

SERVICE INNOVATION AND CUSTOMER DECISION MAKING FOR ABC BOARD GAME SHOP

Serirat INTARAWATTANA^{1*}, Suppara CHAROENPOOM¹, Wilailuk RAKBUMRUNG¹
and Yenjit KONGPAN¹

¹ College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand;

serirat291995@gmail.com (S. I.) (Corresponding Author); suppara.ch@ssru.ac.th (S. C.);

wilailuk.ra@ssru.ac.th (W. R.); Yenjit.ko@ssru.ac.th (Y. K.)

ABSTRACT

The purposes of this research were to investigate the levels of the service innovation and customer decision making regarding ABC Board Game Shop. This study employed quantitative research methodology, utilizing a sample of 349 customers. The primary data collection instrument was a questionnaire. In data analyzing process, this research used descriptive statistics for percentage, mean and standard deviation. The findings indicated that the respondents' perceptions of the service innovation, Overall perception was also at the highest level. Individual dimensions, including Environment, Information, Technology, and Process, were all rated at the highest level, respectively. Overall, customers' service usage decision was at the highest level. The item with the highest mean score was customers' willingness to provide suggestions for service improvement, followed by their willingness to recommend the store to others, confidence in the store's services, and intention to revisit the store in the future.

Keywords: Service Innovation, Customer Decision, Board Game

CITATION INFORMATION: Intarawattana, S., Charoenpoom, S., Rakbumrung, W., & Kongpan, Y. (2026). Service Innovation and Customer Decision Making for ABC Board Game Shop. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(6), 10.

นวัตกรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ร้านเอบีซี บอร์ดเกม

เสรีรัตน์ อินทรวัฒนา^{1*}, ศุภรา เจริญภูมิ¹, วิไลลักษณ์ รักบำรุง¹ และ เย็นจิต คงปาน¹

1 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา; serirat291995@gmail.com (เสรีรัตน์)
(ผู้ประพันธ์บทความ); suppara.ch@ssru.ac.th (ศุภรา); wilailuk.ra@ssru.ac.th (วิไลลักษณ์);
yenjit.ko@ssru.ac.th (เย็นจิต)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับนวัตกรรมบริการ และระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้านเอบีซี บอร์ดเกม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ลูกค้าร้าน เอบีซี บอร์ดเกม จำนวน 349 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับนวัตกรรมบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสภาพแวดล้อม ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านเทคโนโลยี และด้านกระบวนการ โดยทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ส่วนการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความพร้อมในการให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการบริการของร้าน รองลงมาคือ ความยินดีในการแนะนำร้านให้ผู้อื่น ความเชื่อมั่นในบริการ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการ, การตัดสินใจใช้บริการ, บอร์ดเกม

ข้อมูลการอ้างอิง: เสรีรัตน์ อินทรวัฒนา, ศุภรา เจริญภูมิ, วิไลลักษณ์ รักบำรุง และ เย็นจิต คงปาน. (2569). นวัตกรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้านเอบีซี บอร์ดเกม. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(6), 10.

บทนำ

บอร์ดเกมเป็นกิจกรรมที่อยู่คู่กับอารยธรรมมนุษย์มาอย่างยาวนานกว่า 5,000 ปี โดยมีหลักฐานทางโบราณคดีทั้งในอารยธรรมเมโสโปเตเมียและอียิปต์โบราณ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบอร์ดเกมเริ่มต้นจากการเป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิงของชนชั้นสูง ก่อนจะพัฒนาเป็นเกมที่เข้าถึงคนทุกวัย และกลายมาเป็นรูปแบบความบันเทิงที่ได้รับความนิยมทั่วโลกในปัจจุบัน (ภูมิ เพชรโสภณสกุล, 2566; Siamboardgames, 2566)

ปัจจุบันบอร์ดเกมได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรม อีเวนต์ และการแข่งขันเกี่ยวกับบอร์ดเกมอย่างแพร่หลาย เช่น งาน Thailand Board Game Show (TBGS) ซึ่งสะท้อนถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมบอร์ดเกมอย่างชัดเจน (Siamboardgames, 2566) นอกจากนี้ ข้อมูลจาก Statista และ Wordsrated ยังชี้ให้เห็นว่า ตลาดบอร์ดเกมโลกและประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้ธุรกิจร้านบอร์ดเกมมีการแข่งขันสูงขึ้นตามไปด้วย

ธุรกิจร้านบอร์ดเกมจึงไม่ได้เป็นเพียงร้านอาหารหรือคาเฟ่ทั่วไป แต่เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์และพื้นที่แห่งการพบปะสังสรรค์ให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมบริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้วิจัยในฐานะผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านบอร์ดเกม จึงมีความสนใจศึกษาวัตกรรมการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้าน เอบีซี บอร์ดเกม เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับนวัตกรรมบริการ และระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้านเอบีซีบอร์ดเกม

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ

นายฮิโรยูกิ โคโนมะ (Mr. Hiroyuki Konuma) ผู้ช่วยผู้อำนวยการใหญ่และผู้แทนองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ประจำประเทศไทย ได้นำเสนอหัวข้อเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเกษตรและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในงาน Service Research and Innovation Institute (SRII) Asia Summit 2013 โดยได้เสนอกรอบของนวัตกรรมบริการเพื่อใช้เป็นหลักยึดในกระบวนการสร้างนวัตกรรมบริการ โดยแบ่งองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ ออกเป็น 4 ด้าน (Hiroyuki Konuma, 2013 และ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2556) ดังนี้

1) ข้อมูลสารสนเทศ (Data) ข้อมูลในบริบทนี้หมายถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของคุณค่า (Value) ที่คาดหวังจากผลงานของนวัตกรรมบริการ รวมทั้งประเด็นเงื่อนไขข้อจำกัด กล่าวโดยย่อๆ คือเป็นโจทย์ที่ต้องการหา Solutions นั้นเอง ตัวอย่างบริการใช้รถยนต์เพื่อเดินทางสัญจรที่ได้กล่าวมาแล้ว ข้อมูลนี้หมายถึงลักษณะการบริการ เงื่อนไขที่เกี่ยวกับการให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้ที่ต้องรู้ตำแหน่งของรถ สามารถเปิดประตูและสตาร์ทเครื่องยนต์ได้โดยอาศัยกุญแจอิเล็กทรอนิกส์พิเศษ มีระบบการชำระเงินที่สะดวก ฯลฯ อาจถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะหรือ Specification ของกลุ่มข้อเสนอที่จะถูกสร้างขึ้น

2) กระบวนการ (Process) กระบวนการในที่นี้หมายถึงกระบวนการให้บริการในฝั่งผู้ให้บริการ และกระบวนการให้บริการในฝั่งของลูกค้า เป็นส่วนสำคัญของนวัตกรรมบริการ และเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่ามาก เพราะจะเป็นส่วนที่มาจากแนวความคิดใหม่ๆ ที่ถือว่าเป็นนวัตกรรม โดยเฉพาะในยุคที่พัฒนาการด้านไอซีที่ได้ก้าวหน้าไปมาก นวัตกรรมบริการมักจะต้องสร้างขึ้นบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรรดาระบบอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาไร้สาย

3) เทคโนโลยี (Technologies) เพื่อสนับสนุนกระบวนการที่เป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอเพื่อสร้างคุณค่า รวมทั้งการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกธุรกิจเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า จำเป็นต้องอาศัย

ระบบบริการ (Service System) ที่เป็นระบบไอซีที ที่สำคัญ ระบบบริการที่เป็นไอซีทีที่ใช้เป็นระบบส่งมอบ (Deliver system) ข้อเสนอให้ลูกค้านำไปสร้างคุณค่า ระบบบริการนี้จะถูกออกแบบให้สอดคล้องกับข้อเสนอและกระบวนการสร้างคุณค่า การออกแบบระบบบริการถือว่าเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งของนวัตกรรมบริการ ตัวอย่างบริการรถยนต์เพื่อเดินทางสัญจร ประกอบด้วยเทคโนโลยีหลายด้าน เช่น เทคโนโลยีการใช้รหัสดาวโหลดลงในบัตรหรือในเครื่องโทรศัพท์เพื่อใช้เป็นกุญแจเปิดรถและสตาร์ทเครื่องยนต์ ระบบรับสัญญาณดาวเทียมเพื่อระบุตำแหน่งของรถยนต์ ระบบชำระเงินออนไลน์ ระบบบริหารข้อมูลของสมาชิก ระบบติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าเพื่อทำธุรกรรมด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการ เป็นต้น

4) สภาพแวดล้อม (Environment) สภาพแวดล้อมในบริบทนี้ หมายถึงการรับรู้เกี่ยวกับรายละเอียดและภาวะการณ์ (Profile) ของลูกค้า ที่จะช่วยให้การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นเรื่องของพยายามเข้าใจบริบทต่างๆ ของลูกค้าเพื่อจะได้สามารถตอบโจทย์ลูกค้าในบริบทต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังอาจหมายถึงสภาพแวดล้อมด้านอื่นๆ ที่มีนัยสำคัญต่อการออกแบบข้อเสนอ และระบบบริการที่นำไปสู่การสนับสนุนให้ลูกค้าสร้างคุณค่าได้เต็มที่

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ คือ การเลือกทางใดทางหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของเรา หรือกลุ่มองค์กร การตัดสินใจจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะมีผลต่อทั้งระดับบุคคลและองค์กรนั้นๆ ดังนั้นจะเห็นว่า การตัดสินใจนั้น ต้องมีหลายๆ ทางให้เลือก ไม่ใช่มีแค่หนทางเดียวและบังคับว่า ต้องเลือกสิ่งนั้นๆ ในการตัดสินใจแต่ละครั้งเราควรคิดทางเลือกไว้หลายๆ ทาง รวมถึงข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกเสมอ

Kotler & Keller (2016) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1) ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก สิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความหิว ความกระหาย รวมถึงความต้องการทางด้านร่างกาย และสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น การโฆษณา หรือการพบเห็นคนรอบข้างใช้สิ่งของอันใหม่ สิ่งเหล่านี้เมื่อถึงระดับหนึ่งจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดความคิดเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการตัดสินใจซื้อ นักการตลาดจำเป็นต้องจัดเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการ เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมากและสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอยู่ใกล้ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะตัดสินใจแก้ไขปัญหาโดยการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาในขั้นตอนต่อไป

2) ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information search) ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น สามารถแยกความแตกต่างระหว่างการมีส่วนร่วมในการค้นหาได้ 2 ระดับ คือ สถานการณ์ค้นหาที่เบาลงเรียกว่าความสนใจที่เพิ่มขึ้น ในระดับนี้บุคคลจะเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น ในระดับถัดไปคือผู้บริโภคเข้าสู่การค้นหาข้อมูล อาทิเช่น การอ่านเนื้อหาบนผลิตภัณฑ์ การสอบถามจากเพื่อน หาข้อมูลในออนไลน์ และไปยังสถานที่จัดจำหน่ายเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคแสวงหาแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 2.1 แหล่งส่วนบุคคล (Personal) ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน และคนรู้จัก 2.2 แหล่งการค้า (Commercial) ได้แก่ การโฆษณา เว็บไซต์ พนักงานขายตัวแทนจัดจำหน่าย บรรณาธิการ และการจัดแสดงสินค้า 2.3 แหล่งสาธารณะ (Public) ได้แก่ สื่อมวลชน และองค์กรการคุ้มครองผู้บริโภค และ 2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential) ได้แก่ การจัดการ การตรวจสอบ และการใช้ผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์และอิทธิพลของแหล่งข้อมูลเหล่านี้ที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์และลักษณะของผู้ซื้อ โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลจากแหล่งการค้ามากที่สุด ถัดลงมาเป็นแหล่งส่วนบุคคล แหล่งประสบการณ์ และแหล่งสาธารณะ โดยแหล่งข้อมูล แหล่งการค้า และแหล่งสาธารณะ แต่ละแหล่งทำหน้าที่แตกต่างกันซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ การวางกลยุทธ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าสู่การรับรู้ของบุคคลมีโอกาสมากขึ้นที่บุคคลจะกลายเป็นลูกค้าได้ในอนาคต

3) ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานการมีสติและมีเหตุผล แนวคิดพื้นฐานบางอย่างจะช่วยให้ให้นักการตลาดเข้าใจกระบวนการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค (Thaibulksms, 2565) ประกอบด้วย 3.1 ความคุ้มค่าที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายออกไป 3.2 ความเข้ากันได้

ระหว่างตนเองกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ 3.3 ความซับซ้อนในการใช้งาน ยุ่งยากเกินไปหรือไม่ 3.4 มีโอกาสได้ทดลองสินค้า / บริการ หรือมีประสบการณ์มากน้อยเพียงใด 3.5 การสื่อสารของสินค้า / บริการ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากน้อยแค่ไหน และ 3.6 คนอื่นจะสังเกตเห็นประโยชน์ที่ตนเองได้รับไปแล้วหรือไม่

4) ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่สนใจและชื่นชอบมากที่สุด รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ 3 ประการ คือ 4.1 หลังจากการประเมินทางเลือก 4.2 ก่อนที่จะเกิดความตั้งใจซื้อ และ 4.3 เกิดการตัดสินใจซื้อ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยพิจารณาจากแบรนด์/ยี่ห้อ ตัวแทนในการจัดจำหน่าย ปริมาณในการซื้อต่อครั้ง ช่วงเวลาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และวิธีการชำระเงิน

5) ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคจะเกิดความเชื่อมั่น มีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นซ้ำอีก และบอกต่อสิ่งดีๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อให้กับผู้อื่น แต่หากผู้บริโภคไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์อาจจะละทิ้งหรือทำการคืนผลิตภัณฑ์แก่ผู้จัดจำหน่าย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้าน เอบีซี บอร์ดเกม

บอร์ดเกมเป็นเครื่องมือการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อนจากการเป็นกิจกรรมยามว่างที่ผสมผสานความสนุกสนานเข้ากับการเชื่อมต่อทางสังคม ตลาดบอร์ดเกมในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าตลาด ในปี พ.ศ. 2570 คาดว่าจะมีมูลค่า 3,028 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2568 ที่มีมูลค่า 2,562 ล้านบาท ทั้งนี้ มูลค่าตลาดบอร์ดเกมในประเทศไทยพบว่า ยังกระจายตัวในหลากหลายช่องทาง จากสัดส่วนการขายในกลุ่มร้านค้าปลีก เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านหนังสือ รายขายของเล่นเกือบร้อยละ 50 และร้านค้าเฉพาะกลุ่มกว่าร้อยละ 25 ส่วนที่เหลือ เป็นช่องทางออนไลน์และอื่นๆ เกือบร้อยละ 25 (Thamonton Jang, 2025)

ร้าน เอบีซี บอร์ดเกม เป็นศูนย์รวมของกลุ่มคนที่ชื่นชอบการเล่นบอร์ดเกม เป็นพื้นที่สำหรับให้คนมานั่งเล่นและทำความรู้จักกับเกมใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เพิ่งเริ่มเล่นหรือเป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นสถานที่สำหรับคนที่มีความชื่นชอบในบอร์ดเกมสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ เทคนิค หรือประสบการณ์กันได้ ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมืองที่พลุกพล่าน มีบอร์ดเกมหลากหลายประเภทให้บริการ ทั้งเกมกลยุทธ์ เกมครอบครัว เกมปาร์ตี้ และอื่นๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ ทางร้านยังให้บริการในรูปแบบคาเฟ่ โดยมีเมนูเครื่องดื่มและอาหารเบาๆ (เช่น วาฟเฟิล, ข้าวไข่ข้น, หรือของกินเล่นอื่นๆ) เพื่อให้ผู้เล่นสามารถเพลิดเพลินกับการเล่นเกมไปพร้อมกับการเติมพลังได้ตลอดวัน

การให้บริการของร้าน เอบีซี บอร์ดเกม จะมีพนักงานที่พร้อมให้คำแนะนำและสอนวิธีการเล่นบอร์ดเกมใหม่ๆ ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน ทำให้ผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นเข้าสู่วงการบอร์ดเกมสามารถเข้ามาลองเล่นได้อย่างมั่นใจ ให้บริการภายในพื้นที่กว้างขวางและสะดวกสบาย มีโต๊ะขนาดใหญ่และเก้าอี้ที่นั่งสบาย สามารถรองรับผู้เล่นได้ตั้งแต่กลุ่มเล็ก 2-3 คน ไปจนถึงกลุ่มใหญ่ 6-8 คนขึ้นไป นอกจากนี้ร้านยังมีการจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างร้านและลูกค้าอยู่บ่อยครั้ง ทำให้ร้าน เอบีซี บอร์ดเกม เป็นเหมือนชุมชนขนาดเล็กของผู้ที่ชื่นชอบบอร์ดเกม

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าร้าน เอบีซี บอร์ดเกม จำนวน 2,721 คน โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบขนาดประชากร ด้วยสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 และเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 349 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา

และช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้าน เอปี้ซี บอร์ดเกม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) อธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับนวัตกรรมบริการของลูกค้าร้านเอปี้ซีบอร์ดเกม ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์นวัตกรรมบริการ พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่าลำดับแรกคือ ด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาคือ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านเทคโนโลยี และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.32 และ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ผลการศึกษาระดับนวัตกรรมบริการ รายข้อของแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับนวัตกรรมบริการ ด้านสภาพแวดล้อม

นวัตกรรมบริการ	ระดับ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสภาพแวดล้อม	4.43	0.703	มากที่สุด
1) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้าใช้บริการ	4.34	0.736	มากที่สุด
2) มีจุดจอดรถเสริม เพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ	4.33	0.740	มากที่สุด
3) ภายในร้านมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.44	0.687	มากที่สุด
4) การจัดวางสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่ ลูกค้าสามารถเลือกประเภทเกม ได้สะดวก	4.55	0.666	มากที่สุด
5) มีป้ายการแจ้งเตือนที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.48	0.685	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับแรกคือ การจัดวางสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่ ลูกค้าสามารถเลือกประเภทเกม ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ มีป้ายการแจ้งเตือนที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ภายในร้านมีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้าใช้บริการ มีจุดจอดรถเสริมเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48, 4.44, 4.34 และ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับนวัตกรรมการบริการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ

นวัตกรรมการบริการ	ระดับ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านข้อมูลสารสนเทศ (ของร้าน เอปี้ซี บอร์ดเกม)	4.37	0.740	มากที่สุด
1) มีข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการอย่างครบถ้วนสมบูรณ์	4.40	0.715	มากที่สุด
2) พนักงานสามารถแนะนำสินค้าที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้าได้	4.44	0.690	มากที่สุด
3) พนักงานสามารถอธิบายข้อมูลของสินค้าได้อย่างครบถ้วนชัดเจน	4.37	0.764	มากที่สุด
4) มีการปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบันเสมอ	4.28	0.792	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับแรกคือ พนักงานสามารถแนะนำสินค้าที่เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ มีข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ พนักงานสามารถอธิบายข้อมูลของสินค้าได้อย่างครบถ้วนชัดเจน และมีการปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบันเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.37 และ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับนวัตกรรมการบริการ ด้านเทคโนโลยี

นวัตกรรมการบริการ	ระดับ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเทคโนโลยี	4.32	0.752	มากที่สุด
1) สามารถใช้เทคโนโลยีในการจองคิว หรือสั่งซื้อ เช่น Facebook, Line, Tiktok เป็นต้น	4.49	0.697	มากที่สุด
2) มีการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงิน ช่วยให้เกิดความสะดวกและปลอดภัย เช่น Bank Transfer, QR Code เป็นต้น	4.32	0.738	มากที่สุด
3) มีการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ช่วยให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น	4.28	0.787	มากที่สุด
4) มีระบบ Wi-Fi ที่เสถียร ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า	4.17	0.786	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับแรกคือ สามารถใช้เทคโนโลยีในการจองคิว หรือสั่งซื้อ เช่น Facebook, Line, Tiktok เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาคือ มีการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงิน ช่วยให้เกิดความสะดวกและปลอดภัย เช่น Bank Transfer, QR Code เป็นต้น มีการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ช่วยให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และมีระบบ Wi-Fi ที่เสถียรช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับนวัตกรรมการบริการ ด้านกระบวนการ

นวัตกรรมการบริการ	ระดับ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกระบวนการ	4.30	0.762	มากที่สุด
1) มีขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว	4.34	0.759	มากที่สุด
2) มีกระบวนการการจัดเก็บเกมต่างๆ เป็นอย่างดี เกมมีสภาพดี	4.27	0.752	มากที่สุด
3) มีกระบวนการจัดการสินค้าที่ดี มีเกมหลากหลายประเภท	4.29	0.758	มากที่สุด
4) มีกระบวนการจัดการสินค้าที่ดี มีเกมเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	4.31	0.779	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับแรกคือ ร้านมีขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ มีกระบวนการจัดการสินค้าที่ดี มีเกมเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีกระบวนการจัดการสินค้าที่ดี มีเกมหลากหลายประเภท และมีกระบวนการการจัดเก็บเกมต่างๆ เป็นอย่างดี เกมมีสภาพดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, 4.29 และ 4.27 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้าน เอบีซี บอร์ดเกม

การตัดสินใจใช้บริการ	ระดับ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1) ท่านมีความเชื่อมั่นในบริการของร้าน เอบีซี บอร์ดเกม	4.46	0.704	มากที่สุด
2) ท่านยินดีจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่ร้าน เอบีซี บอร์ดเกม	4.49	0.641	มากที่สุด
3) ท่านพร้อมจะให้อะไรเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ให้ร้าน เอบีซี บอร์ดเกมปรับปรุงเพื่อการบริการที่ดียิ่งขึ้น	4.54	0.692	มากที่สุด
4) ท่านจะเป็นลูกค้าของร้าน เอบีซี บอร์ดเกม ต่อไป	4.44	0.739	มากที่สุด
ภาพรวมการตัดสินใจใช้บริการ	4.48	0.694	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้าน เอบีซี บอร์ดเกม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับแรกคือ ลูกค้ามีความพร้อมจะให้อะไรเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ให้ร้าน เอบีซี บอร์ดเกมปรับปรุงเพื่อการบริการที่ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ลูกค้ายินดีที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่ร้าน เอบีซี บอร์ดเกม ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในบริการของร้าน เอบีซี บอร์ดเกม และจะเป็นลูกค้าของร้าน เอบีซี บอร์ดเกม ต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49, 4.46 และ 4.44 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมการบริการด้านสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของธุรกิจร้านบอร์ดเกมที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ใช้บริการ การมีพื้นที่ที่สะอาด เป็นระเบียบ และการจัดวางเกมเป็นหมวดหมู่ ช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นหาเกมที่ต้องการได้สะดวก ส่งผลให้เกิดความรู้สึกประทับใจต่อการใช้บริการ

ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดนวัตกรรมบริการของ Hiroyuki Konuma (2013) ที่มองว่าสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมจะช่วยส่งเสริมประสบการณ์การใช้บริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าลูกค้ามีความเชื่อมั่นและมีทัศนคติเชิงบวกต่อร้าน เอปี้ซี บอร์ดเกม สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของ Kotler และ Keller (2016) ที่อธิบายว่า เมื่อผู้บริโภครับรู้คุณค่าและได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการ จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแก่ผู้อื่นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านบอร์ดเกมสามารถนำผลการศึกษเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการรายด้านไปใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านเพิ่มมากขึ้น
- 2) ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำมาพัฒนาได้อย่างตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2556). นวัตกรรมบริการ Method, Model and Tool ตอนที่ 1) [ออนไลน์]. ได้จาก : <https://ictandservices.blogspot.com/2013/09/method-model-and-tool-1.html>. [สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2568].
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่6) กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร.
- ชยารักษ์ แก้วมณี. (2567). การพัฒนาบอร์ดเกมการศึกษาวรรณคดีไทยเพื่อส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวรรณคดีไทยสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6) ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภูมิ เพชรโสภณสกุล. (2566). ใครเป็นคนคิดบอร์ดเกม? ย้อนเวลามนุษย์อยู่กับบอร์ดเกมมานานกว่าที่คิด. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://spacebar.th/culture/history-of-board-games>. [สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2568].
- สาวิตรี มะลิพุ่ม และ วสุธิดา นุริตมนต์. (2568). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน PEА Volta ของผู้ใช้บริการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า ในเขตพื้นที่ภาคกลาง. วารสารพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 หน้า 83-97.
- Hiroyuki Konuma. (2013). Agricultural Innovations and Sustainable Development. Proceedings for the 1st SRII Asia Summit, December 2013, p.7.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). London: Education, Inc.
- Siamboardgames. (2566). นึ่งไทม์แมชชีน! ย้อนประวัติของบอร์ดเกมที่มีมาก่อนคริสตกาล. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://siamboardgames.com/history-of-board-game-till-now/> [สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2568].
- Thaibulksms. (2565). The Buying Process กระบวนการซื้อของลูกค้ามีอะไรบ้างและความสำคัญ. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.thaibulksms.com/blogs/post/the-buyin-process-กระบวนการซื้อของลูกค้า-มีอะไรบ้าง-แต่ละขั้นสำคัญอย่างไร/>. [สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2568].
- Thamonton Jang. (2025). ตลาดบอร์ดเกมในไทย เล่นสนุกจนแตะ 3,000 ล้าน. [ออนไลน์]. ได้จาก: <https://www.marketeeronline.co/archives/448867>) [สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2568].
- Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. (3rd.). New York: Harper and Row.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2026 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).