESS CO., LTD was at a high level. Consider each aspect it was found that the highest was the willingness to devote effort to work for the organization. with an average of 3.99, followed by confidence, acceptance of goals and values of the organization The mean was 3.82 and the lowest, the desire to maintain organizational membership was the mean 3.52. It was found that the nature of the work Characteristics work experience factor there is a relationship with the commitment to the organization. Overall, there was a significant correlation in the same direction at a moderate level. Statistically at .01 level.

Keywords: Job Characteristics, work experience, Organizational Commitment

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก รวมไปถึงการใช้ชีวิตและการพัฒนาที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้หน่วยงาน บริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ องค์กรที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้นั้นจะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ และความสามารถของบุคลากรในองค์กร ในการจัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติตามที่องค์กรต้องการนั้นอาจกระทำได้โดยการกำหนด มาตรฐานที่สำคัญบางประการ เช่น การศึกษา ประสบการณ์ ความถนัด อายุ เพศ เป็นต้น โดยเกณฑ์เหล่านี้จะต้องสอดคล้องและเหมาะสมกับงานแต่ละชนิดขององค์กร ตลอดจนเป็นมาตรฐานในการคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน นอกจากนี้การกำหนดมาตรฐานในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในงานอย่างเพียงพอ จึงจะสามารถกำหนดมาตรฐานที่จะคัดเลือกบุคลากรที่องค์กรต้องการได้อย่างถูกต้องทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัย

สำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถบ่งชี้ความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การได้และสามารถทำให้องค์การบรรลุตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดดังนั้นทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำองค์การให้ไปสู่ความสำเร็จ (พิชิต เทพวรรณ.2554: 16 - 24)

ความผูกพันในงานของพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การจะมีพฤติกรรมการตระหนักถึงความสำคัญของลักษณะงาน ที่มีผลต่อบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของตนที่มีต่อการทำงานในเชิงพัฒนาตนเอง โดยนำศักยภาพที่มีออกมาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เช่น งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรืองานปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล งานที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจตามระดับที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของกิจการ เกิดความมั่นใจ มีความคิดริเริ่ม เกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนางานให้ก้าวหน้า ทั้งนี้ยังทำให้องค์การเกิดความมั่นคง มีประสิทธิภาพเกิดผลสำเร็จของงานตามเป้าหมาย และเกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ พนักงานทุกคนเกิดความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction) และมีความสุขในการทำงานที่ตนรับผิดชอบ (นงนุช วงษ์สุวรรณ. 2553: 8 - 11)

ความผูกพันของพนักงานเป็นทัศนคติของพนักงานทั้งที่แสดงออกถึงความคิด ความรู้สึก การรับรู้ และการเรียนรู้ของพนักงานที่มีต่องานหรือเพื่อนร่วมงาน จะส่งผลต่อความสัมพันธ์และความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์การ โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ ความรู้สึกที่ดีต่อองค์การ มีโอกาสในการพัฒนาตัวเอง และมีความต้องการที่จะทำงานร่วมกับองค์การให้นานที่สุด โดยการสังเกตจากพฤติกรรมของพนักงานในองค์การที่จะแสดงให้เห็นถึงความผูกพันในการทำงานกับองค์การ เช่น พูดถึงองค์การในทางที่ดี มีความรู้สึกที่ตนเองเป็นเจ้าขององค์การ หากพนักงานในองค์การมีพฤติกรรมดังกล่าวแสดงว่าพนักงานในองค์การมีความผูกพันต่อองค์การและงานที่รับผิดชอบ (รุ่งโรจน์ อรรถานิธิ.2553: 22 - 24)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์การ และศึกษาว่าแต่ละปัจจัยนั้นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การเพียงใด ผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาเป็นองค์การธุรกิจที่ดีโดยจะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงาน บริษัท ชัยโกมลธุรกิจ จำกัด ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

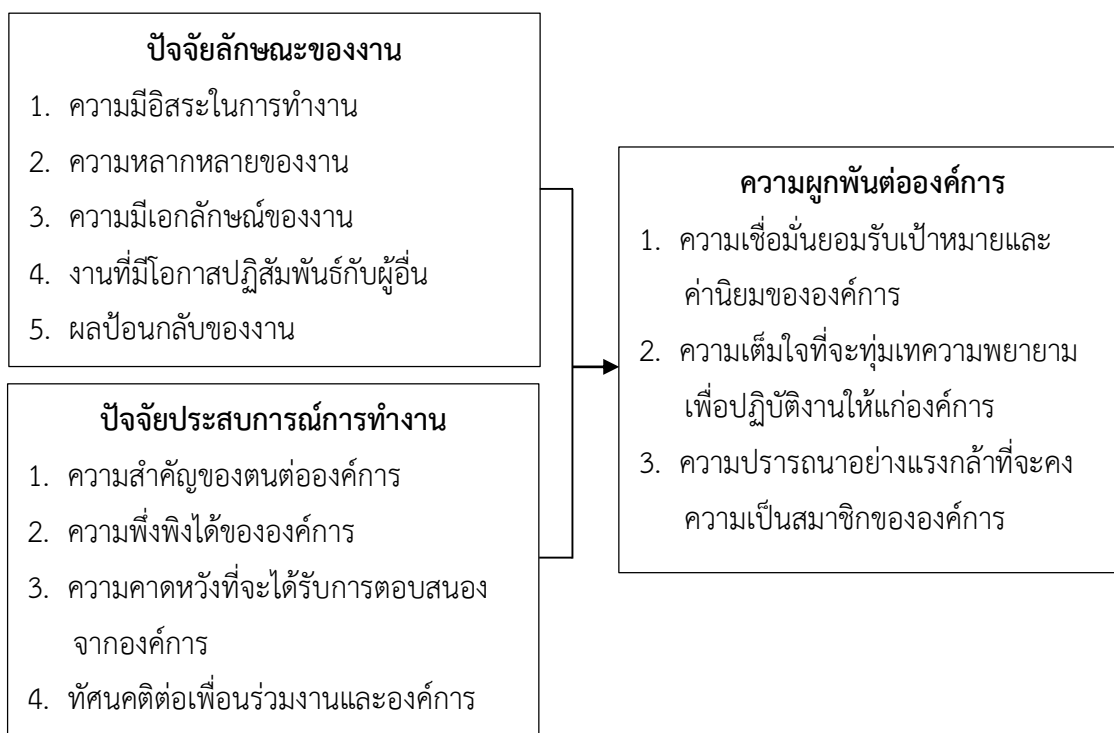
1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทชัยโกมลธุรกิจ จำกัด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสบการณ์การทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทชัยโกมลธุรกิจ จำกัด

สมมติฐาน

1. ลักษณะของงาน ประกอบด้วย ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ผลป้อนกลับของงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ

2. ประสิทธิภาพการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์การ ความพึงพอใจขององค์การ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์การ ทักษะติดต่อเพื่อนร่วมงานและองค์การ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ชัยโกมลธุรกิจ จำกัด จำนวน 60 คน (ที่มา: รายงานจำนวนพนักงานบริษัท ชัยโกมลธุรกิจ จำกัด)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูลปัจจัยลักษณะของงาน ปัจจัยประสบการณ์ทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมลธุรกิจ จำกัด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์และอธิบายถึงปัจจัยส่วนบุคคล

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงาน ปัจจัยประสบการณ์ทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นพนักงานบริษัท ชัยโกมลธุรกิจ จำกัด ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดและสมรสจำนวนเท่ากัน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระยะเวลาในการปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ระหว่าง 1 - 5 ปี และตำแหน่งส่วนใหญ่ ตำแหน่งพนักงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะของงานของพนักงานบริษัทชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะของงาน ประกอบด้วย ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และผลป้อนกลับของงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 ปัจจัยลักษณะของงานของพนักงานบริษัทชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด

ลักษณะของงาน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S. D.	แปลผล
ความมีอิสระในการทำงาน	3.77	.64	มาก
ความหลากหลายของงาน	3.76	.73	มาก
ความมีเอกลักษณ์ของงาน	4.01	.70	มาก
งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	3.99	.62	มาก
ผลป้อนกลับของงาน	3.58	.94	มาก
ลักษณะของงานโดยรวม	3.82	.63	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะของงาน ของพนักงานบริษัทชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะของงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความมีเอกลักษณ์ของงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.01 รองลงมาเป็นด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ความมีอิสระในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ด้านความหลากหลายของงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ด้านผลป้อนกลับของงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ปัจจัยประสบการณ์การทำงานของพนักงานบริษัทชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด

ประสบการณ์การทำงาน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S. D.	แปลผล
ความสำคัญของตนเองต่อการ	3.76	.80	มาก
ความพึงพอใจขององค์กร	3.24	.73	ปานกลาง
ความคาดหวังที่ได้รับการตอบสนองจากองค์กร	3.44	1.36	มาก
ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร	3.82	.46	มาก
ประสบการณ์การทำงานโดยรวม	3.57	.76	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสบการณ์การทำงาน ของพนักงานบริษัทชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.82 รองลงมาเป็นด้านความสำคัญของตนเองต่อการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ด้านความคาดหวังที่ได้รับการตอบสนองจากองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 อยู่ในระดับมาก และด้านความพึงพอใจขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	3.82	.64	มาก
ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่ องค์กร	3.99	.69	มาก
ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกของ องค์กร	3.52	.77	มาก
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	3.78	.67	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัทชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.99 รองลงมาเป็นด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด

ลักษณะของงาน	ความผูกพันต่อองค์กร (ความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร)			
	n	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ความมีอิสระในการทำงาน	60	.39	.00**	ระดับปานกลาง
2. ความหลากหลายของงาน	60	.17	.20	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ความมีเอกลักษณ์ของงาน	60	.34	.01*	ระดับปานกลาง
4. งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	60	.30	.02*	ระดับต่ำ
5. ผลป้อนกลับของงาน	60	.27	.04*	ระดับต่ำ

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลักษณะของงาน	ความผูกพันต่อองค์กร (ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงาน ให้แก่องค์กร)			
	n	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ความมีอิสระในการทำงาน	60	.63**	.00	ระดับปานกลาง
2. ความหลากหลายของงาน	60	.51**	.00	ระดับปานกลาง
3. ความมีเอกลักษณ์ของงาน	60	.34*	.01	ระดับปานกลาง
4. งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	60	.53**	.00	ระดับปานกลาง
5. ผลป้อนกลับของงาน	60	.41**	.00	ระดับปานกลาง
ลักษณะของงาน	ความผูกพันต่อองค์กร (ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิก ขององค์กร)			
	n	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ความมีอิสระในการทำงาน	60	.18	.17	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ความหลากหลายของงาน	60	.00	.98	ไม่มีความสัมพันธ์
3. ความมีเอกลักษณ์ของงาน	60	.04	.76	ไม่มีความสัมพันธ์
4. งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	60	.11	.39	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ผลป้อนกลับของงาน	60	.01	.92	ไม่มีความสัมพันธ์

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลมธุรกิจ จำกัด พบว่า ด้านความมีอิสระในการทำงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านความมีเอกลักษณ์ของงานมี ค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยลักษณะของงานด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลมธุรกิจ จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .39 และ .34

ด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .02 ด้านผลป้อนกลับของงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยลักษณะของงานด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านผลป้อนกลับของงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด ในด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .30 และ .27

ด้านความหลากหลายของงาน พบว่า ค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .20 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยลักษณะของงานด้านความหลากหลายของงานไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .17

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานกับความผูกพันต่อองค์กรด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด พบว่า ด้านความมีอิสระในการทำงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านความหลากหลายของงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .01 ด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านผลป้อนกลับของงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านความหลากหลายของงาน ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน ด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และด้านผลป้อนกลับของงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด ในด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .63 .51 .34 .53 และ .41

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานกับความผูกพันต่อองค์กรด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด พบว่า ด้านความมีอิสระในการทำงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .17 ด้านความหลากหลายของงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .98 ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ

.76 ด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .39 ด้านผลป้อนกลับของงาน มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .92 ซึ่งมีความมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยลักษณะของงาน ด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านความหลากหลายของงาน ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน ด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และด้านผลป้อนกลับของงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .18 .00 .04 .11 และ .01

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสบการณ์การทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัทชัยโกลม ธุรกิจ จำกัด

ประสบการณ์การทำงาน	ความผูกพันต่อองค์กร (ความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมของ องค์กร)			
	n	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ความสำคัญของตนต่อองค์กร	60	.40**	.00	ระดับปานกลาง
2. ความพึงพอใจขององค์กร	60	.50**	.00	ระดับปานกลาง
3. ความคาดหวังที่จะได้รับการ ตอบสนองจากองค์กร	60	.20	.12	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร	60	.26**	.00	ระดับต่ำ
ประสบการณ์การทำงาน	ความผูกพันต่อองค์กร (ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงาน ให้แก่องค์กร)			
	n	r	Sig.(2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ความสำคัญของตนต่อองค์กร	60	.46**	.00	ระดับปานกลาง
2. ความพึงพอใจขององค์กร	60	.52**	.00	ระดับปานกลาง
3. ความคาดหวังที่จะได้รับการ ตอบสนองจากองค์กร	60	.18	.16	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร	60	.48**	.00	ระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประสบการณ์การทำงาน	ความผูกพันต่อองค์กร (ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงาน ให้แก่องค์กร)			ระดับความสัมพันธ์
	n	r	Sig.(2-tailed)	
1. ความสำคัญของตนต่อองค์กร	60	.09	.51	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ความพึงพอใจขององค์กร	60	.40**	.00	ระดับปานกลาง
3. ความคาดหวังที่จะได้รับการ ตอบสนองจากองค์กร	60	.35*	.01	ระดับปานกลาง
4. ทักษะติดต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร	60	.35*	.01	ระดับปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสบการณ์การทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด พบว่า ปัจจัยประสบการณ์การทำงาน ในด้านความสำคัญของตนต่อองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านความพึงพอใจขององค์กรจากองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านทักษะติดต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยประสบการณ์การทำงานด้านความสำคัญของตนต่อองค์กร ด้านความพึงพอใจขององค์กร และด้านทักษะติดต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .40 .50 และ .26

ปัจจัยประสบการณ์การทำงาน ในด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .12 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยประสบการณ์การทำงานในด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .20

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสพการณ์การทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด พบว่า ปัจจัยประสพการณ์การทำงาน ในด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านความพึงพอใจขององค์กรจากองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยประสพการณ์การทำงานด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ด้านความพึงพอใจขององค์กร และด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .46 .52 และ .48

ปัจจัยประสพการณ์การทำงาน ในด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .16 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยประสพการณ์การทำงานในด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .18

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสพการณ์การทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด พบว่า ปัจจัยประสพการณ์การทำงาน ในด้านความพึงพอใจขององค์กรจากองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .00 ด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .01 ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยประสพการณ์การทำงานด้านความพึงพอใจขององค์กร ด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง และด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ธุรกิจ จำกัด ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .40 .35 และ .35

ปัจจัยประสพการณ์การทำงาน ในด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร มีค่า sig. (2-tailed) เท่ากับ .51 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

หมายความว่า ปัจจัยประสบการณ์การทำงานในความสำคัญของตนเองต่อการไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ฐรกิจ จำกัด ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .09

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการของพนักงานบริษัท ชัยโกมล ฐรกิจ จำกัด ประกอบด้วยปัจจัยลักษณะของงาน ประสบการณ์การทำงาน กับความผูกพันต่อการการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะของงานทั้ง 5 ด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งลักษณะของงานด้านความมีอิสระในการทำงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น แลผลป้อนกลับของงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการ ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อธิบายได้ว่าการทำงานร่วมกับองค์กรสามารถกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงานในหน้าที่ของตนได้ และสามารถตัดสินใจในเอกสารเร่งด่วนได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา จำลอง (2553) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อการของบุคลากรศาลปกครอง พบว่าความมีอิสระในการทำงาน ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กร ของบุคลากรศาลปกครองมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ลักษณะของงาน ด้านความมีอิสระในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อธิบายได้ว่าพนักงานจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัดและถูกกดดันจากเพื่อนร่วมงาน ส่งผลให้พนักงานขาดความอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลพรรณ สายสังข์ (2553) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อการของข้าราชการศาลยุติธรรมในสำนักงานศาลยุติธรรม พบว่าความมีอิสระในการทำงาน ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร ของข้าราชการศาลยุติธรรมในสำนักงานศาลยุติธรรม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ลักษณะของงาน ด้านความหลากหลายของงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะ

คงความเป็นสมาชิกขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้อธิบายได้ว่าความพึงพอใจในการทำงาน ส่งผลให้งานที่ทำออกมามีประสิทธิภาพมากพอ การจูงใจในเรื่องต่างๆ เป็นตัวช่วยให้พนักงานเกิดความพอใจในงานเต็มใจทำงานมากขึ้น และทำให้งานที่ทำออกมามีประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี 2 ปัจจัย (Herzbergs Two-Factor Theory) ได้แก่ ปัจจัยสุขวิทยาและปัจจัยจูงใจ

ลักษณะของงาน ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้อธิบายได้ว่างานบางอย่างที่ต้องทำอยู่ประจำ อาจสร้างความเบื่อหน่ายให้กับพนักงานส่งผลต่อความตั้งใจในการทำงานในทางที่ไม่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลพรรณ สายสังข์ (2553) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการศาลยุติธรรมในสำนักงานศาลยุติธรรม พบว่าความมีเอกลักษณ์ของงาน ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร ของข้าราชการศาลยุติธรรมในสำนักงานศาลยุติธรรม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ประสบการณ์การทำงาน ด้านความพึงพอใจขององค์กรโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กร และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้อธิบายได้ว่าพนักงานได้รับผลประโยชน์ สวัสดิการต่างๆ จากการปฏิบัติงานร่วมกับองค์กร รวมถึงการปรับอัตราค่าจ้าง เงินเดือนเพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลพรรณ สายสังข์ (2553) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการศาลยุติธรรมในสำนักงานศาลยุติธรรม พบว่าความพึงพอใจขององค์กรของข้าราชการศาลยุติธรรมมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ประสบการณ์การทำงาน ด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้อธิบายได้ว่าการบริหารค่าตอบแทนขององค์กรเป็นไปตามความสามารถ ทักษะความชำนาญ พนักงานแต่ละตำแหน่งงาน แต่ละหน้าที่ความรับผิดชอบ จะได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติทุกคนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีนดา สัมฤทธิ์ดี (2553) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ พบว่าความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ประสบการณ์การทำงาน ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์การโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์การ และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, .01 และ .05 ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้อธิบายได้ว่านโยบายในการทำงานมีทิศทางที่แน่นอนและไปในทิศทางเดียวกัน เสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานและองค์การ สร้างความเป็นปึกแผ่น มีน้ำหนึ่งน้ำใจเดียวกัน ทุกส่วนรับรู้ถึงปัญหาต่างๆและช่วยกันแก้ไขปัญหาได้ดีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีندا สัมฤทธิ์ดี (2553) ศึกษาเรื่องความผูกพันองค์การของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ พบว่าทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์การมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันองค์การของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยลักษณะของงาน ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและผลป้อนกลับของงาน ลักษณะของงานย่อมส่งผลต่อระดับความผูกพันของพนักงาน และเป็นส่วนช่วยผลักดันให้พนักงานเกิดความรักและผูกพันต่อองค์การมากขึ้น เช่น ความมีอิสระในการทำงาน องค์การควรเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น ได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานอยู่เสมอ หรือรับรู้ถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานขององค์การในเรื่องต่างๆ เพื่อให้พนักงานรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งขององค์การอย่างแท้จริง ซึ่งทำให้พนักงานเกิดความมั่นใจ เกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนางานให้ก้าวหน้า และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ลักษณะของงาน ด้านความหลากหลายของงาน องค์การควรให้พนักงานได้ทำงานที่มีความหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อสร้างความกระตือรือร้นในการทำงานและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานให้สูงขึ้น

ปัจจัยประสบการณ์การทำงาน ได้แก่ ความสำคัญของตนต่อองค์การ ความพึงพอใจขององค์การ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์การ และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์การ ประสบการณ์การทำงานย่อมส่งผลต่อระดับความผูกพันของพนักงาน รวมทั้งธำรงรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์การต่อไปให้ยาวนานขึ้น เช่น ความสำคัญของงานต่อองค์การ ทำให้เกิดความภูมิใจ

ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งจะทำให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น อีกทั้งพนักงานสามารถที่จะทำงานด้วยความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กร

ประสบการณ์การทำงาน ด้านความพึงพอใจขององค์กร เป็นส่วนสำคัญที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญอย่างมาก คือ ส่วนของผลประโยชน์ตอบแทนที่ได้รับจากบริษัทฯ การเป็นที่พึงพิงของพนักงานเมื่อมีปัญหา และสวัสดิการที่พนักงานควรได้รับ ซึ่งทุกส่วนที่ได้กล่าวมา ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำงานของพนักงาน และความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างมาก

ประสบการณ์การทำงาน ด้านความคาดหวังที่ได้รับการตอบสนองจากองค์กรการที่องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานไปได้ศึกษาดูงาน เพื่อนำมาพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง และให้การสนับสนุนให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาความรู้ ความสามารถในอาชีพของตน ย่อมส่งผลดีต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร มีความสำคัญต่อความรู้สึกของพนักงานในเรื่องของความจงรักภักดีที่มีต่อองค์กร ดังนั้นองค์กรควรมีแนวทางในการจูงใจให้พนักงานรู้สึกรัก และซื่อสัตย์ต่อองค์กร โดยการให้ความสนใจและใส่ใจพนักงานในทุกๆ ระดับ รับฟังความคิดเห็นและความต้องการของพนักงานให้มากขึ้น เพื่อให้พนักงานคงอยู่กับองค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- นนุช วงษ์สุวรรณ. (2553). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักต์.
- นวลพรรณ ลายสังข์. (2553). **ความผูกพันองค์การของข้าราชการศาลยุติธรรมในสำนักงานศาลยุติธรรม**. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิชิต เทพวรรณ. (2554). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์: แนวคิดและกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน**. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พรีนท์ (1991) จำกัด.
- รุ่งโรจน์ อรรถานิติ. (2554). **การสร้างความผูกพันของพนักงานในองค์กร**. กรุงเทพฯ: เอชอาร์ เซ็นเตอร์.
- ศรินดา สัมฤทธิ์ดี. (2553). **ความผูกพันองค์การของพนักงานอมลสิน สำนักงานใหญ่**. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อาทิตยา จำลอง. (2553). **ความผูกพันองค์การของบุคลากรศาลปกครอง**. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

การจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพ
โดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3
โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2
Development of organizing creative arts activities drawing illustrations
printing images by using mixed media to develop writing ability for
students in kindergarten 3 Bankhunmaela School, Mea Hong Son
Primary Educational Service Area Office 2

สุภาพร ทะนันชัย¹ และกรรณิการ์ ทองรักษ์²

Supapron Thananchai and Kannika Thongrux

Received: 20 April 2022; Revised: 5 May 2022; Accepted: 18 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 2) เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการเขียนของนักเรียนชั้นอนุบาล ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอนเขต 2 จำนวน 13 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย 1) แผนการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 2) แบบทดสอบวัดทักษะการเขียนของเด็กปฐมวัย 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 4

¹ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตสาขาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น² อาจารย์ประจำสาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น จังหวัดตาก

สัปดาห์ เป็นการวิจัยกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนและหลังทดลอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test แบบ dependent samples

ผลการวิจัยพบว่า แผนการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีและมีประสิทธิภาพ คือ 88.46/95.38 นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และมีความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมในระดับมาก

คำสำคัญ : การจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพ, สื่อประสม, การเขียน

Abstract

Objective of this research is 1) to develop a organizing creative arts activities drawing illustrations printing images by using mixed media to develop writing ability for students in kindergarten 3 as criterion of 80/80. 2) to compare the writing ability of Kindergarten3. Before and after organizing creative arts activities drawing illustrations printing images the sample group was kindergarten 3, and 3) to study the satisfaction level of the students with organizing creative arts activities drawing illustrations printing images by using mixed media to develop writing ability for students in kindergarten 3. The samples used in this research were 13 Kindergarten 3 students in at Bankhunmaela School, Mea Hong Son Primary Educational Service Area Office 2. The instrument used for the research were learning experience plan organizing creative arts activities drawing illustrations printing images by using mixed media to develop writing ability for students in kindergarten 3. This was a one-group quasi-experimental study, tested before and after the experiment. the statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and t-test on dependent samples.

The results were as follows. A learning experience plan organizing creative arts activities drawing illustrations printing images by using mixed media to develop writing ability for students in kindergarten 3 having the efficiency was equal to 88.46 / 95.38. The students' learning achievement after using the learning experience plan

organizing creative arts activities drawing illustrations printing images by using mixed media was significantly higher than previous at level of .05 and the students' satisfaction towards organizing creative arts activities drawing illustrations printing images by using mixed media was at the very high level.

Keywords : organizing creative arts activities drawing illustrations printing images , mixed media, writing

บทนำ

การศึกษาปฐมวัยเป็นการพัฒนาเด็กแรกเกิดถึง 6 ปีบริบูรณ์อย่างเป็นองค์รวมบนพื้นฐานการอบรมเลี้ยงดู และการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่สนองต่อธรรมชาติ และพัฒนาการตามวัยของเด็กแต่ละคนให้เต็มตามศักยภาพ ภายใต้บริบทสังคมและวัฒนธรรมที่เด็กอาศัยอยู่ ซึ่งหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 มุ่งเน้นพัฒนาเด็กทุกคนให้ได้รับการพัฒนาด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา อย่างมีคุณภาพและต่อเนื่อง ได้รับการจัดประสบการณ์การเรียนรู้อย่างมีความสุขและเหมาะสมตามวัย ได้กำหนดเป็นจุดมุ่งหมายสำหรับเด็กอายุ 3-6 ปี ให้เด็กมีพัฒนาการเต็มตามศักยภาพและมีความพร้อมทั้ง 4 ด้าน คือ มีร่างกายเจริญเติบโตตามวัย แข็งแรงมีสุขนิสัยที่ดี มีสุขภาพจิตดี มีสุนทรียภาพ คุณธรรม จริยธรรมและจิตใจที่ดีงาม มีทักษะชีวิตและปฏิบัติตนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีวินัยและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และมีทักษะการคิด การใช้ภาษาสื่อสาร และการแสวงหาความรู้ได้เหมาะสมกับวัย (หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560: 1-26)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นความสามารถทางการใช้สมองในระดับสูงของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลไขว่คว้าหาข้อบกพร่อง ช่องว่างในด้านความรู้ สิ่งที่ยากหาไป หรือสิ่งที่ไม่ประสานกันและไขว่คว้าหาการแยกแยะสิ่งต่างๆ ไขว่คว้าหาวิธีการแก้ไขปัญหา ไขว่คว้าหาหรือการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับข้อบกพร่อง ทดสอบและทดสอบอีกครั้งเกี่ยวกับสมมติฐาน จนในที่สุดสามารถนำเอาผลที่ได้ไปแสดงให้เห็นปรากฏแก่ผู้อื่นได้ ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองในการคิดหลายทิศทาง ซึ่งมีองค์ประกอบความสามารถในการริเริ่ม ความคล่องในการคิด ความยืดหยุ่นในการคิด และความสามารถในการแต่งเติมและให้คำอธิบายใหม่ที่เป็นการติดตามหลักเหตุผลเพื่อหาคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว แต่องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของความคิดสร้างสรรค์คือความคิดริเริ่ม นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่พรสวรรค์ที่บุคคลมี แต่เป็นคุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งมีมากน้อยไม่เท่ากัน และบุคคลแสดงออกมาในระดับต่างกัน ความคิดสร้างสรรค์นั้นจึงเป็นความสามารถที่บุคคลนั้นต้องมีไม่มากก็น้อยตาม

ศักยภาพของแต่ละคน ซึ่งจะมีคุณลักษณะของผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ พบว่าผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จะเป็นผู้ที่ตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา มีความสามารถในการใช้สมาธิ มีความสามารถในการพิจารณาวิเคราะห์ ความคิดถี่ถ้วนเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและมีความสามารถในการสอบสวน ค้นหารายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดกว้างขวาง คุณลักษณะอีกประการหนึ่งก็คือ เป็นผู้ที่เปิดรับประสบการณ์ต่างๆ อย่างไม่หลีกเลี่ยง

กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ของเด็กในวัยปฐมวัย เพราะส่งเสริมพัฒนาการและทักษะของเด็กได้ คือ การพัฒนาการทางด้านร่างกายสามารถพัฒนาการทางด้านกล้ามเนื้อมัดใหญ่และกล้ามเนื้อมัดเล็กได้ พัฒนาประสานสัมพันธ์ระหว่างตากับมือ การพัฒนาการทางด้านสังคมมีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เรียนรู้จากกันและกัน (cooperative learning) แลกเปลี่ยนและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น การรู้จักแบ่งปัน การพัฒนาการทางด้านอารมณ์-จิตใจ สร้างความเชื่อมั่นในตนเอง (confidence) เห็นคุณค่าและภูมิใจในตนเอง (self esteem) การคิดดีและชื่นชมผลงานของผู้อื่น สร้างวินัยและความรับผิดชอบ มีสุนทรียภาพ การพัฒนาทางด้านสติปัญญา มีความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ รู้จักแก้ปัญหา ทำงานแบบมีระบบ รู้จักคิดและชี้แจงเหตุผล สังเกตและเปรียบเทียบ ใช้สัญลักษณ์แทนวัตถุหรือประสบการณ์ในการสื่อความหมาย มีทักษะทางด้านภาษา ด้านคณิตศาสตร์ และด้านวิทยาศาสตร์ (นภารัตน์ เบิกระ. 2558 : 10) ซึ่งการวาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพ สามารถใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น นิ้วมือ ฝ่ามือ แขน ข้อศอก ฯลฯ การพิมพ์ภาพจากวัสดุธรรมชาติต่างๆ เช่น พืช ผัก ผลไม้ ฯลฯ การพิมพ์ภาพจากวัสดุเหลือใช้ต่างๆ เช่น หลอด ฝาน้ำอัดลม ขวดน้ำ ฯลฯ รวมถึงการพิมพ์ภาพด้วยการขยำกระดาษ การขุดสี เป็นต้น เมื่อเด็กได้ฝึกทำกิจกรรมซ้ำๆ จะทำให้เกิดทักษะมากขึ้น ทำให้เด็กเกิดความมั่นใจในความสามารถของตัวเอง เป็นการส่งเสริมหรือเตรียมความพร้อมให้กับเด็กในการพัฒนากล้ามเนื้อมือและตาประสานสัมพันธ์กัน ซึ่งความพร้อมในการเขียนของเด็กต้องมาจากความพร้อมของเด็กจริงๆ และการให้เด็กได้ทำกิจกรรมต่างๆ ได้ลงมือสัมผัสกับอุปกรณ์ ได้ลองผิด ลองถูก ได้คิด ตัดสินใจ และได้ฝึกฝนการทำงานประสานสัมพันธ์ระหว่างกล้ามเนื้อมือกับตา เพื่อพัฒนาไปสู่การใช้มือในการเขียน และทำกิจกรรมทางการเรียนอื่นๆ ต่อไป สอดคล้องกับนิตยา วิทยาภรณ์ (2557 : 18) กล่าวว่าเด็กต้องพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กเพื่อให้พร้อมต่อการเขียน สร้างทักษะความสัมพันธ์ระหว่างกล้ามเนื้อมือกับตาให้สมวัย ผ่านกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 โดยการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อ

ประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล เพื่อให้มีการพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กได้อย่างคล่องแคล่วพร้อมต่อการเขียน และประสานสัมพันธ์ระหว่างกล้ามเนื้อมือกับตา อย่างเป็นองค์รวม มีคุณภาพและเต็มตามศักยภาพของเด็กปฐมวัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการเขียนของนักเรียนชั้นอนุบาล ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนโดยใช้กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2

วิธีการดำเนินการวิจัย

ตอนที่ 1 การสร้างและหาประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development)

2. กลุ่มเป้าหมาย

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตรและการสอน จำนวน 5 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลในการสร้างและตรวจสอบคุณภาพการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม

2.2 นักเรียนชั้นอนุบาล 3 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 จำนวน 9 คน และกลุ่มที่ 3 จำนวน 30 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบประเมินการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบประเมินการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยลงความเห็นตามแบบประเมินที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scales) และนำคะแนนจากแบบประเมินทั้ง 2 ฉบับ มาหาค่าเฉลี่ยและใช้เกณฑ์ตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1.00 จึงจะถือว่ามีความเหมาะสม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 2 ทดลองใช้การจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง แบบ One group Pretest – Posttest Design

2. กลุ่มเป้าหมาย

นักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอนเขต 2 จำนวน 13 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แผนการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม มีดังนี้ 1. หัวหอมจอมชน 2. ภาพสวยด้วยใบไม้ 3. เขาวงกตจากขดเชือก 4. ภาพสวยด้วยลายนิ้วมือ 5. คัตตอลบัตสร้างภาพ 6. มะระสีสวย 7. ซ้อน-ส้อมพาเพลิน 8. ทรายสร้างภาพ

3.2 แบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียน ประกอบด้วย เกณฑ์การให้คะแนนแบบบันทึกคะแนนวัดการเขียน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 โดยใช้เวลาในการทดลอง 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 วัน วันละประมาณ 40 นาที โดยจัดในช่วงกิจกรรมศิลปะ ดังนี้

1) ก่อนดำเนินการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม ได้ทำการทดสอบโดยแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียน

2) ดำเนินการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม ใช้เวลาในการทดลอง 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 วัน วันละ 40 นาที รวม 320 นาที โดยจัดในช่วงกิจกรรมศิลปะ

3) เมื่อดำเนินการกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม ครบ 4 สัปดาห์ ได้ทำการทดสอบโดยแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียน

4) นำคะแนนที่ได้จากการทำทดสอบก่อนและหลัง ไปวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าร้อยละ ความก้าวหน้าของเด็กทุกคน และทั้งชั้นเรียน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียน โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test

ผลการวิจัย

แผนการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี และมีประสิทธิภาพ คือ $88.46 / 95.38$ นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมในระดับมาก

อภิปรายผล

1. ผลการหาประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ $80/80$ คือ $88.46/95.38$ เนื่องจากผู้วิจัยได้สร้างแผนการจัดกิจกรรมที่มีการออกแบบและพัฒนาอย่างเป็นระบบตามวิธีการที่เหมาะสมและผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญและการทดลองใช้ เมื่อนำแผนการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 ไปใช้ทำให้นักเรียนมีพัฒนาการทางการเรียนรู้ได้ดีขึ้น สอดคล้องกับนาคยา ปานโพธิจาน (2560 : 67) ได้กล่าวว่า แผนการจัดกิจกรรมเป็นสื่อการเรียนรู้ที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และทักษะทั้งยังช่วย

แบ่งเบาภาระครูผู้สอน ซึ่งประโยชน์ของแผนการจัดกิจกรรมทำให้นักเรียนเข้าใจเนื้อหาที่เรียนได้มากขึ้น มีความเชื่อมั่นฝึกทำงานได้ด้วยตนเอง ทำให้มีความรับผิดชอบ และทำให้ครูทราบปัญหาและข้อบกพร่องของนักเรียนในเรื่องที่เรียนทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ทันที นอกจากนี้แผนการจัดกิจกรรมยังเปิดโอกาสให้เด็กฝึกทักษะอย่างเต็มที่ทั้งยังช่วยให้คงอยู่ได้นาน และเป็นเครื่องมือวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังจบบทเรียนแต่ละครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของตุลา แฉ่งฉายา และอภิณภัส จิตรกร (2561 : 57) ได้ศึกษาเรื่องแผนการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ศิลปะร่วมกันจากการฟังนิทาน ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของแผนการจัดกิจกรรม มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 80.84/81.00 เป็นไปตามเกณฑ์ 80/80 และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปริดา นาฬิ (2562 : 75) ได้ศึกษาการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ โดยใช้ชุดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการเขียน ประสิทธิภาพ (E1/E2) เท่ากับ 80.17/83.87 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 หลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้ชุดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์สูงกว่าก่อนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการเขียนของนักเรียนชั้นอนุบาลที่ได้รับการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบทดสอบวัดทักษะการเขียนของเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาล 3 โรงเรียนบ้านขุนแม่ลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2 ที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้ ทั้งนี้เนื่องจากได้ยึดหลักในการสร้างแบบทดสอบที่มีการกำหนดจุดหมายที่จะฝึก เนื้อหาตรงกับจุดหมายที่วางไว้ และภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะสมกับวัย มีการจัดเรียงเนื้อหาจากง่ายไปยาก และเพิ่มวิธีการแนวทางแก้ปัญหาใหม่ ๆ เพื่อให้เป็นทางเลือกให้กับนักเรียน ดังที่เฮเลน มาลีรีน (Helene Marilynn. 2003: 44) ได้ศึกษาองค์ประกอบทักษะการเขียนของเด็กปฐมวัยจากแบบฝึกหัด ผลที่ได้คือเด็กเกรด 1 และเด็กเกรด 2 กลุ่มคะแนนการพิมพ์เฉลี่ยมีความชำนาญในทักษะการพิมพ์ในเรื่องการสัมผัส ลายนิ้วมือและจับคู่รูปภาพ รูปแบบ มากกว่าเด็กที่อยู่ในกลุ่มต่ำกว่าคะแนนการพิมพ์เฉลี่ย แสดงว่าคำสั่งตรงของการทำแบบฝึกหัด พัฒนาปริมาณและคุณภาพของตัวอย่างการเขียนได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับ นาดยา ปานโพธิจาน (2560 : 67) ได้ศึกษาผลการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ โดยใช้ชุดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางด้านความคิดสำหรับเด็กชั้นอนุบาลปีที่ 3 ตามเกณฑ์ 80/80

3. ผลการวิเคราะห์คะแนนความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการจัดบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ นักเรียนในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์กัน ได้พูดคุยแลกเปลี่ยน

ความคิดเห็น ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการทำกิจกรรมจนทำให้การทำกิจกรรมประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับทฤษฎี แคมมณี (2555 : 65) กล่าวว่า การจัดบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้จะช่วยส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ในการรู้จักตนเองตามสภาพความเป็นจริง เมื่อบุคคลได้รับผลที่พึงพอใจย่อมอยากจะทำต่อไป ดังนั้นการได้รับผลที่พึงพอใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ครูควรให้เด็กได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอแม่พิมพ์ที่สามารถหามาได้ เพื่อใช้ในการพิมพ์ เด็กจะได้เกิดความรู้สึกภูมิใจในการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม
2. สื่อแม่พิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์ภาพบางชนิดมีลักษณะอ่อนนุ่ม และเข้าได้ง่าย เช่น มะระ, หัวหอมใหญ่ ฯลฯ จึงควรมีจำนวนมากเพียงพอ เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนให้กับเด็ก
3. ครูผู้สอนควรสร้างความคุ้นเคย เพื่อลดความตื่นเต้น ความประหม่าของครูผู้สอนและนักเรียน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาและวิจัยการทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพ โดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 ที่มีผลต่อตัวแปรตามอื่นๆ ของเด็กปฐมวัย เช่น ความสามารถด้าน มิติสัมพันธ์ ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การรอคอย การแบ่งปัน และระเบียบวินัย
2. ควรมีการศึกษาทักษะการเขียนของเด็กปฐมวัยที่ได้รับกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์วาดภาพประกอบการพิมพ์ภาพโดยใช้สื่อประสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเขียนสำหรับนักเรียนชั้นอนุบาล 3 ในสังกัดอื่นๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร กรมพัฒนาชุมชน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). **หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560**. พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- ตุลา แฉ่งฉายาและอภิณัฏ จิตรกร. (2561). **การพัฒนากิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ร่วมกันจากกราฟิกนิทานเพื่อส่งเสริมการเป็นพลเมืองดีของผู้เรียนระดับปฐมวัยด้วยค่านิยม 12 ประการ**. ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

- นภารัตน์ เบิกระ. (2558). การพิมพ์ภาพสำหรับเด็กปฐมวัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
ชุมนุม สหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.
- นัตยา ปานโพธิจาน. (2560). ชุดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมพัฒนาการทางด้าน
ความคิดสำหรับเด็กชั้นอนุบาลปีที่ 3. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาพัฒนาการ). กรุงเทพฯ
: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- นิตยา วียาภรณ์. (2557). ตัวเด็กปฐมวัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (สาขาวิชา
ศึกษาศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุปรีดา นาฬี. (2562). การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ โดยใช้ชุดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์เพื่อ
ส่งเสริมการเขียน สำหรับนักเรียนชั้นอนุบาลปีที่ 2. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม.(การศึกษา
ปฐมวัย). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

กรณีศึกษา : อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Factors influencing the Decision to Use the 5-Star Accommodation
Service of Thai Tourists Under the Epidemic Situation of the
Coronavirus Disease 2019 Case Study : Koh Samui, Suratthani Province

บัญญัติา แคนด้า¹ พชรี ทับทิม² สนิรัตน์ รสหวาน³ และ กันตพีร์ ธีรภาน⁴

Bantita Kaedum Patcharee Tabtim Sineerat Roswan และ Guntapee Thiraganon

Received: 18 April 2022; Revised: 10 May 2022; Accepted: 26 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา : อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และ ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบบังเอิญจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่เคยใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน และ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาท ขึ้นไป ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า เคยใช้บริการ 2-3 ครั้ง วัตถุประสงค์ในการเข้าพักคือเพื่อการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนกับครอบครัวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ครั้งละ 2-3 คืน สำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องพัก อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก 1 คืน คือ 5,001-6,000 บาท รู้จักที่พักผ่านเพื่อน ตัดสินใจเข้าพักด้วยตนเอง สาเหตุหลักในการตัดสินใจเข้าพักคือคำแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ และ คาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีก ด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง

¹ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

² นักศึกษาคณะศิลปศาสตร สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

³ อาจารย์ สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

⁴ อาจารย์ สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

การตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดย ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ และลำดับสุดท้ายคือ ด้านราคา จากการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักรูปแบบต่างกัน และ ปัจจัยด้าน ผลลัพธ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พัก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้บริการ, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps), ที่พักระดับ 5 ดาว

Abstract

The purpose of this research is to study factors influencing the decisions to use the 5-Star accommodation service of Thai tourists under the epidemic situation of the Coronavirus disease 2019, case study of Koh Samui, Suratthani Province by using demographic factors, service user's behavior and satisfaction levels towards the service marketing mix factors (7Ps). The sample was consisted of 400 Thai tourists who stayed at the 5-Star accommodation in Koh Samui, Surat Thani. Questionnaires were used to collect data. The accidental sampling technique was involved. The statistics used for data analysis were descriptive statistics and inferential statistics.

The research results are most of the respondents were female, aged between 31-40 years old with a bachelor's degree or equivalent. Work as an employee working in a private company with an average salary 15,001 - 35,000 baht. In terms of service behavior, it was found that most of the sample group stayed for more than 2-3 times. Their purpose of staying focused on a family vacation on weekends, 2-3 nights at a time, reserved a room through the hotel booking site. The average room rate per 1-night stay is 5,001-6,000 baht. They knew about the hotel through friends and decided to stay by themselves. The main reason for deciding to stay was social media referrals and expected to use the hotel service again. The study indicated that most of the respondents had the highest satisfaction level of overall opinions towards the service marketing mix affecting staying in the hotel. When individual

aspects were considered, the factor levels were listed in descending order; physical characteristics followed by process and the last one is price.

Under the epidemic situation of the Coronavirus disease 2019, the result of the hypothesis testing showed that the different demographic factors including gender, age, levels of education, occupation and average monthly income of Thai tourists influence the decision of accommodations selection and service marketing mix factors including product/hotel service, price, people, process, and physical characteristics factors affect the decision to select accommodations for Thai tourists visiting the 5-Star accommodation in Koh Samui, Surat Thani with a statistical significance of 0.05.

Keywords: service user's behavior, service marketing mix factors (7Ps), 5-Star accommodation

บทนำ

ธุรกิจที่พักแรมเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ นอกจากธุรกิจที่พักแรมจะสร้างรายได้โดยตรงจากการให้บริการนักท่องเที่ยวและดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติแล้ว ยังส่งผลทางอ้อมในด้านการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมบริการเป็นจำนวนมาก

อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอำเภอที่มีลักษณะเป็นหมู่เกาะกลางอ่าวไทย ที่มีเกาะเล็กเกาะน้อยต่าง ๆ ที่มีความสวยงามล้อมรอบอยู่มากมายนับร้อยเกาะ จนทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับการขนานนามว่า “เมืองร้อยเกาะ” เกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้นๆ ของเมืองไทยอีกแห่งหนึ่งที่มีชื่อเสียงระดับโลก ด้วยมีธรรมชาติอันงดงาม เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นทั้งที่พักจำนวนมาก การคมนาคมที่สะดวก และมีสนามบินนานาชาติอยู่บนเกาะซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและเติมเต็มให้เกาะแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลไปเยี่ยมเยือนปีละหลายล้านคน (ฐิติกาญจน์ ทวยเจริญ, 2560) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับบน (Niche Market) ที่ถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงที่รสนิยมในการท่องเที่ยวแบบหรูหร่า (Luxury Tourism) (รจิต คงหาญ, 2560)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบกับประชาชนและธุรกิจทั่วโลก รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งเดิมเป็นแหล่งรายได้สำคัญของ

ประเทศ เช่นเดียวกันกับธุรกิจที่พักรวมที่ต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจที่พักระดับ 5 ดาวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรง เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักลดปริมาณลง ที่พักรวมระดับ 5 ดาวหลายแห่งจึงปรับกลยุทธ์ด้วยการเปลี่ยนเป้าหมายทางการตลาดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจากข้อมูลสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า เพียงช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2565 นั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้นจากสถิติโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2564 ถึงร้อยละ 144.33 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับและเพิ่มศักยภาพด้านการบริการให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยระดับบนหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มศักยภาพสูงที่รสนิยมในการท่องเที่ยวแบบหรูหราที่คาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา : อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจที่พักระดับ 5 ดาว หรือ ธุรกิจที่พักระดับในรูปแบบอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปปรับใช้ในการวางแผนและพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

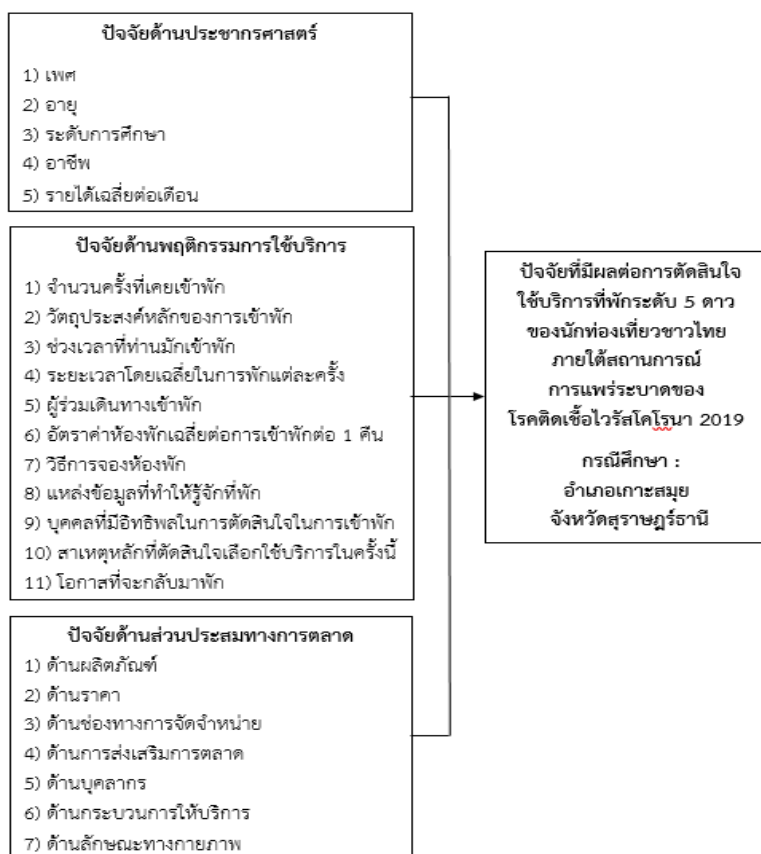
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 เมษายน 2565 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอแรน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน นคร เสรีรักษ์ และ ภรณ์ ดีราษฎร์วิเศษ, 2561 หน้า 45) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง และ นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามสูตรของ Cronbach's Alpha จากการทดสอบโดยรวมได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยเข้าพัก วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพัก ช่วงเวลาที่ท่านมักเข้าพัก ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการพักในแต่ละครั้ง ผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก (ต่อ 1 คืน) วิธีการจองห้องพัก แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักที่พัก บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเข้าพัก สาเหตุหลักที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในครั้งนี้ และ โอกาสที่จะกลับมาพัก

ส่วนที่ 3 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และ ด้านกายภาพ (Physical)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุดแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้ศึกษาเก็บรวบรวมค้นคว้าจาก ตำรา เอกสารบทความ วารสารทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติหรือรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ เอกสารเผยแพร่ และ ข้อมูลจาก Website ต่างๆ ของหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ ปัจจัยด้านพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ (7Ps) ของที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ผล ดังนี้

1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่มีความเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-test) และ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

2) สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดร้อยละ 54.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 มี การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และมี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการ 2-3 ครั้ง จำนวน 174 คน คิดร้อยละ 43.50 วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพัก คือ เพื่อการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน จำนวน 230 คน คิดร้อยละ

57.50 มักเข้าพักในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 228 คน คิดร้อยละ 40.00 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการพักในแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คืน จำนวน 244 คน คิดร้อยละ 61.00 รวมเดินทางเข้าพักกับครอบครัว จำนวน 160 คน คิดร้อยละ 40.00 อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก 1 คืน คือ 5,001-6,000 บาท จำนวน 126 คน คิดร้อยละ 31.50 สำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องพัก จำนวน 224 คน คิดร้อยละ 56.00 รู้จักที่พักระหว่างเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/คนรู้จัก จำนวน 128 คน คิดร้อยละ 32.00 ตัดสินใจในการเข้าพักด้วยตนเอง จำนวน 144 คน คิดร้อยละ 36.00 โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในครั้งนี้คือคำแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 158 คน คิดร้อยละ 39.50 และ คาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีก จำนวน 392 คน คิดร้อยละ 98.00

ส่วนที่ 3 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$, S.D.= 0.564) โดยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ และลำดับสุดท้ายคือ ด้านราคา โดยมีรายละเอียดดังตาราง ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

ปัจจัยการตลาด	รวม (n=400)			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.29	0.649	มากที่สุด	3
2. ด้านราคา (Price)	4.08	0.655	มาก	7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.69	0.665	มาก	6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.75	0.548	มาก	5
5. ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee)	4.77	0.409	มากที่สุด	4
6. ด้านกระบวนการ (Process)	4.62	0.505	มากที่สุด	2
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.43	0.518	มากที่สุด	1
รวม	4.23	0.564	มากที่สุด	

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร (T-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้าน

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	T-Test	.015*	ยอมรับ
อายุ	F-Test	.000*	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	F-Test	.000*	ยอมรับ
อาชีพ	F-Test	.000*	ยอมรับ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-Test	.000*	ยอมรับ

* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนที่ 5 การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พัก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยประสมทางการตลาดบริการ	B	SE	β	t	Sig.	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-.061	.081	-.045	-.752	.045*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านราคา	.039	.063	.034	.616	.050*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.110	.083	.087	1.336	.100	ปฏิเสธ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.023	.080	.018	.283	.780	ปฏิเสธ
ปัจจัยด้านบุคลากร	-.056	.089	-.044	-.632	.050*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	-.100	.082	-.073	-1.222	.022*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	.146	.080	.100	1.831	.006*	ยอมรับ

$R = .140$ $R^2 = .200$ $SE = .445$ และ * หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน มีประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาท ขึ้นไป ส่วนด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า เคยใช้บริการ 2-3 ครั้ง วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพัก คือ เพื่อการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน มักเข้าพักในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการพักในแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คืน รวมเดินทางเข้าพักกับครอบครัว อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก 1 คืน คือ 5,001-6,000 บาท สำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องพัก รู้จักที่พักผ่านเพื่อน ตัดสินใจในการเข้าพักด้วยตนเอง โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในครั้งนี้คือคำแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ และ คาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา อมรกุล (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพักโรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า วัตถุประสงค์ในการเข้าพักคือเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาล รวมเดินทางกับครอบครัว ตัดสินใจเข้าพักด้วยตนเอง และ สำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรนภา ธนโพธิ์วิรัตน์ (2564) ที่ศึกษา คุณภาพบริการและปัจจัยทางการตลาดที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่พัหลังการผ่อนปรนมาตรการจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่พบว่า จุดประสงค์ในการเข้าใช้บริการที่พัคือเพื่อการท่องเที่ยว/ท่องเที่ยว ในช่วงเวลาวันหยุดราชการ สำรองที่พักจากเว็บไซต์จองที่พักออนไลน์ และ ตัดสินใจเข้าใช้บริการจากสื่อ Social Media

สำหรับผลการศึกษา ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา อมรกุล (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพักโรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ที่พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักแตกต่างกัน และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พัก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา อมรกล (2562) ที่ศึกษา พฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพัก โรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในการเข้าพักโรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ทแอนด์สปา ที่แตกต่างกัน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ คล่องสั่งสอน (2562) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทย ในการเข้าพักโรงแรมห้าดาวริมน้ำย่านบางรัก กรุงเทพฯ ที่พบว่า ข้อมูลประชากรในด้านอาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อตัดสินใจของลูกค้าในการเข้าพัก และ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านบุคลากร มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกโรงแรมห้าดาวของลูกค้าริมแม่น้ำบางรัก กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการศึกษานี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการของที่พักระดับ 5 ดาวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยเรียงลำดับตามความสำคัญเร่งด่วนในการปรับปรุงและการพัฒนาการบริการตามหลักปัจจัยทางการตลาดบริการ ดังนี้

ด้านราคา จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลให้ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักลดปริมาณลง ดังนั้นที่พักระดับ 5 ดาวหลายแห่งจึงใช้กลยุทธ์ในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยการปรับลดอัตราค่าห้องพัก แต่เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าใช้บริการแล้ว พบว่าอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการต่าง ๆ ในที่พักค่อนข้างสูง จึงควรมีการปรับอัตราค่าบริการให้สอดคล้องกับบริบทของนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น อัตราค่าบริการซักผ้า และ อัตราค่าอาหารและเครื่องดื่มของที่พักให้มีความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบัน นิยมหาข้อมูล เปรียบเทียบราคา และ สำรองห้องพักผ่านทางออนไลน์ ดังนั้น จึงควรเพิ่มความหลากหลาย

ของช่องทางการจำหน่ายผ่าน Online Travel Agent ให้มากขึ้น เช่น การจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของ Agoda, Expedia, Booking.com และ Hotels.com เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันที่นิยมหาข้อมูลและตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโดยจากการพิจารณาคำแนะนำของผู้ที่เคยใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น จึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะการรีวิวให้มากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่าน TripAdvisor, Travel YouTube Channel, Facebook หรือ Instagram ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Influencer) และ YouTuber เป็นต้น

ด้านบุคลากร ควรกระตุ้นให้พนักงานกระตือรือร้น ให้บริการอย่างครบถ้วนและถูกต้อง และบางที่พักควรเพิ่มพนักงานบริการรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ และ ควรอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการดูแลแขกผู้สูงอายุหรือผู้พิการ

ด้านผลิตภัณฑ์ ที่พักควรสร้างความน่าเชื่อถือด้านการป้องกันการแพร่ระบาดให้มากขึ้น เช่น จัดเตรียมเจลล้างมือหรือสเปรย์แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อไว้ตามจุดต่างๆ ทั่วที่พัก ดูแลความสะอาดอย่างเข้มงวดในห้องพักและพื้นที่สาธารณะของที่พักพร้อมติดป้ายให้ลูกค้าทราบว่าบริเวณใดบ้างที่ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อแล้ว

ด้านกระบวนการบริการ ควรปรับเงื่อนไขและขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าพักให้สะดวก รวดเร็ว หรือ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า นอกจากนี้ จะช่วยลดขั้นตอนในการขั้นตอนการปฏิบัติงานแล้วยังลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากสัมผัสโดยตรง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรเน้นการบรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว บริเวณโดยรอบที่พัก มีการตกแต่งอย่างสวยงาม ร่มรื่น สะอาด เป็นระเบียบ มีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ภายในที่พักอย่างลงตัว เช่น บริเวณพักผ่อน ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ บาร์ นอกจากนี้ ควรมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์ปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนแบบส่วนตัวไปพร้อมกับทำงานผ่านระบบออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาในกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่นิยมมาใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมทัศนคติของลูกค้าทุกกลุ่มสัญชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2565. <https://www.mots.go.th/allcont.php?cid=657&filename=>.
- ฐิติกาญจน์ ทวยเจริญ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://www.me-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/127>.
- พรธนนท์ คล่องสั่งสอน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทยในการเข้าพักโรงแรมห้าดาวริมน้ำย่านบางรัก. กรุงเทพฯ: Dusit Thani College Journal, 13(2), 154-166.
- พรนภา ธนโพธิ์วิรัตน์. (2564). คุณภาพบริการและปัจจัยทางการตลาดที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่พักล้างการผ่อนปรนมาตรการจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19. Dusit Thani College Journal, 15(2), 68-79.
- รจิต คงหาญ. (2560). การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวแบบหรรษา. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 12(2), 94-104.
- สุชนา อมรกล. (2562). พฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพักโรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://www.ba-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/586.ru>.

การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนบ้านผารังหมี
ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

Agricultural tourism development Ban Pha Rang Mee Community,
Sai Yoi Subdistrict Noen Maprang District Phitsanulok Province

สุชัญญา ชิมแสง¹ ลลิตา คงพร² พนิดา สีหะวงษ์³ นิรชา รักษาลาด⁴ และ จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล⁵

Suchanya Chimsaeng Lalita Khongporn Panida Seehawong

Niracha Raktalat and Chuthatip Pradiphatnaruemol

Received: 20 April 2022; Revised: 1 May 2022; Accepted: 29 May 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีเชิงพรรณนา และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ด้านดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบของการบริการ ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อม และด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้ง 9 ด้าน ส่งผลต่อพัฒนาศักยภาพการ

¹ นักศึกษา สังกัดหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อีเมล Suchanya.ch@psru.ac.th เบอร์โทร 0640696658

² นักศึกษา สังกัดหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อีเมล lalita.khon@psru.ac.th เบอร์โทร 0943828196

³ นักศึกษา สังกัดหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อีเมล Panida.se@psru.ac.th เบอร์โทร 0657579375

⁴ นักศึกษา สังกัดหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อีเมล niracha.ra@psru.ac.th เบอร์โทร 0619144359

⁵ อาจารย์ สังกัดหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อีเมล Chuthatip291@gmail.com เบอร์โทร 0639561551

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนะปราง จังหวัดพิษณุโลก ทั้งนี้ เพราะคณะกรรมการและชาวบ้านมีการร่วมมือพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชน ให้เกิดประโยชน์แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ที่ต้องการเข้าถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและวัฒนธรรมของชุมชน ชุมชนบ้านผารังหมีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นแหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ มีความสะดวกสบายในการเดินทาง มีป้ายบอกทางที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้ ทำให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องง่าย

2) ผลการพัฒนา รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ด้านกิจกรรมรูปแบบสาธิตแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านรูปแบบจำหน่ายสินค้าชุมชนและด้านรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร ทั้ง 4 ด้าน ส่งผลต่อพัฒนา รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านผารังหมี ทั้งนี้ เพราะชุมชนมีกิจกรรมรูปแบบสาธิตแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ 5 แหล่ง ได้แก่ แหล่งเรียนรู้ที่ 1 กลุ่มทอเสื่อกก แหล่งเรียนรู้ที่ 2 กลุ่มทอผ้า แหล่งเรียนรู้ที่ 3 กลุ่มแปงนาสาธิต แหล่งเรียนรู้ที่ 4 กลุ่มการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และแหล่งเรียนรู้ที่ 5 กลุ่มโฮมสเตย์ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกิจกรรมสาธิตแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดให้เห็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม โดยรูปแบบกิจกรรมที่สาธิตนั้น คือ สาธิตวิธีการทอผ้าอย่างละเอียดที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้การทอผ้าอย่างมืออาชีพจากชาวบ้าน นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และนำการทอผ้าไปปรับใช้ในการสร้างอาชีพของตนเองได้ หรือการสาธิตการทอเสื่อกกจากต้นกกเป็นต้นไม้ที่ขึ้นตามธรรมชาติสามารถนำมาทำเป็นเสื่อกก ที่ไว้ใช้ในการปูนั่ง และมีรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการบรรยายเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวจะสามารถนำไปต่อยอดความรู้ได้ด้วยตนเอง โดยเรียนรู้จากการสาธิตของชาวบ้านชุมชนบ้านผารังหมี ซึ่งเกษตรอินทรีย์ที่นำมาสาธิตเป็นของง่ายๆ ที่หาได้ตามทั่วไป เช่น เศษอาหารจากการกินเหลือ เป็นต้น

คำสำคัญ : การพัฒนา, การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the potential of agro-tourism in Ban Pha Rang Mi Community, Sai Yoi Sub-district, Noen Maprang District. Phitsanulok Province 2) To develop a model of agro-tourism management in Ban Pha Rang Mi Community, Sai Yoi Sub-district, Noen Maprang District. Phitsanulok Province is a qualitative research The sample consisted of 30 people. The tools used for data collection were interview form, data analysis using descriptive explanation. and content analysis The results showed that

1) Results of a study on the potential of agro-tourism in Ban Pha Rang Mi Community, Sai Yoi Sub-district, Noen Maprang District Phitsanulok Province found that the attraction of tourist attractions Convenience in accessing tourist attractions The impression of a tourist attraction The components of the service value of tourist attractions Ease of access Facilities environment and in terms of limitations in supporting tourists in all 9 areas, affecting the development of agricultural tourism potential of Ban Pha Rang Mi, Sai Yoi Sub-district, Noen Maprang District Phitsanulok Province, because the committee and villagers work together to develop the natural resources that exist in the community. to benefit people in the community and tourists who want to access the traditional way of life and culture of

2) The results of the development of agro-tourism management model at Ban Pha Rang Mi, Sai Yoi Sub-district, Noen Maprang District Phitsanulok province found that in the field of tourism demonstration activities in terms of activities in the form of educating agricultural tourist attractions The model for selling community products and the model for introducing agribusiness in all 4 areas affected the development of the Ban Pha Rang Mee agritourism management model. It is divided into 5 learning sources in the area, namely the first learning resource, the reed mat weaving group. Learning Center 2, Weaving Group Learning Center 3, Demonstration Field Group Learning Resource 4 Product Processing Group and learning resources at 5 homestay groups Agro-tourism model is a demonstration activity of tourist attractions that reflects the way of life and culture that conveys the traditional way of life. The form of the demonstration activity is a demonstration of how to weave in

detail where tourists will learn how to weave professionally from the villagers. Tourists can learn and apply weaving to create their own career. or a demonstration of weaving reed mats from reeds into naturally growing trees that can be made into reed mats used for laying And there is a model of knowledge of agricultural tourism as a lecture on organic agriculture. in agricultural tourism activities that tourists will be able to extend their knowledge by themselves by learning from the demonstration of the villagers of Ban Pha Rang Mee community The organic farming that is demonstrated is simple. that can be found in general such as food scraps from eating leftovers, etc.

Keywords : development, tourism, agritourism

บทนำ

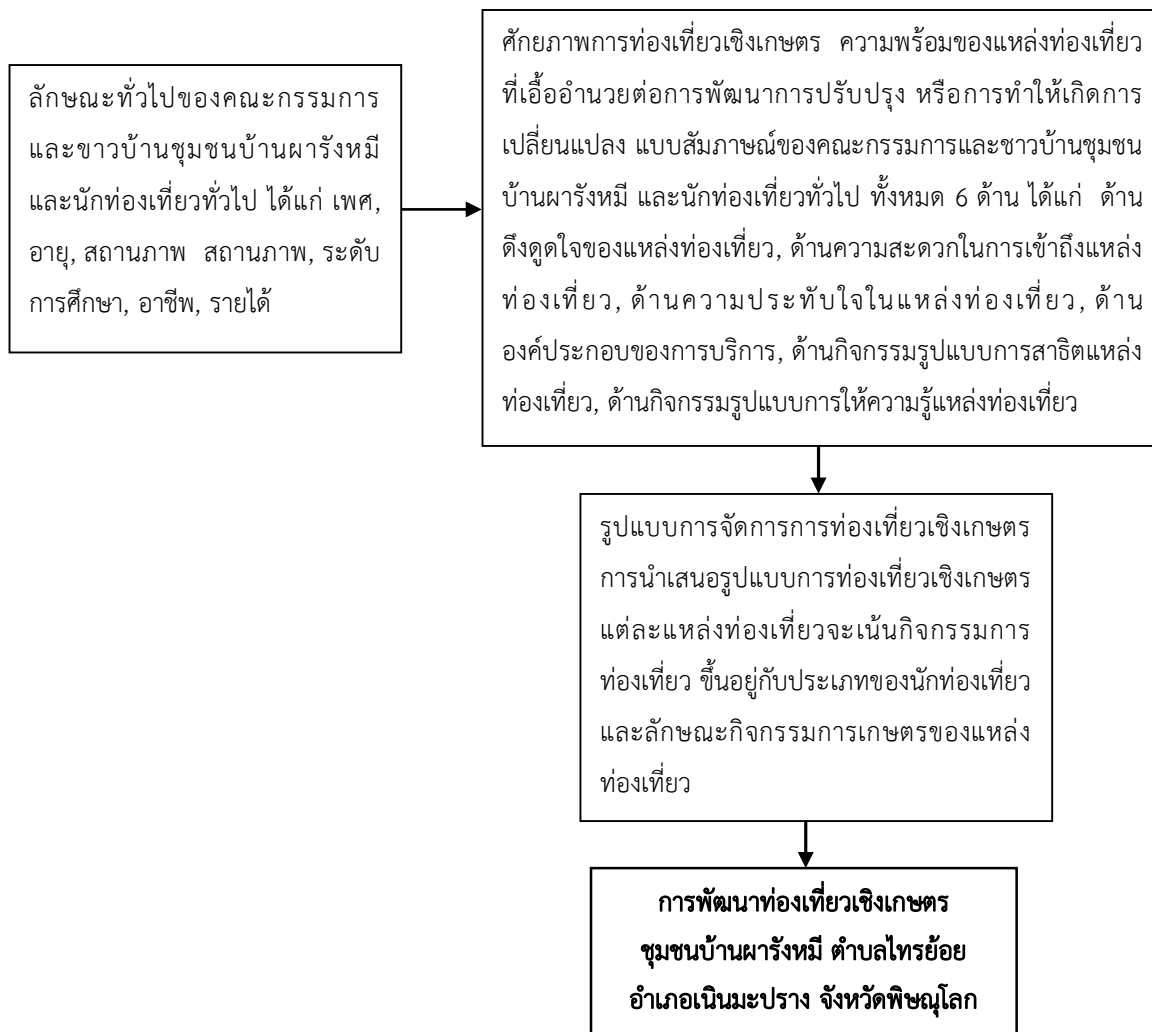
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนการผลิตสินค้าและบริการต่างๆ อันเป็นการช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ทุกระดับอาชีพ อีกทั้งรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ และสามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาเติบโตอย่างต่อเนื่อง เกิดการลงทุนด้านสิ่งก่อสร้างต่างๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว แต่ไม่มีการคิดวางแผนการจัดการและการอนุรักษ์ไว้จึงก่อให้เกิดปัญหาหรือผลกระทบต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม และประเพณี การท่องเที่ยวทำให้เกิดความสุขและช่วยให้มนุษย์ได้รับการพักผ่อนอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชาติ ตามมติเอกฉันท์ในของสหประชาชาติในการประชุมครั้งที่ 21 พ.ศ. 2510 อันเป็นปีท่องเที่ยวสากลว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่มนุษยชาติต้องการที่สุด ข้อเท็จจริงเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นที่รัฐบาลของทุกประเทศควรจะส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ช่วยให้นักศึกษามีทัศนคติที่กว้างไกล สามารถรับรู้และเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นจริง การท่องเที่ยวจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่คนทุกระดับสามารถมีประสบการณ์ร่วมกันได้ การท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษยชาติก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทั้งระหว่างคนในชาติ และนานาชาติส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน (หฤทัย พันธุ์จุล, 2559)

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติแสดงให้เห็นถึงการเติบโตของการท่องเที่ยวโลกในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ซึ่งระดับลดลงอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวโลกตั้งแต่เริ่มมีการรวบรวมข้อมูลในปี 2493 และถือเป็นช่วงตกต่ำที่สุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาหลังจากวิกฤติการเงินของโลกในปี 2552 และแน่นอนว่าปัจจัยสำคัญที่สุดคือ ผลกระทบที่เกิดจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นอย่างมาก ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศหยุดชะงัก รวมถึงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยจากข้อมูลล่าสุดของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 6.7 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 39.9 ล้านคน หรือหดตัวประมาณร้อยละ 83.2 (TDRI, 2564) นอกจากนี้การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเป็นอย่างมาก ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้เป็นภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมถึงผลกระทบจากมาตรการต่างๆ ของภาครัฐเช่น มาตรการปิดเมือง (TDRI, 2564) จังหวัดพิษณุโลกมีทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมเรียบง่าย เป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นในการปลูกข้าวนาปี-นาปี จังหวัดพิษณุโลกจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและที่สำคัญคือเป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ข้าวของชุมชนเป็นศูนย์การเรียนรู้ของชาวบ้าน สร้างงาน สร้างอาชีพ ให้ชาวบ้านแต่ยังคงใช้ชีวิตตามวิถีท้องถิ่นดั้งเดิม มีการจัดตั้งกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองโดยมีวิธีการสาธิตการทอผ้าพื้นๆ ให้ดูตลอดจนมีการเรียนรู้วิธีการทอผ้า ย้อมสีผ้า รวมไปถึงจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เชื่อมโยงกับศูนย์ส่งเสริมและผลิตภัณฑ์ข้าวของชุมชน รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ต่างๆ อีกมากมาย

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนะปราย จังหวัดพิษณุโลก
- 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนะปราย จังหวัดพิษณุโลก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรณีศึกษาที่หมู่ที่ 3 หมู่บ้านผารังหมี่ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพจะประกอบไปด้วยรายละเอียดขอบเขตการศึกษา วิธีที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษา โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การกำหนดพื้นที่ที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาคือหมู่ที่ 3 บ้านผารังหมี่ ตำบลไทรย้อยอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยทำการศึกษาเจาะจงในพื้นที่เนื่องจากพื้นที่หมู่ที่ 3 นั้นมีชื่อเสียงในเรื่องการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีวิวทิวทัศน์ของทุ่งนาที่มีความสวยงาม เป็นชุมชนที่ถูกล้อมรอบด้วยภูเขาทำให้มีบรรยากาศที่ดีตลอดปี รวมถึงมีการต้อนรับที่อบอุ่นจากชาวบ้าน ชุมชนบ้านผาผึ้งมี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมที่เป็นเสน่ห์แก่นักท่องเที่ยวให้อยากมาเที่ยวอีกครั้ง

2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ที่ทำเกษตรในชุมชนและ ผู้จัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเขตพื้นที่ หมู่บ้านผาผึ้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือคณะกรรมการและ ชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้งหมู่ที่ 3 ภายในชุมชน ได้แก่ กลุ่มโฮมสเตย์บ้านผาผึ้ง กลุ่มกิจกรรมการทางการเกษตร โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) คณะกรรมการและชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 15 คน 2) นักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 15 คน รวมทั้งหมดจำนวน 30 คน

3. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งหมด 30 คน ได้แก่ 1) คณะกรรมการท่องเที่ยวและชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้ง โดยเลือกมาจากกลุ่มคณะกรรมการและชาวบ้านที่มาจากชุมชนบ้านผาผึ้ง ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน จำนวน 15 คน และ 2) นักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เคยมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านผาผึ้ง เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากบ้านวังแสง ตำบลวังทรายพูน อำเภอวังทรายพูน จังหวัดพิจิตร และ นักท่องเที่ยวที่มาจากบ้านป่าคาย ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารข้อมูลจากบุคคลและข้อมูลที่เป็นภาพถ่ายบันทึกเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ศึกษา ต่อไป โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ผู้ศึกษาในฐานะผู้รวบรวมข้อมูล จากเอกสารและ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบคำถาม (Interview from) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) ที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Discussion) เพื่อให้ผู้ตอบและผู้สัมภาษณ์ ได้พูดคุยและตอบคำถามพร้อมทั้งการแสดงผลและความคิดเห็นของผู้ตอบไปด้วย พร้อมกับคณะผู้วิจัยจะใช้อุปกรณ์บันทึกความรู้ เช่น สมุดจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายภาพ เป็นต้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและป้องกันการลืมข้อมูลจนอาจให้เกิดความผิดพลาด หรือความบกพร่องขึ้นมาได้ แนวคำถามมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่การให้ทำแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

ใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้ศึกษากำหนดขึ้นจากกรอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักของหน่วยงานนั้นๆ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปและปัญหาการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในฐานะผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษามีวิธีการดำเนินการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาจากเอกสารที่เป็นการเก็บศึกษาข้อมูลจากเอกสารบทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ และวารสารงานวิจัยและสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีส่วนที่เป็นทางภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเอกสารที่นำมาจะมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมู่ที่ 3 บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก

2. การสำรวจพื้นที่บริบทจริงของชุมชน หมู่ที่ 3 บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก เพื่อศึกษาบริบทสภาพแวดล้อมในปัจจุบันสำหรับเป็นข้อมูลประกอบแนวทางในการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร การสำรวจพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดคือเดือนมีนาคม 2565

3. การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของชาวบ้านในชุมชนบ้านผารังหมี ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีชุดคำถาม 2 ชุด ได้แก่ 1) คณะกรรมการและชาวบ้านชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก 2) นักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวทั่วไปที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้ชุมชนบ้านผารังหมี ที่เคยไปท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านผารังหมี เช่น นักท่องเที่ยวจากบ้านวังแสง ตำบลวังทรายพูน อำเภอวังทรายพูน จังหวัดพิษณุโลก และนักท่องเที่ยวจากชุมชนบ้านป่าคาย ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก

ผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและพัฒนาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก โดยจะศึกษามุ่งเน้นการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เชื่อมโยงกับเป้าหมาย เพื่อนำผลการศึกษามาเสนอแนะและพัฒนาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมต่อการรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีความพร้อมด้านกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่แล้ว โดยมีการจัดการนำเที่ยวเชิงเกษตรให้

เหมาะสมภายในชุมชนบ้านผาเรียง หมู่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านผาเรียง หมู่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก

2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านผาเรียง หมู่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก

โดยมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่คือชุมชนบ้านผาเรียง หมู่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งหมู่บ้านในตำบลไทรย้อยมี 14 หมู่บ้านโดยมีพื้นที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ หมู่ที่ 3 บ้านผาเรียง หมู่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1) คณะกรรมการท่องเที่ยวและชาวบ้านชุมชนบ้านผาเรียง หมู่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 15 คน

2) นักท่องเที่ยวทั่วไป ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 15 คน รวมทั้งหมดเป็นจำนวน 30 คน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1.1 คณะกรรมการท่องเที่ยวและชาวบ้านชุมชนบ้านผาเรียง หมู่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0

จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอายุ 51 60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 อายุ มากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0

จำแนกตามสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มีสถานภาพโสด จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 สมรส จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 หย่าร้าง 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และอื่นๆ ระบุ เป็น 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 มัธยมศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 อนุปริญญา จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ปริญญาตรี จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ปริญญาโท 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และอื่นๆระบุ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

จำแนกตามอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 พนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ค้าขาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 เกษตรกร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 และอื่นๆ ระบุ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

จำแนกตามรายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 รายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 และมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

1.2 นักท่องเที่ยวทั่วไป ตำบลไพร่ย่อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ เป็นเพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 และอายุ มากกว่า 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

จำแนกตามสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ สถานภาพโสด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 สมรส จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 หย่าร้าง จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และอื่นๆ ระบุ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ระดับการศึกษา ประถมศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 มัธยมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 อนุปริญญา จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ปริญญาตรี จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ปริญญาโท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอื่นๆ ระบุ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

จำแนกตามอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 พนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ค้าขาย จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 เกษตรกร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 และอื่นๆ ระบุ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

จำแนกตามรายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 รายได้ 10,000 - 15,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 รายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0

ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.1 คณะกรรมการการท่องเที่ยวและชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบงการ จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

1) **ด้านดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีกลุ่มการสร้างอาชีพที่ยั่งยืน สามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนและชาวบ้าน ที่ชุมชนบ้านผาผึ้ง มีศูนย์การเรียนรู้โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เป็นแบบอย่างในการสร้างอาชีพให้ผู้เข้ามาศึกษาดูงาน

2) **ด้านความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า เว็บไซต์ของชุมชนบ้านผาผึ้ง มีการเข้าถึงสะดวกรวดเร็วและมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ ในการเดินทางสามารถเข้าเว็บไซต์เปิด Google Maps ที่สามารถพนักท่องเที่ยวมายังจุดหมาย นอกจากนี้ ทางชุมชนบ้านผาผึ้งยังมีบริการรถราง ที่สามารถพนักท่องเที่ยวยื่นชมวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้ง

3) **ด้านความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า การให้บริการของสถานที่ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทางชุมชนมีการพัฒนาการท่องเที่ยวตลอดและเน้นความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นหลัก มีการได้รับการดูแลจากทางชุมชนที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

4) **ด้านองค์ประกอบของการบริการ** สรุปได้ว่า ชุมชนบ้านผาผึ้งมีการรักษาความปลอดภัยในชุมชน เพื่อดูแลนักท่องเที่ยวและชุมชนบ้านผาผึ้งยังมีโฮมสเตย์ที่พักที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาค้างคืน การเข้าพักที่โฮมสเตย์ต้องมีการโทรจองล่วงหน้า เพื่อให้ทางชุมชนรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาได้อย่างเต็มที่ และทางชุมชนยังคอยประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

2.2 นักท่องเที่ยวทั่วไป ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบงการ จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

1) **ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า ในชุมชนบ้านผาผึ้งมีวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนกับชุมชนอื่น มีจุดเด่นเป็นของตัวเอง เช่น ประเพณีบายศรีสู่ขวัญให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านผาผึ้ง ประเพณีนี้เป็นประเพณีที่หาชมได้ยากในยุคปัจจุบัน และชาวบ้านในชุมชนมีความเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ความมีน้ำใจของคนในชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะกลับมาเที่ยวที่ชุมชนบ้านผาผึ้งอีกครั้ง

2) **ด้านความสะดวกในการเข้าถึง** สรุปได้ว่า เว็บไซต์ของชุมชนบ้านผาผึ้งมีการอัปเดตทุกสัปดาห์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารของชุมชนบ้านผาผึ้งอยู่ตลอดเวลาในการเดินทางจากตัวเมืองพิษณุโลกเข้าไปยังชุมชนบ้านผาผึ้งนั้นเพียง 85 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง

โดยประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ถ้าเดินทางโดยใช้รถส่วนตัวจะสะดวกกว่า เพราะถนนทุกสายมีการเชื่อมต่อเข้าด้วยกันทำให้การเข้าถึงจากตัวเมืองพิษณุโลกไปยังชุมชนบ้านผารังหมื่นนั้นมีความสะดวกรวดเร็ว

3) **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** สรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ชุมชนบ้านผารังหมื่นมีปัจจัยพื้นฐานหลายอย่าง ดังนี้ การรักษาความปลอดภัยมีการเฝ้าเวรยาม ผลัดเปลี่ยนเวรกันมาทำหน้าที่ ทำให้มีความรู้สึกลดภัยทั้งร่างกายและทรัพย์สิน การบริการที่พักโฮมสเตย์มีบริการที่พักที่รองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ในการบริการที่พักโฮมสเตย์เป็นโฮมสเตย์ที่พักเชิงธรรมชาติ ได้กลิ่นอายการพักอาศัยแบบดั้งเดิม การเดินทางภายในชุมชนจะมีการทำป้ายบอกทางให้กับนักท่องเที่ยวสามารถรับชมธรรมชาติได้อย่างเต็มที่

4) **ด้านสภาพแวดล้อม** สรุปได้ว่า ชุมชนบ้านผารังหมื่นเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ลักษณะภูมิประเทศของไทย ส่วนใหญ่จะเป็นภูเขาสูง ที่ราบลุ่มตอนกลาง และที่ราบสูง ซึ่งจะมีอุณหภูมิโดยเฉลี่ย 32 องศาเซลเซียส ทำให้ชุมชนบ้านผารังหมื่นเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะว่าชุมชนเป็นรูปวงกลมล้อมรอบด้วยภูเขา ทำให้บรรยากาศร่มรื่นเย็นสดชื่นตลอดเวลา ซึ่งบรรยากาศที่ดีในการท่องเที่ยว เกิดจากการมีระบบนิเวศของชุมชนที่สมบูรณ์ ส่งผลให้เกิดปัจจัยที่ดีต่อทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาเที่ยวที่ชุมชนบ้านผารังหมื่น

5) **ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า ต้องมีการแก้ไขเพื่อที่จะพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้นกว่าเดิม ความปลอดภัยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะการรักษาความปลอดภัยของชาวบ้านที่จัดขึ้นมาเองนั้นอาจยังไม่ได้มาตรฐานเพียงพอ และในบางครั้งมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและต้องการพักค้างคืนที่โฮมสเตย์บ้านผารังหมื่น แต่ไม่มีโฮมสเตย์เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวจึงทำให้ต้องไปหาที่พักจากที่อื่นอาจทำให้เกิดความยากลำบากในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ทางชุมชนบ้านผารังหมื่นต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อความสะดวกสบายในการเข้ามาท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร บ้านผารัง ตำบลไทรย้อย อำเภอนันทบุรี จังหวัดพิษณุโลก

3.1 คณะกรรมการการท่องเที่ยวและชาวบ้านชุมชนบ้านผารังหมื่น ตำบลไทรย้อย อำเภอนันทบุรี จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

1) **ด้านกิจกรรมรูปแบบสาธิตแหล่งท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า กิจกรรมสาธิตการทอผ้าให้นักท่องเที่ยวชมถือว่ามีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวสามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างอาชีพของตนเองได้ และทางชุมชนยังมีการจัดรูปแบบการสาธิตกิจกรรมทางการเกษตร ที่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น การสาธิตทอเสื่อจากต้นกกที่เป็นต้นไม้ที่ขึ้น

ตามธรรมชาติในชุมชนบ้านผาผึ้ง การสาธิตจักสานแข่งจากไม้ไผ่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายในชุมชนบ้านผาผึ้ง และการสาธิตการทอผ้าที่เป็นวิธีการทอผ้าแบบดั้งเดิมที่ชาวบ้านทอใช้เองนำมาสาธิตให้กับนักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ เป็นต้น

2) **ด้านกิจกรรมรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร** สรุปได้ว่า การบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านผาผึ้ง มีการบรรยายหลายรูปแบบ เช่น การบรรยายเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เป็นการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการทำปุ๋ยอินทรีย์ชนิดต่างๆ

3) **ด้านรูปแบบจำหน่ายสินค้าชุมชน** สรุปได้ว่า การนำทรัพยากรธรรมชาติมาแปรรูปเพื่อจำหน่ายสินค้าของชุมชนบ้านผาผึ้งนั้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน โดยการแปรรูปสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วตามธรรมชาติ เช่น การจักสานส้อมไก่หรือเชิงใส่ของที่ทำมาจากไม้ไผ่ การทอผ้าจากดั่งเดิมที่ทอใช้อยู่แล้วมาแปรรูปเพื่อจำหน่าย ซึ่งรูปแบบในการวางแผนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ จะมีการวางแผนโดยผู้นำชุมชนและกลุ่มสมาคมแม่บ้าน โดยมีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook : ผลิตภัณฑ์ตามวิถีชาวบ้านผาผึ้ง พิชญ์โลก และช่องทาง Shopee : Sasithornbar มีการจัดส่งผ่านทางขนส่ง Kerry Express และ Flash Express เป็นต้น

4) **ด้านรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร** สรุปได้ว่า ในอนาคตชุมชนบ้านผาผึ้งคิดว่าจะสามารถขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้มากกว่าเดิม เพราะการเปิดประเทศเริ่ม 1 พฤศจิกายน 2564 จึงทำให้เป็นการเปิดบ้านผาผึ้งที่จะพัฒนาต่อยอดสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดการปรับตัวกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา ชุมชนบ้านผาผึ้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก มีประเด็นที่สามารถมาอภิปรายผลได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ด้านดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบของการบริการ ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อม และด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้ง 9 ด้าน ส่งผลต่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของบ้านผาผึ้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก ทั้งนี้ เพราะคณะกรรมการและชาวบ้านมีการช่วยให้ความร่วมมือในการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายในชุมชนบ้านผาผึ้ง ให้เกิดประโยชน์แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งชุมชนบ้านผาผึ้งเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ชุมชนบ้านผาผึ้งมีความสะดวกสบายในการเดินทาง มีป้ายบอกทางที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้ ทำให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องง่าย สำหรับคนที่ต้องการจะมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านผาผึ้ง มีบ้านพักโฮมสเตย์ที่คอยรองรับเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้กล่าวถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้นเป็นการสร้างความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มีเยี่ยมเยือน ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งที่เป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ชุมชนบ้านผาผึ้ง คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีกลุ่มการสร้างอาชีพต่างๆ ที่ยั่งยืน เป็นแบบอย่างในการสร้างอาชีพและเป็นที่ศึกษาดูงานของหน่วยงานต่างๆ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในการเข้าถึงเว็บไซต์ของชุมชนบ้านผาผึ้ง มีการเข้าถึงเว็บไซต์ที่สะดวกรวดเร็วและมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารของชุมชนอย่างรวดเร็วในทุกๆ สัปดาห์ และมีการปรับเปลี่ยนการทำเว็บไซต์ให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ ด้านความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพในการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพราะชุมชนบ้านผาผึ้ง มีการพัฒนาและเน้นความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนที่ชุมชนบ้านผาผึ้ง ที่สนใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้งที่มีความดั้งเดิมในขณะที่ยุคสมัยเปลี่ยนไป และด้านองค์ประกอบของการบริการ การให้บริการท่องเที่ยวสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยมีการรักษาความปลอดภัยในชุมชน การสร้างระบบเวรยามในชุมชนบ้านผาผึ้ง ที่มีชาวบ้านหมุนเวียนกันมาทำหน้าที่รักษาความปลอดภัยในชุมชน

ขณะที่การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านผาผึ้ง สอดคล้องกับแนวคิดหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี (2556) กล่าวถึง ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญของลัทธิและศาสนา บรรยายภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต เพราะคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านผาผึ้ง มีเอกลักษณ์และมีจุดเด่นเป็นของตนเอง เช่น ประเพณีบายศรีสู่ขวัญแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประเพณีที่หาชมได้ในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรธรรมชาติของสถานที่ที่งดงาม ทำให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาชุมชนบ้านผาผึ้ง, ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย เพราะการอำนวยความสะดวกในพื้นที่ชุมชนบ้านผาผึ้ง มีความ

ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานและการอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว การมีบริการที่พักโฮมสเตย์ที่รองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอต่อการต้องการของนักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ภายในชุมชนบ้านผาผึ้งที่มีการทำป้ายบอกทางให้นักท่องเที่ยว สามารถรับชมธรรมชาติภายในชุมชนได้อย่างเต็มที่ ด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศและสภาพอื่นๆของแหล่งท่องเที่ยวและด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ข้อจำกัดทางด้านบริการสาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เพราะ ลักษณะภูมิประเทศของอำเภอเนินมะปราง สภาพทั่วไปเป็นพื้นที่ราบชายเขา ไม่มีแหล่งต้นน้ำลำธาร มีอุณหภูมิ 32 องศาเซลเซียส ซึ่งเหมาะสมสำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนบ้านผาผึ้ง มีลักษณะเป็นรูปวงกลมที่สามารถขึ้นรถจักรยานวนเที่ยวได้ มีธรรมชาติล้อมรอบ ทำให้บรรยากาศในชุมชนมีความร่มรื่นสดชื่นตลอดเวลา

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ด้านกิจกรรมรูปแบบสาธิตแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านรูปแบบจำหน่ายสินค้าชุมชนและด้านรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร ทั้ง 4 ด้าน ส่งผลต่อพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านผาผึ้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ชุมชนบ้านผาผึ้ง มีกิจกรรมรูปแบบสาธิตแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ 5 แหล่ง ได้แก่ แหล่งเรียนรู้ที่ 1 กลุ่มทอเสื่อกก แหล่งเรียนรู้ที่ 2 กลุ่มทอผ้า แหล่งเรียนรู้ที่ 3 กลุ่มแปรงนาสาธิต แหล่งเรียนรู้ที่ 4 กลุ่มการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และแหล่งเรียนรู้ที่ 5 กลุ่มโฮมสเตย์ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกิจกรรมสาธิตแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมาแบบดั้งเดิม โดยรูปแบบกิจกรรมที่สาธิตนั้น คือ สาธิตวิธีการทอผ้าอย่างละเอียด ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้การทอผ้าอย่างมืออาชีพจากชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้ง นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และนำการทอผ้าไปปรับใช้ในการสร้างอาชีพของตนเองได้ หรือการสาธิตการทอเสื่อกกจากต้นกกเป็นต้นไม้ที่ขึ้นตามธรรมชาติสามารถนำมาทำเป็นเสื่อกก ที่ไว้ใช้ในการปูนั่ง และมีรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการบรรยายเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถนำไปต่อยอดความรู้ได้ด้วยตนเอง โดยเรียนรู้จากการสาธิตของชาวบ้านชุมชนบ้านผาผึ้ง ซึ่งเกษตรอินทรีย์ที่นำมาสาธิตเป็นของง่ายๆ ที่หาได้ตามทั่วไป เช่น เศษอาหารจากการกินเหลือ เป็นต้น และยังมีการจำหน่ายสินค้าชุมชนเป็นสินค้าที่ทำมาจากทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนบ้านผาผึ้ง เช่น การนำข้าวมาขายเป็นพันธุ์ข้าวปลูกมาใส่แพ็คถุงและนำไปขายในรูปแบบของฝากชุมชนบ้านผาผึ้ง ซึ่งของฝากจากบ้านผาผึ้งยังมีอีกมาก เช่น ส้มไข่ แข่งใส่ของและผ้าทอ เป็นต้น ซึ่งภายในอนาคตชุมชนบ้านผาผึ้ง คาดการณ์ว่า จะมีการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวได้มากกว่าเดิม เพราะทางชุมชนจะพัฒนาและต่อยอดสิ่งที่มีอยู่ให้ดีกว่าเดิมและอาจนำเทคโนโลยีต่างๆเข้ามา

ช่วยพัฒนาชุมชนบ้านผาผึ้ง ให้เกิดการปรับตัวเข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เทพกร ณ สงขลา (2554) ได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด ขึ้นอยู่กับประเภทของนักท่องเที่ยวและลักษณะกิจกรรมการเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ดังนี้ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการสาธิตแหล่งท่องเที่ยวที่ เน้นกิจกรรมการสาธิต ได้แก่ ฟาร์มเพาะเห็ด ฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และแปรรูปอาหาร แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จะเตรียมขั้นตอนต่างๆ ของการผลิตทั้งวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ เพื่อสาธิตต่อนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่มาศึกษาดูงาน หรือนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และต้องการประสบการณ์ไป พัฒนาอาชีพเกษตรของตนเอง เพราะกิจกรรมที่สาธิตวิธีการทอผ้าอย่างละเอียดของชุมชนบ้านผาผึ้ง ที่ชาวบ้านมาสาธิตให้นักท่องเที่ยวได้ชม นั้น นักท่องเที่ยวสามารถนำมาปรับใช้ในการสร้างอาชีพของตนเองได้ มีการสาธิตรูปแบบกิจกรรมทางการเกษตร เช่น การสาธิตทอเสื่อกก, การสาธิตสานแข่ง เป็นต้น 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบการให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งหมดมีกิจกรรมการให้ความรู้ แต่ไม่ใช่กิจกรรมหลักของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด มีแหล่งท่องเที่ยวบางประเภทเท่านั้นที่เน้นกิจกรรมการให้ความรู้ทางการเกษตร ได้แก่ ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ มีการเตรียมสถานที่ การบรรยายและวิทยากร ให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทแบบนี้เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร เพราะ รูปแบบการให้ความรู้เป็นแบบการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ โดยการสาธิตของชาวบ้านเป็นการเปิดการเรียนรู้การทำปุ๋ยแบบเกษตรอินทรีย์ ที่นำวัสดุธรรมชาติมาทำเป็นปุ๋ย เช่น เศษอาหารจากการกินเหลือหรือพวกเปลือกสับปะรด เป็นต้น 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบจำหน่ายสินค้าชุมชน แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการจำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร แต่โดยภาพรวมแล้วการจำหน่ายสินค้าให้นักท่องเที่ยว ไม่ใช่กิจกรรมหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรช่วงกลาง มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่รวบรวมสินค้าชุมชนเพื่อการจำหน่าย โดยมีการสาธิตการแปรรูปขนมชนิดต่างๆ ร่วมด้วย เพราะ การจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรนั้น เป็นสินค้าที่ทำมาจากทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนบ้านผาผึ้ง เช่น การนำข้าวมาขายเป็นพันธุ์ข้าวปลูกหรือการนำข้าวมาสีในโรงสีข้าวของชุมชน เพื่อนำมาใส่แพ็คเกจและนำไปขายใน รังไหมได้ทำการแปรรูป เพื่อส่งจำหน่ายในช่องทางต่างๆ 4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบแนะนำธุรกิจเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวฟาร์มเลี้ยงผึ้ง และฟาร์มเพาะเห็ดเกษตรกรจากพื้นที่ต่างๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบการศึกษาดูงาน แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ นอกจากจะให้ข้อมูลด้านการผลิตและการลงทุน แล้วยังผลิตวัสดุอุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งและการเพาะเห็ดเพื่อจำหน่ายให้ผู้สนใจลงทุนธุรกิจดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

1. ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ควรมีจุดบริการนักท่องเที่ยวทันสมัยและสามารถติดต่อได้ในช่วงเวลาปกติควรมีห้องน้ำสะอาดและถูกสุขลักษณะ จากการสอบถาม พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่า ดังนั้น ควรพัฒนาห้องน้ำที่เหมาะสมสำหรับเพศหญิง เช่น ห้องน้ำที่สะอาดและปลอดภัย เป็นต้น
2. ควรพัฒนาที่พักโฮมสเตย์ ควรพัฒนาด้านความเหมาะสมของราคา เนื่องจากราคาของที่พักโฮมสเตย์ค่อนข้างสูง หากเทียบกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ จึงควรมีการกำหนดราคาที่พักรายชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน
3. ควรพัฒนาความน่าสนใจความสวยงามและความสะอาดภายในของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมสร้างความโดดเด่นเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกัน
4. ควรพัฒนาการให้บริการจากธนาคารที่มีตู้กดเอทีเอ็มตามแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว หรือการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบในด้านต่างๆ ที่ส่งต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านผาไร่ หมู่ 1 ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและป้องกันความเสียหายที่เกิดจากผลกระทบด้านลบ
2. ควรมีการศึกษาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้เข้ามา มีบทบาทด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนบ้านผาไร่ หมู่ 1 ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก เพื่อค้นหารูปแบบการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ น่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

เอกสารอ้างอิง

- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). **ความหมายและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : [https://tourismatbuu.wordpress.com./](https://tourismatbuu.wordpress.com/), สืบค้น 15 กันยายน 2564.
- เทพกร ณ สงขลา. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับการจัดการทรัพยากรเกษตรของชุมชน: กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : <https://kukr2.lib.ku.ac.th/>, สืบค้น 15 กันยายน 2564.
- เทพกร ณ สงขลา (2554). **รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : <https://kb.psu.ac.th/>, สืบค้น 26 กันยายน 2564.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : http://digital_collect.lib.buu.ac.th/, สืบค้น 15 กันยายน 2564.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี. (2556). **หลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : <File:///C:/Users/acer/Downloads/pattamaporn/>, สืบค้น 26 กันยายน 2564.

ประสิทธิผลการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
ของเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ
Effectiveness of disaster prevention and mitigation network
management of Ban Thaen Subdistric Municipality Organization
Ban Than District Chaiyaphum

อภิชาติ ดวงธิดา¹, ธวัฒน์ เขตจัตุรัส², ดิเรก ถึงฝั่ง³
Apichit Duangthisan¹, Thawat Khetchatturat², Direk Teungfang³

Received: 23 April 2022; Revised: 10 May 2022; Accepted: 29 May 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงาน ประสิทธิภาพการจัดการ ปัญหาและการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ในชุมชน 18 ชุมชน จำนวน 387 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงจากผู้รับบริการจากหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินงานร่วมกัน และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและความเชื่อมั่นในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยระดับความคิดเห็นการวัดประสิทธิภาพในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.63$, $S.D.=0.29$) โดยให้ความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ($\bar{X}=3.69$, $S.D.=0.76$) การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน ($\bar{X}=3.68$, $S.D.=0.73$) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\bar{X}=3.74$, $S.D.=0.74$) และการรับรู้มุมมองร่วมกัน ($\bar{X}=3.67$, $S.D.=0.71$) ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการปัญหาและการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับคนในพื้นที่และการ

¹ ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
E-mail: apichit@northern.ac.th เบอร์โทร 0812616861

² ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

³ ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

ทำงานที่มุ่งเน้นที่ตัวบุคคลฝึกปฏิบัติจนสามารถพึ่งพาตนเองและเป็นที่พึ่งของผู้อื่นได้อีกทั้งยังเป็นกำลังเสริมให้เข้าที่เมื่อเกิดภัยต่าง ๆ

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพ; การจัดการเครือข่าย; งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

Abstract

This research purposes to study the effectiveness of disaster prevention and mitigation network management of the Ban Thaen Subdistric Municipality Organization Ban Than District Chaiyaphum from the population from 1 8 communities living in Ban Thaen Subdistric Municipality Organization total 3 8 7 people. Nonprobability sampling and purposive sampling technique were adopted in the sample selection process from the service recipients that use the services of the local government agencies. The research results were found that to co-operate and make the most of available resources for the effectiveness of operations and trust in disaster prevention and mitigation, the level of opinion on measuring the overall effectiveness was relatively high ($\bar{X}=3.63$, $S.D.=0.29$). When considered the descending order of importance, which were, the participation of the network members ($\bar{X}=3.69$, $S.D.=0.76$), having shared benefits or interests ($\bar{X}=3.68$, $S.D.=0.73$), having shared visions ($\bar{X}=3.74$, $S.D.=0.74$), and mutual perspective perception ($\bar{X}=3.67$, $S.D.=0.71$), respectively. The approach to developing the effectiveness of disaster prevention and mitigation network management should focus on creating the knowledge and understanding for people in the area and operate the work that focuses on the individual person that well-trained so they can be self-reliant and dependable for others, as well as can be the reinforcement when there is any disaster.

Keywords: Effectiveness; Network Management; Disaster Prevention and Mitigation

บทนำ

ในประเทศไทยปัจจุบันได้มีการกระจายอำนาจการปกครองไปยังภูมิภาค เพื่อประสิทธิภาพในการบริหารงานองค์กรภาครัฐ ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และอำนาจดูแลและจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริม สนับสนุนการจัดการศึกษาให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ ซึ่งการจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะใดที่สมควรให้เป็นหน้าที่และอำนาจโดยเฉพาะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละรูปแบบหรือให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการใดให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ ซึ่งต้องสอดคล้องกับรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามวรรคสี่และกฎหมายดังกล่าว อย่างน้อยต้องมีบทบัญญัติเกี่ยวกับกลไกและขั้นตอนในการกระจายหน้าที่และอำนาจ ตลอดจนงบประมาณและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และอำนาจดังกล่าวของส่วนราชการให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วย (ชาติชาย ณ เชียงใหม่, 2560) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีภารกิจและบทบาทในการบริหารจัดการภัยพิบัติในลำดับแรก เป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนก่อนที่จะหน่วยงานภายนอกจะให้ความช่วยเหลือเป็นลำดับถัดไป โดยพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่ในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ซึ่งมีผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้อำนวยการท้องถิ่น มีหน้าที่ในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในท้องถิ่นของตน ถือว่าการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเป็นภารกิจสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและพัฒนาขีดความสามารถในการป้องกันภัย การเผชิญภัยและหลังเกิดภัย เช่น อุทกภัย วาตภัย ภัยแล้ง อัคคีภัย ดินโคลนถล่ม ตลอดจนภัยอื่น ๆ อันมีผลกระทบต่อสาธารณสุข การรักษาความปลอดภัย การป้องกันและระงับอัคคีภัย จัดทำแผน ผูกซ้อมและดำเนินการตามแผนงานเกี่ยวกับวิทยุสื่อสาร การฝึกอบรมอาสาสมัครป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตพื้นที่เทศบาลบ้านแท่น อำเภอบ้านบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ พบว่า มีสาธารณภัยที่เกิดขึ้นดังนี้ อุทกภัย วาตภัย ภัยหนาว อัคคีภัย ภัยการจากคมนาคม และสาธารณภัยที่มักพบอยู่บ่อยครั้งคืออัคคีภัย การเตรียมความพร้อมในการบริหารงานด้านงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในพื้นที่ให้สามารถจัดการภัยพิบัติได้ในเบื้องต้น การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายร่วมกันจึงเป็นเหตุผลสำคัญของการเตรียมความพร้อมในการป้องกันและลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานต่าง ๆ ในภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม มีความเข้าใจหลักการ ขั้นตอน และวิธีปฏิบัติซึ่งมีส่วนสำคัญในการดำเนินการบริหารงานสาธารณภัยแบบเครือข่าย การเรียนรู้ประสบการณ์การบริหารจัดการ เพื่อให้การจัดการภารกิจการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยบรรลุเป้าหมาย เกิดความเข้าใจ สามารถช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงทีพลังอำนาจในการปฏิบัติงานคือการมีเครือข่าย การ

สร้างพลังให้กับภาคีเครือข่ายเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการดำเนินงานในรูปแบบเครือข่ายจึงเป็นกลไกสำคัญในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ทุกเครือข่ายต้องร่วมมือกันสร้างเสริมให้เกิดผลดีและความเข้มแข็งในการปฏิบัติร่วมกัน การเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ขั้นตอนการดำเนินการของเทศบาลทั้งก่อนเกิดภัย ขณะเกิดภัย พื้นที่เสี่ยงภัย การจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การซักซ้อมแผน การขอความช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยกำลังความสามารถของเทศบาล ซึ่งกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของเทศบาล โดยเทศบาลบ้านแท่น เป็นหน่วยป้องกันในเขตเมืองจึงวางแผนและทบทวนปรับปรุงทุกปี (จิรนนท์ พุทธา และ จำลอง โพธิ์บุญ, 2561) เทศบาลบ้านแท่น มีการดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในรูปแบบเครือข่ายอย่าง ต่อเนื่อง โดยเริ่มดำเนินการเมื่อปีงบประมาณ 2561 ในลักษณะการดำเนินงานให้มีการอบรมความรู้แก่ประชาชนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ อีกทั้งยังขยายเครือข่ายจากการให้ความรู้แก่ประชาชนในเขตเทศบาลบ้านแท่น รวมไปถึงหน่วยงานราชการอื่น ๆ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชัยภูมิ ตลอดจนสถาน ประกอบ ร้านค้า โรงงานที่ตั้งทั้งในและนอกจังหวัดชัยภูมิ เพื่อให้เกิดการสร้างกำลังคนเพื่อเพิ่ม จำนวนกำลังเสริมของเจ้าหน้าที่โดยผู้ที่ผ่านการอบรมเกิดความรู้มีความสามารถระงับเหตุได้ทันที และยังสามารถขยายเครือข่ายความรู้ไปยังคนอื่น ๆ ได้เพื่อให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถของ ภาคส่วนต่าง ๆ ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง สามารถเผชิญเหตุได้ด้วยตนเอง ไม่ให้เกิดเหตุลุกลาม รู้จักเฝ้าระวัง รวมถึงการรู้หน้าที่ว่าตนเองมีหน้าที่อย่างไรในสถานการณ์นั้น ๆ โดยเน้นการอบรมให้ความรู้ ภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติให้ประชาชนที่อยู่อาศัยในชุมชน หน่วยงาน ภาครัฐและภาคเอกชนมี ความรู้ความสามารถช่วยเหลือตนเองและชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการบูรณาการร่วมกันในภาครัฐ เอกชน และชุมชนในเขตเทศบาลบ้านแท่น ทั้ง 18 ชุมชน

การดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยที่มีการแบ่งบทบาทหน้าที่การเข้าถึงเหตุและประชาชนอย่างรวดเร็ว การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การจัดให้มีการฝึกปฏิบัติบ่อย ๆ อย่างน้อยทุกปีจะช่วยเกิดการสร้างความเข้าใจและคุ้นเคย ลดการตื่นตระหนกเมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้น การฝึกใช้อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ไม่ติดขัด ไม่เกิดสนิม ไม่ชำรุด เมื่อถึงเวลาต้องปฏิบัติจริง โดยการตรวจเช็คอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ให้เป็นปัจจุบันตลอดเวลา การสร้างกลไกการขับเคลื่อนตามความถนัด ความสอดคล้อง การบำรุงรักษา เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและการเคลื่อนที่อย่างรวดเร็ว โดยการดำเนินงานการปฏิบัติงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลตำบลบ้านแท่น การดำเนินงานของเครือข่ายในเขตเทศบาลบ้านแท่น ที่มีผู้เข้าร่วมอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญต่อการอบรมทำให้เครือข่าย รับทราบแนวทางวิธีการจัดการการทำงานร่วมกันของกลุ่มและการสร้างเครือข่ายที่ขยายไปวงกว้าง ทั้งในเขตเทศบาลไปยังหน่วยงานเอกชน ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

โดยการ พัฒนาการสร้างเครือข่ายไม่ได้เฉพาะเจาะจงเพียงให้ส่วนพื้นที่ที่รับผิดชอบและหน่วยงานภาครัฐ เท่านั้น แต่ยังสร้างเครือข่ายของภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ร้านค้า การขยายพื้นที่ให้การสร้าง เครือข่ายอย่างกว้างขวาง (ข้อมูลจากเทศบาลบ้านแท่น, 2563)

จากความเป็นมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงการเสริมสร้างเครือข่ายรัฐ เอกชน และ ประชาสังคม การเป็นศูนย์กลางประสานงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในเขตเทศบาล ตำบลบ้านแท่น จึงเป็นเหตุผลสนใจศึกษาดำเนินงานเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ประสิทธิภาพการจัดการเครือข่าย ศึกษาปัญหาและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเครือข่าย งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในพื้นที่ที่รับผิดชอบและข้างเคียงอย่าง เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ให้มีความสอดคล้องกับแผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อการป้องกันลดผลกระทบจากการเกิดสาธารณภัยที่มีผลต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและ สามารถนำไปใช้พัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดและองค์กรที่ เกี่ยวข้องในการสนับสนุน เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาของประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงาน ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยอื่น ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแบบเครือข่ายของเทศบาล ตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของ เทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเทศบาล ตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยครั้งนี้จะ ศึกษาตามแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและ บรรเทา สาธารณภัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลสำเร็จของงานที่เป็นไปตามความมุ่งหวังที่กำหนดไว้ใน วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ต้องการได้รับเมื่อการดำเนินงานเสร็จสิ้นลง โดยอาจจะกล่าวในการวิจัย ครั้งนี้หมายถึงประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ได้แก่

(1) ผลของการปฏิบัติหน้าที่การดำเนินงานแบบเครือข่าย (2) การให้ความร่วมมือจากเครือข่าย และ (3) การบริหารจัดการเชื่อมโยงข้อมูลของเครือข่าย

1.2 เครือข่าย หมายถึง ความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน ประชาชนที่มีการปฏิบัติหน้าที่งาน และบรรเทาสาธารณภัยตามบทบาทหน้าที่ของตนโดยยึดแนวปฏิบัติเดียวกัน

1.3 สาธารณภัย หมายถึง อัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย ภัยแล้ง โรคระบาดในมนุษย์ โรคระบาดสัตว์ตลอดจนภัยอื่น ๆ อันมีผลกระทบต่อสาธารณชน ไม่ว่าจะเกิดจากธรรมชาติผู้ทำให้เกิดขึ้นอุบัติเหตุ ซึ่งก่อให้เกิดอันตรายแก่ชีวิต ร่างกาย ความเสียหายแก่ทรัพย์สินของประชาชนหรือของรัฐ

1.4 แนวทางการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย คือ การรับรู้ มุมมอง ร่วมกันการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน การมีส่วนร่วมของสมาชิก เครือข่าย กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การพึ่งอิงอาศัยและการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

2. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตรับผิดชอบของเทศบาลตำบลบ้านแท่น จำนวน 18 ชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาลที่เข้าร่วมอบรมและผู้มีที่อยู่อาศัยในเขตเทศบาล จำนวน 387 ราย เป็นกลุ่มตัวซึ่งทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากข้อมูล ผู้รับบริการจากหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลบ้านแท่น เนื่องจากข้อมูลการตอบมีความสำคัญและต้องให้ผู้ตอบสนใจในการให้ข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งเป็นลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการแบบตัวเลือก (Checklist) แบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการแบบตัวเลือก (Checklist) โดยเป็นแบบสอบถามแบบให้เลือกเพียงคำตอบเดียว ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยทั้ง 7 ด้าน ซึ่ง วัดโดยใช้ไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) 5 ระดับ คือ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับคะแนน 5 จนถึงความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด ระดับคะแนน 1 และแปลความตามค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แสดงว่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จนถึงค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 แสดงว่าให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด ตอนที่ 3 ปัญหาการจัดการเครือข่ายงานป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัย ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น การดำเนินงานปัญหาการจัดการ

เครือข่าย แนวทางการเพิ่มประสิทธิผลการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และตอนที่ 4 แนวการเพิ่มประสิทธิผลการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น การดำเนินงาน ปัญหาการจัดการเครือข่าย แนวทางการเพิ่มประสิทธิผลการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ซึ่งการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผลของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.870

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยวิธีการให้ทีมวิจัยของผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์และกรอกคำตอบให้กับกลุ่ม ตัวอย่างตามแบบสอบถามกับผู้รับบริการจากหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาลตำบลบ้านแท่น โดยเก็บแบบสอบถามจากประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตรับผิดชอบของเทศบาลบ้านแท่น จำนวน 18 ชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาลที่เข้าร่วมอบรมและผู้มีที่อยู่อาศัยในเขตเทศบาลและนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำข้อมูลมาประกอบการสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดสถิติที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ สถิติพื้นฐานการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อการอธิบายถึงคุณสมบัติหรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูลตัวแปร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับกำหนดการวัดเป็นการหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ประเด็นการศึกษา สังเคราะห์เพื่อให้ได้ภาพรวมภายใต้กรอบแนวคิด สรุปผลการศึกษาและนำเสนอผลการศึกษาโดยการพรรณนาความ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและการดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแบบเครือข่าย ส่วนใหญ่เป็นหญิงมีจำนวน 229 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.20 มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 71.30 ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.ปลาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 ระดับปริญญาตรี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 โดยมีอาชีพค้าขาย/อิสระ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80

ประสิทธิผลการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พบว่า ระดับความคิดเห็นการวัดประสิทธิผลในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.63$, S.D.=0.29) โดยให้ความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.76) การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน ($\bar{X}=3.68$, S.D.=0.73) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\bar{X}=3.74$, S.D.=0.74) และการรับรู้มุมมองร่วมกัน ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.71) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1 โดยในแต่ละด้านได้ผลการวิจัยดังนี้

1. ด้านมุมมองรับรู้มุมมองร่วมกันของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.74) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ สมาชิกเครือข่ายมีความเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นของสาธารณภัยและจิตสำนึกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ($\bar{X}=3.72$, S.D.=0.74) รองลงมาคือ ประชาชนชุมชนมีความเข้าใจการดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.77) การสร้างข้อตกลงร่วมกันของประชาชนและกลุ่มเครือข่าย ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.71)

2. ด้านมุมมองการมีวิสัยทัศน์ร่วมกันของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.74) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ สมาชิกเครือข่ายมีจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกัน ($\bar{X}=3.70$, S.D.=0.75) รองลงมาคือ ประชาชนชุมชนมีส่วนร่วมให้การจัดทำแผนงานป้องกัน ฯ ($\bar{X}=3.68$, S.D.=0.70) ประชาชนมีความเข้าใจวิธีการทำงานในรูปแบบของเครือข่ายมี ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.71)

3. ด้านมุมมองการมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกันของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.68$, S.D.=0.73) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ประชาชนมีการสร้างการทำงานแบบเครือข่ายภายในชุมชนของตน ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.71) รองลงมาคือประชาชนให้ความร่วมมือการทำงานแบบเครือข่ายภายในชุมชนของตน ($\bar{X}=3.66$, S.D.=0.76)

4. ด้านมุมมองการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.76) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยมีการจัดอบรมให้ประชาชนอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}=3.74$, S.D.=0.80) การดำเนินงานในการจัดการสาธารณภัยร่วมกันระหว่างสมาชิกเครือข่ายและประชาชน ($\bar{X}=3.71$, S.D.=0.76) ประชาชนชุมชนที่ประสบภัยได้รับการช่วยเหลืออย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.71) ตามลำดับ

5. ด้านมุมมองกระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกันของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.75) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมร่วมกันเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิกในเครือข่าย ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.77)

ประชาชนสมาชิกเครือข่ายมีความรู้สึกนึกคิดและรับรู้เหตุผลของการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.76) การติดต่อประสานงานระหว่างเครือข่ายมีความเชื่อมโยงและเป็นระบบ ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.70)

6. ด้านมุมมองการพึงอิงอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.74) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมร่วมกันของเครือข่ายก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันขึ้น ($\bar{X}=3.72$, S.D.=0.74) การดำเนินงานระหว่างสมาชิกเครือข่ายมีการพึ่งพาอาศัยกัน ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.71) ประชาชนเห็นความสำคัญของการทำงานเครือข่ายและต้องการเข้าร่วม ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.75)

7. ด้านมุมมองการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.76) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ สมาชิกเครือข่ายมีความเข้าใจในบทบาทของตนเอง ($\bar{X}=3.74$, S.D.=0.80) สมาชิกเครือข่ายมีการปรับความคิดส่วนตัวให้สอดคล้องกับแนวคิดของเครือข่ายให้มากที่สุด ($\bar{X}=3.71$, S.D.=0.71) การเข้าร่วมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้การปฏิบัติงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.78)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการวัดประสิทธิผลในภาพรวม

การวัดประสิทธิภาพ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	S.D	แปลผล
การรับรู้มุมมองร่วมกัน	3.67	0.74	ระดับค่อนข้างมาก
การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน	3.67	0.71	ระดับค่อนข้างมาก
การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน	3.68	0.73	ระดับค่อนข้างมาก
การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย	3.69	0.76	ระดับค่อนข้างมาก
กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน	3.67	0.75	ระดับค่อนข้างมาก
การพึ่งพิงอาศัย	3.69	0.74	ระดับค่อนข้างมาก
การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน	3.69	0.76	ระดับค่อนข้างมาก
รวมการวัดประสิทธิผลโดยภาพรวม	3.63	0.29	ระดับค่อนข้างมาก

การดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแบบเครือข่ายของเทศบาลตำบลบ้านแท่น มีการดำเนินงานในการสร้างเครือข่ายทั้งภายนอกและภายในของเขตเทศบาล โดยให้ความสำคัญต่อผู้อยู่อาศัยในชุมชนเทศบาลตำบลบ้านแท่น การดำเนินงานในรูปแบบเครือข่ายที่มีร่วมกับหน่วยงานใกล้เคียง ซึ่งการดำเนินงานจากภาครัฐ มุ่งเน้นไปที่ประชาชนเป็นศูนย์กลางให้ความสำคัญในการสร้าง

องค์ความรู้การฝึกฝนให้ประชาชนสามารถดำเนินการด้วยตนเอง และการช่วยเหลือตนเองที่ถูกรื้อในเบื้องต้น ซึ่งสามารถสรุปดังนี้

1. การวางแผน (Planning: P) การวางแผนการดำเนินงานของเทศบาลตำบลบ้านแท่น มีการวางแผนการดำเนินงานเครือข่ายมาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เกิดจากการปกครอง แบบเน้นการช่วยเหลือตนเองใน แต่ละชุมชน การให้ความสำคัญของผู้นำชุมชนและสมาชิกสภาเทศบาลที่สนับสนุนส่งเสริมการทำงานของภาครัฐ เพื่อการพูดคุยที่เข้าใจง่ายและใกล้ชิดกับประชาชน เทศบาลเป็นหน่วยงานสนับสนุนให้เกิดความเข้าใจการทำงานร่วมกันผ่านการฝึกอบรม และประสานดำเนินงานจากผู้นำชุมชนเป็นหลักการทำงานร่วมกันในท้องถิ่นสมาชิกในแต่ละชุมชนจะเชื่อฟังและยอมทำตามที่ประธานชุมชนได้กล่าวขอไว้พวกเขาจะทราบว่เมื่อเกิดภัยขึ้นต้องดำเนินการอย่างไร แจ้งเรื่องได้ทันที เป็นต้น

2. การจัดองค์การ (Organizing: O) เมื่อเกิดเหตุขึ้นประชาชนจะประสานงานกับเครือข่าย และติดต่อใครได้เพื่อได้รับการช่วยเหลือ โดยให้ความสำคัญต่อประธานชุมชนเป็นหลัก ซึ่ง ในชุมชนได้มีการทำโครงการสาธารณภัยภายในชุมชนของตน โดยการดำเนินประชาวิจารณ์ในการให้ชาวบ้านเลือกตัวแทนขึ้นมาเพื่อดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการ เจริญญิก ฯลฯ และเทศบาลเป็นผู้ประเมิน เพื่อทำการต่อท่อประปาดับเพลิงตามพื้นที่ความเสี่ยงในชุมชนที่ระดับเพลิงเข้าไม่ถึง

3. การจัดหาคูคลากรมาปฏิบัติงาน (Staffing: S) การจัดหาคูคลากรมาปฏิบัติงานเลือกจากตัวเลือกผ่านประธานชุมชน โดยความอาสาและสมัครใจเพื่อประโยชน์ส่วนร่วมและการป้องกันมิให้เกิดเหตุขึ้น การคัดเลือกคนจึงต้องเป็นคนที่มีอาศัยอยู่ในชุมชนนั้น ๆ เนื่องด้วยจะทราบบริบททางเข้าออกที่ตนอยู่การติดต่อประสานงานจะดำเนิน ผ่านผู้นำชุมชนและมีเสียงตามสายภายใน ชุมชนประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือ เมื่อเกิดภัยประชาชน ตัวแทนเครือข่ายจะช่วยอำนวยความสะดวก การนำทางเข้าถึงพื้นที่ลักษณะภัยเพื่อให้เจ้าหน้าที่ ดำเนินงานได้รวดเร็วขึ้น

4. การอำนวยการ (Direction: D) การอำนวยการในพื้นที่เขตเทศบาลบ้านแท่นจะมีการติดต่อถึงดับเพลิงให้แต่ละชุมชน ส่วนใหญ่จะติดตั้งที่บ้านของผู้นำชุมชน เมื่อเกิดกรณีเพลิงภัยสามารถนำไปใช้ได้เลย หากสารเคมีภายในถังหมด เจ้าหน้าที่เทศบาลจะดำเนินการเติมให้ใหม่ เพื่อให้การเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ

5. การประสานงาน (Coordination: Co) เมื่อเกิดเหตุการณ์ประสานงานจะติดต่อผ่านผู้นำชุมชนโดยตรง ซึ่งจะเห็นได้ว่าชุมชนให้ความสำคัญต่อผู้นำ และแต่ละชุมชนจะเข้มแข็งให้ความร่วมมือขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์และการเห็นความสำคัญการเกิดภัยของผู้นำ การศึกษาพบว่า เทศบาลตำบลบ้านแท่นมีลักษณะชุมชนที่ค่อยข้างเข้มแข็งเห็นได้จากการเข้าร่วมประชุม การส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่าย การติดต่อประสานงานจึงพึ่งพาผู้นำชุมชนเป็นหลัก

6. การรายงาน (Reporting: R) ในกรณีเกิดเหตุไฟไหม้ในชุมชนจะมีการรายงานให้เทศบาลทราบและนำเจ้าหน้าที่สำรวจ สอบสวน ช่วยเหลือแล้วจึงนำเสนอเรื่องส่งให้สำนักงานจังหวัดทราบ เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยเบื้องต้น หากเป็นภัยขนาดใหญ่เทศบาลจะตั้งจุดบริการและรับเรื่องร้องทุกข์ การแจ้งความเสียหาย เพื่อยุติความเสียหาย เพื่อยุติความเสียหาย

7. การงบประมาณ (Budgeting: B) งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยดำเนินการจัดโครงการอบรมทุกปี พร้อมทั้งการจัดตั้งถึงดับเพลิงในพื้นที่ชุมชนรวมถึงพื้นที่ที่มีความเสี่ยงเทศบาลมองเห็นความจำเป็นของการเตรียมความพร้อมที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การดำเนินการมีความต่อเนื่องด้วยการปกครองของนายกเทศมนตรีดำรงตำแหน่งยาวนานหลายปีการทำงานจึงมีความต่อเนื่องและการติดต่อประสานงานกับผู้นำชุมชน จึงคุ้นเคยและดำเนินงานได้ โดยง่าย

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ พบว่า สมาชิกเครือข่ายเจ้าหน้าที่ประชาชนควรมี ความเข้าใจกระบวนการทำงานและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายเพิ่มขึ้น เพื่อให้ เกิดการเปลี่ยนแปลงมุมมองการทำงานหลากหลายและนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานการสร้าง ความรู้ความเข้าใจ ตระหนักต่อสาธารณภัย การให้ความรู้เกี่ยวกับงานที่ดำเนินโดยชี้แจงส่วนดี ส่วน เสียผลของการทำเครือข่ายให้ชัดเจน พร้อมทั้งความรู้เกี่ยวกับเรื่องงานป้องกันและบรรเทา สาธารณ ภัยโดยการจัดอบรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจเป้าหมายของเครือข่ายให้ดียิ่งขึ้น รวมถึง การสร้างกิจกรรมเพื่อให้พบปะกันบ่อยครั้ง การจัดอบรมและมีตัวแทนเครือข่ายเกิดขึ้น ควรมี ค่าตอบแทนผู้ที่ทำงานเป็นสมาชิกเครือข่ายเพื่อให้เห็นประโยชน์จากการทำงาน ควรสร้างการให้ ความร่วมมือระหว่างประชาชน ให้ทราบบทบาท ภารกิจหน้าที่และสามารถช่วยเหลือตนเองได้สร้าง ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน และการประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่และประชาชน และสำรวจคน ที่ให้ความสนใจเข้าร่วมอบรมในแต่ละครั้งมีแนวโน้มเป็นอย่างไร การจัดประชุมให้ความรู้อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงอย่างจริงจังประชาชนได้รู้จักว่าสาธารณภัยคืออะไร มีวิธีการจัดการอย่างไร เพื่อให้ ชุมชนอยู่รอดปลอดภัย

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ มีประเด็นที่สามารถมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแบบเครือข่ายของเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ มีการดำเนินงานในการสร้างเครือข่ายทั้งภายนอกและภายในของเขตเทศบาล โดยให้ความสำคัญต่อผู้อยู่อาศัยในชุมชนเขตเทศบาลตำบลบ้านแท่น ปรับการทำงาน

เพื่อให้เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น พัฒนาการ การดำเนินงานร่วมกันและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์คือ การร่วมกันสอดส่องการเกิดเหตุการณ์ระงับเหตุ และการฟื้นฟูเมื่อเหตุดับลง ก่อให้เกิดความพอใจทั้งเครือข่ายผู้ปฏิบัติและประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับ จิรนนท์ พุทธา และจำลอง โพธิ์บุญ (2561) ที่ได้พบว่า ผลการดำเนินการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในภาพรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้านของการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย เนื่องจากพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 มาตรา 16 - 20 มีสาระสำคัญ คือ กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่ในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในท้องถิ่นของตน ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีการจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในท้องถิ่นตนเอง เพื่อรองรับและเตรียมพร้อมหากเกิดสาธารณภัยในพื้นที่ทางด้าน เครื่องมือเครื่องจักร ยานพาหนะ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งประสิทธิผลขององค์การจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้องค์การต้องเกิดการปรับตัว พัฒนาและดำรงอยู่ต่อไปจากการใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สมาชิกองค์การมีความพึงพอใจในการดำเนินงาน แต่ไม่สอดคล้อง กับงานวิจัยของ พัทธักษ์ มั่นจันทิก และ ศุภณัฐ ทรัพย์นาวิ (2558) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์การบริหารด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดลงไป 3 อันดับ คือ ด้านวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ ด้านพันธกิจและภารกิจ และด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์การ ส่วนการบริหารด้านป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาล ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดลงไป 3 อันดับ คือด้านการจัดการหลังเกิดภัย ด้านการบริหารจัดการในภาวะฉุกเฉิน และด้านการป้องกันและลดผลกระทบ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัยของทุกภาคส่วนในสังคม รวมถึงนำระบบบัญชาการเหตุการณ์มาใช้เป็นหลักการสำคัญในการบริหารจัดการสาธารณภัยและการฝึกซ้อมแผนในทุกระดับ และควรมีการวางแผนการดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้เป็นมาตรฐานสากล โดยการวางแผนพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพให้เทียบเท่าและเป็นไปตามมาตรฐานสากลทั้งในระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียน

2. ประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พบว่าสิ่งที่จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพประกอบด้วย 3 หัวข้อสำคัญ ได้แก่ 1) การดำเนินงานลักษณะของการดำเนินงานที่ท้าวร่วมกับภาคประชาชนและเอกชน เป็นการดำเนินงานในช่วงระยะเวลาเพียงช่วงขณะหนึ่ง และคัดเลือกจากตัวแทนเพื่อเข้าร่วมการอบรมและร่วมเป็นเครือข่ายในการเฝ้าระวังการเกิดภัย ซึ่งตั้งอยู่แค่ช่วงสั้น ๆ และสิ้นสุดลงเมื่อไม่มีการเกิดภัย ทั้งขึ้นอยู่กับทัศนคติการฝึกปฏิบัติ ของ

ผู้ที่เข้ารับการอบรมและการเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในภาคประชาชนกบภาครัฐ 2) ความรู้ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่และสมาชิกเครือข่ายในการดำเนินงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยการจัดให้อบรมความรู้การช่วยเหลือตนเองได้เบื้องต้นและการร่วมเป็นกำลังเสริมเจ้าหน้าที่ เมื่อเกิดภัยโดยมีการแลกเปลี่ยนปรับความคิดส่วนตัวให้สอดคล้องกับแนวคิดเครือข่าย และ 3.) ความสัมพันธ์ในการดำเนินงานแบบเครือข่ายเทศบาลตำบลบ้านแท่น มีความสัมพันธ์ในการดำเนินงานแบบเครือข่ายซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทวัส ขุนหนู (2561) ที่พบว่า องค์กรหรือสถาบันใด ๆ ได้ทำการตกลงการประสานเชื่อมโยงเข้าหากัน ภายใต้วัตถุประสงค์หรือข้อตกลงร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดหมายเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ และการแสดงออกการลงมือกระทำกิจกรรมร่วมกัน ความสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลระหว่างกันจะช่วยให้ สมาชิกเครือข่ายเกิดการรับรู้การยอมรับในกระบวนการทำงานและช่วยส่งเสริมพัฒนาสัมพันธ์ภาพที่ดี การพัฒนาเครือข่ายจึงต้องยึดหลักความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งผลการศึกษาของความสัมพันธ์ในการดำเนินงานยังต้องสร้างแรงจูงใจ สร้างกิจกรรมสาธารณะ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ประชาชนมองเห็นปัญหาและร่วมกันแก้ไขปัญหาดำเนินงานอย่างมีความสัมพันธ์ที่ดี โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย เกิดจากการรับรู้ร่วมคิดร่วมตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย การดำเนินงานระหว่างเจ้าหน้าที่เครือข่ายไม่เข้าใจการปฏิบัติงาน ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจ บทบาท ภารกิจ หน้าที่ในการปฏิบัติร่วมกัน อีกทั้งปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจิตสำนึกและการปฏิบัติอย่างจริงจังด้วยความเสียสละและยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ จิรนนท์ พุทธา และ จำลอง โพธิ์บุญ (2561) ที่ได้พบว่า ปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินงาน ให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ความเป็นเครือข่าย มีการทำงานอย่างเป็นระบบการมีจิตสาธารณะและความมุ่งมั่นและการมีภาคเครือข่ายเข้ามาหนุนเสริม ซึ่งเครือข่ายแบบร่วมปฏิบัติการขับเคลื่อนเครือข่ายให้ก้าวต่อไปอาศัยความรู้ความเข้าใจที่มีเป้าหมายและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

3. ปัญหาการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลตำบลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ รวมถึงแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลตำบลบ้านแท่น พบว่า สมาชิกเครือข่ายเจ้าหน้าที่ประชาชนมีความเข้าใจกระบวนการทำงานและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายเพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมุมมองการทำงานหลากหลายและนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานการสร้างความรู้ความเข้าใจ ตระหนักต่อสาธารณภัย การให้ความรู้เกี่ยวกับงานที่ดำเนินโดยชี้แจงส่วนดีส่วนเสียผลของการทำเครือข่ายให้ชัดเจน พร้อมทั้งความรู้เกี่ยวกับเรื่องงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยโดยการจัดอบรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจเป้าหมายของเครือข่ายให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Ditch (2002) ซึ่งได้สรุป เงื่อนไขความสำเร็จของการบูรณาการของชุมชนในระดับนโยบาย

ประกอบด้วย 1) ผู้ดำเนินกิจกรรมหลักและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) เป้าประสงค์ 3) ทรัพยากร 4) กระบวนการและแนวทางการทำงาน และ 5.) ผลกระทบผลิตและวิวัฒนาการ ในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน (1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา (2) การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและแนวทางในการแก้ปัญหา (3) การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมตามแผนเพื่อแก้ปัญหา และ (4) การมีส่วนร่วมในการติดตามผลที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาการจัดการเครือข่ายเพื่อให้เกิดความสำเร็จของการบูรณาการจัดการเครือข่ายชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

การให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ มีการบริหารจัดการโดยใช้รูปแบบการดำเนินงานที่เรียกว่า POSDCoR ได้พัฒนาแนวคิดของ Taylor และ Fayol มี 7 ประการ ดังนี้ 1.) การวางแผน 2.) การจัดหน่วยงาน 3.) การจัดบุคลากร 4.) การอำนวยการ 5.) การประสานงาน 6.) การรายงาน และ 7.) การงบประมาณ ประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลบ้านแท่น อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ทั้ง 7 ประการ ดังนั้นการทำให้รูปแบบการดำเนินงานเป็นรูปธรรมเกิดขึ้นจริงปฏิบัติได้จริง ควรมุ่งเน้นให้การประสานงานมีการประสานงานร่วมกันจากหลายหน่วยงาน เพื่อให้ความร่วมมือและช่วยเหลือกันในการดำเนินงานของประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลตำบลบ้านแท่น ซึ่งอาจจะเพิ่มช่องทางการประสานงานที่ทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อความรวดเร็วและให้ทันต่อยุคสมัยในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ความรู้ในเชิงวิชาการที่เกิดขึ้นใหม่ในงานวิจัยนี้คือ การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลเพื่อที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาล สำหรับการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาล เพื่อที่จะสามารถนำปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นมาดำเนินการแก้ไข เพื่อให้ประสิทธิภาพการจัดการเครือข่ายงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในการประยุกต์ใช้ตามบริบทพื้นที่เพื่อให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ข้อมูลจากเทศบาลตำบลบ้านแท่น. (2562). รายงานการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตาม **แผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบ้านแท่น** ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.banthaenlocal.go.th/main.php> [25 มกราคม 2563].
- จิรนนท์ พุทธา และ จำลอง โพธิ์บุญ. (2561). การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. วารสารเกษมบัณฑิต, 19(1), 31-44.
- จิตติมา อัครธิพิงศ์. (2556). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. พระนครศรีอยุธยา : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เจริญ ภัสระ. (2540, พฤษภาคม). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของรัฐ. วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย, 12, 11-14.
- ชาติชาย ณ เชียงใหม่. (2560). การปกครองท้องถิ่นในรัฐธรรมนูญ 2560. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: จาก https://www.nmt.or.th/files/com_knowledge_news/201711/20171117_vebjunlj.pdf. [25 มกราคม 2563].
- ชัยวัฒน์ สวัสดิเวช. (2553). ปัญหาอุปสรรคและแนวทางการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดภูเก็ต . วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒน, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2546). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิทักษ์ มั่นจันทิก และศุภณัฐ ทรัพย์นาวิน. (2558). กลยุทธ์การบริหารด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของเทศบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. Veridian EJournal, Slipakorn University. 8(2), 2351-2368.
- วิทวัส ขุนหนู. (2561). การพัฒนาเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการป้องกันอุทกภัย กรณีศึกษาอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 31(1), 163-181.
- วุฒิชัย จำนง. (2530). การผสมผสานการปฏิบัติการเพื่อผลิตภาพ. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 : เมษายน
- อดิศร บำรุงญาติ. (2550). การมีส่วนร่วมของอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) ในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยศึกษากรณีของอำเภอเขาสมิงค์จังหวัดตราด. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- John Ditch. (2002). **Beveridge and Social Security**. New York: Oxford University.
- Henri Fayol. (1964). **General and Industrial Management**. London: Pittman and Sons.

ภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
The Affects of Online Marketing Mix to Brand Loyalty MA KIN GLUY
Under the New Normal of Consumers in Prha Nakhon Sri Ayutthaya

ศิริมา แก้วเกิด¹ ภาคพล สุนทรโรจน์² รัฐภูมิ สุขรินทร์³ และจักรพันธ์ สาดมณี⁴
Sirima Kaewkwrd Pakaphon Soonthonrot Rattapum Sukruen and Jakkapan Sartmune

Received: 30 April 2022; Revised: 15 May 2022; Accepted: 1 June 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วย 2) ทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ในตราสินค้ามากินกล้วยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วย โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในการปรับปรุงและพัฒนากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารจัดการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์รวมถึง การบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์, ความภักดีในตราสินค้า, ปกติวิถีใหม่

¹ รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

E-mail: sirima.k@rmutsb.ac.th

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ E-mail: pakaphon.s@rmutsb.ac.th

³ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

E-mail: rattapum446@gmail.com

⁴ อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ E-mail: jakkapan.s@rmutsb.ac.th

Abstract

The purposes of the research were to 1) Study the level of online marketing mix and brand loyalty MA KIN GLUY; 2) Test the influence of online marketing mix to brand loyalty MA KIN GLUY, the sample was 400 of consumer in Phra Nakhon Sri Ayutthaya. The research was used questionnaire to collect data and the statistics used for analyzing data were average, percentage, standard deviation, correlation analysis and multiple regression analysis.

The results found that 1) The level of opinion towards online marketing mix and brand loyalty MA KIN GLUY under the new normal of consumers in Phra Nakhon Sri Ayutthaya was at high level; 2) The hypothesis testing showed the online marketing mix influenced to brand loyalty MA KIN GLUY at significant level of 0.05 and 0.01. The results of the research will be useful for applied in planning and formulating marketing strategies and developing product and services management to effectively integrate with consumers as well.

Keyword: Online Marketing Mix, Brand Loyalty, New Normal

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Networking Sites) ได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบันอย่างก้าวกระโดดอันเกิดจากความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร โทรศัพท์มือถือจึงนอกจากจะเป็นอุปกรณ์สื่อสารทางเสียง ยังแปรสภาพเป็นเครื่องรับส่งข้อมูล ภาพและเสียง และยังเสมือนเป็นเครื่องบดอัดระบบสังคม และระบบตลาดให้มีขนาดเล็กลง ส่งผลให้คนในสังคมจริงก้าวเข้าสู่สังคมเสมือน (Virtual Community) ในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล โดยไร้ข้อจำกัดด้านสถานที่ (Space) และเวลา (Time) ซึ่งการที่สื่อสังคมออนไลน์เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ระบบการตลาดหดตัวลง ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถขายสินค้าหรือบริการตรงต่อกันในระบบตลาดโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าถูกลง ทำให้มีโอกาสเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และสร้างผลกำไร ดึงดูดให้ผู้ขายรายใหม่เข้าสู่ตลาดการค้าในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ไร้ทิศทาง โดยไม่จำกัดว่าร้านค้าจะต้องมีร้านจริงทางกายภาพ (Physical shops) แต่สามารถทำกิจกรรมค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ (Virtual shops) ได้ (ฉวีวงศ์ บวรกิริติขจร, 2560)

จากการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปภายใต้ตราสินค้า “มากินกล้วย” ที่เป็นผลิตภัณฑ์กล้วยตากและกล้วยแปรรูปปรุงรสเพื่อสุขภาพซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา พบว่า การเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์กล้วยตากและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยมีแนวโน้มเติบโตที่สูงขึ้นจากเดิมผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้จะมีการผลิตเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) แต่จากปัจจัยของกระแสสุขภาพ การแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายขึ้น วัตถุดิบมีราคาสูงและมีการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐให้มีการแปรรูปสินค้าเกษตรกรรม ประกอบกับประเทศไทยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีหลายบริษัทให้ความสนใจแข่งขันในตลาด ซึ่งได้มีการพัฒนารสชาติ รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่ปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น เสี่ยงหรือความต้องการของลูกค้าจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ธุรกิจจะต้องใช้ประกอบในการกำหนดกลยุทธ์การขาย การคัดเลือกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่มีข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต เช่น การตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้าเป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552) ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการค้าขายและบริการยุคใหม่ที่ต้องอาศัยแพลตฟอร์มพร้อมอุปกรณ์พกพาที่เชื่อมโยงอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการค้าขายออนไลน์ โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ช่วยเผยแพร่ข้อมูลของสินค้าก่อนผู้บริโภคตัดสินใจซื้อกลยุทธ์ทางการตลาดจึงควรมุ่งสร้างความจงรักภักดีจึงจะทำให้ธุรกิจได้รับกำไรในระยะยาว ทั้งนี้ความจงรักภักดียังเป็นเครื่องมือในการเพิ่มยอดขายและป้องกันส่วนครองตลาดซึ่งมีผลให้เกิดการจูงใจที่หลากหลายเพื่อสร้างความจงรักภักดีแต่อย่างไรก็ตามความจงรักภักดีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยากกว่าการที่ลูกค้าซื้อสินค้าเป็นประจำที่ร้านใดร้านหนึ่งหรือเกิดขึ้นได้ยากกว่าพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Pearce, 1997) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปภายใต้ตราสินค้า “มากินกล้วย” การให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสและ

ช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ในการเพิ่มยอดขายในตลาดที่มีอยู่เดิมโดยการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากคู่แข่งโดยเฉพาะในสภาวะทางการตลาดที่มีการแข่งขันที่สูงซึ่งอาจใช้กลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าปัจจุบันให้มีความพึงพอใจในสินค้าและบริการ สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ย่อมทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการแนะนำบอกต่อประสบการณ์ที่ดีเป็นทอด ๆ กิจกรรมยังใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นแนวทางค้นหาและสร้างความเป็นไปได้ใหม่ๆ เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด ส่งผลให้กิจการเข้าใจและสามารถวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการขยายกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจ และจดจำตราสินค้า “มากินกล้วย” จนเกิดเป็นการซื้อซ้ำเป็นลูกค้าประจำทั้งในสถานการณ์ปกติ และสถานการณ์ที่เป็นปกติวิถีใหม่ หรือ New Normal จากความเป็นมาและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ประกอบแนวทางการปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจที่จำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

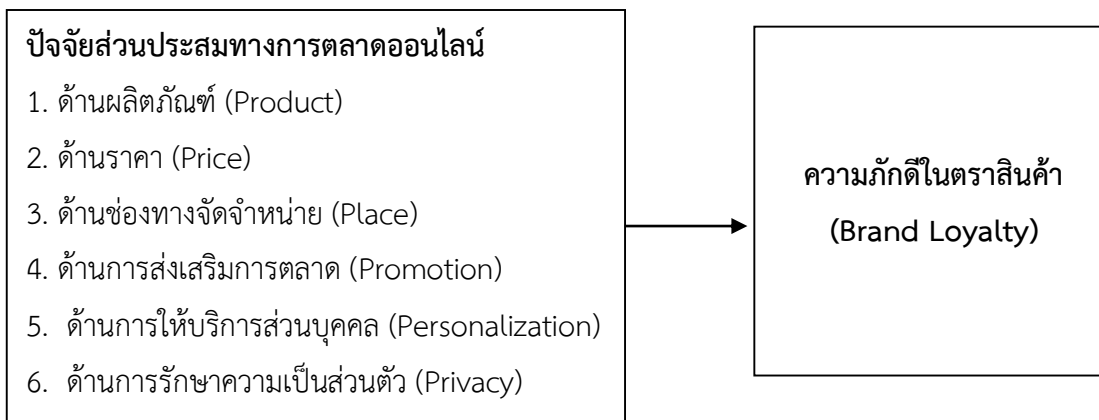
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จะเห็นได้ว่าธุรกิจรูปแบบออนไลน์ เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากมีความสะดวกสบายเข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคและบริโภค ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เครื่องแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ได้ง่ายเพียงแค่กดสั่งซื้อและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน (Application) หรือบนเว็บไซต์ (Website) ดังนั้น ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E - Commerce จึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย สามารถสร้างได้เปรียบทางการค้าจากรูปแบบเดิม ๆ เช่น การโต้ตอบกับผู้บริโภคได้โดยอัตโนมัติผ่านทาง Social Network ทำให้ลดภาระเรื่องแรงงาน สามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้ทั่วโลก สะดวกรวดเร็ว ผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าได้จากทุกที่โดยไม่ต้องเดินทางด้วยตัวเองมาที่ร้าน และสามารถทำการซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจมีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งมีความสำคัญมากต่อสายตาของลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสร้างทัศนคติและความเชื่อมั่นที่มีต่อตราสินค้าและถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อตราสินค้านำมาซึ่งการบริการลูกค้าแนะนำการใช้สินค้าได้ครบถ้วน บริการด้วยความเต็มใจและซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและการสร้างคุณภาพความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ เพราะสินค้าส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกันทำให้การแข่งขันยังต้องสร้างความประทับใจและการให้ความสำคัญกับลูกค้า เพราะจะช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ มั่นใจ ประทับใจ พึงพอใจในคุณภาพ ชอบมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น ทำให้เกิดการตั้งใจในการซื้อ รวมถึงจะมีผลต่อการซื้อซ้ำและความภักดีในตราสินค้าในอนาคตทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่เป็นปกติวิถีใหม่ หรือ New Normal

ความภักดีในตราสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในองค์ประกอบ หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ แล้วเกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า ซึ่งหากมองในเชิงพฤติกรรมในการซื้อ (Purchase Behavior) ความภักดีต่อตราสินค้าสามารถวัดได้จากการที่ผู้บริโภคมีการซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิมจนเกิดเป็นความภักดีในตราสินค้าและหากมองในเชิงจิตวิทยา (Psychological) ผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดีและผูกพันด้วยกับตราสินค้านั้นอันเนื่องมาจากเกิดความเชื่อมั่นในตราสินค้า หรือตราสินค้านั้นสามารถเชื่อมโยงความเชื่อของผู้บริโภคได้ หรือ เกิดจากการที่ผู้บริโภครู้สึกว่ตราสินค้านั้นมีความง่ายในการเข้าถึง (Blare, Armstrong and Murphy, 2003) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความพึงพอใจในตราสินค้านั้น และเกิดเป็นความภักดีในตราสินค้านั้นต่อไป จึงนำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้านำมาซึ่งการบริการลูกค้าภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังภาพที่ 1

ตัวแปรต้น



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ในตราสินค้า มากินกล้วยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีช่วงเวลาในการซื้อระหว่างปี พ.ศ. 2563 – 2564 ผู้วิจัย ได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดของประชากรของ Taro Yamane โดยใช้ สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) ร้อยละ 95 ยอมให้ คลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Yamane, 1973) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง เพื่อให้เกิดความ สมบูรณ์ของข้อมูลและผลการวิจัยมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บ แบบสอบถามออนไลน์ ผ่านกลุ่มสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และแอปพลิเคชันไลน์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่ถูกประยุกต์มาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ตัวแปรในงานวิจัยนี้ โดยในแบบสอบถามได้ถูกออกแบบมาเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วย สำหรับส่วนที่ 2 – 3 มีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert scale) การกำหนด เกณฑ์ในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าเฉลี่ยเป็นแบบแบ่งช่วงการแปลผลโดย เอาค่าเฉลี่ยที่ได้เทียบกับค่าที่ใกล้เคียงจำนวนเต็มกล่าวคือหากค่าทศนิยมตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จะอ่านค่า

เป็นจำนวนเต็มที่มากขึ้นและในทางกลับกันหากค่าทศนิยมต่ำกว่า 0.5 ระดับที่ต้องการแปลผลจะต้องปรับเป็นจำนวนเต็มที่น้อยลง (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2555) ซึ่งใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนน ($\bar{X}$) เป็นตัวชี้วัดโดยกำหนดน้ำหนักคะแนนในการแบ่งช่วงเป็น 5 ระดับ

3. คุณภาพของเครื่องมือวัดโดยการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการทดสอบความเที่ยงตรง(Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) สร้างและพัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำแบบสอบถามที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านดำเนินการตรวจสอบจากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละท่านมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruency Index) โดยค่าตัวเลขความสอดคล้องในแต่ละข้อคำถามควรจะมากกว่า 0.50 (ประกายรัตน์ สุวรรณ, 2555) ซึ่งทุกข้อมีค่าดัชนีระหว่าง 0.67 – 1.00 สำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำผลที่ได้วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) โดยในแต่ละปัจจัยค่าสัมประสิทธิ์ในแต่ละตัวแปรจะต้องไม่น้อยกว่า 0.70 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม จากการทดสอบ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และความภักดีในตราสินค้ามาากินกล้วย อยู่ระหว่าง 0.70 – 0.87 ซึ่งไม่น้อยกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

4. ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามไปดำเนินการลงรหัส (Coding) จากนั้นประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดย

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ในตราสินค้ามาากินกล้วยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน จำแนกข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่องทางในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ราคาต่อครั้งในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์เพื่อบรรยายลักษณะการแจกแจงของแต่ละตัวแปร คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ตัวแปรตามคือความภักดีในตราสินค้ามาากินกล้วย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการแจกแจงและการกระจายของตัวแปรโดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน โดยการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการโปรแกรมสำเร็จรูป ใช้วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ตัวแปรตามหนึ่งตัวที่ส่งผลหาตัวแปรอิสระตั้งแต่สองตัวขึ้นไป โดยวิธี Enter

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของตราสินค้ากิ้นกล้วยภายใต้ความปกตวิธิใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.15	0.83	มาก
ด้านราคา (Price)	4.22	0.93	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.23	0.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.28	0.89	มาก
ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization)	4.25	0.91	มาก
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)	4.24	0.90	มาก
รวม	4.23	0.87	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของตราสินค้ากิ้นกล้วยภายใต้ความปกตวิธิใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.89) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.91) ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.90) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.91) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.93) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้า
มากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 400)

ความภักดีในตราสินค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เมื่อท่านต้องการผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปท่านจะนึกถึง “มากินกล้วย” เป็นอันดับแรก	4.22	0.94	มาก
2. ท่านไม่ลังเลที่จะสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ “มากินกล้วย”	4.17	0.97	มาก
3. ท่านมีความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ “มากินกล้วย”	4.26	0.89	มาก
4. ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ “มากินกล้วย” อยู่เป็นประจำ	4.15	0.99	มาก
5. ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ “มากินกล้วย”	4.16	0.95	มาก
6. ท่านมีความรู้สึกผูกพันและเชื่อมั่นกับบริการของ “มากินกล้วย”	4.22	0.95	มาก
7. ท่านวางใจที่จะใช้บริการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ “มากินกล้วย” ต่อไป	4.21	0.94	มาก
8. ท่านพร้อมและยินดีที่จะแนะนำผู้อื่นสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ “มากินกล้วย” เช่นเดียวกับท่าน	4.20	0.94	มาก
รวม	4.20	0.92	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้ากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ท่านมีความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากินกล้วย ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.89) เมื่อท่านต้องการผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปท่านจะนึกถึงมากินกล้วยเป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.94) ท่านมีความรู้สึกผูกพันและเชื่อมั่นกับบริการของมากินกล้วย ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.95) ท่านวางใจที่จะใช้บริการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มากินกล้วยต่อไป ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.94) ท่านพร้อมและยินดีที่จะแนะนำผู้อื่นสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มากินกล้วยเช่นเดียวกับท่าน ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.94) ท่านไม่ลังเลที่จะสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มากินกล้วย ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.97) ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการสั่งซื้อ

ผลิตภัณฑ์มาจิกกล้วย ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.95)และท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มาจิกกล้วยอยู่เป็นประจำ ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.99)

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า VIF ค่า Tolerance และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และความภักดีในตราสินค้ามาจิกกล้วยภายใต้ความปกติวิสัยใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวแปร	Prod	Pric	Plac	Prom	Pers	Priv	BL	VIF	Tolerance
$\bar{x}$	4.16	4.22	4.23	4.28	4.25	4.24	4.20		
S.D.	0.83	0.93	0.91	0.89	0.91	0.90	0.92		
Prod	1.00	0.68**	0.70**	0.66**	0.68**	0.68**	0.65**	5.39	0.19
Pric		1.00	0.76**	0.72**	0.74**	0.74**	0.80**	2.92	0.77
Plac			1.00	0.75**	0.77**	0.77**	0.72**	6.12	0.28
Prom				1.00	0.74**	0.74**	0.69**	7.76	0.85
Pers					1.00	0.76**	0.72**	2.62	0.46
Priv						1.00	0.72**	8.68	0.54
BL							1.00		

**ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

จากตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า VIF ค่า Tolerance และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Prod) ด้านราคา (Pric) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Plac) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Prom) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Pers) ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Priv) และความภักดีในตราสินค้ามาจิกกล้วย (BL) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.65 – 0.80 ซึ่งไม่เกิน 0.80 มีค่าเป็นบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน พิจารณาร่วมกับค่า VIF อยู่ระหว่าง 2.62 – 8.68 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.19 – 0.85 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.10 – 1.00 เพราะฉะนั้น ผลการตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549) จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้

ตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้ามาากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	ความภักดีในตราสินค้า (BL)		t	p – Value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย (β)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.352	0.132	2.673	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Prod)	0.220	0.053	4.154	0.000**
ด้านราคา (Pric)	0.273	0.067	5.091	0.000**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Plac)	0.171	0.082	2.089	0.037*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Prom)	0.156	0.077	2.035	0.043*
ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Pers)	0.208	0.083	2.498	0.013*
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Priv)	0.555	0.060	9.263	0.000**
R = 0.898 R ² = 0.806 Adjusted R ² = 0.803 Std Error = 0.206 F = 271.97				

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ทุกด้านส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้ามาากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับการทดสอบความเหมาะสมของเส้นถดถอยนี้มีค่าสถิติ F เท่ากับ 271.97 และพิจารณาค่า R² เท่ากับ 0.806 ซึ่งสามารถอธิบายถึงความผันแปรของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้ร้อยละ 80.60 และพิจารณาจากค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.803 แสดงว่าตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้ร้อยละ 80.30 นอกจากนี้ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพิจารณาที่ Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.206

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ

25 ใช้บริการสั่งซื้อผ่านทาง Facebook จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 และมีราคาต่อครั้งในการสั่งซื้อต่อครั้ง 100 – 300 บาท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของตราสินค้ามาากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการที่ลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปของตราสินค้ามาากินกล้วย ส่วนใหญ่มองว่าผลิตภัณฑ์ของตราสินค้ามาากินกล้วยเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพมีความหลากหลายทั้งในด้านของรูปแบบและรสชาติ มีราคาและการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดมีความเหมาะสม รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ในด้านอื่น ๆ ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลาผ่านช่องทางติดต่อที่หลากหลาย มีรูปแบบการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจและทันสมัย การกระตุ้นหรือล่อใจในการให้บริการของพนักงานที่สามารถแนะนำสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้และที่สำคัญไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเผยแพร่หรือส่งต่อให้แก่ผู้อื่นก่อนได้รับอนุญาตซึ่งสามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วริศรา สู้สกุลสิงห์และวรารุณ ฤกษ์วรารักษ์ (2563) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์สำหรับการขายสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce) 6Ps ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ หงสา ปลาทอง (2563) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินออนไลน์ของผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการแบบเจาะจงและด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้ามาากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นลูกค้ามีการซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปของตราสินค้า “มาากินกล้วย” อยู่เป็นประจำมีความชื่นชอบในรสชาติจนเกิดความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าสามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลาผ่านช่องทางติดต่อที่หลากหลาย จนเกิดทัศนคติที่ดีรู้สึกผูกพันกับตราสินค้า “มาากินกล้วย” กล่าวคือเมื่อมีความต้องการผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปจะนึกถึงตราสินค้ามาากินกล้วยเป็นอันดับแรก รวมถึงยินดีที่จะแนะนำผู้อื่นสั่งซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่มีความลังเลยอมแสดงให้เห็นถึงความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้ามาากินกล้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดา อิงคสุภะและฉัตรพล ไชแสงทอง (2563) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ คนเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่เคยซื้อสินค้าและบริการ

ผ่านออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับความภักดีในการซื้อสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ อยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้ามากินกล้วยภายใต้ความปกติวิถีใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเนื่องจากลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปของตราสินค้ามากินกล้วยส่วนใหญ่มีความชื่นชอบกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายโดยเฉพาะกล้วยตากรสช็อกโกแลตที่มีรสชาติที่อร่อยถูกปากถูกใจผู้บริโภค มีปริมาณและคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับราคาที่มีการระบุชัดเจนสะดวกในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดอยู่เป็นประจำทำให้ลูกค้าได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้า ทั้งนี้ตราสินค้าได้มีการให้รายละเอียดในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์แต่ละตัวที่ชัดเจนครบถ้วน รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพในการผลิตสร้างความน่าเชื่อถือในการบริโภคทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเกิดความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าของผลิตภัณฑ์มากินกล้วยและเกิดความภักดีในตราสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร ดิสันเวทย์ (2559) พบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านคาเฟ่ขนมหวานในห้างสรรพสินค้า ซึ่งผลการทดสอบโดยใช้สถิติ Multiple Regression ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านคาเฟ่ขนมหวานในห้างสรรพสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐจิรา อิมวิเศษ (2558) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตามความต้องการ ส่งเสริมหรือสร้างความเชื่อมั่นให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านรสชาติ ปริมาณและคุณภาพของสินค้าที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้ามีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้า และนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้ามากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตั้งราคาให้เหมาะสมกับชนิดและคุณภาพของสินค้า ควรมีการอัปเดตราคาตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นจากคู่แข่ง หรือจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกิดความภักดีโดยอาศัยแนว

ทางการสร้างความเชื่อมั่นในด้านราคาของสินค้าให้กับลูกค้ามากขึ้นด้วย เพื่อให้ลูกค้ายังคงรักดีในตราสินค้าต่อไป

1.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับช่องทางการขายส่งซื้อสินค้า การขนส่งที่รวดเร็ว รวมถึงช่องทางการจ่ายเงินที่สะดวกหลากหลาย เช่น โอนผ่านธนาคารหรือออนไลน์แบงค์กิ้ง การจ่ายผ่านบัตรเครดิต

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ รู้จักร้านค้าผ่านการประชาสัมพันธ์ เน้นย้ำอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การมอบโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ หรือส่วนลดให้แก่ผู้บริโภคทั้งรายเก่าและรายใหม่ จะช่วยกระตุ้นและดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

1.5 ด้านการให้บริการส่วนบุคคลส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสนทนาตอบโต้หรือให้รายละเอียดโดยตรงกับลูกค้ามากที่สุด มีการตรวจสอบความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ถูกต้อง และรวดเร็ว และเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกับผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นพื้นฐานในการสร้างตลาดต่อไปในอนาคต

1.6 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและนโยบายที่จะแจ้งหรือระบุชัดเจนว่าจะไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเผยแพร่เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาลักษณะพฤติกรรมการซื้อสินค้าของประชาชนที่เฉพาะในแต่ละระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ศึกษาข้อมูลเชิงลึก หรือเลือกกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มแบบเจาะจงประเภทสินค้าหรือบริการเฉพาะอย่างเพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านต่าง ๆ

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมืองและเทคโนโลยี และปัจจัยภายในอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและความภักดีในตราสินค้าเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับกลยุทธ์ตามความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉวีวงศ์ บวรกิตติขจร. (2560). “การศึกษาการซื้อขายสินค้ากลุ่มแพชชั่นในสื่อสังคมออนไลน์.” วารสาร

มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ. 10(2) ; (พฤษภาคม-สิงหาคม 2560) : 2056 – 2071.

- ณัฐจิรา อิมวิเศษ. (2558). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในตราสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า**
สตาร์เวลล์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐพร ดิสนิเวทย์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟขนม**
หวานในห้างสรรพสินค้า. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการ
จัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). **การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ = E-commerce.** กรุงเทพฯ : เคทีพี
คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- ธิดา อิงคสุภะและฉัตรพล ไชแสงทอง. (2563). “ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการ
ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเกาหลีผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์.” **วารสารบริหารธุรกิจและ**
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2(3) ; (กันยายน – ธันวาคม 2562) : 88 – 100.
- บุญใจ ศรีสถิตยน์รากร. (2555). **การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย : คุณสมบัติ**
การวัดเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประกายรัตน์ สุวรรณ. (2555). **คู่มือการใช้โปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 12 สำหรับ Windows.**
กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- วิศรา สู้สกุลสิงห์และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2563). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่
ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก.” **วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย**
ทักษิณ. 12(1) ; (มกราคม – มิถุนายน 2563) : 99 - 118.
- หงสา ปลาทอง. (2563). **ส่วนประสมการตลาดออนไลน์และคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มี**
ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการกระเป๋าเงินออนไลน์ของผู้หญิงวัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหา
วิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Blare, M., Armstrong,R., and Murphy, M. (2003). **The 360 Degree Brand in Asia:**
Creating More Effective Marketing Communications. Singapore : John Wiley
and Sons Asia.
- Pearce, W.B. (1997). **Moral Conflict : When Social Worlds Collide.** California : Sage.
- Yamane, T. (1973). **Statistics : An introductory analysis.** New York : Harper and Row.

ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป
สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Marketing Factors Affecting Purchase Decision of Super Zip
Convenience Store Products WatPradu Branch Surat Thani Province

อนัญญา อินทวงศ์¹ นาฏสุดา แก้วนาโพธิ์² มนตรี หมื่นระย้า³ และ วาทีณี พันธุ์⁴
Ananya Ainthawong Natsuda Kaeonapho Montree Muenraya and Watinee Pantee

Received: 19 May 2022; Revised: 5 June 2022; Accepted: 20 June 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท สินค้าที่ซื้อเป็นอาหารสด ราคาต่อครั้ง 1,000 – 2,000 บาท ความถี่ในการซื้อต่อเดือน 11 – 15 ครั้ง บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือบิดา/มารดา ปัจจัยการตลาดที่มีต่อร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทที่ซื้อ ความถี่การใช้บริการ และบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาด ส่วนด้านราคาที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยการตลาดบริการ, ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป

¹ นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยตาปี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

² นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยตาปี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

³ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบัญชี มหาวิทยาลัยตาปี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบัญชี มหาวิทยาลัยตาปี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the personal factors of the purchase decision-makers of Super Zip convenience store products 2) to study the marketing factors affecting the purchasing decision of Super Zip convenience store products and 3) to study the relationship between personal factors and marketing factors affecting purchasing decisions of Super Zip convenience store products Watpradu Branch, Surat Thani Province. The sample group was 400 customers buying products at Super Zip convenience store, Watpradu Branch, Surat Thani Province. A questionnaire was used as a research instrument. The results of this study indicated that most of the respondents were female customers, aged 20-30 years old, graduated with a bachelor's degree, government officers/state enterprises, and earned monthly income 10,001-20,000 baht. Purchased products were fresh food, price per time 1,000 –2,000 baht, and frequency of purchase 11-15 times per month. The person influencing the purchase decision was a father/mother. Overall, the market factors towards Super Zip convenience store, Watpradu Branch, Surat Thani Province were at the highest level. Most of the customers focused on being most important to physical characteristics, followed by people, processes, marketing promotion, product distribution channel, and price. When testing the hypothesis, it was found that personal factors in terms of gender, age, education, occupation, income, type of purchase, service frequency, and the person influencing the decision were no relationship with opinions on market factors. The price of the product purchase per time was related to the opinions on marketing factors affecting the purchasing decision of Super Zip convenience store products Watpradu Branch, Surat Thani Province with the significance level at 0.05.

Keywords: service marketing factor, super zip convenience store

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นตัวสะท้อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนในสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศด้วย ในอนาคตอันใกล้เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าและลงทุนมากขึ้น การแข่งขันในธุรกิจประเภทค้าปลีกสมัยใหม่จึงมีการแข่งขันสูง มีการคิดกลยุทธ์การตลาดเพื่อแข่งขันอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญปัญหากับคู่แข่งจำนวนมาก ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการความสะดวก ทำให้ผู้บริโภคนิยมสินค้าใกล้บ้าน ทำให้ซูเปอร์มาร์เก็ตได้รับผลกระทบต้องเร่งปรับตัวในด้านต่างๆ เช่น เน้นสินค้าคุณภาพ รวมทั้งการพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ถึงกลุ่มผู้บริโภค เพื่อสร้างความแตกต่างและตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค (แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม, 2564)

ห้างซูเปอร์ซีป เป็นธุรกิจค้าปลีก และค้าส่งสัญชาติไทย ที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 5,000,000 บาท เมื่อปี 2538 โดยมีตระกูลอนันตเจริญวงศ์ เป็นผู้เริ่มต้นทำธุรกิจ จากร้านโชห่วยเล็กๆ ก่อนจะขยายพื้นที่ออกไปอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นความต่างจากห้างสรรพสินค้าทั่วไป มีสินค้ากว่า 3,000 รายการซึ่งมีราคาถูกกว่าที่อื่นๆ อีกทั้งยังมีแผนทางธุรกิจขยายร้านค้าย่อยไปตามสถานที่ต่างๆ ไม่น้อยกว่า 100 สาขา ทำให้มีรายได้จากการประกอบธุรกิจไม่ต่ำกว่า 3,000 - 4,000 ล้านบาทต่อปี โดยปัจจุบันซูเปอร์ซีปตั้งอยู่บนเนื้อที่ประมาณ 50 ไร่ มีลักษณะการก่อสร้างอันเป็นเอกลักษณ์คือเป็นอาคารชั้นเดียว เสาไม้ หลังคาสังกะสี เลือกใช้สีม่วงเป็นสัญลักษณ์ มีรถเข็นสินค้าบริการเหมือนห้างสมัยใหม่ทั่วไป แต่ไม่ติดแอร์ สถานที่กว้างขวางมีลานจอดรถไว้รองรับลูกค้าได้จำนวนมาก ภายในห้างเป็นทั้งโกดังเก็บของและคลังสินค้า มีสินค้าอุปโภคบริโภคสารพัดชนิดวางขายมากกว่า 3 พันรายการ แบ่งพื้นที่ วางขายเป็นโซนย่อย ตามกลุ่มประเภทสินค้า อาทิ อาหารสด อาหารแห้ง เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องเขียน หนังสือ ประดับยนต์ เฟอร์นิเจอร์ ต้นไม้ ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีตลาดสดอยู่กลางห้าง ขายทั้งเนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผัก ผลไม้ ในราคาถูกกว่าตลาดสดทั่วไป ผู้คนที่มาใช้บริการมีหลากหลายทั้งคนในอำเภอเดียวกันและอำเภอใกล้เคียงรวมทั้งผู้คนจากจังหวัดใกล้เคียง และแรงงานต่างด้าวที่มาประกอบอาชีพในพื้นที่ ซึ่งแต่ละวันจะมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และในปัจจุบันมีการเปิดสาขาจำหน่ายในหลายจังหวัด ตามเขตอำเภอ และพื้นที่ต่างๆ เพื่อดีตลาดร้านค้าสะดวกซื้อมากขึ้น ด้วยเหตุที่อยู่ใกล้บ้าน และสินค้าราคาถูกกว่าที่อื่น ๆ ทำให้ลูกค้าแวะเวียนมาซื้อสินค้าจากร้านซูเปอร์ซีป ลูกค้าหลายคนบอกว่า สินค้าที่นี้ถูกกว่าสินค้าในร้านสะดวกซื้ออื่นๆ และมีหลากหลายประเภททั้งผลไม้ อาหารสด และเครื่องดื่ม ทำให้ร้านซูเปอร์ซีป ร้านค้าสะดวกซื้อของคนไทยสามารถดีตลาดร้านสะดวกซื้อ ซึ่งถือหุ่นโดยคนต่างชาติได้สำเร็จ

ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอีกหนึ่งสาขาที่ตั้งอยู่ที่สามแยกโกเตง โดยให้บริการจำหน่ายสินค้าแก่ประชาชนในพื้นที่ อ. เมือง จ. สุราษฎร์ธานี เป็นอีก

สาขาหนึ่งให้บริการสินค้าหลากหลายและมีลูกค้าจำนวนมากเข้ามาใช้บริการ ซึ่งร้านสาขาจะตั้งอยู่ภายใต้ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์ซีป และตั้งอยู่อย่างอิสระในพื้นที่ของแต่ละชุมชน ปัจจุบันซูเปอร์ซีปถือเป็นกิจการค้าปลีกในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ในประเทศไทย จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค อาหารสด ผักสดและผลไม้ มุ่งเน้นด้านคุณภาพ ความหลากหลายของสินค้าและการให้บริการที่เป็นหัวใจสำคัญ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค จากข้อมูลดังกล่าว ทางผู้วิจัยเห็นถึงปัญหาและโอกาสในการทำวิจัยเรื่องปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดคือส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประกอบการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและผู้สนใจรายอื่นๆ สามารถนำผลจากการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดได้ โดยใช้เป็น ข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากประเด็นปัญหาของการวิจัย ผู้วิจัยจึงนำไปกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยได้ 3 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีปสาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีปสาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประโยชน์ของผลการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ ราคาที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้ง ความถี่ในการใช้ซื้อสินค้าต่อเดือน บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.ทราบข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและแก้ไขงานบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการและเป็นที่พึงพอใจของผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานีตลอดจนเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาระบบการให้บริการ เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจยิ่งขึ้น

4.เพื่อจะได้นำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีการดำเนินการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มาซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 5% ของ Khazanie Ramakant เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ได้สุ่มแบบบังเอิญ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น การศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ ราคาที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วน 5 ระดับ (Rating Scale) มีจำนวน 30 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาจัดเก็บรวบรวมเพื่อนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหนังสือ วารสาร นิตยสาร บทความ เอกสารทางวิชาการ ข้อมูลด้านสถิติที่ได้จากหน่วยงานต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

เพื่อนำมาใช้เป็นส่วนประกอบของงานวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2) การวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check- List) โดยใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากแบบสอบถามตอนที่ 2 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3) การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทั่วไปกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยใช้ค่า chi square ด้วยวิธีของเพียร์สันเพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัย

ในการศึกษา ปัจจัยการตลาดบริการที่มีต่อร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปัจจัยการตลาดในภาพรวม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดของที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม แต่ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม ราคาที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดของที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อภิปรายผล

1. ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย มีอายุ 20 – 30 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท สินค้าที่ลูกค้าต้องการเป็นสินค้าอาหารสด ราคาที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้ง 1,000 -2,000 บาท ความถี่ในการซื้อสินค้าต่อเดือน 11 – 15 ด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า บิดา / มารดา

2. ปัจจัยการตลาดบริการที่มีต่อร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.24) เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

ให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.34$) รองลงมาคือ ด้านบุคคล (People) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.32$) ด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.20$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.19$) และด้านราคา (Price) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.15$) ตามลำดับ

3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับปัจจัยการตลาดบริการที่มีต่อร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ต่อปัจจัยการตลาดบริการที่มีต่อร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม แต่ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม ราคาที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความถี่ต่อปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านสะดวกซื้อซูเปอร์ซีป สาขาวัดประดู่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

เอกสารอ้างอิง

- ประพล เปรมทองสุข. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โฟมล้างหน้าแบบ โคลนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุกัญญา สมยง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตราแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แนวทางการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย/บทความวิชาการ วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น

วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น ยินดีรับบทความวิจัยและบทความวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ โดยบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่เป็น ผลงานวิจัย/วิชาการที่เคยได้รับการเผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน หรือไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ ของวารสารอื่น บทความทุกบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง โดยมี ข้อเสนอแนะดังนี้

ประเภทของบทความ

1. บทความวิจัย หมายถึง การนำเสนอผลงานวิจัยอย่างเป็นระบบ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และผลการวิจัย
2. บทความวิชาการ หมายถึง งานเขียนซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เป็นความรู้ใหม่ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ไขปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยจากแหล่งข้อมูล เช่น หนังสือ วารสาร อิมเทอร์เน็ต ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางแก้ไข
3. บทวิจารณ์หนังสือ หมายถึง บทความที่วิพากษ์วิจารณ์ เนื้อหาสาระ คุณค่า และคุณภาพของ หนังสือ บทความ หรือผลงานศิลปะ อาทิ นิทรรศการ ทัศนศิลป์ และการแสดงละครหรือดนตรี โดยใช้หลักวิชาและดุลยพินิจอันเหมาะสม
4. บทความปริทัศน์ หมายถึง งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการ (State of the Art) เฉพาะทางที่มีการศึกษาค้นคว้า มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ทั้งทางกว้าง และทางลึก อย่างทันสมัย โดยให้ข้อพิพาทที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อไป

การเตรียมต้นฉบับ

- ชื่อเรื่อง** ควรสั้นกะทัดรัดได้ใจความ ครอบคลุม ตรงกับวัตถุประสงค์และเนื้อหา
- ชื่อผู้เขียน** พิมพ์ชื่อโดยไม่ใช้คำย่อ มีสถานที่ทำงาน หน่วยงานที่สังกัด อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ โดยอ้างอิงเชิงบรรณทนายหน้าแรก
- บทคัดย่อ** เป็นร้อยแก้ว เขียนเฉพาะเนื้อหาที่สําคัญ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย (อย่างย่อ) และต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- คำสำคัญ** ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ ประมาณ 3-5 คำ ใช้ตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความที่เป็นภาษาอังกฤษ มีเฉพาะคำสำคัญภาษาอังกฤษ
- บทนำ** อธิบายถึงความเป็นมาและความสําคัญที่ทํการศึกษา วิจัย ค้นคว้า ของผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ สมมติฐานและขอบเขตของการวิจัย
- เนื้อเรื่อง** กรณีบทความที่เป็นภาษาไทยควรใช้ภาษาไทยให้มากที่สุด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กะทัดรัดและชัดเจน การใช้คำย่อต้องมีคำสมบูรณ์ไว้ในครั้งแรกก่อน
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย** ระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย
- กรอบแนวคิดในการวิจัย** กลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตด้านตัวแปร เป็นการอธิบายว่าศึกษาประเด็นใดบ้าง ผู้ให้ข้อมูลเป็นใคร ใช้ตัวแปรอะไรให้การศึกษา
- วิธีดำเนินการวิจัย** อธิบายขั้นตอนการวิจัย โดยกล่าวถึงแหล่งข้อมูล วิธีการรวบรวมข้อมูล วิธีการใช้เครื่องมือในการศึกษาหรือการวิจัย และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
- สรุปผลการวิจัย** อธิบายสิ่งที่ได้จากการศึกษา ไม่ควรซ้ำกับการแสดงผล แต่เป็นการสรุปประเด็น และสาระสําคัญของการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

อภิปรายผล	อธิบายถึงผลที่ได้รับจากการศึกษาหรือการวิจัย ว่าเป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่ ควรอ้างถึงทฤษฎี หรือผลการศึกษาของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบการอธิบาย
ข้อเสนอแนะ	อธิบายถึงการนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ ปัญหาที่พบในการศึกษา เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาครั้งต่อไป
เอกสารอ้างอิง	ให้เขียนเอกสารอ้างอิง ใช้ระบบนาม-ปี และหน้า (APA Style) ตามรูปแบบที่กำหนด

การเขียนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงใช้รูปแบบของ American Psychological Association (APA)

การอ้างอิงในบทความ กรณีที่ผู้เขียนต้องการการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation)

การอ้างอิงท้ายบทความ เป็นการรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความ และจัดเรียงรายการตามลำดับตัวอักษรชื่อผู้แต่ง ตัวอย่างเช่น

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อหนังสือ**. (พิมพ์ครั้งที่). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อบทความ**. ใน **ชื่อบรรณาธิการ**, **ชื่อหนังสือ**. (เลขหน้าบทความ).

เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อบทความ**. **ชื่อวารสาร**. ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่) เลขหน้าบทความ.

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). **ชื่อวิทยานิพนธ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา (ระดับ)

ชื่อสาขาวิชา สังกัดของสาขาวิชา ชื่อมหาวิทยาลัย.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่). **ชื่อเรื่อง**. สืบค้นเมื่อ [วัน เดือน ปี] จาก แหล่งสารสนเทศ. [หรือ URL]

การอ้างอิงในเนื้อหา

รูปแบบการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา มี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. (ผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, เลขหน้า) ไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น (ชนะดา วีระพันธ์, 2555, 55-56)

(Peter & Waterman, 1982, pp. 498-499) (Michalska J., 2008, p. 85)

กรณีที่ปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บเดียวกัน เช่น

(ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง, 2554)

2. ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์, เลขหน้า) กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น ธนกฤต วันดีเมธ (2554, น.90) ได้ศึกษาถึง.....
Robert E. Hegel (1997, p.14) studied.....
กรณีที่ปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ เช่น
(ศิริโรจน์ วงศ์กระจ่าง, 2554)

3. ปีที่พิมพ์ ผู้แต่ง (เลขหน้า) กรณีมีการระบุปีที่พิมพ์และผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว (ปีที่พิมพ์และผู้แต่ง สามารถสลับที่กันได้) ให้ระบุเฉพาะเลขหน้าที่อ้างอิงถึงในวงเล็บเท่านั้นเช่น ในปี 2557 ศุภชัย ยาวะประภาส ได้กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ ความสามารถที่แสดงออกถึงพฤติกรรมการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา จนทำให้การปฏิบัติงานบริหารงานบุคคลบรรลุผลเหนือกว่าระดับปกติ (น.9)

การส่งต้นฉบับ

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษขนาด A4 ทั้งนี้รวมรูปภาพ ตาราง และเอกสารอ้างอิง
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ ให้กำหนดขอบบน 1.5 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว
3. แบบตัวอักษรใช้ TH SarabunPSK โดยกำหนดขนาด ดังนี้
 - 3.1 ชื่อบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 18 point ตัวหนา กึ่งกลางหน้ากระดาษ
 - 3.2 ชื่อ-สกุลผู้เขียน ทุกท่านภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 12 point ตัวหนา ขีดซ้าย
 - 3.3 สถานที่ทำงาน หน่วยงานที่สังกัด อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ ขนาด 12 point อ้างอิงเชิงอรรถ
 - 3.4 บทคัดย่อ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ควรสั้นตรงประเด็น และเป็นการสรุปผลงานอย่างรัดกุม ครอบคลุมสาระสำคัญของการวิจัย ความยาวไม่เกิน 400 ตัวอักษร
 - 3.5 คำสำคัญ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เป็นการกำหนดสาระสำคัญที่สามารถนำไปใช้เป็นคำสืบค้นในระบบฐานข้อมูล ไม่ควรยาวมากเกินไป และไม่ควรมากเกิน 3-5 คำ
 - 3.6 บทนำ (ความเป็นมา ความสำคัญ และมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย)
 - 3.7 วัตถุประสงค์ (มูลเหตุของการศึกษาวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับชื่อเรื่องที่ศึกษาวิจัย)
 - 3.8 เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) เป็นการอ้างอิงแนวคิด ทฤษฎี หรือบทความที่เกี่ยวข้อง หากเป็นงานวิจัยเฉพาะทางควรมีส่วนนี้ เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานให้คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้

3.9 วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ควรเสนอรูปแบบและแสดงขั้นตอนอย่างกระชับ และชัดเจน

3.10 สรุปผลการวิจัย ควรนำเสนอผลอย่างชัดเจน น่าสนใจ ตรงประเด็น เป็นผลที่ค้นพบ โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษา

3.11 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ อภิปรายสิ่งที่ได้จากการวิจัย การนำไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะต่างๆ

3.12 เอกสารอ้างอิง ใช้ระบบนาม-ปี และหน้า (APA Style) ระบุแหล่งอ้างอิงเท่าที่ปรากฏในบทความ