# วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม

Journal of Educational and Industrial Innovation

ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569 | Volume 38 Number 137 January - March 2026

ISSN 3088-3261 (Print) ISSN 3088-327X (Online)


## บทความวิชาการ


- การปั้นคอนเทนต์ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ปัง บนสื่อสังคมออนไลน์


## บทความวิจัย


- มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกอย่างยั่งยืน น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด
- การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ
- การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี
- การพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ
- การพัฒนาชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก
- การใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี
- การพัฒนาสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ
- ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์
- ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา
- การพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ


ITED

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม

| | | |
|---|---|---|
| เจ้าของ | สำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ | |
| ที่ปรึกษา | ศาสตราจารย์ ดร.ธีรวุฒิ บุณยโสภณ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | ศาสตราจารย์ ดร.ธานินทร์ ศิลป์จารุ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ เชี่ยงฉิน | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ทองประสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| หัวหน้ากองบรรณาธิการ | ดร.พัชรินทร์ เหสกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| รองหัวหน้ากองบรรณาธิการ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชัย รุ่งเรืองอนันต์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | นางสาวปิ่นรัตน์ นวชาตธำรง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | นายชัยพิพัฒน์ ศรีมณีชัย | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| กองบรรณาธิการ | ศาสตราจารย์ ดร.เสาวณิต สุขภารังษี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | ศาสตราจารย์ ดร.มานพ ชูนิล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | ศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วรรณพิรุณ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | รองศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี บุณยโสภณ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทรัพย์ ทองประสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.พฤศยน นินทนาวงศา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ปานจันทร์ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย เหมือนโพธิ์ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.บุญธง วสุริย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม |
| | รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ วณิชวัฒนวรชัย | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิติณัตต์ ตรีวงศ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | ผู้ช่วยศาสตราจารย์พีระศักดิ์ เสรีกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ เพียรประสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมุข สุศีลสัมพันธ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานนท์ สุขละมัย | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี |
| | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณชรต อิ่มณะรัญ | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| | ดร.สุรพงษ์ เอิมอุทัย | กระทรวงศึกษาธิการ |
| | ดร.สำเร็จ วงศ์ศักดา | สถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5 |
| | ดร.วีระ ทองประสิทธิ์ | สถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 |
| เลขานุการกองบรรณาธิการ | นายวีรพล ศิริพรรค | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| พิสูจน์อักษร | นางสาวนงลักษณ์ ตั้งจิตตชอบ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| กองจัดการและประสานงาน | นายปวริศวร์ วุ้นเหลี่ยม | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | นางสาวบุญญรัตน์ ม่วงเนย | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | นางปรางใจ ใจอิ่ม | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | นางสิริกร มหิสนันท์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | นางสาวเยาวรัช สายพือ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| | นายวีรวัฒน์ จิตต์โสภณ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
(Journal of Educational and Industrial Innovation)
สำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569
ISSN 3088-3261 (Print)
ISSN 3088-327X (Online)

# CONTENTS
## January - March 2026

◆ บทความวิชาการ

การปั้นคอนเทนต์ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ปังบนสื่อสังคมออนไลน์ 3
โดย : ขวัญฤทัย ศรีวัฒนพล

◆ บทความวิจัย

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกอย่างยั่งยืน น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 13
โดย : สุทธิพรรณ ชิตินทร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด 23
โดย : ทัตกนก เขียวลือ และลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล

การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ 36
โดย : อมรพรรณ สีสุข และชญาภัทร์ กี่อาริโย

การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี 46
โดย : ชลธิชา ศิริประยงค์ และชญาภัทร์ กี่อาริโย

การพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ 55
โดย : สรัช ทองงาม ชญาภัทร์ กี่อาริโย และธนภพ โสตรโยม

การพัฒนาชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก 66
โดย : ศิริพงศ์ ลัมพาภิวัฒน์ และชัยยศ ดำรงกิจโกศล

การใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี 72
โดย : ชัชวรรณ วิชัยดิษฐ์ และชญาภัทร์ กี่อาริโย

การพัฒนาสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ 82
โดย : ณัฏฐพร จันทศรี และชญาภัทร์ กี่อาริโย

ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ 92
โดย : กนกวรรณ ศิริโฉม และกาญจนา เฟื่องศรี

ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา 102
โดย : วีระยุทธ มารยาท และสราวุฒิ สืบแย้ม

การพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ 110
โดย : เปรมวดี อาวุธกรรมปรีชา และดวงกมล โพธิ์นาค

# วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
(Journal of Educational and Industrial Innovation)

**สำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**

ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

ISSN 3088-3261 (Print)

ISSN 3088-327X (Online)


วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม เป็นวารสารเพื่อเผยแพร่บทความวิชาการ บทความวิจัยที่เกี่ยวกับสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สหวิทยาการด้านการศึกษา การพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ และเทคโนโลยีการศึกษา


✦ **สำนักงานกองบรรณาธิการ** สำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
1518 ถนนประชาราษฎร์ 1 แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
โทรศัพท์ 0-2555-2000 ต่อ 2314 e-Mail : itedjournal@ited.kmutnb.ac.th
การส่งบทความที่เว็บไซต์ : **https://so09.tci-thaijo.org/index.php/jted**
ติดต่อ **นายชัยพิพัฒน์ ศรีมณีชัย** e-Mail : chaipiput@ited.kmutnb.ac.th

✦ **กำหนดออก** วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม ตีพิมพ์ทั้งรูปเล่ม และออนไลน์ ปีละ 4 ฉบับ คือ
ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม
ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน - มิถุนายน
ฉบับที่ 3 เดือนกรกฎาคม - กันยายน
ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม - ธันวาคม

✦ **ออกแบบอาร์ตเวิร์ก** บริษัท ก้าวไทย แอดเวอร์ไทซิ่ง แอนด์ พริ้นติ้ง จำกัด

✦ **พิมพ์ที่** ศูนย์ผลิตตำราเรียนและสิ่งพิมพ์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ


## เกณฑ์การพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม

**วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม** มีการประเมินบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 คน ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสาขาอาชีพ โดยผู้ประเมิน (Reviewer) ทราบชื่อผู้นิพนธ์ (Author แต่ผู้นิพนธ์ (Author) จะไม่ทราบข้อมูลรายชื่อผู้ประเมิน (Reviewer) เป็นการประเมินแบบ Single blind review โดยที่ผู้ประเมินจะพิจารณาประเด็นที่สำคัญของแต่ละบทความดังต่อไปนี้

① ผลการวิจัยที่แสดงในบทความจะต้องเป็นผลงานที่แท้จริงของผู้นิพนธ์เอง และต้องหลีกเลี่ยงการคัดลอกผลงาน (Plagiarism)

② บทความต้นฉบับมีความยาวไม่เกิน 10 หน้ากระดาษ ต้องเขียนด้วยภาษาไทยและมีการแปลคำศัพท์เทคนิคเป็นภาษาไทยอย่างเหมาะสม และถูกต้องตามหลักไวยากรณ์

③ บทความวิจัยต้องดำเนินการตามได้มาตรฐานโดยทั่วไปของหลักจริยธรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หากมีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ผู้นิพนธ์ควรบ่งชี้ว่าได้ดำเนินการวิจัยตามกระบวนการที่เป็นไปตามมาตรฐานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

④ บรรณาธิการสามารถยุติการประเมินบทความของผู้ประเมิน หากพบว่าไม่สามารถปฏิบัติตามวัตถุประสงค์หรือเงื่อนไข หรือเมื่อผู้ประเมินได้ตกลงที่จะประเมินบทความแล้ว ต่อมาพบว่ามีผลประโยชน์ทับซ้อน สามารถแจ้งบรรณาธิการโดยทันที เพื่อที่จะปฏิเสธการประเมินบทความนั้นต่อไป


**บทความที่ลงพิมพ์เป็นข้อคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น**
**ผู้เขียนจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากบทความนั้น**

บทความวิชาการ

# การปั้นคอนเทนต์ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ปัง บนสื่อสังคมออนไลน์

# Creating great press release content on social media

ขวัญฤทัย ศรีวัฒนพล
Khwanruethai Seewattananpon

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษกองกลางสำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800
Public Relations Officer, Senior Professional Level, General Affairs Division, Office of the President, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok 10800
Corresponding Author : E-mail : khwanruethai.s@op.gmail.com
Received: 12 ต.ค. 67 Revised : 15 พ.ย. 67 Accepted: 26 ธ.ค. 67
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.012

## บทคัดย่อ

การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ปัง บนสื่อสังคมออนไลน์ ยุคนี้ต้องเสริมศักยภาพของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) ที่สมัยใหม่ ถือเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการสื่อสารไปสู่รูปแบบใหม่ ๆ ด้วยวิธีการนำเสนอกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์แนวใหม่ที่แตกต่างและสร้างแรงจูงใจเป็นจุดเริ่มต้นก็ย่อมมีโอกาสที่คนอ่านจะจดจำ เช่นการใช้คีย์เวิร์ด (Keyword) ในการสร้างคอนเทนต์ (Content) เป็นหนึ่งในเทคนิคที่ทำให้การสร้างคอนเทนต์ (Content) มีคุณภาพ ทั้งในรูปแบบตัวอักษร ภาพ และวิดีโอ และทำให้โดดเด่นแตกต่างจากเดิม หรือการตั้งหัวข้อหรือชื่อเรื่องคอนเทนต์ (Content) ที่สร้างความคุ้นเคยและดึงดูดได้ทันที ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารจำคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์นั้น สามารถบริหารจัดการด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้โมเดลต่าง ๆ เช่น SWOT Analysis เพื่อนำไปสู่การปรับกลยุทธ์คอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งเรื่องการออกแบบเนื้อหา (Content) หรือการวางแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร เปลี่ยนวิธีการนำเสนอที่สร้างประสบการณ์ร่วมกัน และการต่อยอดความสำเร็จของเนื้อหา (Content) บนแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

**คำสำคัญ :** คอนเทนต์ ข่าวประชาสัมพันธ์ สื่อสังคมออนไลน์

## Abstract

Creating content (Content) and press releases to be popular on social media In this era, the potential of press releases media development must be enhanced with a modern digital platform. This is considered a turning point in the world of communication towards new formats. With a way to present a new public relations strategy that is different and motivating as a starting point. There is a chance that the reader will

remember. For example, using keywords in creating content is one of the techniques that create quality content, both in the form of letters, images, and videos and make it stand out from the original or setting a topic or the title of the content that creates familiarity and attracts attention immediately.

Factors that make recipients remember content That press releases Can be managed by analyzing the situation using various models such as SWOT Analysis to lead to content strategy adjustment. Press releases regarding content design or planning communications to suit the audience group Changing the way presentations create shared experiences and continuously expanding the success of content (Content) on online platforms.

**Keywords :** Content, Press releases, Social media

## 1. บทนำ

การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ในยุคที่เทคโนโลยีบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) ที่มีการพัฒนามากขึ้นถือเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการสื่อสารไปสู่รูปแบบใหม่ ๆ ที่รวดเร็ว รวมถึงวิธีการนำเสนอกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์แนวใหม่ ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานสื่อสารกันได้โดยตรง และมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กร การประชาสัมพันธ์เสมือนกลไกการขับเคลื่อนงานให้แต่ละฝ่ายสามารถดำเนินงานได้ และเป็นเครื่องมือสื่อสารสำคัญที่นำทางองค์กรไปสู่เป้าหมายและความสำเร็จได้ การสร้างคอนเทนต์ (Content) ไปพร้อม ๆ กับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เป็นหลัก และต้องคำนึงถึงความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลเป็นสำคัญ การใช้แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสะท้อนความเป็นจริงเสมอ โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่น่าสนใจและน่าเชื่อถือจะช่วยเพิ่มโอกาสในการดึงดูดผู้อ่าน และส่งเสริมความน่าเชื่อถือบนฐานข้อมูลสื่อมวลชน หรือการสร้างตัวตนในโลกออนไลน์เพื่อสร้างช่องทางใหม่ ๆ ในการสื่อสารกับผู้บริโภคสื่อรุ่นใหม่ได้อย่างรวดเร็ว

อาจกล่าวได้ว่ายุคปัจจุบันการแข่งขันการสร้างคอนเทนต์ (Content) ให้ได้รับความนิยม เกิดเป็นกระแส และได้ปรากฏบนแพลตฟอร์มยอดนิยม ส่งผลให้องค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และบริษัทต่าง ๆ หันมาสนใจเปิดเพจเพื่อประชาสัมพันธ์กันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มค้าขาย บริษัทผู้ให้บริการ สำนักข่าว หรือไปจนถึงเหล่าคนดัง นอกจากนี้การใช้คีย์เวิร์ด (Keyword) ในการสร้างคอนเทนต์ (Content) ยังเป็นหนึ่งในเทคนิคที่ทำให้การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์มีคุณภาพ ทั้งในรูปแบบตัวอักษร ภาพ และวิดีโอ และทำให้เว็บไซต์ขององค์กรติดอันดับการค้นหาบน Google ได้อีกด้วย [1] เพื่อสร้างการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยบริบทของการสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อบอกให้ผู้รับสารรู้ว่าองค์กร หรือแบรนด์ (หรือผู้ส่งสาร) กำลังจะทำอะไร มีอะไรน่าสนใจ แล้วเผยแพร่เชิญชวนให้กลุ่มผู้บริโภค หรือผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและน่าติดตาม การทำคอนเทนต์ (Content) ยังช่วยเพิ่มศักยภาพของทีมงานทั้งด้านคุณภาพการบริการ และส่งต่อเนื้อหา (Content) คุณภาพสม่ำเสมอ และมีทิศทางที่ชัดเจนจะช่วยให้องค์กรหรือแบรนด์กลายเป็น “Top of Mind” หรือตัวเลือกแรก ๆ ที่ผู้คนนึกถึง คนอยากติดตาม Follow แบรนด์ ซึ่งปัจจุบันสามารถสร้างการคอนเทนต์ (Content) ควบคู่ไปกับ Digital Marketing ที่มีส่วนช่วยในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี [2]

ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันมีความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมากทั้งในด้านของการสร้างเนื้อหาและใช้เครื่องมือการจัดการคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยกลยุทธ์ เทคนิค และแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับการสร้างและส่งเสริมเนื้อหาเพื่อดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งหมายถึง การสร้าง

คอนเทนต์ (Content) ให้เข้าถึงคนจำนวนมาก ๆ และที่สำคัญคือน่าติดตาม ตอบโจทย์ทั้งการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก และสร้างความเชี่ยวชาญให้กับแบรนด์ [3] การสร้างคอนเทนต์ (Content) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ประโยชน์ที่สุด รวมถึงการจดจำจากคอนเทนต์ (Content) ที่สร้างคุณค่าที่อยู่ได้ยาวนานกว่า และทำให้โดดเด่นแตกต่างเดิม เช่น การเลือกใช้ Keyword ที่เหมาะสม การสร้างคอนเทนต์ (Content) ในแนว Real-time หรือ Trending Topic หรือการตั้งหัวข้อ หรือชื่อเรื่องของคอนเทนต์ (Content) ที่ดึงดูดให้หันมาสนใจในทันที เป็นต้น นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ ไปจนถึงสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มการมีส่วนร่วมหรือการสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ การเล่าเรื่องให้เป็น ให้ความสำคัญ การอัปเดตข้อมูล ตลอดจนการใช้กลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาให้เกิดการจดจำ น่าสนใจ เพื่อสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์อีเมล Social Media, YouTube เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์

2.1 ความหมายของการสร้างคอนเทนต์ (Content)

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง [4] คอนเทนต์คือ “สิ่งที่สามารถสื่อสารมายังผู้รับสารได้โดยผ่านสื่อแบบต่าง ๆ ” เช่น คอนเทนต์คือรูปภาพ คือวิดีโอ โดยนั่นเป็นการมองคอนเทนต์ในลักษณะ “ชิ้นงานสำเร็จ” ที่ถูกผลิตเรียบร้อยแล้ว สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ต้องตระหนักเสมอเวลาคิดเรื่องคอนเทนต์นั้นก็คือกำลังพูดถึง “เนื้อหา” และ “รูปแบบ” ควบคู่กันไป จะขาดอันใดอันหนึ่งไม่ได้ และการทำการสื่อสารให้ดีนั้นก็ต้องอาศัยการประกอบกันของทั้งสองอย่าง

หัสพร ทองแดง [5] คอนเทนต์ (Content) คือ สาร (Message) ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เนื้อหาของการพูด เนื้อหาของการเล่าเรื่อง เนื้อหาของการบรรยาย เนื้อหาของนิทาน เนื้อหาของบทสนาทนา เนื้อหาของบทความ เนื้อหาของหนังสือ เนื้อหาของตำรา เนื้อหางานวิจัย เนื้อหาของภาพยนตร์ เนื้อหาคลิปวิดีโอ เนื้อหาของคลิปเสียง เนื้อหารายการวิทยุ เรื่องราวในรูปภาพ เนื้อหาสาระของอินโฟกราฟิก เนื้อหาของเพลง ฯลฯ อาจเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือใช้หลายอย่างรวมกัน เพื่อใช้สื่อต่าง ๆ ส่งไปยังผู้รับสาร ที่ต้องการสื่อสารกับอีกฝ่ายที่เรียกกว่ากลุ่มเป้าหมาย (Audience)

นันทน์หทัยภัส ศงสนันท์ [6] คอนเทนต์ (Content) คือ เนื้อหา การสื่อสารข้อมูลและประสบการณ์ถึงลูกค้าหรือผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้สื่อสารสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ การสื่อสารข้อมูลผ่านคอนเทนต์ที่ดีต้องถูกออกแบบมาให้เหมาะสมกับเป้าหมาย ผู้รับฟัง ประเภทของเนื้อหา และช่องทางการสื่อสาร โดยรวมแล้วคอนเทนต์จะประกอบไปด้วย 5 ส่วน คือ ข้อมูล เป้าหมายของข้อมูล ผู้รับข้อมูล ประเภทของคอนเทนต์ และช่องทางการสื่อสารคอนเทนต์ และเนื้อหาที่เห็นได้บ่อยที่สุดในการออนไลน์ก็คือ วิดีโอ ภาพ เสียงและการเขียน ซึ่งจนกว่าเทคโนโลยีจะพัฒนาไปไกลกว่านี้ รูปแบบของคอนเทนต์ก็คงไม่พ้นสื่อย่างนี้ แน่นอนคอนเทนต์ (Content) เป็นคำที่ได้ยินบ่อยในการตลาด นั่นก็เพราะว่าคอนเทนต์อย่าง ภาพ วิดีโอ การเขียน นั้นก็เป็นวิธีการสื่อสารกับลูกค้านั่นเอง และการตลาดก็คือการบริหารวิธีการสื่อสารให้กับลูกค้า

จากความหมายที่ได้กล่าวมา คอนเทนต์ (Content) หมายถึง เนื้อหา การสื่อสารข้อมูลและประสบการณ์ถึงลูกค้าหรือผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้สื่อสารสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ เพราะคอนเทนต์ คือ “สาร” (Message) ที่แบรนด์หรือผู้ส่งสารต้องการสื่อสารกับอีกฝ่ายที่เรียกกว่า กลุ่มเป้าหมาย (Audience) หรือผู้รับสาร เพื่อดึงดูดและรักษากลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน

2.2 ความสำคัญของการสร้างคอนเทนต์ (Content)

การสร้างคอนเทนต์ (Content) เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือ เพื่อภาพลักษณ์ การสร้างหรือการโพสต์ล้วนแต่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ช่วยการสร้างความจดจำให้กลุ่มเป้าหมายแทบทั้งสิ้น และยังถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ใช้เนื้อหาที่มีคุณค่าน่าสนใจ และตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้เป้าหมายเพื่อดึงดูด สร้างความสัมพันธ์ และกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งหลายองค์กร หลายธุรกิจเลือกที่จะใช้การสร้างคอนเทนต์ (Content) ในการสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมกับ

กลุ่มผู้เป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้คอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ได้ผล ทั้งนี้ [7] ได้สรุปความสำคัญของคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. เพิ่มการมองเห็นและการรับรู้แบรนด์ คอนเทนต์ (Content) ที่ดี น่าสนใจ คนจะไลก์ (Like) แชร์ (Share) และแสดงความคิดเห็น (Comment) ทำให้อัตราการมองเห็นจากแฟนเพจและกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น

2. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ธุรกิจของคุณ คอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ได้ว่า เราคือ มืออาชีพ (Professional) ในเรื่องสินค้า ในเรื่องของบริการที่เรากำลังทำอยู่

3. ช่วยเพิ่มลูกค้า และยอดขายคอนเทนต์ (Content) ดี ยอดขายก็จะตามมา คอนเทนต์ (Content) เป็นเหมือนพนักงานขายที่ขายแทนเรา และลูกค้าเองก็จะเป็นผู้ที่ช่วยเราขาย เพราะการบอกต่อกลายเป็นไวรัล คอนเทนต์ (Viral Content) ผลลัพธ์ที่กลับมาก็คือจำนวน ลูกค้าและยอดขายที่เพิ่มขึ้น

4. พัฒนาความสัมพันธ์และสร้างแฟนเพจที่ยั่งยืน เมื่อมีผู้คนสนใจคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ และกดไลก์แฟนเพจก็เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับแฟนเพจ และมีโอกาสพัฒนาไปเป็นลูกค้าได้ในอนาคต

5. ช่วย SEO ให้การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ในอันดับสูงขึ้น น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน ทำให้กูเกิล (Google) รู้จักและอันดับเว็บไซต์สูงขึ้น ทำให้ติดอันดับดี ๆ บนหน้า Google Search

## 3. องค์ประกอบของการสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการสร้างคอนเทนต์ (Content) ที่ดีจะต้องเป็นได้ทั้งแหล่งข้อมูล คือ มีข้อมูลที่ลูกค้าอยากรู้ น่าติดตามเป็นประโยชน์ โดยสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับรข้อมูลคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ทำให้มีการรับรู้ข่าวสารได้มากขึ้น ได้ทุกที่ ทุกเวลา เมื่อพฤติกรรมการเข้าถึงคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างความจดจ่อกับคอนเทนต์ (Content) ได้

ด้าน STEPS Academy [8] ได้อธิบายว่า องค์ประกอบคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. หัวข้อ (Headline) เป็นส่วนที่สำคัญที่ดึงดูดผู้อ่านให้ความสนใจมากที่สุด หัวข้อควรสื่อถึงเนื้อหาหลักแบบที่สรุปใจความสำคัญและเลือกใช้คำที่น่าสนใจและควรเช็ก Keywords ที่จะนำมาใช้เพื่อคำนึงถึงยอดคลิก (Clicks)

2. คอนเทนต์ (Content) ส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญของคอนเทนต์ ควรสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ มีข้อมูลเป็นไปตามทิศทางของวัตถุประสงค์ของการสร้างคอนเทนต์นั้น ๆ

3. ภาพและสื่อ (Images and Media) จะเกี่ยวกับรูปภาพ หรือวิดีโอ เพื่อตกแต่งและเสริมประสบการณ์ของผู้อ่านให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากตัวอักษรเพียงอย่างเดียว

4. บทสรุป (Conclusion) เป็นการสรุปเรื่องราวในตอนท้ายสิ่งที่ได้เล่ามาทั้งหมดตั้งแต่ตอนต้น เป็นการย้ำเตือนให้ผู้อ่านจำเรื่องราวที่ได้อ่านมา และนำไปต่อยอดในเรื่องราวที่อยากรู้เพิ่มเติมในบทความต่อ ๆ ไป

5. Call-to-Action (CTA) เป็นส่วนที่เชิญชวนให้ผู้อ่านเกิดการโต้ตอบ (interactive) กับคอนเทนต์ ไม่ว่าจะเป็นการคลิกลิงก์ การสมัครสมาชิก หรือแชร์เนื้อหา ส่วนนี้ทำให้เกิด traffic บนหน้า blog บนเว็บไซต์มากขึ้นได้

## 4. จุดประสงค์และรูปแบบของการสร้างคอนเทนต์ (Content)

การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์มีหลายวัตถุประสงค์ อย่างการโพสต์คอนเทนต์เพื่อสร้างความบันเทิง เพื่อให้ความรู้ เพื่อทำให้คนจดจำ จึงเป็นเหมือนอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ เพราะนี่คือสิ่งที่ช่วยให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการไปจนถึงสร้างความรู้ ความเข้าใจ หรือการตัดสินใจที่ถูกต้องให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ขององค์กรส่วนใหญ่ในช่วงต้นจะเป็นการเริ่มสร้าง Branding บนโซเชียลมีเดีย ก็คือ ประเภท Brand Awareness หรือเนื้อหาที่เข้ามาช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ ให้ผู้อ่าน ผู้ชม มีโอกาสเข้าถึงและรู้จักแบรนด์ ซึ่งการสร้างคอนเทนต์ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานที่เข้าใจง่าย จะมีคอนเทนต์

แบบ News ที่เน้นการอัปเดต ทันสมัย จับกระแส ถือเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว แต่มีอายุไม่ได้นาน และ Evergreen ไม่ได้มีรูปแบบที่หวือหวาหรือเกาะกระแสอะไร เป็นคอนเทนต์ที่เหมือนชื่อของมันก็คือ “เขียวเสมอ” เนื้อหาหยิบมาพูดได้เรื่อย ๆ ทำงานได้ตลอดเวลาและระยะยาว

นอกจากนี้ คอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์แบ่งตามประเภทของวัตถุประสงค์ของการใช้งานได้ในรูปแบบที่เรียกว่า Content Metrix แบ่งเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ [4]

1. คอนเทนต์ให้ความบันเทิง (Entertain) เป็นคอนเทนต์ที่เน้นให้ความสนุกสนานกับผู้อ่าน พบได้มากในโซเชียลมีเดีย เช่น คอนเทนต์เล่นเกมชิงรางวัล หากสร้างคอนเทนต์เหล่านี้มักจะได้ยอด Engagement ที่สูงจากการที่คนจะเข้ามาคอมเมนต์และแชร์ต่อ ๆ กัน

2. คอนเทนต์สร้างแรงบันดาลใจ (Inspire) เป็นคอนเทนต์ที่เน้นกระตุ้นให้เกิดไอเดีย หรือความรู้สึกบางอย่าง เช่น ความอยากได้ อยากทำตาม อย่างการใช้อินฟลูเอนเซอร์รีวิวสินค้า แนวบอกเล่าไอเดียที่เอาไปทำตามได้

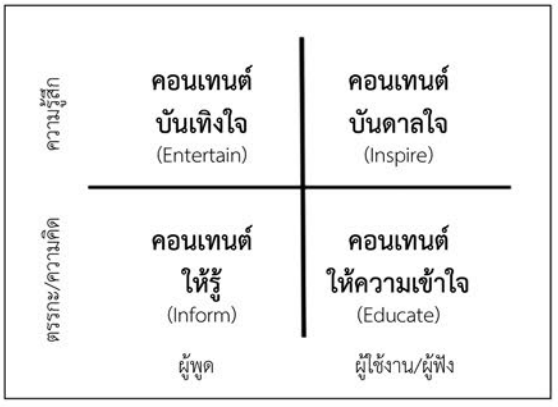
3. คอนเทนต์ให้ความรู้ (Educate) เป็นคอนเทนต์ที่เน้นเนื้อหาสาระและให้ความรู้กับผู้อ่าน เช่น คอนเทนต์แนว How-to, การทำ Infographic, การทำรีพอร์ต เป็นต้น คอนเทนต์ประเภทนี้จะเหมาะสำหรับธุรกิจที่ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์เป็นหลัก

4. คอนเทนต์โน้มน้าวใจ (Conversion) เป็นคอนเทนต์ที่ช่วยส่งเสริมด้านการขายได้ดี เช่น โฆษณาตารางสินค้า คุณสมบัติสินค้า กรณีศึกษา เป็นต้น

คอนเทนต์ที่ดีและสร้างแรงดึงดูดให้ลูกค้าติดตามได้ตั้งแต่แรกเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ความรู้ เพื่อทำให้คนจดจำ ในรูปแบบที่เรียกว่า Content Metrix ต้องดูที่วัตถุประสงค์ในการสร้างคอนเทนต์ และการวางกลยุทธ์ในช่วงต้นคือ การสร้าง Brand Awareness Content ให้มัดใจ

## 5. ประเภทคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์

การสร้างคอนเทนต์มีเนื้อหาที่หลากหลายกว่าเดิม ด้วยพื้นที่สื่อและการเข้าถึงที่เพิ่มขึ้น โดยแบ่งกลุ่มที่แตกต่างกันตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์มี 4 ประเภทคือ 1) คอนเทนต์แบบให้รู้/ให้ทราบ (Inform) 2) คอนเทนต์แบบให้ความเข้าใจ (Educate) 3) คอนเทนต์แบบบันเทิงใจ (Entertain) และ 4) คอนเทนต์แบบบันดาลใจ (Inspire) [4] ดังภาพที่ 1




**ภาพที่ 1** *ประเภทของคอนเทนต์ (Content)*
*ที่มา : ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง, (2565 : 165)*

1. คอนเทนต์แบบให้รู้/ให้ทราบ (Inform) ให้ความสำคัญเรื่องการให้ข้อมูลสินค้าแบบ “ตรง” คือให้ข้อมูลแบบไม่ได้มีอะไรอ้อมค้อม หากเป็นโฆษณาสินค้าก็จะเป็นการให้คุณสมบัติหรือการระบุคุณประโยชน์กันแบบตรงไปตรงมา หรือหากเป็นการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ก็จะอยู่ในลักษณะการให้ข้อมูลประเภท ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร มีการใช้งาน

ดังนี้ 1) การทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูล (Awareness) 2) การทำให้เกิดการจดจำ (Recall) และ 3) การทำให้เกิดการกระทำ (Action)

2. คอนเทนต์แบบให้ความเข้าใจ (Educate) กลุ่มนี้สร้างขึ้นเพื่อตอบ “คำถาม” ของผู้บริโภคที่มีต่อเรื่องหรือประเด็นต่าง ๆ หรือใช้ในการอธิบายให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่สำคัญ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ การแนะนำวิธีการใช้งาน การดำเนินการ รวมทั้งการแถลงไข แก้ความเข้าใจผิดต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น มีการใช้งานคอนเทนต์ ดังนี้ 1) การทำให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน (Clarification) และ 2) การทำให้เกิดผลลัพธ์ ทักษะ และความสามารถ (Ability)

3. คอนเทนต์แบบบันเทิงใจ (Entertain) นำเสนอให้มีความบันเทิง ความน่าสนใจ การเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ให้กลายเป็นเรื่องราวที่มีความ รู้สึกขึ้นมา การทำคอนเทนต์ในกลุ่มนี้ที่มุ่งใช้ “ความรู้สึก” และ “อารมณ์” มาผสมกับตัวคอนเทนต์ที่ต้องการสื่อออกมา เช่น จะสื่อออกมาให้เศร้าสะเทือนใจ จะสื่อออกมาให้ขำสนุก หรือจะสื่อออกมาให้ประหลาดใจ คอนเทนต์กลุ่มนี้มักจะสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้ค่อนข้างมาก มีการใช้งาน ดังนี้ 1) การทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ (Participation) 2) การทำให้เกิดความน่าสนใจ (Attraction) และ 3) การทำให้เกิดภาพจำทางความรู้สึก (Emotion)

4. คอนเทนต์แบบบันดาลใจ (Inspire) คอนเทนต์ในกลุ่มนี้ถูกยกว่าเป็นคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นคอนเทนต์ที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างมาก ที่กลุ่มเป้าหมายมีอยู่มานำเสนอให้รู้สึกอยากได้ (ประโยชน์) มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการให้เห็นภาพชีวิตที่ดีขึ้น การให้ความหวังมากขึ้น หรือให้รู้สึกกลัว (ปัญหา) อย่างการเห็นความรุนแรงของสิ่งที่กำลังเผชิญอยู่ เป็นต้น มีการใช้งาน ดังนี้ 1) การทำให้มีความเชื่อ (Belief) และ 2) การทำให้เกิดการตัดสินใจ (Decision)

## 6. การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าว ประชาสัมพันธ์ให้คน “จำ”

การทำให้คน “จำ” คอนเทนต์ (Content) ตัวสินค้าหรือโฆษณาได้ มักจะเป็นเป้าหมายใหญ่ของการทำการสื่อสารการตลาดด้วย สามารถอธิบายด้วยหลักการหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเชิงจิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ หรือประสาทวิทยา ว่าด้วยการทำงานของสมอง ซึ่งหลายปัจจัยก็สามารถเข้าใจได้ง่าย ๆ แต่บางอย่างก็ซับซ้อนพอสมควร [4]

1. บริบท (Context) ที่อยู่รอบ ๆ การที่คอนเทนต์จะไปถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ช่องทางในการรับคอนเทนต์ช่วงเวลาที่เห็น สิ่งที่รบกวนการรับรู้คอนเทนต์ (Distraction) ฯลฯ สิ่งเหล่านี้มีบทบาททั้งสิ้นที่จะ “เร้า” หรือ “ลด” ให้คนที่เห็นคอนเทนต์นั้นจดจำคอนเทนต์ได้หรือไม่

2. ความโดดเด่น/ความแตกต่าง (Distinctiveness) คอนเทนต์จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบที่จะดึงความสนใจจากสิ่งอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบ เช่น การออกแบบกราฟิกให้น่าสนใจ หรือการลำดับภาพวิดีโอให้คนหยุดดูในช่วงที่เลื่อนผ่านหน้าจอ เป็นต้น

3. ความคุ้นเคย (Familiarity) หากคอนเทนต์ที่กำลังนำเสนอนั้นเป็นเรื่องที่ใหม่เกินไป คนไม่คุ้นเคย ก็อาจจะมีความเสี่ยงที่คนจะลืมหรือไม่จดจำได้ ส่วนหนึ่งเพราะยังไม่สามารถปรับตัวให้คุ้นและจดจำไม่ทันในช่วงเวลาที่มี ซึ่งเมื่อคอนเทนต์ได้รับความสนใจจากคนดูแล้ว ก็ต้องรีบทำให้คนดูคุ้นเคยให้เร็วที่สุดเช่นกัน ไม่อย่างนั้นคนก็จะรู้สึกว่ายากที่จะเข้าใจ จดจำ แล้วละความสนใจไปเช่นกัน

4. แรงจูงใจ (Motivation) เป็นเทคนิคที่ผู้สร้างคอนเทนต์มักจะใช้แรงจูงใจของคนดูเป็นจุดเริ่ม ว่าจะสร้างคอนเทนต์อะไรให้น่าสนใจ ซึ่งเมื่อทำคอนเทนต์ที่ต้องสัมพันธ์กับแรงจูงใจแล้ว ก็ย่อมมีโอกาสที่คนจะอ่านและจดจำได้ง่ายขึ้น

5. คุณภาพ (Quality) ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของเนื้อหา (เนื้อหาดี มีคุณภาพ) หรือคุณภาพในการผลิตคอนเทนต์ (เช่น ภาพสวย ประณีต) ที่สิ่งเหล่านี้มีผลเพราะเป็น “ประสบการณ์” และ “ความประทับใจ” ในการรับรู้คอนเทนต์ หากอยู่ในประสบการณ์ที่ดี มีความประทับใจแล้วก็ย่อมเป็นตัวหนุนให้คนจดจำคอนเทนต์ได้

6. ความยาว (Length) การใช้ระยะเวลากับคอนเทนต์ที่มากระดับหนึ่ง ย่อมมีแนวโน้มที่จะจดจำคอนเทนต์ได้ เพราะการใช้ระยะเวลาย่อมมาพร้อมกับการใช้สมาธิ ซึ่งการจดจ่อกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็มีผลกับเรื่องความทรงจำ

7. ความถี่ (Frequency) หากคนดูเห็นคอนเทนต์ผ่านตาบ่อย ๆ นั่นก็เหมือนกับการกระตุ้นความทรงจำ และค่อย ๆ ทำให้คุ้นเคยกับเรื่องนั้น ๆ โดยไม่รู้ตัว

8. ความประหลาดใจ (Surprise) สิ่งที่ทำให้คนฟังหรือจดจำได้คือ การนำเสนอสถิติที่ผู้ฟังไม่เคยรู้ ไม่เคยคิด และสร้างความประหลาดใจให้กับผู้ฟัง โดยเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดจะทำให้เกิดการจดจ่อและสนใจมากเป็นพิเศษ

## 7. กระบวนการพัฒนากลยุทธ์คอนเทนต์

กระบวนการพัฒนากลยุทธ์คอนเทนต์ข่าวประชาสัมพันธ์ปัจจุบันทำควบคู่ไปกับพัฒนากลยุทธ์คอนเทนต์การตลาดได้เพื่อเสริมสร้างพัฒนาทักษะให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน การสร้างคอนเทนต์ข่าวให้สอดคล้องกับการปรับตัวขององค์กรสื่อบนความเปลี่ยนแปลงของสื่อในยุคดิจิทัล ดังนี้

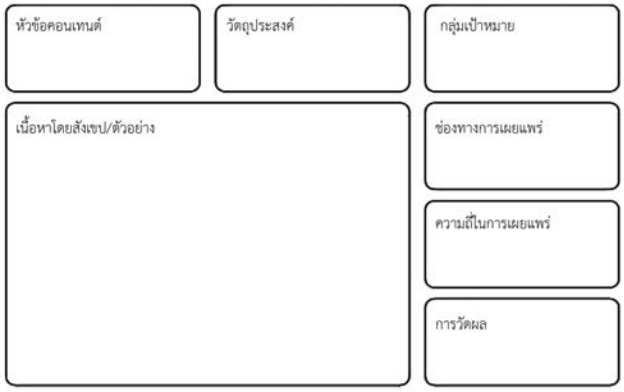
1. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) โดยใช้โมเดลต่าง ๆ เช่น SWOT Analysis หรือ Five Force Model เพื่อวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน เป็นจุดเริ่มต้นก่อนที่จะระบุกลยุทธ์ โดยจะใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ตามแต่ละสถานการณ์ เพราะแต่ละโมเดลมีข้อดี ข้อเสีย แตกต่างกันไป

2. ระบุปัญหา เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ (Objectives & Goals) หลังจากที่เข้าใจสถานการณ์แล้ว ก็จะสามารถระบุปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ การประเมินลำดับความสำคัญ เพื่อที่จะนำไปวิเคราะห์ได้ว่าควรจะแก้ไขปัญหาไหนอย่างไร หรือการเชื่อมโยงว่าปัญหาใดใช้คอนเทนต์เข้าไปแก้ไขได้

3. แนวทางการใช้คอนเทนต์เพื่อแก้ปัญหา เป็นขั้นตอนที่เหมือนการสรุปจากปัญหาที่แล้วว่าจะใช้การสื่อสารและคอนเทนต์อย่างไรในการแก้ปัญหา แนวทางดังกล่าวนั้นจะเชื่อมโยงและนำไปสู่ผลลัพธ์อะไร

4. ระบุกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ต้องการสื่อสาร (Key Target Audience) เป็นการระบุกลุ่มเป้าหมายว่าต้องการสื่อสารกับกลุ่มใดบ้าง อาจใช้วิธีการแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ (Segment) หรือการทำ Personal การระบุ (หรือจำลอง) ภาพของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคล มีรายละเอียดที่เอื้อให้เกิดการเห็นภาพพฤติกรรม ความคิด และมุมมองต่าง ๆ

5. แผนงานคอนเทนต์ (Content Plan) เมื่อได้กรอบของคอนเทนต์ที่กำลังจะทำเพื่อวัตถุประสงค์อะไรแล้ว จะสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใด ก็จะเริ่มการวางกรอบของแผนคอนเทนต์แล้วสร้างสรรค์คอนเทนต์ สรุปได้ดังนี้ 1) จะนำเสนอเนื้อหาอะไรบ้างให้แก่กลุ่มเป้าหมาย 2) จะนำเสนอเนื้อหาในช่องทางไหน 3) จะนำเสนอในรูปแบบอย่างไร และ 4) จะบริหารจัดการคอนเทนต์อย่างไร เป็นการร่างคอนเซ็ปต์คร่าว ๆ หรือที่เรียกว่าไอเดียคอนเทนต์ สามารถใช้ฟอร์ม Content Idea เพื่อลงรายละเอียดได้ [4] ดังภาพที่ 2




**ภาพที่ 2** *ฟอร์ม Content Idea กระบวนการพัฒนากลยุทธ์คอนเทนต์*
*ที่มา : ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง, (2565 : 228)*

จากภาพที่ 2 สามารถนำฟอร์ม Content Idea ข้างต้นนี้มาใช้ในการจับประเด็นสำคัญ ๆ เพื่อให้การสร้างคอนเทนต์และทำให้สามารถจับหัวเรื่องสำคัญ ๆ ได้ครอบคลุม ดังนี้

1. หัวข้อคอนเทนต์ (Content Topic) ชื่อของหัวข้อนั้นมักจะใช้คำที่กระชับ ได้ใจความ และสามารถกลายเป็นเหมือนคำสำคัญที่ใช้ครอบคลุมเนื้อหาของคอนเทนต์นั้น ๆ การสร้างหัวข้อคอนเทนต์นี้จะช่วยในกรณีมีไอเดียคอนเทนต์หลายอย่าง มีหลายเนื้อหาที่จะต้องสื่อสารและนำไปใช้จัดระเบียบได้ง่ายขึ้น

2. วัตถุประสงค์ (Objective) เป็นการระบุไว้ว่าไอเดียของคอนเทนต์นี้ทำขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ใด ซึ่งอาจจะมีการระบุทั้งวัตถุประสงค์หลักและวัตถุประสงค์รอง โดยการที่ต้องระบุวัตถุประสงค์นี้ก็เพื่อให้การทำคอนเทนต์ในหลาย ๆ ครั้งมีหลายคอนเทนต์ถูกผลิตพร้อม ๆ กัน แต่ละคอนเทนต์อาจไม่ได้มีวัตถุประสงค์เดียวกัน บางคอนเทนต์ทำเพื่อเน้นสร้างการรับรู้เรื่องสินค้า ในขณะที่บางคอนเทนต์ทำเพื่อแก้ปัญหา การระบุวัตถุประสงค์จึงเป็นหลักการอธิบายที่มาที่ไปของคอนเทนต์ ที่ต้องสื่อสารไปยังคนอื่น ๆ ในทีมงาน

3. กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เป็นการระบุตัวกลุ่มเป้าหมาย หากมีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มที่ต้องการสื่อสารในกลยุทธ์นี้ จะระบุต่อได้ว่าคอนเทนต์นี้ต้องการสื่อสารกับกลุ่มไหนเป็นพิเศษ

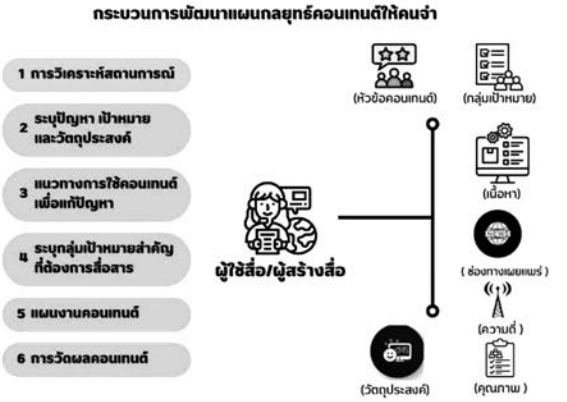
4. เนื้อหาโดยสังเขป (Overview) เป็นการอธิบายภาพร่างหรือบรรยายคอนเซ็ปต์ของคอนเทนต์ว่าจะเล่าเนื้อหาอะไร เป็นการลงรายละเอียดหัวข้อของข้อมูลที่จะนำเสนอ ส่วนนี้เป็นเหมือนการเล่าไอเดียของสิ่งที่จะทำ

5. ช่องทางการเผยแพร่ (Channel) : เป็นการระบุว่าคอนเทนต์ที่สรุปไอเดียไว้นั้นจะนำไปเผยแพร่ทางช่องทางไหน ซึ่งควรจะสัมพันธ์กับเนื้อหาและรูปแบบของคอนเทนต์ที่อธิบายไว้

6. ความถี่ในการเผยแพร่ (Frequency) การระบุความถี่เพื่อนำไปประกบว่าช่องทางต่าง ๆ นั้นมีคอนเทนต์หล่อเลี้ยงเพียงพอให้มีความเคลื่อนไหวอยู่อย่างสม่ำเสมอหรือไม่

7. การวัดผล (Evaluation) การวัดผลควรสอดคล้องไปกับวัตถุประสงค์ เช่น ถ้าเน้นการรับรู้สินค้ามากขึ้น ก็จะใช้จำนวน

การสร้างคอนเทนต์มีรายละเอียดสำคัญต่าง ๆ ของคอนเทนต์นำมาใส่เพื่อเป็นแผนที่ชัดเจนก็คือ กลยุทธ์การตลาดที่สร้างจากคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ เป็นการอาศัยเทคนิคที่หลากหลายรูปแบบเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายใหม่และลูกค้าเดิม คีย์เวิร์ดหลักของการทำ Content Marketing มีอยู่ 3 คำ คือ ‘คุณค่า’ ‘เกี่ยวข้อง’ และ ‘สม่ำเสมอ’ เพราะคอนเทนต์ที่ดีจะต้องสร้างคุณค่าให้กับผู้รับ และถูกส่งมอบอย่างสม่ำเสมอ จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้เขียนได้สรุปกระบวนการพัฒนาแผนกลยุทธ์คอนเทนต์ให้คนจำคอนเทนต์ ดังภาพที่ 3




**ภาพที่ 3** *กระบวนการพัฒนาแผนกลยุทธ์คอนเทนต์ให้คนจำคอนเทนต์*

อันที่จริงแล้ว ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารจำคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์สามารถบริหารจัดการด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้โมเดลต่าง ๆ อาทิเช่น SWOT Analysis เพื่อที่จะนำไปวิเคราะห์ได้ว่าควรจะแก้ไขปัญหาอย่างไรแต่ละองค์กรอาจจะเลือกใช้วางกลยุทธ์ Content Marketing ควบคู่ไปกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทั้งบนเว็บไซต์เพื่อ SEO, ทำ Social Post, ทำ Social Ads, ทำ Marketing Automation เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การสร้างคอนเทนต์ (Content) และการสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรและภาคธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งสื่อมวลชนอย่างมาก ทำให้การบริโภคข่าวสารประชาสัมพันธ์เปลี่ยนแปลงไป จะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในยุคดิจิทัล 4.0 มีสูตรสำเร็จการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้ [9]

1. ปั้น-ปั้นเนื้อหา (Content) การออกแบบเนื้อหา (Content) หรือการวางแผนการสื่อสาร และการออกแบบเนื้อหา (Content) ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร โดยครอบคลุมตั้งแต่ข้อความที่ดึงดูดความสนใจ ภาพนิ่ง อินโฟกราฟิก วิดีโอ และอื่น ๆ

2. เปลี่ยน-เปลี่ยนวิธีการนำเสนอ การสร้างประสบการณ์ร่วมให้กับผู้รับฟังในขณะที่ถ่ายทอดสารพร้อมกัน โดยเป็นการหาตัวเชื่อมที่สำคัญระหว่างตัวสารที่ต้องการสื่อ กับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการรับฟัง เพื่อให้เกิดการติดตามสารนั้น ๆ จนจบ

3. ปลุก-ปลุกจริยธรรม เน้นการสร้างสมดุลระหว่างการใช้เทคนิคการสร้างสารที่ดี เพื่อดึงดูดความสนใจเข้ากับหลักจริยธรรมของการทำหน้าที่ตัวแทนการสื่อสาร ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่สื่อมวลชน และผู้ใช้โซเชียลมีเดียทุกคน โดยอาศัยความร่วมมือกันของบุคลากรในวงการ เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีในการทำหน้าที่นำเสนอข้อมูล ขณะเดียวกันต้องปลูกฝังบุคลากรรุ่นใหม่เพื่อให้เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาสังคม

4. ปัง-ขยายผลความปัง ต่อยอดความสำเร็จของเนื้อหา (Content) ที่ได้สื่อสารออกไปผ่านช่องทาง และผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการขยายต่อไปในวงกว้าง และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

## 8. บทสรุป

บทบาทที่สำคัญที่สุดของการสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ คือการสื่อสารและการใช้สื่ออย่างเหมาะสมและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและวัดผลได้ ที่มีกระบวนการมีส่วนร่วมกับบริบททางสังคมซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่จะทำให้ผู้รับข่าวสารครบทุกมิติ กล่าวคือ มีแผนงานประชาสัมพันธ์ ระบุวัตถุประสงค์ให้แน่ชัดว่าต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใด ต้องการสื่อออกไป ใช้กลยุทธ์/ยุทธวิธีในการใช้สื่ออย่างไร เพื่อให้ได้คอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ต้องการสื่อออกไป มีความถูกต้องและครบถ้วนด้วยรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกันตามบริบทของแต่ละหน่วยงาน เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค (Consumers) ผู้ผลิตสื่อ (Content owners) ผู้ให้บริการ (Service provider) และเครือข่าย (Network) ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสใหม่ในการติดต่อสื่อสาร และการสร้างเนื้อหาด้วยตนเอง

กล่าวโดยสรุป การสร้างคอนเทนต์ (Content) ข่าวประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินอย่างต่อเนื่องสอดรับกับแผนกลยุทธ์การสร้างคอนเทนต์ (Content) ให้ชัดเจน และบูรณาการอย่างรอบด้าน ร่วมขับเคลื่อนและนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัลเป็นสื่อกลางในการนำเสนอคอนเทนต์ (Content) บนสื่อสังคมออนไลน์ ถือเป็นทิศทางการพัฒนาด้านข่าวสารขององค์กร และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสร้างระบบเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสนับสนุนนโยบาย และการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นยุคแห่งการยกระดับการสร้างคอนเทนต์ (Content) การประชาสัมพันธ์ที่ครบทุกมิติ

## เอกสารอ้างอิง

[1] STEPS Academy. (2564). [ออนไลน์]. *SEO content marketing คืออะไร*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2567]. จาก https://stepstraining.co/content/what-is-seo-content-marketing

[2] Content Shifu. (2567). [ออนไลน์]. *แนะนำวิธีทำ content marketing ตั้งแต่ต้นจนเผยแพร่ผลงาน*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2567]. จาก https://contentshifu.com/pillar/content-marketing#3

[3] Foodstory. (2565). [ออนไลน์]. *คอนเทนต์เป็นเหตุ! ข้อควรระวังในการสื่อสารของแบรนด์ พร้อมแนวทางของแต่ละแพลตฟอร์ม*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2567]. จาก https://foodstory.co/2022/07/01/warning-content/

[4] ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2565). *สร้างคอนเทนต์มัดใจลูกค้า: How to do content marketing right' (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพมหานคร : ซ็อร์ตคัต อัมรินทร์ แอนด์ พับลิชชิ่ง.

[5] หัสพร ทองแดง. (2565). *เอกสารการสอนชุดวิชา 15206 คอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ สาขานิเทศศาสตร์*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

[6] นันทน์หทัยภัส ศงสนันท์. (ม.ป.ป.). [ออนไลน์]. *การเขียน marketing content เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2567]. จาก https://km.cpd.go.th/pdf-bin/pdf_3375018570.pdf

[7] ThaiBusinessSearch. (2564). [ออนไลน์]. *Content marketing คืออะไร? สำคัญต่อการทำตลาดอย่างไร?* [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2567]. จาก https://thaibusinesssearch.com/marketing/content-marketing/

[8] STEPS Academy. (2564). [ออนไลน์]. *องค์ประกอบหลักของคอนเทนต์*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2567]. จาก https://stepstraining.co/storytelling-for-sales

[9] สกุลศรี ศรีสารคาม. (2555). [วารสารออนไลน์]. สื่อสังคม (social media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว. *วารสารอิศราปริทัศน์*, 1(2), 3. [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2564]. จาก https://www.presscouncil.or.th/journal/653

บทความวิจัย

# มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกอย่างยั่งยืน น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

# The Standards Quality of Sustainable Waterfall Tourism Destination: Than Tip (357) Waterfall, Wiang Sa, Suratthani

สุทธิพรรณ ชิตินทร
Suttipan Chitintorn

อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ วิชาเอกการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 84000
Lecturer, Bachelor of Arts Program in Tourism Industry Management Major Hotel Suratthani Rajabhat University 84000
Corresponding Author : E-mail : suttipan.chi@sru.ac.th
Received : 3 ต.ค. 66 Revised : 3 พ.ย. 66 Accepted : 8 พ.ย. 66
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.001

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกอย่างยั่งยืน น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของน้ำตกธารทิพย์ และ 2) วางแผนแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน โดยเป็นวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดสนทนากลุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกเป็นแบบประเมินที่ใช้ตัวชี้วัดคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก 3 ด้าน รวม 42 ตัวชี้วัด ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกพบว่า ผลการประเมินโดยเฉลี่ย 178 คะแนน มีค่าเฉลี่ย 4.21 หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณค่าการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย มีค่าเฉลี่ยการประเมินสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกจากผู้ใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากรสนับสนุนการท่องเที่ยว และด้านการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ด้านพื้นที่และทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ :** มาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยว ประเภทน้ำตก อย่างยั่งยืน น้ำตกธารทิพย์ (357) จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## Abstract

The objectives of this research were to 1) Assessing the potential of Than Tip (357) Waterfall's tourist attractions and 2) Plan guidelines for developing tourist attractions to meet standards. This study was mixed-methods research, which is a qualitative research format, Data were collected from focus group discussions. Tools used to assess the quality of waterfall tourist attractions it is an evaluation model that uses quality indicators of waterfall tourist attractions in 3 areas, Total 42 indicators. The Quantitative research section, Use a structured questionnaire, Select a purposive sample of tourists who use the service, A random sampling method was used. The results of the assessment of quality standards for tourist attractions in the category of waterfalls found that: the average evaluation results were 178 points with a mean of 4.21, If considered individually, it is found that: Aspects of tourism value and risk of destruction has the highest evaluation average, Next is the potential for tourism development and management respectively. As for the results of the analysis of guidelines for developing waterfall tourist attractions from users, it was found that: overall, it is at a high level. When considering each aspect, it was found that of tourism support personnel and environmental conservation and preservation are at the highest level. As for improving tourist attractions according to standards Areas and tourism resources Participation in the development of tourist attractions and tourism promotion activities are at a high level.

**Keywords :** Standards qauality, Tourism destination, Waterfall, Sustainable, Than Tip (357) Waterfall, Suratthani

## 1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจปีหนึ่งประมาณ 2.94 ล้านล้านบาท [1] โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจเกี่ยวเนื่องอีกมากมาย อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวนั้นมาจากความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทน้ำตก จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากความงดงาม ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัณฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษา จากรายงานสรุปจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทอุทยานแห่งชาติประจำปีงบประมาณ 2562 ปรากฏว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวให้ความสนใจท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติทั้งหมดประมาณ 18 ล้านคน [2]

อุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็นนับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 73 ของประเทศไทย ประกอบด้วยหน่วยงานในพื้นที่ 5 หน่วยงาน ได้แก่ หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ รย.1 (เหมืองทวด) หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ รย.2 (คลองงาย) หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ รย.3 (คลองตาล) หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ รย.4 (เพชรพนมวัฒน์) และหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ รย.5 (ถ้ำขมิ้น) โดยเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยว จากสถิตินักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 ปรากฏว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมภายในบริเวณอุทยานทั้งสิ้นรวม 13,420 คน [3]

ภายในอุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็น พื้นที่อุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็น ที่ รย.3 (คลองตาล) ตั้งอยู่ในพื้นที่บ้านสวนกล้วย หมู่ที่ 17 ตำบลบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ลำดับที่ 3 ของหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็น เปิดทำการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2539 มีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับ

เป็นที่ทำการหน่วยเพื่อป้องกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติด้านการป่าไม้และป้องกันการลักลอบล่าสัตว์ป่า การเก็บหาของป่าของชุมชนในท้องที่ หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ รย.3 มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและสามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติคือ น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) มีจำนวน 5 ชั้น สูงประมาณ 44 เมตร มีน้ำไหลตลอดทั้งปี การเดินทางต้องเดินเท้าถึงชั้นสูงสุด ระยะทางประมาณ 1,200 เมตร สภาพทั่วไปเป็นเทือกเขาสูงสลับซับซ้อน สภาพป่ามีความหลากหลายทางชีวภาพที่สมบูรณ์ มีราษฎรอาศัยในพื้นที่โดยรวม 903 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา ทำสวนผลไม้ และสร้างบ้านเรือนอยู่ข้างเคียงเขตอุทยานและในพื้นที่อุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็นเป็นจำนวนมาก น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวอยู่หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการของหน่วยบริการนักท่องเที่ยวหรือความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวและความหลากหลายทางธรรมชาติ แต่ปัญหาสำหรับการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในขณะนี้คือเส้นทางท่องเที่ยวยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก บางช่วงของเส้นทางศึกษาธรรมชาติไม่มีป้ายสื่อความหมาย หรือการบอกทิศทางสำหรับนักท่องเที่ยว และขาดห้องน้ำสำหรับอำนวยความสะดวก จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว จึงควรมีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านกายภาพ เช่น เส้นทางการคมนาคมที่ดี ความสะดวกสบาย การบริการในแหล่งท่องเที่ยวขั้นพื้นฐานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและมีความหลากหลายทางธรรมชาติ ระบบสาธารณูปโภคที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ มาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยว ที่จะส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เป็นประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ การกระจายรายได้สู่ชุมชน การพัฒนามาตรฐานชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป สอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน ปี 2554-2558 และปี 2559-2568 ที่มีกรอบการทำงานของประเทศสมาชิกเน้นการบูรณาการและการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การรักษาคุณค่ามรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมการทำการตลาดร่วมกันสำหรับสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจของประเทศที่จะพัฒนาในอนาคต และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานตามที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด [3]

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางให้ท้องถิ่นนำไปใช้ในการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวตามที่กรมการท่องเที่ยวกำหนดให้มีความปลอดภัย สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และทำให้ประชาชนในพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยวในการร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว และเป็นช่องทางในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความเข้มแข็งจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวของน้ำตกธารทิพย์ (357)

2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

**วิจัยเชิงคุณภาพ**

กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากคนใน 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้นำท้องถิ่น ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็นคลองตาล ตัวแทนประชาชนหมู่ที่ 2 บ้านส้องเหนือ หมู่ที่ 7 บ้านเหนือคลอง และบริเวณอุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็น ที่ รย.3 (คลองตาล) พื้นที่บ้านสวนกล้วย หมู่ที่ 17 ตำบลบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และตัวแทนกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้านการ

ท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 30 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion)

**วิจัยเชิงปริมาณ**

กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) ที่เป็นชาวไทย จำนวน 30 คน ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

**วิจัยเชิงคุณภาพ**

1) ใช้การสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group Discussion)

2) แบบประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ใช้การประเมินแบบ (Rating Scale)

**วิจัยเชิงปริมาณ**

1) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลด้านบริบทแหล่งท่องเที่ยว ได้ลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลด้านเอกสารที่บันทึกไว้ในแหล่งท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าอุทยานแห่งชาติใต้ร่มเย็นคลองตาล เพื่อนำมารวบรวมรายงานเป็นบริบทของพื้นที่

2) การเก็บข้อมูลภาคสนามเกี่ยวกับการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกจากตัวแทนภาควิชาการ และบุคคลในพื้นที่ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว และนัดหมายเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการในพื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

**วิจัยเชิงคุณภาพ**

ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการสกัดและสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

**วิจัยเชิงปริมาณ**

การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357)

ผลการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก มีผลการประเมินรวมโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 สามารถระบุรายละเอียดผลการประเมินในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

4.1.1 ด้านคุณค่าการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีระดับมาตรฐานดีเยี่ยมด้านคุณค่าและความสวยงามของน้ำตก และด้านความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย จำนวน 8 ข้อ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) จำนวนชั้นของน้ำตก 2) พรรณไม้ในแหล่งท่องเที่ยว 3) สภาพธรรมชาติของเส้นทาง 4) ความสูงของชั้นน้ำตก 5) สภาพความสมบูรณ์ของป่า 6) สภาพการใช้ประโยชน์พื้นที่บริเวณเหนือน้ำตก 7) สภาพการบุกรุกบริเวณน้ำตก 8) การมีโครงการเกี่ยวกับการใช้น้ำเหนือน้ำตก ผลการประเมินมาตรฐานในระดับดีด้านความเสี่ยงต่อการถูกทำลายจากภัยธรรมชาติ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย 1) สัตว์ป่าจำพวกนก 2) ปริมาณน้ำ 3) คุณภาพน้ำของน้ำตก 4) หินบริเวณน้ำตก 5) แอ่งน้ำบริเวณน้ำตก 6) ลักษณะทิวทัศน์ และผลการประเมินมาตรฐานในระดับปานกลางด้านความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จำนวน 1 ข้อ คือความกว้างของหน้าผาที่น้ำตกลงมา ตามลำดับ

4.1.2 ด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีระดับมาตรฐานดีเยี่ยมด้านศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านความปลอดภัย และศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) โอกาสในการเป็นแหล่งดูสัตว์ 2) โอกาสในการเป็นแหล่งดูพันธุ์พืช 3) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณเขตบริการ 4) ความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก 5) การเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากปัจจัยอื่น 6) การเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากภัยธรรมชาติ 7) ความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่น ภาคเอกชน

และหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลการประเมินมาตรฐานอยู่ในระดับดีด้านคุณค่าความสวยงามของน้ำตก จำนวน 1 ข้อ คือ ความเชี่ยวและความลึกของน้ำ และผลการประเมินมาตรฐานอยู่ในระดับต่ำด้านศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1) ความสามารถในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่บริเวณน้ำตก 2) ความปลอดภัยของเส้นทางเข้าสู่ตัวน้ำตกและเส้นทางบริเวณน้ำตก 3) ความลื่นของหินบริเวณน้ำตก 4) ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของตัวแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

4.1.3 ด้านการบริหารจัดการ มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีระดับมาตรฐานดีเยี่ยมด้านการจัดการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม จำนวน 6 ข้อ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1) การจัดกิจกรรมที่เหมาะสม 2) การจัดการด้านภูมิทัศน์และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ 3) มาตรการป้องกันผลกระทบต่อพื้นที่เปราะบาง 4) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว 5) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว 6) การติดตามประเมินผลกระทบ ผลการประเมินมาตรฐานอยู่ในระดับดีด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณเส้นทางเดินเข้าสู่ตัวน้ำตก 2) มาตรการด้านความปลอดภัยและระบบเตือนภัย 3) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และผลการประเมินมาตรฐานอยู่ในระดับต่ำด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม และด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1) การจัดการขยะมูลฝอยและการรักษาความสะอาด 2) การจัดการด้านการมีส่วนร่วม 3) ความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐาน 4) การให้บริการ ตามลำดับ

4.2 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

4.2.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 สถานภาพโสด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 ภูมิลำเนา อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

4.2.2 ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ: น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ: น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม

| แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับแนวทางการพัฒนาคุณภาพ |
|---|---|---|---|
| 1. ด้านพื้นที่และทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว | 4.27 | 0.22 | มาก |
| 2. ด้านบุคลากรสนับสนุนการท่องเที่ยว | 4.62 | 0.28 | มากที่สุด |
| 3. ด้านการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม | 4.51 | 0.27 | มากที่สุด |
| 4. ด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว | 3.93 | 0.60 | มาก |
| 5. ด้านการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก | 4.31 | 0.49 | มาก |
| 6. ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว | 4.24 | 0.23 | มาก |
| **รวม** | **4.31** | **0.24** | **มาก** |

จากตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากรสนับสนุนการท่องเที่ยว และด้านการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ด้านพื้นที่และทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามลำดับ

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก มีดังนี้

5.1.1 ด้านคุณค่าการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย พบว่า น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ และความสวยงามของน้ำตก ทั้งความสูงของชั้นน้ำตก ความกว้างของหน้าผาที่น้ำตกลงมา จำนวนชั้นหิน บริเวณน้ำตก คุณภาพน้ำ แอ่งน้ำบริเวณน้ำตกที่นักท่องเที่ยวสามารถเล่นน้ำได้ มีทัศนียภาพและสภาพภูมิทัศน์ของป่าที่สมบูรณ์สวยงาม สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมได้ดี รวมถึงมีสภาพความสมบูรณ์ของป่าพรรณไม้และสัตว์ป่า เช่น สัตว์ป่าจำพวกนก อย่างไรก็ดี ด้วยภาวะของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติของน้ำตก อาจเกิดความเสี่ยงต่อการถูกทำลายจากภัยธรรมชาติได้สูง หรืออีกประการหนึ่งเกิดจากการกระทำของมนุษย์ ซึ่งอาจจะตั้งใจหรือความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านลบขึ้นกับสิ่งแวดล้อมได้ เช่น การบุกรุกบริเวณพื้นที่น้ำตก การใช้ประโยชน์พื้นที่บริเวณเหนือน้ำตก หรือการมีโครงการเกี่ยวกับการใช้น้ำเหนือน้ำตก เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดที่อาจส่งผลกระทบต่อสภาพธรรมชาติของน้ำตกทำให้เกิดการทำลายหรือเปลี่ยนแปลงสภาพได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ [4] ศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการประเมินศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวและจัดทำแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่า และมีสภาพธรรมชาติดั้งเดิม สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมได้ แต่มีข้อจำกัดของทรัพยากรที่เปราะบาง เสี่ยงต่อถูกทำลายหรือทำให้มีการแปรสภาพทั้งจากภัยธรรมชาติ และจากการกระทำของมนุษย์ จึงควรกำหนดมาตรการเฝ้าระวังผลกระทบที่เสี่ยงต่อการทำลาย โดยกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ช่วงเวลาเข้าพื้นที่ และจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และการบริการ

5.1.2 ด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้เป็นแหล่งการเป็นแหล่งดูพันธุ์พืชและสัตว์ที่มีความหลากหลายมีลักษณะโดดเด่น หายาก สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณเขตบริการนักท่องเที่ยว เส้นทางเดินเข้าสู่น้ำตกมีสภาพเป็นป่าสมบูรณ์สองข้างทางและเป็นลักษณะเส้นทางธรรมชาติที่มีการดัดแปลงน้อย และมีความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงนั้นมีความหลากหลาย น่าสนใจ การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวได้รับความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่น ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวพื้นที่บริเวณน้ำตก ของตัวแหล่งท่องเที่ยวและความสามารถในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่บริเวณน้ำตกยังไม่สูงมากนัก รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยที่อาจเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากปัจจัยอื่น และอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากภัยธรรมชาติอีกด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิรินันทน์ พงษ์นิรันดร และคณะ [5] ศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่าจากการประเมินศักยภาพนั้น ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดระบบคมนาคมและการสัญจรให้ชัดเจน พร้อมกับทำป้ายบอกทางให้ถูกต้องและติดตั้งเป็นระยะ สิ่งอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีการบริการที่ครอบคลุมและทั่วถึง ความปลอดภัยควรจัดระบบรักษาความปลอดภัยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว และด้านความสามารถใน

การรองรับของพื้นที่ ควรทำการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ

5.1.3 ด้านการบริหารจัดการน้ำตกธารทิพย์(น้ำตก357) ควรมีการจัดการด้านการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสอดคล้อง ไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรม มีการจัดการด้านภูมิทัศน์และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ ซึ่งการพัฒนาหรือการบริหารจัดการใด ๆ จะต้องไม่ทำให้จุดเด่นต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงไป และสิ่งก่อสร้างจะต้องกลมกลืนกับสภาพพื้นที่ ผสานกับการมีมาตรการในการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อพื้นที่เปราะบาง เช่น พื้นที่ต้นน้ำ ลำธาร บริเวณที่มีพืชหรือสัตว์หายาก ซึ่งพื้นที่เหล่านี้อาจถูกทำลายโดยง่าย จึงต้องมีมาตรการป้องกันและควบคุมผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นให้ชัดเจน เช่น การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายเตือน การทำรั้วป้องกันหรือทางเดินยกระดับ เป็นต้น รวมไปถึงมีผู้ให้บริการคอยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แต่ถึงอย่างไรจำนวนของผู้ให้บริการยังมีไม่เพียงพอ ควรมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณเส้นทางเดินเข้าสู่ตัวน้ำตก และมาตรการด้านความปลอดภัยและระบบเตือนภัย แต่ทั้งนี้ควรมีการจัดการด้านขยะมูลฝอยและการรักษาความสะอาดให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระบบกำจัดขยะมูลฝอย การจัดเก็บ การกำจัด การลดปริมาณ ความเพียงพอของภาชนะที่รองรับ และมีการจัดการที่เป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Eber) [6] กล่าวว่า ควรลดการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกันหรือสามารถใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดปัญหาการใช้ทรัพยากรที่หายาก ส่วนรูปแบบการลดของเสีย เช่น ขยะปฏิกูลควรหาวิธีการแยกประเภทขยะ ขยะชนิดใดที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือสามารถแปรรูปมาใช้ประโยชน์อีกครั้งหนึ่ง รวมทั้งขยะที่เป็นอินทรีย์อาจนำไปหมักทำเป็นปุ๋ยจุลินทรีย์ได้ อย่างไรก็ดีการจัดการด้านการท่องเที่ยวของน้ำตก มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณเส้นทางเดินเข้าสู่ตัวน้ำตก ส่วนด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและระบบเตือนภัยที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว จึงควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่เป็นลูกจ้างประจำของแหล่งท่องเที่ยว มีความรู้เรื่องการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและรับมือกับเหตุฉุกเฉินได้ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวยังมีสาธารณูปโภคพื้นฐานบางประเภทและไม่เพียงพอหรือมีข้อจำกัดในการใช้งาน ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และเพิ่มการจัดการด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนให้มากขึ้น

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ: น้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้อภิปรายแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ดังนี้

1) ด้านบุคลากรสนับสนุนการท่องเที่ยว พบว่า จำนวนผู้ให้บริการต่อจำนวนนักท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ อีกทั้งจะต้องมีการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถในการสื่อสาร และมีทักษะในการบริการเหมาะสม เช่น การจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะวิชาชีพ ทักษะการบริการ และการจัดการการท่องเที่ยวแก่คนในชุมชน พนักงานให้บริการ ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ด้านรูปแบบ ความรู้ วิธีการสื่อความหมาย และข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว อย่างไรก็ดีผู้ให้บริการจะต้องมีความใส่ใจในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องอีกด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส [7] ได้ศึกษาแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาหรือการฝึกอบรมทักษะ ความรู้ ความสามารถในการสื่อสาร และมีทักษะการให้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้เน้นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว

2) ด้านการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม พบว่า ควรมีการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจและสร้างจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทุกคน ผู้ที่เกี่ยวข้องควรกำหนดให้มีมาตรการเฝ้าระวัง และป้องกันการทำลายสิ่งแวดล้อม โดยเขียนเป็นแผนและมาตรการหรือกฎระเบียบรองรับไว้อย่างชัดเจนและครอบคลุม ควรจัดให้มีอุปกรณ์รองรับขยะที่เพียงพอ และมาตรการกำจัดสิ่งปฏิกูลในแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งแสดงป้ายเตือนสถานที่ทิ้งขยะ การรักษาความสะอาดโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการรักษาให้คงสภาพความเป็นธรรมชาติเดิม เนื่องด้วยน้ำตกธารทิพย์ (น้ำตก 357) มีความสมบูรณ์ทางชีวภาพของพันธุ์พืช สัตว์ป่า ซึ่งมีสภาพดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นอย่างมาก ควรมีการอนุรักษ์ให้คงไว้ซึ่งความสมบูรณ์อย่างยั่งยืนเช่นนี้ต่อไป โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ [8] ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา กล่าวว่า ควรให้ความสำคัญด้านจิตสำนึกที่ดีในการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ด้านรายได้ เช่น การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว

3) ด้านการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก พบว่า ควรมีการปรับปรุงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยให้หน่วยงานต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานอื่น ๆ เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนทางการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการพื้นที่ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและมีศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบสาธารณูปโภค สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วลัยพร สุขปลั่ง [9] ศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทบริหารจัดการและพัฒนาคุณค่าด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในพื้นที่ และบริหารเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในพื้นที่ให้เกิดความอย่างยั่งยืน

4) ด้านพื้นที่และทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว พบว่า ควรพัฒนาบริเวณน้ำตกให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ห้องน้ำ บริเวณสำหรับตั้งแค้มป์ พื้นที่จอดรถ ร้านค้า และร้านอาหาร ให้เพียงพอ ควรมีมาตรการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าพื้นที่ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้มีป้ายสื่อความหมาย แผนที่/แผนผังแสดงขอบเขตของแหล่งท่องเที่ยว และขั้นตอนการให้บริการนักท่องเที่ยวต้องมีความชัดเจนเพียงพอ เพื่อให้ความรู้อย่างถูกต้องเหมาะสม การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวควรมีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน มีคุณภาพของเส้นทางที่ดี มีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ควรมีศูนย์บริการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวสามารถให้ข้อมูลและแนวปฏิบัติที่ดีในการท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางในการเข้าถึงบริเวณน้ำตก ยังมีความเสี่ยงในการเดินทางอยู่ ควรมีการพัฒนาเส้นทางให้มีความปลอดภัยให้มากขึ้น แต่ไม่ทำลายความสมบูรณ์ทางชีวภาพของพันธุ์พืช สัตว์ป่า และความคงสภาพดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพ็ญศรี ฉิรินัง [10] ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในจังหวัดกาญจนบุรี ยังไม่เพียงพอ และบางอย่างไม่ได้มาตรฐาน เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ เป็นต้น จึงได้กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว โดยการพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อมระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และเสนอให้มีการทำการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นกับทรัพยากรท่องเที่ยวขึ้นก่อนการ

พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ ในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการทำลายคุณค่าของระบบนิเวศในธรรมชาติ และให้ทรัพยากรธรรมชาติสามารถคงอยู่สืบไป

5) ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ควรเปิดโอกาสให้ชาวบ้านและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและหารายได้เสริมจากการท่องเที่ยว และมีการจัดตั้งกลุ่มการบริหารงานโดยชุมชน ที่มีคณะกรรมการมาจากสมาชิกในชุมชน และมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน และการจัดเวทีเสวนาเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิรินันทน์ พงษ์นิรันดร และคณะ [5] ศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้น ควรให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินการวางแผน การกำหนดแนวปฏิบัติ การติดตามและประเมินผลการดำเนินการต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประยูร ดาศรี [11] ศึกษาการสำรวจมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว เพื่อประเมินมาตรฐานและศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ควรเปิดโอกาสให้ชาวบ้านและชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่จัดขึ้น

6) ด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ควรมีรูปแบบการจัดกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสัมพันธ์กับสภาพพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมีความหลากหลาย และส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประยูร ดาศรี [11] ศึกษาการสำรวจมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว เพื่อประเมินมาตรฐานและศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละครั้งนั้น ต้องมีความหลากหลายของกิจกรรม

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.2.1 ควรจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดขอบเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้ชัดเจน ควรมีการปรับปรุงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เน้นสร้างความกลมกลืนกับสภาพทรัพยากรธรรมชาติโดยรอบ เพื่อป้องกันผลกระทบต่อการทำลายด้านทรัพยากร ที่เปราะบางที่เน้นความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

5.2.2 ควรมีจำนวนบุคลากรด้านการบริการที่เพียงพอ และจัดให้มีการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ เช่น ด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะวิชาชีพ และทักษะในการจัดการการท่องเที่ยวแก่คนในชุมชน พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญกับรูปแบบการให้บริการ ความรู้ วิธีการสื่อความหมาย และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง สะดวก และรวดเร็ว รวมถึงมีการปรับปรุงพัฒนาทักษะในการบริการอย่างต่อเนื่อง

## เอกสารอ้างอิง

[1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

[2] กรมการท่องเที่ยว. (2562). *รายงานประจำปี 2561*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2566]. จาก https://www.tourismthailand.org/fileadmin/

[3] สำนักอุทยานแห่งชาติ, กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2562). *สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าอุทยานแห่งชาติ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2566]. จาก http://portal.dnp.go.th/DNP/FileSystem/

[4] เบญจมาศ ณ ทองแก้ว อำนาจ รักษาพล จุฑามาส เพ็งโคนา และบุญศิลป์ จิตตะประพันธ์. (2560). ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(2), 106-121.

[5] ศิรินันทน์ พงษ์นิรันดร โอชัญญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 9(1), 234-259. (มกราคม-มิถุนายน 2559).

[6] Eber, S. (1993). *Principles for sustainable tourism*. [Retrieved June 12, 2019]. from https://sites.google.com/site/pntaoffice/hlak-kar-thxng-theiyw-xyang-yangyun

[7] รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส. (2557). แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(1), 44-55.

[8] พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา. *Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ)*, 7(3), 650-665.

[9] วลัยพร สุขปลั่ง. (2019). บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 6(1), 79-96.

[10] เพ็ญศรี ฉิรินัง. (2558). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 1(1), 1-14.

[11] ประยูร ดาศรี. (2561). การสำรวจมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 13(1), 36-49.

บทความวิจัย

# ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด

# Factors Affecting The Decision To Apply For Cooperative Membership Of Generation Y Of Saving & Credit Of Vajira Hospital Coop., Ltd.

ทัตกนก เขียวลือ[1] และลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล[2]
Thadkanok Kheawlue[1] and Lalita Chanwongpaisarn Nguitragool[2]

[1] นิสิต หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10900
Department of Cooperatives The Faculty of Economics Kasetsart University, Bangkok 10900
[2] อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10900
Department of Cooperatives The Faculty of Economics Kasetsart University, Bangkok 10900
Corresponding Author : E-mail : thadkanok.k@ku.th
Received : 6 ต.ค. 66 Revised : 9 พ.ย. 66 Accepted : 16 พ.ย. 66
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.002

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด สำหรับกลุ่มบุคลากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) 2) ศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของบุคลากรสำหรับกลุ่มบุคลากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน ต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ของบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) เท่านั้น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ และค่าสถิติพื้นฐานแบบร้อยละ และวิธีการทดสอบสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยการนำเข้าตัวแปรทั้งหมด

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน โดยรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง ด้านการให้บริการ และด้านสวัสดิการ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ในส่วนของพฤติกรรมทางการเงินผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิ้น โดยคนที่มีภาระหนี้สินส่วนใหญ่เกิดจากการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อการบริโภคในครัวเรือนที่จำเป็น มีรูปแบบการชำระหนี้แบบชำระหนี้ขั้นต่ำตรงตามเวลา มีการลงทุน และการออมโดยการฝากเงินกับธนาคาร ในส่วนของความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในของสหกรณ์ พบว่า มีปัจจัย 3 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้แก่ ปัจจัยด้านสวัสดิการ ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านผลตอบแทน
**คำสำคัญ :** เจเนอเรชันวาย (Generation Y) ปัจจัยภายในของสหกรณ์ การตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์

## Abstract

The objectives of this study were to: 1) study internal factors of the 5 aspects affecting the decision to be member of Saving & Credit of Vajira Hospital Coop., Ltd. of Generation Y personnel 2) study the financial behavior of Generation Y personnel 3) study the relationship between internal factors of the 5 aspects of cooperatives affecting the decision to be member of Saving & Credit of Vajira Hospital Coop., Ltd. of Generation Y personnel. The primary data were obtained from questionnaires of 400 employees of Navamindradhiraj University and hospital under Medical Service Department Bangkok Metropolitan Administration. The statistics used to analyze the data are statistics, means, standard deviations and testing chi-square statistics at a statistical significance level of .05 using the all-variable input method.

The results of the study found that internal factors of the 5 aspects of the cooperative overall had the highest level. Which 4 internal factors were at highest level namely Returns, Reliability and stability, Service aspect and Welfare benefit next high level is Communication. The most respondents were having burdened with debt, but most of those were due to bank loans for essential household consumption and minimum monthly payment on time. The most respondent's deposits and investment funds with bank. The relationship between internal factors of the 5 aspects of cooperatives have 3 aspects of internal factors namely Reliability and stability, Service aspect and Returns affecting the decision to be member of Saving & Credit of Vajira Hospital Coop., Ltd. of Generation Y personnel with the statistical significance at .05 level.

**Keywords :** Generation Y, Internal factors of the cooperative, decision, member cooperative

## 1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างประชากร โดยหนึ่งในจำนวนประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีความน่าสนใจต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม คือ กลุ่มบุคคลที่เกิดในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือกลุ่มบุคคลที่เกิดในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2523-2543 (อายุ 22 - 42 ปี ระหว่างช่วงเวลาที่ศึกษา) ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่เกิดในช่วงของการใช้งานด้านเทคโนโลยี และเครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังได้รับความนิยม ทำให้บุคคลในกลุ่มนี้มักมีทักษะในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย และมีความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และพร้อมที่จะพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ [1] ซึ่งสอดคล้องกับปฏิมากร ใจอ่อน [2] และศุภรัตน์ ถนอมแก้ว ดร.เกษราภรณ์ สุตตาพงศ์ และ ดร.ยุวดี ลีเบ็น [3] ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว ทำให้กลุ่มบุคคลกลุ่มนี้มีทางเลือกในการตอบสนอง ความต้องการของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการดำเนินชีวิต การเลือกอาชีพการงาน การเลือกซื้อสิ่งของเครื่องใช้ รวมถึงการเลือกวิธีการลงทุน และการออมเงินเพื่อใช้ในวัยเกษียณ ซึ่งจากการศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการออมของผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปฏิมากร

ใจอ่อน [2] พบว่า การเลือกรูปแบบการออมและการลงทุนสำหรับกลุ่มคนวัยทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป พบว่า ร้อยละ 92.14 เลือกวิธีการออมและลงทุนผ่านธนาคารพาณิชย์รวมถึงทางเลือกในรูปแบบอื่น ๆ แต่มีสัดส่วนร้อยละ 7.86 เท่านั้นที่เลือกวิธีการออมและลงทุนผ่านสหกรณ์ เมื่อพิจารณาแยกตามระดับรายได้ พบว่า สัดส่วนการลงทุนโดยการฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์มีค่าลดลงเมื่อผู้ออมมีรายได้สูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20 - 35 ปี มีสัดส่วนการลงทุนกับสหกรณ์ออมทรัพย์ต่ำที่สุด

การจัดอันดับช่วงอายุของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ในปีบัญชี 2564 ซึ่งมีจำนวนฐานสมาชิกทั้งหมดอยู่ที่ 8,667 คน (หนังสือรายงานกิจการประจำปีบัญชี 2564) พบว่า ร้อยละ 66.11 เป็นสมาชิกที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป และร้อยละ 33.89 เป็นสมาชิกที่มีอายุระหว่าง 22 - 42 ปี จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่าจำนวนสมาชิกที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 22 - 42 ปี ซึ่งอยู่ในกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) มีอัตราการลดลงของจำนวนสมาชิกเป็นอย่างมาก หากเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ซึ่งอัตราการลดลงของจำนวนสมาชิกนี้จะส่งผลต่อทุนดำเนินงานของสหกรณ์ฯ ในอนาคต เนื่องจากสมาชิกที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ถือครองทุนเรือนหุ้นในจำนวนที่มากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสมาชิกที่มีช่วงอายุระหว่าง 22 - 42 ปี ทำให้ในอนาคตสหกรณ์ฯ จะไม่สามารถรักษาเสถียรภาพของแหล่งเงินทุนภายในได้ และเนื่องจากรูปแบบการออม หรือการลงทุนไม่ได้ถูกจำกัดอยู่กับเฉพาะธนาคารพาณิชย์ หรือสถาบันการเงินเท่านั้น ทางเลือกที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการลดลงของจำนวนสมาชิกสหกรณ์สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) จึงเป็นที่มาของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยภายในของสหกรณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด สำหรับกลุ่มบุคลากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y)

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของบุคลากรสำหรับกลุ่มบุคลากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y)

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในของสหกรณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ของบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y)

## 3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสวัสดิการ 2) ด้านการให้บริการ 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านผลตอบแทน และ 5) ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y)

## 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง โดยสำรวจเฉพาะจำนวนบุคลากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช คณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล และโรงพยาบาลในสังกัดสำนักการแพทย์ จำนวน 11 แห่ง ที่มีช่วงอายุระหว่าง 22 - 42 ปี และปัจจุบันยังไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ ทั้งนี้จะทำการส่งแบบสอบถามตามสัดส่วนของบุคลากรในแต่ละสังกัดตามรายละเอียดต่อไปนี้

**ตารางที่ 1** สัดส่วนของบุคลากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในแต่ละสังกัด

| ลำดับ | จำนวนบุคลากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y) | | | | จำนวนแบบสอบถาม (ชุด) |
|---|---|---|---|---|---|
| | หน่วยงาน | จำนวนบุคลากร (คน) | สถานภาพ | | |
| | | | เป็นสมาชิก | ไม่เป็นสมาชิก | |
| 1 | วพบ | 3,125 | 1,924 | 1,201 | 122 |
| 2 | รพต | 1,613 | 911 | 702 | 71 |
| 3 | รพจ | 1,240 | 811 | 429 | 43 |
| 4 | รพก | 1,223 | 827 | 396 | 40 |
| 5 | รพส | 731 | 377 | 354 | 35 |
| 6 | รพร | 611 | 207 | 404 | 41 |
| 7 | รพท | 281 | 214 | 67 | 7 |
| 8 | รพว | 270 | 97 | 173 | 18 |
| 9 | รพล | 228 | 109 | 119 | 12 |
| 10 | สนพ | 148 | 58 | 90 | 9 |
| 11 | รพบ | 26 | 17 | 9 | 2 |
| | **รวม** | **9,496** | **5,552** | **3,944** | **400** |
| | **คิดเป็นร้อยละ** | **100.00** | **58.47** | **41.53** | |

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย และกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร ซึ่งใช้มาตราวัดแบบสอบถามตามวิธีแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert Rating Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญในการตัดสินใจเป็นสมาชิกมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญในการตัดสินใจเป็นสมาชิกมาก

3 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญในการตัดสินใจเป็นสมาชิกปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญในการตัดสินใจเป็นสมาชิกน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีความสำคัญในการตัดสินใจเป็นสมาชิกน้อยที่สุด

4.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยไปทำการทดลองใช้เป็นจำนวน 40 ชุด โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากร และการหาความถูกต้องเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้รวบรวม และสร้างแบบสอบถาม และทำการปรับปรุงแก้ไขจนเหมาะสมตรงตามเนื้อหา และโครงสร้างของแบบสอบถามแล้ว จึงใช้เป็นแบบสอบถามในการวิจัย

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 429 ชุด มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามพบว่า มีจำนวน 400 ชุด ที่มีความสมบูรณ์

4.4.2 จัดระเบียบข้อมูล และทำการลงรหัส

4.4.3 นำข้อมูลดังกล่าวไปคำนวณค่าทางสถิติ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้จะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา : วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมทางการเงิน และปัจจัยภายในของสหกรณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ และค่าสถิติพื้นฐานแบบร้อยละ

4.5.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน : เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในของสหกรณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

## 5. ผลการวิจัย

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป การศึกษาในส่วนนี้จะใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

**ตารางที่ 2** ข้อมูลทั่วไป (n = 400)

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **เพศ** | | |
| หญิง | 250 | 62.50 |
| ชาย | 150 | 37.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **อายุ** | | |
| ไม่เกิน 25 ปี | 101 | 25.30 |
| 25 - 35 ปี | 235 | 58.80 |
| 36 - 42 ปี | 64 | 16.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **ระดับการศึกษา** | | |
| ต่ำกว่า ม.6 | 21 | 5.20 |
| ปวส./อนุปริญญา | 63 | 15.80 |
| ปริญญาตรี | 278 | 69.50 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 38 | 9.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

**ตารางที่ 2** ข้อมูลทั่วไป (ต่อ) (n = 400)

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **สถานภาพ** | | |
| โสด | 317 | 79.30 |
| สมรส | 75 | 18.70 |
| หย่าร้าง | 8 | 2.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **จำนวนบุตร** | | |
| ไม่มี | 329 | 82.30 |
| มี 1 คน | 43 | 10.70 |
| มี 2 คน | 26 | 6.50 |
| มี 3 คน | 2 | 0.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **จำนวนสมาชิกในครอบครัว** | | |
| 1 คน | 11 | 2.80 |
| 2 คน | 45 | 11.30 |
| 3 คน | 174 | 43.50 |
| 4 คน | 107 | 26.70 |
| มากกว่า 4 คน | 63 | 15.70 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **ตำแหน่งงาน** | | |
| ข้าราชการ | 127 | 31.70 |
| ลูกจ้างประจำ | 114 | 28.50 |
| พนักงานมหาวิทยาลัย | 159 | 39.80 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **สังกัด** | | |
| 1. มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช | 122 | 30.50 |
| 2. รพ.เจริญกรุง | 43 | 10.70 |
| 3. รพ.ตากสิน | 71 | 17.70 |
| 4. รพ.กลาง | 40 | 10.00 |

**ตารางที่ 2** ข้อมูลทั่วไป (ต่อ) (n = 400)

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **สังกัด** | | |
| 5. สำนักการแพทย์ | 9 | 2.30 |
| 6. รพ.บางนา | 1 | 0.30 |
| 7. รพ.หลวงพ่อทวีศักดิ์ ชุตินธโร | 7 | 1.70 |
| 8. รพ.ราชพิพัฒน์ | 41 | 10.30 |
| 9. รพ.เวชการุณย์รัศมิ์ | 18 | 4.50 |
| 10. รพ.สิรินธร | 35 | 8.70 |
| 11. รพ.ลาดกระบัง | 12 | 3.00 |
| 12. รพ.คลองสามวา | 1 | 0.30 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** | | |
| 10,001 - 15,000 บาท | 22 | 5.50 |
| 15,001 - 20,000 บาท | 86 | 21.50 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 188 | 47.00 |
| 30,001 บาทขึ้นไป | 104 | 26.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

**ตารางที่ 3** ความสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ (n = 400)

| ความสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1. สนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ | 290 | 72.50 |
| 2. ไม่สนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ | 110 | 27.50 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

จากตารางที่ 2 และตารางที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.50) ช่วงอายุส่วนใหญ่ คือ 25-35 ปี (ร้อยละ 58.80) การศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 69.50) สถานภาพโสด (ร้อยละ 79.30) ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร (ร้อยละ 82.30) จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน (ร้อยละ 43.50) ตำแหน่งงานพนักงานมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 39.80) สังกัดมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช (ร้อยละ 30.50) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 (ร้อยละ 47.00) ทั้งนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ (ร้อยละ 72.50)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทางการเงิน การศึกษาในส่วนนี้จะใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

**ตารางที่ 4** พฤติกรรมทางการเงิน (n = 400)

| พฤติกรรมทางการเงิน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **ปัจจุบันมีภาระหนี้สิน** | | |
| ไม่มี | 187 | 46.80 |
| มีไม่เกิน 50,000 บาท | 43 | 10.70 |
| มี 50,001 - 100,000 บาท | 22 | 5.50 |
| มี 100,001 - 150,000 บาท | 16 | 4.00 |
| มี 150,001 - 200,000 บาท | 19 | 4.70 |
| มี 200,001 - 250,000 บาท | 13 | 3.30 |
| มี 250,001 - 300,000 บาท | 12 | 3.00 |
| มี 300,001 บาทขึ้นไป | 88 | 22.00 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |
| **แหล่งเกิดภาระหนี้สิน** | | |
| กู้เงินธนาคารพาณิชย์ | 143 | 67.80 |
| กู้เงินผ่านบัตรเครดิต | 73 | 34.60 |
| กู้เงินนอกระบบ/กู้ยืมเงินจากบุคคลอื่น | 7 | 3.30 |
| อื่น ๆ | 3 | 1.40 |
| หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละเป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม | | |
| **วัตถุประสงค์การกู้ยืม** | | |
| เพื่อการบริโภคในครัวเรือนที่จำเป็น | 134 | 63.20 |
| เพื่อที่อยู่อาศัย | 103 | 48.60 |
| เพื่อการท่องเที่ยว | 11 | 5.20 |
| เพื่อการศึกษาของท่าน/บุตร | 20 | 9.40 |
| เพื่อยานพาหนะ | 19 | 9.00 |
| หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละเป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม | | |
| **การชำระหนี้** | | |
| จ่ายเต็มตรงตามเวลา | 66 | 31.00 |
| ชำระบางส่วนตรงตามเวลา | 66 | 31.00 |
| ชำระขั้นต่ำไม่ตรงตามเวลา | 1 | 0.50 |
| ชำระขั้นต่ำตรงตามเวลา | 80 | 37.60 |
| หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละเป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม | | |

**ตารางที่ 4** พฤติกรรมทางการเงิน (ต่อ) (n = 400)

| พฤติกรรมทางการเงิน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| **การลงทุนการออม** | | |
| ซื้อหุ้น | 64 | 16.00 |
| ซื้อพันธบัตร | 40 | 10.00 |
| ซื้อกองทุน | 109 | 27.30 |
| ซื้อทองคำ | 40 | 10.00 |
| ฝากเงินกับธนาคาร | 351 | 87.80 |
| เล่นแชร์ | 52 | 13.00 |
| ทำประกันชีวิต | 112 | 28.00 |
| อื่น ๆ | 1 | 0.30 |
| หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละเป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม | | |
| **เหตุผลที่ท่านไม่เป็นสมาชิกสหกรณ์** | | |
| ไม่มีสิ่งจูงใจเพื่อให้ฝากออมเงินกับสหกรณ์ | 169 | 42.30 |
| ไม่ผ่านข้อบังคับของสหกรณ์ | 135 | 33.80 |
| ไม่มีเงินเหลือที่จะนำมาฝาก | 110 | 27.50 |
| ไม่พอใจในการบริการของสหกรณ์ | 1 | 0.30 |
| ไม่รู้จักสหกรณ์ | 35 | 8.80 |
| อื่น ๆ | 9 | 2.30 |
| หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละเป็นร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม | | |

จากตารางที่ 4 พบว่า มีพฤติกรรมทางการเงินแบบมีภาระหนี้สิน (ร้อยละ 53.20) แหล่งภาระหนี้สินเกิดจากการกู้เงินธนาคารพาณิชย์ (ร้อยละ 67.80) วัตถุประสงค์การกู้ยืมเพื่อการบริโภคในครัวเรือนที่จำเป็น (ร้อยละ 63.20) และใช้วิธีการชำระหนี้แบบชำระขั้นต่ำตรงตามเวลา (ร้อยละ 37.60) โดยมีการลงทุนการออมโดยการฝากเงินกับธนาคาร (ร้อยละ 87.80) ซึ่งยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยรัตน์ กฤษณามระ และคณะ [4] ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงเลือกวิธีการลงทุนและการออมโดยการฝากเงินกับธนาคารเป็นอันดับแรก และถัดมาคือการซื้อประกันชีวิต โดยในการวิจัยในครั้งนี้ได้รับทราบเหตุผลที่ส่วนใหญ่ไม่สมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์เนื่องจากไม่มีสิ่งจูงใจเพื่อให้ฝากออมเงินกับสหกรณ์ (ร้อยละ 42.30)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสวัสดิการ 2) ด้านการให้บริการ 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านผลตอบแทน และ 5) ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ภาพรวม

| ปัจจัย | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|---|
| ด้านสวัสดิการ | 4.24 | 0.73 | มากที่สุด |
| ด้านการให้บริการ | 4.28 | 0.65 | มากที่สุด |
| ด้านการสื่อสาร | 3.99 | 0.87 | มาก |
| ด้านผลตอบแทน | 4.72 | 0.54 | มากที่สุด |
| ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | 4.61 | 0.59 | มากที่สุด |
| **โดยรวม** | **4.36** | **0.67** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด โดยรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.36) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ($\overline{X}$ = 4.72) ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง ($\overline{X}$ = 4.61) ด้านการให้บริการ ($\overline{X}$ = 4.28) และด้านสวัสดิการ ($\overline{X}$ = 4.24) ตามลำดับ และมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ($\overline{X}$ = 3.99) รวมโดยอยู่ในระดับที่มากกว่างานวิจัยของ ณัฏฐณี ดวงจันทร์ [5] ซึ่งปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกันที่ 3.49

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐาน ปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสวัสดิการ 2) ด้านการให้บริการ 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านผลตอบแทน และ 5) ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ สมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) พบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน มีปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านสวัสดิการ 2) ปัจจัยด้านการให้บริการ และ 3) ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

## 6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.50) ช่วงอายุส่วนใหญ่ คือ 25 - 35 ปี (ร้อยละ 58.80) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 69.50) สถานภาพโสด (ร้อยละ 79.30) ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร (ร้อยละ 82.30) จำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3 คน (ร้อยละ 43.50) ตำแหน่งงานเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 39.80) สังกัดมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช (ร้อยละ 30.50) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 (ร้อยละ 47.00) ทั้งนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ (ร้อยละ 72.50) จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ที่ค่อนข้างน้อยจึงเป็นเหตุปัจจัยที่พบว่ามีพฤติกรรมทางการเงิน แบบมีภาระหนี้สิน (ร้อยละ 53.20) แหล่งภาระหนี้สินเกิดจากการกู้เงินธนาคารพาณิชย์ (ร้อยละ 67.80) มีวัตถุประสงค์การกู้ยืมเพื่อการบริโภคในครัวเรือนที่จำเป็น (ร้อยละ 63.20) จึงใช้วิธีการชำระหนี้แบบชำระขั้นต่ำตรงตามเวลา (ร้อยละ 37.60) โดยมีการลงทุนและการออมโดยการฝากเงินกับธนาคาร (ร้อยละ 87.80) ซึ่งยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฏิมากร ใจอ่อน [2] ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงเลือกวิธีการลงทุนและการออมโดยการฝากเงินกับธนาคารเป็นอันดับแรก และถัดมา คือ การซื้อประกันชีวิต โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้รับเหตุผลที่ส่วนใหญ่ไม่สมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์เนื่องจากไม่มีสิ่งจูงใจ

เพื่อให้ฝากออมเงินกับสหกรณ์ (ร้อยละ 42.30) ซึ่งเหตุผลดังกล่าวเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของปัจจัยภายในสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน สอดคล้องกับผลการวิจัยปัจจัยในการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์สำหรับกลุ่มบุคลากร ในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด พบว่า โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ($\overline{X}$ = 4.72) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุศนา ชูชัยมงคล และศรีฟ้า จ่างสกุล [6] ซึ่งความต้องการทางด้านผลตอบแทนยังคงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ สมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง ($\overline{X}$ = 4.61) ด้านการให้บริการ ($\overline{X}$ = 4.28) และด้านสวัสดิการ ($\overline{X}$ = 4.24) ตามลำดับรองลงมามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการสื่อสาร ($\overline{X}$ = 3.99)

6.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**ตารางที่ 6** สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

| ปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน | ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับนัยสำคัญ .05 | ไม่มีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| **1. ปัจจัยด้านสวัสดิการ** | | |
| 1.1 สวัสดิการเพื่อการศึกษาบุตรสมาชิก | ✓ | |
| 1.2 สวัสดิการเพื่อการบรรเทาสาธารณภัย | ✓ | |
| 1.3 สวัสดิการกรณีสมาชิกถึงแก่กรรม | ✓ | |
| 1.4 สวัสดิการกรณีบิดามารดาสมาชิกถึงแก่กรรม | ✓ | |
| 1.5 สวัสดิการเมื่อสมาชิกเกษียณอายุ | ✓ | |
| **2. ปัจจัยด้านการให้บริการ** | | |
| 2.1 การให้บริการรับฝากเงิน | ✓ | |
| 2.2 การให้บริการด้านสินเชื่อต่าง ๆ | ✓ | |
| **3. ปัจจัยด้านการสื่อสาร** | | |
| 3.1 การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ | | ✓ |
| 3.2 การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นผับ | | ✓ |
| 3.3 การให้ข้อมูลโดยเจ้าหน้าที่/คณะกรรมการ/ตัวแทน | | ✓ |
| **4. ปัจจัยด้านผลตอบแทน** | | |
| 4.1 อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ | | ✓ |
| 4.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ | ✓ | |
| 4.3 อัตราเงินปันผลที่สูง | | ✓ |
| **5. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง** | | ✓ |
| 5.1 ระบบการควบคุมภายในของสหกรณ์มีคุณภาพ | | ✓ |
| 5.2 ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน | | ✓ |

**ตารางที่ 6** สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

| ปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน | ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับนัยสำคัญ .05 | ไม่มีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| **5. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง** | | ✓ |
| 5.3 ความสะดวกรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการ | | ✓ |
| 5.4 การได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการ | | ✓ |

จากตารางที่ 6 วิเคราะห์ปัจจัยภายในสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการ ซึ่งประกอบด้วย สวัสดิการเพื่อการศึกษาบุตรสมาชิก สวัสดิการเพื่อการบรรเทาสาธารณภัย สวัสดิการสมาชิกถึงแก่กรรม สวัสดิการกรณีบิดามารดาสมาชิกถึงแก่กรรม และสวัสดิการเมื่อสมาชิกเกษียณอายุ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด เช่นเดียวกัน ปัจจัยด้านการให้บริการซึ่งประกอบด้วย การให้บริการรับฝากเงิน และการให้บริการด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์ต่อตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ในส่วนของปัจจัยด้านผลตอบแทนมีเพียงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในครั้งนี้

1. จากการศึกษาปัจจัยภายในของสหกรณ์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสวัสดิการ 2) ด้านการให้บริการ 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านผลตอบแทน และ 5) ด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง พบว่ายังคงเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ทำให้ทราบว่าควรมีการพัฒนาปัจจัยดังกล่าวเพื่อเป็นการกระตุ้นแรงจูงใจในการสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์

2. จากการศึกษาพฤติกรรมทางการเงินทำให้ทราบว่า มีบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความต้องการใช้เงินเพื่อการบริโภคในครัวเรือนที่จำเป็นเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ควรพัฒนาปัจจัยในด้านการให้บริการสินเชื่อเพื่อรับรองบุคลากรกลุ่มดังกล่าว ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนสมาชิกสหกรณ์

3. เนื่องจากยังมีบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่ยังไม่สมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด เป็นจำนวนมาก จึงควรพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือ โซเชียลมีเดีย และการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อเข้าถึงบุคลากรกลุ่มดังกล่าวเพื่อนำปัจจัยภายในสหกรณ์ไปถ่ายทอดเพื่อสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเกิดความสนใจและตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์วชิรพยาบาล จำกัด ในที่สุด

4. ศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลตอบแทน เนื่องจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยภายในสหกรณ์ด้านผลตอบแทน ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ และอัตราเงินปันผลที่อยู่ในระดับสูง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมและได้ตัวพยากรณ์ที่ดีที่สุด ควรนำตัวแปรอิสระอื่น ๆ เข้ามาศึกษาในการวิจัย เช่น เหตุผลของการเลือกฝากเงินกับธนาคาร เพื่อศึกษาความต้องการในการลงทุนหรือการออมที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่าง

2. การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยด้านสวัสดิการเพื่อการศึกษาบุตรสมาชิก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์สำหรับกลุ่มบุคลากรในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) เนื่องจากผลการศึกษามีผู้ที่ไม่มีบุตรเป็นจำนวนมากแต่ความต้องการปัจจัยดังกล่าวยังอยู่ในระดับความสำคัญที่มากที่สุด

## เอกสารอ้างอิง

[1] กรมสุขภาพจิต. (2563). *Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2566]. จาก https://dmh.go.th/news/view.asp?id=1251

[2] ปฏิมากร ใจอ่อน. (2564). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยแวดล้อมระดับมหภาค ทักษะทางการเงิน และการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการออมเงินของกลุ่มเจเนอเรชัน Y เพื่อวัยเกษียณ. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 13(2), 61-72.

[3] ศุภรัตน์ ถนอมแก้ว เกษราภรณ์ สุตตาพงศ์ และยุวดี ลีเบ็น. (2559). กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจของพนักงานในแต่ละช่วงวัยในองค์การ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 11(1), 15-60.

[4] ปิยรัตน์ กฤษณามระ พัชราวลัย ชัยปาณี เมธินี วณิกกุล รัฐชัย ศีลาเจริญ นาถฤดี และศุภกิจ จารักษ์. (2554). พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการออมของผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 33(129), 106-118.

[5] ณัฏฐณี ดวงจันทร์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฮิตาชิแห่งประเทศไทย จำกัด. *(วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[6] อุศนา ชูชัยมงคล และศรีฟ้า จ่างสกุล. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โรงพยาบาลอินทร์บุรี จำกัด จังหวัดสิงห์บุรี. *วารสารการอาชีวศึกษาภาคกลาง*, 5(1), 15-41.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

# Development of Multimedia Teaching Materials on Cooking Western Food (Pasta), a Career Course for High School Students at Assumption Samutprakarn School

อมรพรรณ สีสุข[1] และชญาภัทร์ กี่อาริโย[2]
Amornphan Srisuk[1] and Chayapat Kee-ariyo[2]

[1] นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
student, Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ประจำหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
Assistant Professor Dr., Lecturer Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300
[1] Corresponding Author : E-mail : amornphan-s@rmutp.ac.th
Received : 12 ต.ค. 66 Revised : 19 พ.ย. 66 Accepted : 8 ธ.ค. 66
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.003

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) หาคุณภาพของสื่อการสอนมัลติมีเดีย 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย และ 4) ศึกษาความคงทนในการเรียนรู้หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และกลุ่มนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 เลือกเรียนรายวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร จำนวน 30 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนแบบประเมินคุณภาพของสื่อมัลติมีเดีย แบบประเมินภาคปฏิบัติ และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

เรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการดำเนินเรื่อง รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา และน้อยที่สุดคือ ด้านคุณค่าและประโยชน์ ส่วนคุณภาพการผลิตสื่อมัลติมีเดียโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ รองลงมาคือ ด้านตัวอักษร และน้อยที่สุดคือ ด้านเสียง 2) นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) นักเรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการใช้งาน รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาของบทเรียน และน้อยที่สุดคือ ด้านเทคนิคการนำเสนอ และ 4) นักเรียนมีความคงทนในการเรียนรู้หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน ผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์ ปรากฏว่า คะแนนเฉลี่ยสูงกว่าคะแนนหลังเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย พาสต้า รายวิชาการงานอาชีพ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

## Abstract

This study aims to 1) find the quality of multimedia teaching, 2) compare academic achievement, 3) study student satisfaction with multimedia media, and 4) study the durability of learning after being taught by using multimedia for teaching cooking Western food (pasta), a career course for high school students at Assumption Samutprakarn School. The population and sample used in the research included a group of 3 experts and a group of 30 Matthayom-5 students who chose to study the food business management course.The research instruments were multimedia teaching materials, multimedia quality assessment model, practical assessment, and satisfaction questionnaire. Statistics used in data analysis included mean, standard deviation, and t-test. The results found that firstly, the overall quality of multimedia content was at a very good level. By considering respectively, it was found that the highest average value was the story aspect, followed by the content aspect and the least was value and benefits. In terms of the overall quality of multimedia production, it was at a very good level.By considering respectively, it was found that the highest average was the received benefits, followed by letters, and the least was sound. Secondly, the students have higher academic achievement after studying than before studying with statistically significant at the .05 level. Thirdly, the students are satisfied with overall multimedia at the highest level. By considering respectively, it was found that the highest average was usage, followed by lesson content, and the least was presentation technique and Finally, the students are more durable in their learning after being taught by using multimedia for teaching cooking Western food (pasta), a career course for high school students at Assumption Samutprakarn School. The results also found that the average score after studying for 2 weeks was higher, statistically significant at .05 level.

**Keywords :** development of multimedia teaching materials, pasta, career course for high school students at Assumption Samutprakarn School

## 1. บทนำ

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญด้านการศึกษาในฐานะกลไกหลักในการพัฒนาประเทศ มีความมุ่งมั่นในการจัดการศึกษาให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงโอกาสและความเสมอภาคในการศึกษาที่มีคุณภาพ พัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะในการทำงานที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดงานและการพัฒนาประเทศ โดยเห็นได้จาก พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 มีการกำหนดให้จัดรูปแบบการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยผู้สอนต้องบูรณาการให้ผู้เรียนมีความรู้ คุณธรรม และดำรงชีวิตในสังคม มีความสามารถที่จะใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ โดยได้กำหนดให้ผู้เรียนมีสิทธิ์ได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในโอกาสแรกที่ทำได้ เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สอดรับกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ที่กำหนดวิสัยทัศน์ให้คนไทยทุกคนได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข และเมื่อประเทศไทยมีการพัฒนาเทคโนโลยีจนเกิดความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรวดเร็วจนเกิดเป็นการก้าวกระโดด ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างฉับพลัน (Disruptive technology) ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ และต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ในการเผชิญกับเทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวันมากมาย ทั้งทางด้านการเรียนการสอนในสถานศึกษา การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การเดินทาง การใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการบริหารและการจัดการการทำงาน กล่าวได้ว่าเทคโนโลยีเกี่ยวข้องกับทุกเรื่องในชีวิตประจำวัน ดังนั้นเยาวชนรุ่นใหม่จึงควรเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้รู้เท่าทันและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศต่อไป ซึ่งเป็นบทบาทของการศึกษาที่ต้องพัฒนาเด็กและเยาวชนให้มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (Partnership For 21st Century Skills) ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ 1) การจัดการศึกษาเพื่อความมั่นคงของสังคมและประเทศชาติ 2) การผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 3) การพัฒนาศักยภาพคน ช่วงวัยและการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ 4) การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมทางการศึกษา 5) การจัดการศึกษาเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 6) การพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการศึกษา [1]

ปัจจุบันการเรียนการสอนรายวิชาการงานอาชีพในระดับมัธยมศึกษาครูผู้สอนจัดการเรียนการสอนโดยยึดตนเองเป็นสำคัญ เน้นวิธีการสอนบรรยาย กล่าวคือ ครูเป็นผู้อธิบาย สาธิต และให้นักเรียนปฏิบัติตามจากที่ครูสอน นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนน้อยมาก ไม่ค่อยมีโอกาสแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับ ปิยะดา เนียมสุวรรณ [2] กล่าวว่า แนวทางในการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสม โดยอาศัยความคิดเห็นและความรู้สึกต่อประสบการณ์การเรียนรู้ของนักเรียนที่มีต่อการเรียนในแบบวิถีชีวิตใหม่ว่ามีความแตกต่างอย่างไรจากแบบเดิม และรูปแบบการเรียนการสอนในแบบนี้ยังจะสามารถช่วยเพิ่มพูนทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจากการที่ผู้วิจัยทบทวนเอกสารการวิจัยของนักการศึกษาหลาย ๆ ท่าน พบว่า การนำสื่อการสอนมัลติมีเดียมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนจะสามารถทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และเกิดการทบทวนเนื้อหาได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นความสำคัญของสื่อมัลติมีเดียที่ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน ช่วยให้เข้าใจในเนื้อหาได้ดีกว่าการอ่านเอกสารเพียงอย่างเดียว อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการนิเทศโดยหัวหน้าฝ่ายวิชาการและของผู้วิจัยในฐานะของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพตลอดจนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามเกณฑ์การประเมิน พบว่า ในกระบวนการจัดการเรียนการสอนนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 รายวิชาการงานอาชีพ ครูผู้สอนจำนวน 10 คน ปีการศึกษา 2565 พบว่า ครูผู้สอนส่วนใหญ่ยังจัดการเรียนการสอนโดยยึดตนเองเป็นสำคัญ เน้นใช้วิธีการสอนแบบบรรยาย และใช้หนังสือเอกสารเป็นส่วนประกอบในการเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนไม่มีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน ขาดความสนใจ ไม่เข้าใจในเนื้อหาที่สอน ขาดความกระตือรือร้นที่จะค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง ขาดความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ขาดกระบวนการคิดวิเคราะห์การวางแผนในการตัดสินใจและแก้ปัญหาในวิชาเรียน ส่งผลให้ผู้เรียนส่วนมากมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

อยู่ในระดับพอใช้ [3] จะเห็นได้ว่านักเรียนส่วนมากมีผลการเรียนอยู่ในระดับพอใช้ จึงควรได้รับการพัฒนาให้สูงขึ้น เพื่อให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางด้านการเรียนรายวิชาการงานอาชีพที่สูงขึ้น ดังที่ ทิศนา แขมมณี [4] กล่าวว่า ข้อจำกัดของวิธีการสอนสาธิต หากนักเรียนกลุ่มใหญ่ นักเรียนอาจสังเกตเห็นการสาธิตไม่ชัดเจน นักเรียนอาจมีส่วนร่วมไม่ทั่วถึง เนื่องจากภูมิหลังความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียนทำให้นักเรียนเรียนรู้และเข้าใจในเนื้อหาและขั้นตอนที่แตกต่างกัน ทำให้การจัดเรียนการสอนต้องใช้การสอนทวนซ้ำอยู่บ่อยครั้ง เพื่อให้นักเรียนเกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างครูผู้สอนและนักเรียน ซึ่งเวลาในการจัดการเรียนการสอนที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้การดูแลนักเรียนไม่ทั่วถึงส่งผลให้ประสิทธิภาพของผลงานนักเรียนไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ทำให้นักเรียนเกิดความท้อแท้ในการเรียนและการทำงานล่าช้าค้างงาน ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน

จากเหตุผลและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นครูผู้สอนจึงสนใจนำเทคโนโลยีมาพัฒนาการศึกษาด้านสื่อมัลติมีเดียเรื่องอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับการทำอาหารต่างประเทศ จึงต้องมีการสืบค้นข้อมูลและการใช้สื่อมัลติมีเดียในการจัดการเรียนรู้เพื่อทำให้การเรียนรู้ได้เกิดการเห็นภาพทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย อีกทั้งยังทำให้เกิดความปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนในการโต้ตอบกับผู้เรียน ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้เข้าใจเนื้อหามากขึ้นกว่าการเรียนรู้แบบดั้งเดิมที่เป็นเพียงการบรรยายในชั้นเรียนเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะส่งเสริมให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ นอกจากนี้ผู้เรียนสามารถศึกษาเนื้อหาในบทเรียนหรือทบทวนบทเรียนได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังให้ผู้เรียนให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้และปฏิบัติด้วยตนเอง ตลอดจนผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ มีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างพอเพียงและมีความสุขต่อไป การเรียนรู้จากสื่อดิจิทัลไม่ว่าผู้เรียนอยู่ที่ไหนก็สามารถศึกษาได้ด้วยตนเองและสามารถทบทวนซ้ำได้บ่อยครั้ง สามารถแก้ปัญหาความแตกต่างระหว่างบุคคลและยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนให้สูงขึ้นกว่าเดิม ช่วยแก้ปัญหาในด้านข้อจำกัดเกี่ยวกับเวลาและสถานที่ศึกษาอีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อหาคุณภาพของสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

2.2 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

2.4 เพื่อศึกษาความคงทนในการเรียนรู้หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินคุณภาพสื่อมัลติมีเดีย โดยการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ คือ เป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการเรียนการสอน ด้านสื่อมัลติมีเดีย อย่างน้อย 3 ปี จำนวน 3 คน

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองภาคสนาม ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2566 มีจำนวน 9 ห้อง จำนวนนักเรียนทั้งหมด 439 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เฉพาะนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 แผนการเรียนพหุศาสตร์ โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ โดยกำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2566 และเลือกเรียนรายวิชาการจัดการธุรกิจ

อาหาร จำนวน 30 คน เนื่องจากเป็นวิชาที่มีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับกลุ่มการงานอาชีพ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดลองจึงมีคุณลักษณะเหมาะสมและสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

2) แบบประเมินคุณภาพของสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ มีลักษณะการประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดีย และด้านผลิตสื่อมัลติมีเดีย

3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) นำสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนที่พัฒนาเรียบร้อยแล้วไปเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านผลิตสื่อมัลติมีเดีย จำนวน 3 คน เพื่อประเมินคุณภาพสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน

2) นำสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนไปดำเนินการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 แผนการเรียนพหุศาสตร์ ที่เลือกเรียนรายวิชาการจัดการธุรกิจอาหารโรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ และกำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2566 โดยให้กลุ่มตัวอย่างเรียนจากสื่อมัลติมีเดียและทำแบบทดสอบภาคปฏิบัติก่อนเรียนและหลังเรียน

3) นำคะแนนที่ได้จากการทำแบบทดสอบภาคปฏิบัติก่อนเรียนและหลังเรียนไปวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

4) ให้นักเรียนตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล

5) เมื่อผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์ ให้นักเรียนทำแบบทดสอบโดยใช้แบบทดสอบฉบับเดียวกันกับแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน เพื่อวัดความคงทนทางการเรียนหลังจากที่ได้เรียนด้วยสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การประเมินคุณภาพของสื่อมัลติมีเดีย ด้านเนื้อหาและด้านสื่อมัลติมีเดีย โดยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2) การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ โดยใช้สื่อมัลติมีเดียกับวิธีการสอนแบบปกติ สถิติที่ใช้ คือ การทดสอบค่าที t-test (Dependent Sample)

3) วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4) การหาค่าความคงทนในการเรียนรู้ เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) โดยการใช้สื่อมัลติมีเดียหลังจากเรียนผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์ โดยการทดสอบค่าที t-test (Dependent Sample)

## 4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์คุณภาพของสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

4.1.1 ด้านเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดีย ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของด้านเนื้อหาสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ โดยรวม

| คุณภาพของเนื้อหาสื่อการสอนมัลติมีเดีย โดยรวม | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับคุณภาพ |
|---|---|---|---|
| ด้านเนื้อหา | 4.33 | .16 | ดีมาก |
| ด้านการนำเข้าสู่บทเรียน | 4.11 | .19 | ดีมาก |
| ด้านการดำเนินเรื่อง | 4.56 | .19 | ดีมากที่สุด |
| ด้านภาพ เสียง และการใช้ภาษา | 4.27 | .11 | ดีมาก |
| ด้านคุณค่าและประโยชน์ | 4.08 | .14 | ดีมาก |
| **รวม** | **4.27** | **.08** | **ดีมาก** |

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อที่พัฒนาขึ้น พบว่า เนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการดำเนินเรื่อง รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา และน้อยที่สุดคือ ด้านคุณค่าและประโยชน์

4.1.2 ด้านผลิตสื่อมัลติมีเดีย ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของการผลิตสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ โดยรวม

| คุณภาพของเนื้อหาสื่อการสอนมัลติมีเดีย โดยรวม | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับคุณภาพ |
|---|---|---|---|
| ด้านการนำเสนอและเนื้อหา | 4.28 | .09 | ดีมาก |
| ด้านภาพ | 4.33 | .23 | ดีมาก |
| ด้านเสียง | 4.17 | .14 | ดีมาก |
| ด้านตัวอักษร | 4.40 | .20 | ดีมาก |
| ด้านเทคนิค | 4.25 | .00 | ดีมาก |
| ด้านประโยชน์ที่ได้รับ | 4.50 | .25 | ดีมากที่สุด |
| **รวม** | **4.32** | **.03** | **ดีมาก** |

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพสื่อที่พัฒนาขึ้น พบว่า การผลิตสื่อมัลติมีเดีย มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ รองลงมาคือ ด้านตัวอักษร และน้อยที่สุดคือ ด้านเสียง

4.2 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** การเปรียบเทียบผลคะแนนระหว่างเรียนและหลังเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

| การทดสอบ | จำนวนนักเรียน | คะแนน | $\bar{X}$ | S.D. | t | p |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ระหว่างเรียน | 30 | 20 | 12.10 | 1.72 | 22.606* | .000 |
| หลังเรียน | 30 | 20 | 17.60 | 1.24 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบผลคะแนนระหว่างเรียนและหลังเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ พบว่า มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงสรุปได้ว่า นักเรียนมีคะแนนทดสอบสอบหลังเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดียสูงขึ้นก่อนเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดีย

4.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการโดยรวม

| ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย โดยรวม | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| ด้านเนื้อหาของบทเรียน | 4.50 | .51 | มากที่สุด |
| ด้านเทคนิคการนำเสนอ | 4.48 | .56 | มาก |
| ด้านการใช้งาน | 4.52 | .53 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.50** | **.52** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพโดยรวม พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการใช้งาน รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาของบทเรียน และน้อยที่สุดคือ ด้านเทคนิคการนำเสนอ

4.4 การวิเคราะห์ความคงทนในการเรียนรู้หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์ความคงทนในการเรียนรู้ของนักเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

| การทดสอบ | จำนวนนักเรียน | คะแนน | $\bar{X}$ | S.D. | t | p |
|---|---|---|---|---|---|---|
| หลังเรียน | 30 | 20 | 17.60 | 1.248 | -5.215* | .000 |
| เมื่อเวลาผ่านไป 2 สัปดาห์ | 30 | 20 | 18.53 | 1.008 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า นักเรียนมีคะแนนทดสอบหลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 17.60 และมีคะแนนทดสอบหลังเรียนผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์ เฉลี่ยเท่ากับ 18.53 ซึ่งไม่น้อยกว่าคะแนนทดสอบหลังเรียน เมื่อเปรียบเทียบผลต่างของคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์ ปรากฏว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์ สูงกว่าคะแนนหลังเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ นักเรียนมีความคงทนในการเรียนรู้ กล่าวโดยสรุปคือ นักเรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ จดจำเนื้อหาวิชา ตลอดจนสามารถประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) ตามสื่อมัลติมีเดียได้อย่างถูกต้องและมีทักษะดีขึ้น

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การหาคุณภาพของสื่อการสอนมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ มีดังนี้

5.1.1 ด้านเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดีย ผลการวิจัยพบว่ามีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก โดยมีปริมาณความเหมาะสมของเนื้อหาแต่ละบทเรียนมีความต่อเนื่องกัน เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ ความเหมาะสมของการเรียงลำดับเนื้อหา การอธิบายเนื้อหามีความชัดเจนและถูกต้อง ความยาก-ง่ายของเนื้อหาเหมาะสมกับระดับผู้เรียน และเนื้อหามีความถูกต้องตามหลักวิชาการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมีนา ฉายสุวรรณ [5] ได้ศึกษาผลการใช้สื่อมัลติมีเดียที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องความเป็นกรด - เบสทางเคมี ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มีคุณภาพโดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก และสอดคล้องกับ พงศ์พิสุทธิ์ นุวัติดีวงศ์ [6] ได้ศึกษาการสร้างสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอน เรื่องการประดิษฐ์บายศรีปากชาม ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ พบว่า สื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอนที่สร้างขึ้นมีคุณภาพของเนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์มีค่าเฉลี่ยในระดับดีมาก

5.1.2 ด้านผลิตสื่อมัลติมีเดีย ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมากที่สุด ได้แก่ ผู้เรียนสามารถทบทวนความรู้ได้จากสื่อการสอนได้ตลอดเวลา แบ่งเบาภาระในการเตรียมเนื้อหาของผู้สอน และผู้อื่นสามารถนำสื่อมาใช้สอนแทนได้ มีความเหมาะสมสำหรับใช้ประกอบการเรียน และช่วยให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรเมศวร์ สิริสุรภักดี [7] ได้ศึกษาการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียคอมพิวเตอร์ เรื่องหลักการทำงานของคอมพิวเตอร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนวัดพุทไธศวรรย์ พบว่า คุณภาพของสื่อมัลติมีเดียอยู่ในระดับมาก และในขณะเดียวกัน Brown, C.A. [8] ได้ศึกษาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเรื่องมัลติมีเดีย และส่วนประกอบที่ประกอบกันเป็นมัลติมีเดีย ประกอบด้วยเสียงและภาพในการสอนวิชาต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยวอชิงตัน ยังพบว่าสื่อประสมหรือมัลติมีเดียเป็นเครื่องมือประกอบการสอนที่ดี สามารถแปลความหมายและวิเคราะห์เรื่องเสียงและภาพได้ และมีประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอน

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสรุปได้ว่า นักเรียนมีคะแนนทดสอบสอบหลังเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดียสูงขึ้นก่อนเรียนด้วยสื่อมัลติมีเดีย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมีนา ฉายสุวรรณ [5] พบว่า ค่าเฉลี่ยก่อนเรียนของกลุ่มตัวอย่างได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 12.50 และค่าเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 16.90 โดยคิดเป็นร้อยละ 84.50 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ในขณะเดียวกัน จักรพันธ์ รูปงาม [9] ยังพบว่า ผลการพัฒนาทักษะ การปฏิบัติงานการร้อยมาลัยของนักศึกษาโดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ประกอบมัลติมีเดีย รายวิชาการร้อยมาลัย พบว่า นักศึกษาทุกคนผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คิดเป็นร้อยละ 100.00 โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 108.56 จากคะแนนเต็ม 120 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90.46 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และยังพบในงานวิจัยของ พงศ์พิสุทธิ์ นุวัติดีวงศ์ [6] พบว่า ผลการวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สรุปได้ว่าสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอนช่วยให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อด้านการใช้งานสื่อมัลติมีเดียอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อมัลติมีเดียมีความทันสมัย สะดวกและง่ายในการใช้งาน รองลงมาคือ ตัวอักษรชัดเจนและอ่านง่าย และสามารถตอบโต้ระหว่างผู้ใช้งานกับตัวสื่อมัลติมีเดีย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรภัทร์ บุตรครุธ [10] ได้ศึกษาการพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย วิชาพื้นฐานการประกอบอาหารประเภทแกงและต้ม เรื่องแกงมัสมั่น สำหรับนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพอาหารไทยมืออาชีพโรงเรียนการอาหารไทยเอ็มเอสซี นักเรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อการสอนมัลติมีเดียวิชาพื้นฐานการประกอบอาหารประเภทแกงและต้ม เรื่องแกงมัสมั่น หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพอาหารไทยมืออาชีพโรงเรียนการอาหารไทยเอ็มเอสซีโดยรวม อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรเมศวร์ สิริสุรภักดี [7] ได้ศึกษาการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียคอมพิวเตอร์ เรื่องหลักการทำงานของคอมพิวเตอร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนวัดพุทไธศวรรย์ นักเรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก

ศึกษาความคงทนในการเรียนรู้หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอน เรื่องการประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) รายวิชาการงานอาชีพ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีคะแนนทดสอบหลังเรียนผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์ ปรากฏว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนผ่านไปแล้ว 2 สัปดาห์สูงกว่าคะแนนหลังเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวโดยสรุปคือ นักเรียนมีความสามารถในการเรียนรู้จดจำเนื้อหาวิชา ตลอดจนสามารถประกอบอาหารตะวันตก (พาสต้า) ตามสื่อมัลติมีเดียได้อย่างถูกต้องและมีทักษะดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิเวศน์ วงศ์ประทุม [11] ได้ศึกษาการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนวิชาการเขียนโปรแกรมด้วยภาษาซีชาร์ป 1 กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 นักเรียนที่เรียนด้วยสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนมีความคงทนในการเรียนรู้ โดยที่คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังทดสอบเวลาผ่านไป 2 สัปดาห์ สูงกว่าหลังเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งการที่นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยมีคะแนนหลังเรียนสูงขึ้นและนักเรียนมีทัศนคติต่อการเรียนวิชาเคมี โดยมีความพึงพอใจต่อการเรียนเพิ่มมากขึ้นด้วย จึงสรุปได้ว่าการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนทำให้รูปแบบการเรียนการสอนมีพัฒนาการมากขึ้น (Ozman, Haluk) [12]

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.2.1 ควรมีการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียประกอบรายวิชาอื่นโดยเฉพาะในรายวิชาปฏิบัติที่มีเนื้อหาและทำความเข้าใจยาก นักเรียนมีความสนใจน้อย จึงควรใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบ

การสอนไปเร้าความสนใจของผู้เรียนได้ อีกทั้งสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองตามความต้องการ ตามศักยภาพและความแตกต่างระหว่างบุคคลได้

5.2.2 ควรนำสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่น ๆ ด้วย เพื่อให้นักเรียนสามารถทบทวนความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งจะส่งผลให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

[1] สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *การพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการศึกษา*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2566]. จาก http://www.onec.go.th

[2] ปิยะดา เนียมสุวรรณ. (2564). การศึกษาการจัดการเรียนการสอนเพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในรูปแบบวิถีชีวิตใหม่. *(วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหิดล.

[3] กระทรวงศึกษาธิการ. (2565). *กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2566]. จาก https://www.bantalohhalo.thai.ac/

[4] ทิศนา แขมมณี. (2560). *ศาสตร์การสอน*. กรุงเทพมหานคร: ด่านสุทธาการพิมพ์.

[5] อมีนา ฉายสุวรรณ. (2565). ผลการใช้สื่อมัลติมีเดียที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องความเป็นกรด-เบสทางเคมีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 12(1), 195-205.

[6] พงศ์พิสุทธิ์ นุวัติดีวงศ์. (2561). การสร้างสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอน เรื่องการประดิษฐ์บายศรีปากชาม ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

[7] ปรเมศวร์ สิริสุรภักดี. (2561). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียคอมพิวเตอร์ เรื่องหลักการทำงานของคอมพิวเตอร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนวัดพุทไธศวรรย์. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้*, 4(1), 49-62.

[8] Brown, C. A. (2010). Learning through construction of interactive multimedia *(Doctoral dissertation)*. University of Wollongong, Australia.

[9] จักรพันธ์ รูปงาม. (2565). ผลการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ประกอบมัลติมีเดีย รายวิชาการร้อยมาลัย สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ศึกษา. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 12(2), 69-78.

[10] ธีรภัทร์ บุตรครุธ. (2564). การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย วิชาพื้นฐานการประกอบอาหารประเภทแกงและต้ม เรื่องแกงมัสมั่น สำหรับนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพอาหารไทยมืออาชีพ *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

[11] นิเวศน์วงศ์ประทุม และประยูร บุญใช้ (2562). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนวิชาการเขียนโปรแกรมด้วยภาษาซีชาร์ป 1 กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. *วารสารวิชาการหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 7(18), 155-164.

[12] Ozman, H. (2018). The influence of computer-assisted instruction on students' conceptual understanding of chemical bonding and attitude toward chemistry: A case for Turkey. *Computers & Education*, 51(20), 423-428.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี

# Decisions to Pursue a Home Economics Program Among Upper Secondary School Students in Suphan Buri Province

ชลธิชา ศิริประยงค์[1] และชญาภัทร์ กี่อาริโย[2]
Cholticha Siriprayong[1] and Chayapat Kee-ariyo[2]

[1] นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
student, Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ประจำหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
Assistant Professor Dr., Lecturer Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300

[1] Corresponding Author : E-mail : Siriprayongsomo16@gmail.com

Received : 16 ต.ค. 66 Revised : 9 พ.ย. 66 Accepted : 8 ธ.ค. 66
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.004

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน 2) การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียน และ 3) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในปีการศึกษา 2566 จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 316 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.24 ที่เลือกเรียนแผนวิทย์-คณิต ร้อยละ 25.32 มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป ร้อยละ 47.46 ที่มีความถนัดและความชอบด้านเบเกอรี่ ร้อยละ 30.38 โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 95.89 ซึ่งได้รับรู้ข่าวสารการศึกษาต่อผ่านช่องทาง Facebook และการแนะแนวศึกษาต่อของสถาบันการศึกษา ร้อยละ 23.73 และผู้ปกครองมีรายได้

เฉลี่ยเดือนละ 15,001-25,000 บาท ร้อยละ 29.43 2) นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรีโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกิจกรรมเสริม รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และน้อยที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร และ 3) แผนการเรียน เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ความถนัดและความชอบเป็นพิเศษ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารการศึกษาต่อของนักเรียนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นเพศ ภูมิลำเนา และรายได้ของผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนของนักเรียนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี

## Abstract

This research aims to explore three key aspects: 1) the intricate details of students' personal backgrounds; 2) the nuanced decision-making processes guiding students to pursue further studies in a Home Economics program; and 3) a comprehensive comparison of factors influencing the decision to continue their academic journey within the Home Economics program, specifically in Suphan Buri Province. The categorization methodology was intricately aligned with the relevance to the personal backgrounds of upper secondary school students. The study included 316 students from Matthayom 6 who were enrolled during the academic year 2566 in Suphan Buri Province. The research methodology was robust, employing detailed statistical data recording, including frequency, percentages, mean, standard deviation, t-tests, and single-system analysis, to provide a thorough examination of data consistency.

The research brought forth insightful findings: 1) Matthayom 6 students aspiring to pursue further studies in the field of Home Economics in Suphan Buri Province were encouraged to articulate their preferences. Notably, females made up the majority, accounting for 64.24%, with 25.32% of all students opting for the Science-Mathematics curriculum. Additionally, most students had a cumulative GPA of 3.51 or higher, amounting to 47.46%. Moreover, 30.38% exhibited proficiency and interest in bakery; 95.89% resided in Suphan Buri Province; 23.73% accessed education information through Facebook and school guidance; and 29.43% had parents with a monthly income ranging from 15,001 to 25,000 Baht. Directly related to the choice of pursuing studies in Home Economics programs in Suphan Buri Province, Matthayom 6 students highly commended the prospect 3) Regarding academic planning, students showcased significant divergence in decision-making based on cumulative GPA, personal interest and mastery, and channels for receiving education information. However, factors like gender, hometown, and average monthly income of parents exhibited no statistically significant impacts on the choice of Home Economics programs in Suphan Buri Province, as revealed by statistical tests at the .05 level.

**Keywords :** Decisions to pursue a Home Economics program, Upper secondary school students, Suphan Buri Province

## 1. บทนำ

โลกแห่งการทำงานในอนาคตกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรโลก และทัศนคติของคนรุ่นใหม่ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิด “อนาคตของงาน (Future of Work)” กล่าวคือ งานบางประเภทจะเลือนหายไป และเกิดงานประเภทใหม่ขึ้นมาทดแทน โดยระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์มีแนวโน้มจะเข้ามาทดแทนงานที่มีลักษณะของการทำซ้ำ หรือเป็นแบบแผน (Repetitive/Routine) ส่งผลให้เกิดความต้องการแรงงานที่มีทักษะ ความสามารถเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี อาทิ วิศวกรหุ่นยนต์ (Robotics Engineers) หรือผู้เชี่ยวชาญปัญญาประดิษฐ์ (AI Specialists) มากขึ้น และการเข้าสู่สังคมสูงวัยยังมีแนวโน้มทำให้งานในอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพมีจำนวนเพิ่มขึ้น ตลอดจนกระแสความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมจะส่งผลให้งานสีเขียว (Green Jobs) ทวีความสำคัญในตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การเกิดขึ้นของงานในอาชีพใหม่ ๆ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงข้างต้นนำไปสู่ความต้องการทักษะของแรงงานในลักษณะใหม่ ๆ โดยนอกเหนือจากทักษะทางปัญญา (Cognitive) หรือทักษะเชิงเทคนิค (Technical Skills) อาทิ สเต็ม (Science Technology Engineering and Mathematics; STEM) แล้วยังเป็นที่คาดการณ์กันว่าทักษะทางพฤติกรรม (Non-Cognitive) หรือทักษะด้านมนุษย์ (Human Skills) อาทิความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร หรือการทำงานเป็นทีม จะเป็นที่ต้องการและเป็นงานสำหรับอนาคต เนื่องจากเป็นทักษะเฉพาะที่เทคโนโลยีสมัยใหม่ ยังไม่สามารถทดแทนแรงงานมนุษย์ได้ [1]

เพื่อตอบสนองนโยบายดังกล่าว กระทรวงศึกษาธิการจึงได้จัดทำแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579) โดยมุ่งการจัดการศึกษาให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงโอกาสและความเสมอภาคในการศึกษาที่มีคุณภาพ พัฒนาระบบการบริหารจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ พัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะในการทำงานที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและการพัฒนาประเทศ ซึ่งแผนการศึกษาแห่งชาติวางเป้าหมายไว้ 2 ด้าน คือ ด้านผู้เรียน (Learner Aspirations) มุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกคน ให้มีคุณลักษณะและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แต่เนื่องจากระบบการศึกษาที่ยังมีปัญหาหลายประการ นับตั้งแต่ปัญหาคุณภาพผลการพัฒนายังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมาก และต่ำกว่าหลายประเทศในแถบเอเชีย ส่วนประเด็นคุณธรรม จริยธรรมของเด็กและเยาวชนยังต้องมีการพัฒนาเพิ่มขึ้น นอกจากนี้คุณภาพของกำลังแรงงานอายุ 15 ปีขึ้นไป ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาดงาน และผู้เรียนมัธยมศึกษาตอนปลายประเภทอาชีวศึกษามีสัดส่วนน้อยกว่าประเภทสามัญศึกษา ทำให้มีการขาดแคลนแรงงานระดับกลาง ส่วนแรงงานที่สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษามีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีแต่ไม่ตรงกับความต้องการของตลาดงาน และยังมีสมรรถนะหรือคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ไม่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ ทำให้มีผู้ว่างงานอยู่จำนวนมาก จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนและกำลังแรงงานที่มีทักษะ และคุณลักษณะที่พร้อมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของภาคส่วนต่าง ๆ โดยจะต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการกำลังคน เพื่อวางเป้าหมายการจัดการศึกษา ทั้งเพื่อการผลิตกำลังคนเข้าสู่ตลาดงาน และการพัฒนากำลังคนเพื่อยกระดับคุณภาพกำลังแรงงานให้สูงขึ้น ดังนั้นประเทศไทยต้องปฏิรูปการศึกษา เพื่อให้ระบบการศึกษาเป็นกลไกหลักของการขับเคลื่อนประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในอีก 20 ปีข้างหน้า [1]

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของระบบการศึกษาหลักสูตรขั้นพื้นฐาน จึงกำหนดให้สถานศึกษาทั้ง 78 จังหวัดทั่วประเทศ จำนวน 29,449 โรงเรียน จัดโครงสร้างหลักสูตรโดยมุ่งเน้นผู้เรียนเรียนรู้ 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ดังนี้ 1. ภาษาไทย 2. คณิตศาสตร์ 3. วิทยาศาสตร์ 4. สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม 5. สุขศึกษาและพลศึกษา 6. ศิลปะ 7. การงานอาชีพและเทคโนโลยี และ 8. ภาษาต่างประเทศ ซึ่งในแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้ได้กำหนดมาตรฐานการเรียนรู้เป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน มาตรฐานการเรียนรู้ระบุสิ่งที่ผู้เรียนพึงรู้ ปฏิบัติได้ มีคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์เมื่อจบการศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งหลักสูตรขั้นพื้นฐานกลุ่มสาระการงานอาชีพและเทคโนโลยีเป็นกลุ่มสาระที่มุ่งพัฒนาให้ผู้เรียน มีความรู้ ความเข้าใจ

มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิต การอาชีพ และเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการทำงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์และแข่งขันในสังคมไทยและสากล เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ รักการทำงาน และมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างพอเพียง และมีความสุข [2]

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันแนวโน้มทางการศึกษาได้ถูกพัฒนาขึ้นมาก ซึ่งเป็นกระแสทำให้ผู้ปกครองนักเรียน เกิดความกระตือรือร้น พยายามหาทางศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ความสามารถทักษะ นำไปสู่การแข่งขันในช่วงชีวิตวัยทำงาน การเลือกงานอาชีพ ตำแหน่งที่มีความเหมาะสม รายได้ที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนเป็นที่ยอมรับจากเพื่อนฝูง ชุมชนและสังคม [3] และด้วยเหตุที่คหกรรมศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ที่จะอำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาอันเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตได้ดีที่สุด ดังนั้นวิชาคหกรรมศาสตร์จึงจัดเป็นสาขาวิชาชีพสาขาหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตและมีส่วนในการพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจและสังคม เพราะช่วยพัฒนาคนให้มีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะที่จะไปประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งรัฐและเอกชน รวมทั้งในกำกับของรัฐ มีหลักสูตรตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองอาชีพในปัจจุบันและอาชีพใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้เป็นอย่างดี

จากความสำคัญดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะผู้ที่เตรียมเป็นผู้สอนในสถาบันอุดมศึกษา สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จึงมีความสนใจศึกษาการเลือกศึกษาต่อสาขาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งผลวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสถาบันอุดมศึกษาที่จะได้ทราบถึงปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อการเลือกเรียนต่อของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และเป็นการรวบรวมข้อมูลไปใช้แก้ปัญหาการลดลงของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายประเภทอาชีวศึกษา อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดโครงการแนะแนวนักเรียนในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 เพื่อศึกษาการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี

2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมี 32 โรงเรียน ใน 10 อำเภอ มีจำนวนนักเรียนทั้งสิ้น 33,823 คน ประกอบด้วยนักเรียนชาย 15,177 คน และนักเรียนหญิง 18,646 คน ซึ่งจากการสำรวจความต้องการศึกษาต่อด้านคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั้ง 32 โรงเรียน พบว่า มีความต้องการศึกษาต่อทางด้านคหกรรมศาสตร์ในระดับอุดมศึกษา จำนวน 1,500 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในปีการศึกษา 2566 จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 32 โรงเรียน ใน 10 อำเภอ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางยามาเน่ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 316 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในปีการศึกษา 2566 ตามโรงเรียนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 32 โรงเรียน ใน 10 อำเภอ โดยมีวิธีการเก็บดังนี้ คือ 1) สร้างแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) และ 2) แชร์ลิงก์แบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลครบจำนวน 316 คน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) การเปรียบเทียบการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียน สำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การทดสอบค่าที (t-test) ส่วนตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ค่า ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One- way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

## 4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.24 ที่เลือกเรียนแผนวิทย์-คณิต ร้อยละ 25.32 โดยมีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป ร้อยละ 47.46 ที่มีความถนัดและความชอบด้านเบเกอรี่ ร้อยละ 30.38 โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 95.89 ซึ่งได้รับรู้ข่าวสารการศึกษาต่อผ่านช่องทาง Facebook และการแนะแนวศึกษาต่อของสถาบันการศึกษา ร้อยละ 23.73 และผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 29.43

4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวม

| การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|---|
| ด้านหลักสูตรและเนื้อหารายวิชา | 4.29 | .629 | มาก |
| ด้านผู้สอน | 4.30 | .640 | มาก |
| ด้านวัสดุ และอุปกรณ์การเรียน | 4.28 | .656 | มาก |
| ด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร | 4.23 | .633 | มาก |
| ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร | 4.33 | .616 | มาก |
| ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก | 4.29 | .640 | มาก |
| ด้านที่พักอาศัยภายในมหาวิทยาลัย | 4.29 | .632 | มาก |
| ด้านทำเลที่ตั้ง | 4.27 | .636 | มาก |
| ด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย | 4.32 | .682 | มาก |
| **รวม** | **4.29** | **.602** | **มาก** |

จากตารางที่ 1 พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรีโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และน้อยที่สุดคือ ด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร

4.3 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

**ตารางที่ 2** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล | การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี | | | |
|---|---|---|---|---|
| | t-test | | ANOVA | |
| | t | Sig | F | Sig |
| 1. เพศ | -.764 | .446 | - | - |
| 2. แผนการเรียน | - | - | 2.058 | .071 |
| 3. เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) | - | - | 1.071 | .371 |
| 4. ความถนัดและความชอบเป็นพิเศษ | - | - | 1.459 | .171 |
| 5. ภูมิลำเนา | .702 | .483 | - | - |
| 6. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการศึกษาต่อ | - | - | 1.531 | .180 |
| 7. รายได้ของผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือน | - | - | .907 | .460 |

จากตารางที่ 2 พบว่า นักเรียนที่มีเพศ แผนการเรียน เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ความถนัดและความชอบเป็นพิเศษ ภูมิลำเนา ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการศึกษาต่อ และรายได้ของผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปได้ดังนี้ นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่เลือกเรียนแผนวิทย์-คณิต โดยมีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51 ขึ้นไป ที่มีความถนัดและความชอบด้านเบเกอรี่ โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้รับรู้ข่าวสารการศึกษาต่อผ่านช่องทาง Facebook และการแนะแนวศึกษาต่อของสถาบันการศึกษา และผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,001-25,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของชัยพร จูผลดี [4] ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเลือกเรียนระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย : กรณีศึกษาในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหญิง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทัสสา อุปลกะลิน [5] ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจเลือกสาขาในการศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6: กรณีศึกษาโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนมีระดับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.89 ขึ้นไป นอกจากนี้นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ และปฐมา อาแว [6]

ยังให้แนวคิดว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อยังขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการเรียนของนักเรียนนักศึกษา เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดให้แก่ลูก อาชีพของผู้ปกครองที่มีความแตกต่างกัน ย่อมแสดงถึงความพร้อมที่อยากจะให้บุตรของตนได้ศึกษาในสถานศึกษาที่ตนคิดว่ามีความเหมาะสม และความพร้อมของตัวนักศึกษาควบคู่กัน

การเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปได้ดังนี้ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ จังหวัดสุพรรณบุรีโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ด้านหลักสูตรและเนื้อหารายวิชา พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านหลักสูตรและเนื้อหารายวิชาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เป็นหลักสูตรที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพ เนื้อหารายวิชาที่ได้ลงฝึกงานในสถานประกอบการจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ และปฐมา อาแว [6] ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562 ผลการศึกษา พบว่า หลักสูตรหรือโปรแกรม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา

5.1.2 ด้านผู้สอน พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านผู้สอนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้สอนมีเกณฑ์การวัดและประเมินผลที่ยุติธรรมและชัดเจน ผู้สอนมีคุณธรรม เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกชัย เทียนเงิน [7] ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยมีระบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ ตลอดจนมีการจัดทำตารางเรียนแจกให้นักเรียนทุกภาคเรียน ครูผู้สอนมีความตั้งใจและเอาใจใส่ขณะที่จัดการเรียนการสอน มีการจัดทำคู่มือนักเรียนแจกให้นักเรียนทุกคน

5.1.3 ด้านวัสดุ และอุปกรณ์การเรียน พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านวัสดุ และอุปกรณ์การเรียนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ห้องปฏิบัติการดอกไม้ มีตู้เย็น เข็ม ด้าย พาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับเรียนทำศิลปประดิษฐ์เพียงพอและพร้อมใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิทย์ รุ่งบุญพุฒิวงศ์ [8] ได้ทำการศึกษาปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครูของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่า ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครูของมหาวิทยาลัยรามคำแหง คือ ปัจจัยด้านสื่อการเรียนการสอน

5.1.4 ด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการให้กู้เงินจากกองทุนเพื่อการศึกษาในมหาวิทยาลัยนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกชัย เทียนเงิน [7] ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการศึกษาพบว่า มีค่าธรรมเนียมการศึกษา (ค่าเทอม) อย่างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 34.1

5.1.5 ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตรอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างเสริมและปรับคุณภาพชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุปริฏฐา อินทรสาด และนัสมล บุตรวิเศษ [10] ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการจัดการสถานศึกษาของโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ให้นักเรียนทราบเกี่ยวกับงานกิจการนักเรียน มีการยกย่องให้กำลังใจและเผยแพร่เกียรติประวัตินักเรียนประพฤติดี มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาความประพฤติและระเบียบวินัยเป็นประจำและต่อเนื่อง

5.1.6 ด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นราย

ข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีมหาวิทยาลัย มีสถานที่และห้องเรียนเพียงพอสำหรับการใช้งานของนักศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญาภา โสรัตน์ และคณะ [9] ได้ทำการศึกษาความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 อันดับแรก คือ สภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงาม

5.1.7 ด้านที่พักอาศัยภายในมหาวิทยาลัย พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านที่พักอาศัยภายในมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ที่พักอยู่ใกล้กับตึกเรียน ที่พักมีโรงอาหารไว้สำหรับบริการนักศึกษา ดังแนวคิดของ ปุณิกา แจ่มจำรัส [11] กล่าวว่า การจัดสถานที่พักผ่อนให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความเหมาะสมกับที่ตั้งของโรงเรียน มีความปลอดภัยสูง จะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญส่งเสริมให้สภาพแวดล้อมทางการเรียนดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญาภา โสรัตน์ และคณะ [9] พบว่า ที่พักตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีได้

5.1.8 ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ตั้งอยู่ใกล้ถนน สามารถมองเห็นง่าย ตั้งอยู่ใกล้แหล่งซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์การเรียน ดังที่ วรวิทย์ รุ่งบุญพุฒิวงศ์ [8] กล่าวว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งของโรงเรียน ต้องมีลักษณะที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในทำเลที่เหมาะสมในการเดินทางไปมาได้สะดวก ใกล้แหล่งชุมชน มีรถประจำทางผ่าน และมีที่จอดรถกว้างขวาง

5.1.9 ด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงด้านคหกรรมศาสตร์มายาวนาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญาภา โสรัตน์ และคณะ [9] ได้ศึกษาเรื่อง ความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 7 ลำดับแรก คือ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย การเป็นที่ยอมรับจากสังคม

เปรียบเทียบระดับความสำคัญของการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สรุปได้ว่า นักเรียนที่มีเพศ แผนการเรียน เกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ความถนัดและความชอบเป็นพิเศษ ภูมิลำเนา ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการศึกษาต่อ และรายได้ของผู้ปกครองเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ในจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุปริฏฐา อินทรสาด และนัสมล บุตรวิเศษ [10] ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการจัดการสถานศึกษาของโรงเรียนสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า เพศ แผนการเรียน แผนการศึกษาต่ออาชีพผู้ปกครอง ระดับการศึกษาผู้ปกครอง และรายได้ภายในครอบครัวที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นในการจัดการสถานศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่แตกต่างกันในขณะที่งานวิจัยของ สุทัสสา อุปลกะลิน [5] ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจเลือกสาขาในการศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6: กรณีศึกษาโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกสาขาในการศึกษาระดับอุดมศึกษา ได้แก่ แผนการเรียนหรือสาขาวิชาที่เรียน และทัศนคติในการศึกษาต่อ นอกจากนี้ในงานวิจัยของ อุปริฏฐา อินทรสาด และนัสมล บุตรวิเศษ [10] ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการจัดการสถานศึกษาของโรงเรียนสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า เกรดเฉลี่ยสะสมนักเรียนที่ได้เกรดอยู่ระหว่าง 2.51-3.00 และ 3.51-4.00 มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ และปฐมา อาแว [6] ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภูมิลำเนาของนักศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.2.1 ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในโรงเรียนของจังหวัดพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ที่มีสภาพแวดล้อมต่างกันว่ามีพฤติกรรมการตัดสินใจต่างกันในเรื่องใดบ้าง

5.2.2 ควรเพิ่มเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้กว้างขึ้น นอกเหนือจากแบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อมากสุด

## เอกสารอ้างอิง

[1] สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2566]. จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=plan13/

[2] สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2565). *ข้อมูลทางการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2566]. จาก https://www.obec.go.th/

[3] ฉัตรชัย อินทสังข์. (2562). ความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต จังหวัดนครราชสีมา *(รายงานการวิจัย)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

[4] ชัยพร จูผลดี. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเลือกเรียนระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย: กรณีศึกษาในจังหวัดนนทบุรี *(การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

[5] สุทัสสา อุปลกะลิน. (2564). การตัดสินใจเลือกสาขาในการศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6: กรณีศึกษาโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ จังหวัดนครปฐม *(รายงานการวิจัย)*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

[6] นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ และปฐมา อาแว. (2562). การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562 *(รายงานการวิจัย)*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

[7] เอกชัย เทียนเงิน. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 4(3), 524-533.

[8] วรวิทย์ รุ่งบุญพุฒิวงศ์. (2563). ปัจจัยในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครูของมหาวิทยาลัยรามคำแหง *(วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

[9] พิชญาภา โสรัตน์, นพดล อำนวยพรเลิศ, และกนกวรรธน์ เชี่ยงเจ็น. (2565). ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 4(3), 499-511.

[10] อุปริฏฐา อินทรสาด และนัสมล บุตรวิเศษ. (2563). การศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการจัดการสถานศึกษาของโรงเรียนสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา *(รายงานการวิจัย)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

[11] ปุณิกา แจ่มจำรัส. (2561). ความคาดหวังของผู้สอนและผู้เรียนที่มีต่อศักยภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนศรีวัฒนาบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีนานาชาติ *(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธนบุรี.

บทความวิจัย

# การพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ

# The Development of the Marketing Guideline for Buying Selection of the Processed Food Product from the Meat of Consumers in Chaiyaphum Province

สรัช ทองงาม[1] ชญาภัทร์ กี่อาริโย[2] และธนภพ โสตรโยม[3]
Sarat Thongngam[1] Chayapat Kee-ariyo[2] and Thanapop Soteyome[3]

[1] สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300

[2-3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำหลักสูตรสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
Assistant Professor Dr., Lecturer Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300

[3] Corresponding Author : E-mail : thanapop.s@rmutp.ac.th

Received : 13 ต.ค. 66 Revised : 24 พ.ย. 66 Accepted : 18 ธ.ค. 66
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.005

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ 2) ศึกษาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ 4) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ และ 6) นำเสนอการพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภค จำนวน 400 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการ จำนวน 12 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001- 40,000 บาท และอาศัยอยู่ในจังหวัดชัยภูมิ 2) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อไส้กรอกหมู หม่ำเนื้อ และปลาส้ม โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อเพราะรับประทานเองหรือรับประทานในครอบครัว ซึ่งเลือกซื้อเดือนละ 1-2 ครั้ง ๆ ละ 101-300 บาท และตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์และด้านบุคลากร 4) ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ อาชีพ ภูมิลำเนาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) ผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 6) การนำเสนอการพัฒนาแนวทางการตลาด พบว่า การพัฒนามาตรฐานการผลิตด้วยเทคโนโลยี วัตถุดิบควรมีความสะอาดและปลอดภัย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล อีกทั้งการวางแผนการโฆษณาและจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงคุณภาพการให้บริการและการสร้างความประทับใจ

**คำสำคัญ :** แนวทางการตลาด การเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ผู้บริโภค จังหวัดชัยภูมิ

## Abstract

The objectives of this research were to 1) study individual factors of consumers in Chaiyaphum Province, 2) study the buying selection of the processed food product from the meat of consumers in Chaiyaphum Province, 3) study marketing mix factors for the buying selection of the processed food product from the meat of consumers in Chaiyaphum Province, 4) compare the important level of marketing mix factors for buying selection of the processed food product from the meat of consumers in Chaiyaphum Province, categorized according to individual factors, 5) compare the important level of marketing mix factors for the buying selection of the processed food product from the meat of consumers in Chaiyaphum, categorized according to the buying selection of the processed meat products and, 6) present the development of marketing guideline for the buying selection of the processed food product from the meat of consumers in Chaiyaphum Province. This research is a combination of quantitative research and qualitative research. Samples were 400 consumers that were selected randomly, and the main group of informants were 12 entrepreneurs that were selected from the specific group. The research instruments included questionnaire and interview form. Data analysis and statistics were frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, one-way analysis of variance, and content analysis. The results were as follows. 1) Individual factors of consumers found that the majority were female, age between 41-50 years working as a civil servant/state enterprise having average monthly income between 30,001-40,000 baht, and lived in Chaiyaphum Province. 2) Consumers' buying selection of the processed food product from the meat found that products that most consumers chose to buy including pork sausage, beef sausage, and pickled fish. The reason for buying was to eat by themselves or for family. The buying frequency was about once to twice per month. There was a cost per time of 101-300 baht, and the influencer on buying decisions was the buyer. 3) Marketing mix factors found that the overall picture was at the high level. The aspects

of the highest averages were the processed meat product and personnel. 4) The comparison of the important level of marketing mix factors categorized according to individual factors, found that consumers of different genders, ages, occupations, and hometowns were the important factors to the marketing mix factors with significantly different at the .05 level. 5) The comparison of the important level of marketing mix factors categorized according to the buying selection of the processed meat products, found that consumers with different reasons for buying, frequency of buying, different influencers on the buying selection had different marketing mix factors with statistical significance at the .05 level. 6) In terms of presentation of the development of marketing guidelines, the development of production standard using raw materials technology should be clean and safe. It is recommended that the development of packaging should be modern and environmentally friendly. In addition, there should be the development of distribution channels for offline and online marketing formats through digital platforms. Also, there should be continuous advertising planning and promotions including the quality of services, and creating an impression.

**Keywords :** the marketing guideline, the buying selection, the processed food product from the meat, consumers, Chaiyaphum Province

## 1. บทนำ

ตามแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์) จากโครงสร้างเศรษฐกิจในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีเศรษฐกิจที่สำคัญ 3 ลำดับแรก โดยมีภาคอุตสาหกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 21 รองลงมาเป็นภาคเกษตรกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 18 และภาคการค้าร้อยละ 14 มีพื้นที่การเกษตรร้อยละ 69 ของพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดประชากรส่วนใหญ่อยู่ในวัยแรงงานร้อยละ 65.82 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีศักยภาพทางการเกษตรที่โดดเด่น ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย โคเนื้อ โคนม ไก่ แพะ แกะ เป้าหมายการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ระยะ 5 ปี ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพภาคการผลิตให้เป็นมาตรฐานปลอดภัย และพัฒนาจนถึงขั้นมาตรฐานอินทรีย์ในภาคการเกษตรทั้งพืช และสัตว์ โดยมีการนำนวัตกรรมในพื้นที่มาช่วยเกษตรกร ให้มีการสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมให้คงอยู่ด้วยการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ส่งเสริมการแปรรูปของสินค้าให้มากขึ้นในพื้นที่ และส่งเสริมการผลิตสินค้าปศุสัตว์ให้มีมาตรฐานแบบครบวงจร รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแบบครบวงจรในพื้นที่ [1] ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการบริโภค และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารประเภทเนื้อสัตว์ เพราะเป็นแหล่งวัตถุดิบหลากหลายชนิด ทำให้มีผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่หลากหลายประเภท

จังหวัดชัยภูมิเป็น 1 ในเมืองรองตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา รวมไปถึงกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่มาอาศัยอยู่เป็นเวลาช้านาน ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์อยู่ใกล้เส้นศูนย์สูตรจึงมีแสงแดดจัดตลอดปี รวมทั้งมีลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่าน ทำให้มีฝนตกชุก และมีภูมิอากาศร้อนชื้น สร้างความอุดมสมบูรณ์ให้กับถิ่นฐานจากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เพื่อหล่อเลี้ยงชีวิต [2] จึงเหมาะสมที่จะทำการเกษตรกรรม ส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเกษตรกรมีอาชีพกสิกรรม การประมง การปศุสัตว์ และด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน รวมถึงมีความโดดเด่นทางด้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน วัตถุดิบที่มีศักยภาพสามารถที่จะพัฒนาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารได้ เช่น ผักสะทอน ที่ใช้เป็นเครื่องปรุงรสอาหารใช้แทนน้ำปลา หรือน้ำปลาร้า รวมถึงอาหารที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดที่แตกต่างจาก

ท้องถิ่นอื่น เช่น ลาบ ก้อยกินดอง ลาบกินดอง และวิธีรับประทานอาหารที่ผ่านการสืบทอดต่อ ๆ กันมาอย่างช้านาน นอกจากนี้จังหวัดชัยภูมิมีผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ถือได้ว่าเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย อาทิ เช่น หม่ำ ไส้กรอก และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ผลิตมาจากเนื้อสุกร เนื้อวัว เนื้อปลา หรือเนื้อสัตว์อื่น ๆ ที่สามารถรับประทานได้หมด แต่ก็มีอายุการเก็บรักษาสั้น ๆ เน่าเสียได้ง่าย ดังนั้นจึงนำมาผ่านการถนอมรักษาผลิตผล ซึ่งการถนอมอาหารก็เป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยให้สามารถเก็บอาหารสำหรับรับประทานนอกฤดูกาล หรือตลอดปี โดยที่อาหารไม่บูดเน่าเสีย หรือต้องทิ้งโดยเปล่าประโยชน์ และมีการปรับปรุงกรรมวิธีการถนอมอาหารสมัยโบราณให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีขึ้น ทั้งในด้านความสะอาด สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส ตลอดจนหาภาชนะบรรจุให้เหมาะสมผลิตภัณฑ์อาหารนั้น จึงสามารถยืดอายุการเก็บอาหารนั้นได้ยาวนานมากยิ่งขึ้น [3] การแปรรูปอาหารถือได้ว่าเป็นการถนอมอาหาร และเป็นวัฒนธรรมทางอาหารพื้นถิ่นที่เกิดขึ้น โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีวิธีการปรุงอาหารที่เป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น จากอดีตส่งต่อผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มจากการผลิตแบบอุตสาหกรรมในครอบครัว จนกระทั่งขยายเป็นแบบอุตสาหกรรมธุรกิจร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดชัยภูมิ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ยังได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ และรับรองความอร่อยจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มาตรฐานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เชลล์ชวนชิม และแม่ช้อยนางรำ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์มีให้เลือกซื้อหลากหลายชนิด และมีจำหน่ายในหลาย ๆ อำเภอของจังหวัดชัยภูมิ ถือได้ว่าเป็นสินค้าของฝาก ของที่ระลึกยอดนิยมให้กับผู้บริโภค และนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนมายังจังหวัดชัยภูมิในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชัยภูมิ ทั้งช่วงสงกรานต์ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ และตลอดทั้งปี สามารถสร้างเงิน สร้างงานให้กับคนในชุมชน และผู้ประกอบการหลาย ๆ ร้านค้าในแต่ละแห่งในแต่ละปี มีรายสูงมากกว่าไม่น้อยกว่าปีละ 1-10 ล้านบาท [4]

แต่เนื่องด้วยสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภค และสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 (Covid-19) ทำให้ความสำคัญของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์เปลี่ยนแปลงไปจากหลายสาเหตุ เช่น ความเชื่อมั่นของคุณภาพสินค้า มาตรฐานการผลิต ความสะอาด และความปลอดภัยในอาหาร รวมถึงการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลง ส่งผลต่อยอดขาย การเกิดขึ้นของรูปแบบการตลาดที่แปลกใหม่แตกต่างจากเดิมด้วยวิวัฒนาการความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นกับชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งทางการค้าของตลาดอุตสาหกรรมเดียวกันที่ครบวงจรเกิดขึ้น ทำให้มีการแข่งขันในเชิงพาณิชย์สูงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์

จากประเด็นที่กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นของจังหวัดชัยภูมิ และยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในปัจจุบันรวมไปถึงในอนาคต ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ เกิดการพัฒนาโครงสร้างการตลาดใหม่ที่มุ่งเน้นสู่การเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เข้ากับนวัตกรรม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในเชิงพาณิชย์ รวมถึงเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีรายได้ เกิดการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจภายในจังหวัด สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมให้ประเทศไทยมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ มั่นคง มั่งคั่ง และสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ

2.2 เพื่อศึกษาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ

2.4 เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.5 เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์

2.6 เพื่อนำเสนอการพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1) การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 1,118,750 คน โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% และใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.857 คน ดังนั้นจึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการ ในฐานะประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงพาณิชย์จาก 4 อำเภอในจังหวัดชัยภูมิ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการเก็บข้อมูลดังนี้ 1.1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล จากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ 1.2) จัดเตรียมแบบสอบถามในรูปแบบกระดาษ และรูปแบบออนไลน์ (Google Form) และ QR Code เพื่อเข้าสู่ระบบในการตอบแบบสอบถาม 1.3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการลงพื้นที่ตามขอบเขตที่กำหนดจนครบตามจำนวน

2) การวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 2.1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล จากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ในจังหวัดชัยภูมิ 2.2) ติดต่อกับบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก นัดหมายวัน เวลา และสถานที่เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ 2.3) ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามแนวคำถามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ โดยชี้แจงให้ผู้ให้ข้อมูลเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา บทบาท และหน้าที่ของผู้วิจัย และผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในการเก็บข้อมูล 2.4) จดบันทึกและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์รายบุคคล 2.5) จัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา ทำการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ โดยใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.3) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean: $\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.)

1.4) การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สำหรับตัวแปรที่มีตัวแปรย่อย 2 กลุ่ม ด้วยการทดสอบค่าที (t-test independent) และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อยมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)

1.5) การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ สำหรับตัวแปรที่มีตัวแปรย่อย 2 กลุ่ม ด้วยการทดสอบค่าที (t-test independent) และตัวแปรที่มีตัวแปรย่อยมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

## 4. ผลการวิจัย

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.50 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.75 ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชัยภูมิ คิดเป็นร้อยละ 79.00

4.2 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์แต่ละประเภทที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อบ่อยมากที่สุด ได้แก่ ไส้กรอกหมู คิดเป็นร้อยละ 40.50 หม่ำเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 46.00 และปลาส้ม คิดเป็นร้อยละ 30.50 โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อเพราะรับประทานเอง หรือรับประทานในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 38.50 ความถี่ในการเลือกซื้อเดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.50 และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 48.50

4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ภาพรวม

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวม | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|---|
| ด้านผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ | 4.23 | 0.475 | มาก |
| ด้านราคา | 4.09 | 0.555 | มาก |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 4.18 | 0.532 | มาก |
| ด้านส่งเสริมการตลาด | 4.12 | 0.560 | มาก |
| ด้านบุคลากร | 4.23 | 0.535 | มาก |

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ภาพรวม (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวม | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|---|
| ด้านการให้บริการ | 4.18 | 0.532 | มาก |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 4.14 | 0.560 | มาก |
| **รวม** | **4.17** | **0.446** | **มาก** |

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ และด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับด้านการให้บริการ และน้อยที่สุดคือ ด้านราคา

4.4 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | | | |
|---|---|---|---|---|
| | t-test | | ANOVA | |
| | t | Sig | F | Sig |
| 1. เพศ | 2.201* | .028 | - | - |
| 2. อายุ | - | - | 3.391* | .010 |
| 3. อาชีพ | - | - | 1.128 | .343 |
| 4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | - | - | .783 | .563 |
| 5. ภูมิลำเนา | .109 | .914 | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ไม่แตกต่างกัน

4.5 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

| การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | | | |
|---|---|---|---|---|
| | t-test | | ANOVA | |
| | t | Sig | F | Sig |
| 1. เหตุผลในการเลือกซื้อ | - | - | 3.029* | .011 |
| 2. ความถี่ในการเลือกซื้อ | - | - | 1.123 | .348 |
| 3. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง | - | - | 1.557 | .199 |
| 4. ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ | - | - | 1.685 | .187 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความถี่ในการเลือกซื้อ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ไม่แตกต่างกัน

4.6 การนำเสนอการพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนามาตรฐานการผลิตด้วยเทคโนโลยี วัตถุดิบควรมีความสะอาดและปลอดภัย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล อีกทั้งการวางแผนการโฆษณาและจัดโปรโมชันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงคุณภาพการให้บริการและการสร้างความประทับใจ

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ สรุปได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชัยภูมิ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล สุขประกอบ และกตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ [5] ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี โดยส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ณิชากร วงศ์สุนพรัตน์ และชญาภัทร์ กี่อาริโย) [6] ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 10,001 - 20,000 บาท (จันทนา เอ้งฉ้วน) [7] และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดสุรินทร์ ที่นิยมบริโภคอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นการถนอมอาหารจากเนื้อสัตว์อยู่แล้ว [8]

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์แต่ละประเภทที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อบ่อยมากที่สุด ได้แก่ ไส้กรอกหมู หม่ำเนื้อ และปลาส้ม โดยเหตุผลในการเลือกซื้อเพราะรับประทานเอง หรือรับประทานในครอบครัว ทั้งนี้ได้เลือกซื้อเดือนละ 1-2 ครั้ง ๆ ละ 101 - 300 บาท ซึ่งผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือ ตนเอง ดังที่งานวิจัยของ กติกา กลิ่นจันทร์แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร [8] พบว่า อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นของเมืองรองทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีกระบวนการผลิตด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การหมัก/ดอง การนำไปตากแดด การปรุงเพื่อให้รับประทานแบบดิบ

และการยัดไส้ โดยทำให้ได้รสชาติที่แตกต่างไปจากที่อื่น อาทิ เช่น หม่ำ ไส้กรอกอีสาน หมู/เนื้อแดดเดียว อังแก็บบอบ หรือ กบยัดไส้ กุ้งจ่อม ปลาร้า/ปลาจ่อม เป็นต้น จึงทำให้ผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิส่วนใหญ่เลือกซื้อมาเพื่อรับประทานเอง [5] โดยเลือกซื้อเดือนละครั้ง จันทนา เอ้งฉ้วน [7] ครั้งละ 101 - 200 บาท และผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง [9]

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ สรุปได้ว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ และด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับด้านการให้บริการ และน้อยที่สุดคือ ด้านราคา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสมีย์ เจะมามะ [9] ที่พบว่า ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูปให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถนำผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูปไปประกอบอาหารได้หลากหลายเมนู และอีกปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคือด้านบุคลากร ได้แก่ การให้บริการของพนักงาน ความมีอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล สุขประกอบ และกตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ [5] พบว่า ปัจจัยการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในภาคตะวันออก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และยังสอดคล้องกับ ชวลิต โรจนประภายนต์ และธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภัคพงศ์ [10] ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพราะด้านราคา ได้แก่ คุณภาพ ความสดของสินค้ากับความเหมาะสมของราคา เป็นต้น

การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสมีย์ เจะมามะ [9] ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีระดับความความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูป ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในขณะที่งานวิจัยของ ชนม์กสานติ์ อภิเศวตกานต์ [11] ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสด โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการเลือกซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความถี่ในการเลือกซื้อ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสมีย์ เจะมามะ [9] ที่พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูปต่างกัน มีระดับความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูปในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัญญา ธรรมศิริพงษ์ [12] พบว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อ จะมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

การพัฒนาแนวทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ สรุปได้ว่า การพัฒนามาตรฐานการผลิตด้วยเทคโนโลยี วัตถุดิบควรมีความสะอาดและปลอดภัย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ผ่าน

แพลตฟอร์มดิจิทัล อีกทั้งการวางแผนการโฆษณาและจัดโปรโมชันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงคุณภาพการให้บริการและการสร้างความประทับใจ ดังแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ [13] ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product and Services) เป็นสิ่งที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ซึ่งลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคา การให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน [14]

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.2.1 ควรศึกษาเจาะลึกถึงขั้นตอนการผลิต สูตรอาหาร และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถนอมอาหาร และการประกอบอาหาร โดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปสู่การจัดเก็บรวบรวมข้อมูล และบันทึกองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอาหาร

5.1.2 ควรศึกษาเรื่องราว ภูมิหลัง ความเป็นมา และวิถีชีวิตของท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมด้านอาหารพื้นถิ่น โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากปราชญ์ชาวบ้าน หรือบุคคลที่ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา เชื่อมโยงกับกิจกรรม และเทศกาลท่องเที่ยว เพื่อสร้างเรื่องราว (Food Storytelling) สร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดชัยภูมิ

## เอกสารอ้างอิง

[1] กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ. (2566). *แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566-2570*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2566]. จาก http://plan.chpao.org/

[2] ประมุข ศรีชัยวงษ์ และกรกมล ไวยราบุตร. (2561). การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาชาวบ้านจากย่านางเป็นผลิตภัณฑ์อาหารชุมชน. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 10(2), 160-170.

[3] วิภาดา มุนินทร์นพมาศ. (2561). *หลักการแปรรูปและถนอมอาหาร*. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

[4] สุทธิพงศ์ เสฏฐรังสี. (2560). *หม่ำชัยภูมิสุดยอดของดีภูมิปัญญาไทยต่อยอดของแซบอีสานโกอินเตอร์ไกล*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2566]. จาก https://www.77kaoded.com/news/mr-suttipongsettarangsri/13998

[5] ณัฐพล สุขประกอบ และกตัญญู หิรัญญสมบูรณ์. (2565). ปัจจัยการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในภาคตะวันออก. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 12(2), 1-12.

[6] ณิชากร วงศ์สุนพรัตน์ และชญาภัทร์ กี่อาริโย. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมเปี๊ยะแบบดั้งเดิมของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 35(125), 70-80.

[7] จันทนา เอ้งฉ้วน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง. *(วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

[8] กติกา กลิ่นจันทร์แดง และศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารด้วยอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 15(3), 144-157.

[9] อัสมีย์ เจะมามะ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูปในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *(วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

[10] ชวลิต โรจนประภายนต์ และธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภัคพงศ์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(27), 134-144.

[11] ชนม์กสานต์ อภิเศวตกานต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร *(การค้นคว้าอิสระปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยเกริก.

[12] ศรัญญา ธรรมศิริพงษ์. (2562). พฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(1), 152-167.

[13] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

[14] ธธีร์ธร ธีรขวัญโรจน์. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชัน.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# การพัฒนาชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก

# The development of Cable Basket TIG Welding Training Package

ศิริพงศ์ ลัมพาภิวัฒน์[1] และชัยยศ ดำรงกิจโกศล[2]
Siripong Lumpapiwat[1] and Chaiyot Damrongkijkosol[2]

[1-2] วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800
College of Industrial Technology, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok 10800
* Corresponding Author : E-mail : chaiyot.d@cit.kmutnb.ac.th
Received : 18 พ.ย. 66 Revised : 16 ธ.ค. 66 Accepted : 4 ม.ค. 67
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.006

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก และเพื่อศึกษาผลการนำชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิกไปใช้ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) การพัฒนาชุดฝึกอบรม 3) การตรวจสอบคุณภาพชุดฝึกอบรม 4) การนำชุดฝึกอบรมไปทดลองใช้จริง และ 5) การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย โดยกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยได้แก่ พนักงานฝ่ายซ่อมบำรุงของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารแห่งหนึ่ง จำนวน 10 คนที่ได้จากการสุ่มแบบง่าย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก แบบทดสอบด้านความรู้ แบบประเมินผลการปฏิบัติงาน และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมตามเกณฑ์ $E_1/E_2$

ผลการวิจัยพบว่า ชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟด้วยการเชื่อมทิก ประกอบด้วยหัวข้อ 4 หัวข้อ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานในการเชื่อมทิก 2) ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานเชื่อมทิก 3) การเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก และ 4) การตรวจสอบความสมบูรณ์ของตะกร้ารางไฟ ผลการนำชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟด้วยการเชื่อมทิกไปใช้พบว่า ชุดฝึกอบรมมีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.50/82.60 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 75/75 และมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก

**คำสำคัญ:** ชุดฝึกอบรม การเชื่อมทิก ตะกร้ารางไฟ

## Abstract

The research objectives were to develop the cable basket TIG welding training package and to evaluate the implantation of the cable basket TIG welding training package. There were 5 steps for the research methodology: 1) the study of related documents and researches 2) the development of the cable basket

TIG welding training package, 3) the evaluation of the training package 4) the implementation of the training package and 5) the data analysis and the research conclusion. The target group of this research was the 10 maintenance staff in one of the food industrial company derived from simple random sampling. The research instruments were the cable basket TIG welding training package, test sheet, work evaluation sheet and the satisfaction questionnaire. The statistics used in this research were mean, standard deviation and the efficiency of the training package according to $E_1/E_2$ criteria

The results showed that there were 4 topics for the cable bracket TIG welding training package: 1) basic welding knowledge, 2) the welding safety, 3) the cable bracket TIG welding procedure, and 4) the welding inspection for the cable bracket. For the results of an implementation of the training package, the training package had the efficiency of 81.50/82.60 higher than the set criteria at 75/75 and the satisfaction level was rated at a high level.

**Keywords :** Training Package, TIG welding, Cable bracket

## 1. บทนำ

ในอุตสาหกรรมอาหารมักนิยมใช้สแตนเลสเป็นวัสดุหลักของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในโรงงานผลิตอาหาร เนื่องจากสแตนเลสมีความแข็งแรง ทนทาน ไม่แตกหักง่าย และทนต่อการกัดกร่อน การขึ้นสนิม ทำให้อาหารที่สัมผัสกับสแตนเลสจะไม่ปนเปื้อนสิ่งแปลกปลอมอื่นใด [1] ซึ่งสแตนเลสสามารถทำการเชื่อมขึ้นรูปได้โดยใช้กระบวนการเชื่อมทิก (TIG Welding) ซึ่งเป็นกระบวนการเชื่อมที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องจักร และอุปกรณ์อาหารและเครื่องดื่ม [2] โดยการเชื่อมทิกเป็นกรรมวิธีการเชื่อมโลหะโดยใช้ชิ้นงานหลอมละลายด้วยความร้อนที่เกิดจากการอาร์กระหว่างปลายแท่งอิเล็กโทรดทังสเตน (Tungsten Electrode) กับชิ้นงานและในขณะที่อาร์กก็จะมีแก๊สเฉื่อยมาปกคลุมเปลวอาร์กและบ่อหลอมละลายเพื่อป้องกันบรรยากาศจากภายนอกเข้าไปทำปฏิกิริยากับแนวเชื่อม [3] อย่างไรก็ตาม การเชื่อมทิกผู้เชื่อมต้องมีความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง จึงจะสามารถเชื่อมทิกให้ได้ผลลัพธ์ของการเชื่อมอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้เชื่อมที่ไม่มีสมรรถนะในการเชื่อมทิกที่ถูกต้องอาจเชื่อมแล้วเกิดจุดบกพร่องในรอยเชื่อมประเภทต่าง ๆ [4] ซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดปัญหาความแข็งแรง หรือปัญหาอื่น ๆ ได้ในอนาคต โดยเฉพาะการเชื่อมตะกร้ารางไฟซึ่งมักติดตั้งอยู่ในบริเวณที่สูงและใช้รองรับสายไฟภายในโรงงาน หากเกิดปัญหาขึ้นในอนาคตการแก้ไขปัญหาจะทำได้ยาก ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยวิธีการเชื่อมทิก เพื่อพัฒนาสมรรถนะของช่างซ่อมบำรุงของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารในด้านการเชื่อมทิกต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก

2.2 เพื่อศึกษาผลการนำชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิกไปใช้

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 การพัฒนาชุดฝึกอบรมการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมทิก แนวทางการออกแบบตะกร้ารางไฟ แนวคิดในการพัฒนาชุดฝึกอบรม และการนำชุดฝึกอบรมไปทดลองใช้

2) การพัฒนาชุดฝึกอบรม เรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก เริ่มต้นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการกับคณะทำงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานเชื่อมโลหะจากสถาบันการศึกษาและช่างเชื่อมทิกที่มีประสบการณ์ในการเชื่อมทิกไม่น้อยกว่า 2 ปี จำนวน 5 ท่าน เพื่อร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมและวิเคราะห์หัวข้อเรื่องในการฝึกอบรม

เมื่อได้หัวข้อฝึกอบรมเรียบร้อยแล้ว จากนั้นผู้วิจัยและคณะทำงานร่วมกันพัฒนาชุดฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหา แบบฝึกหัด แบบทดสอบ ใบงานและแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน สื่อและแผนการสอน

3) การตรวจสอบคุณภาพของชุดฝึกอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยชุดฝึกอบรมที่ถูกพัฒนาขึ้นถูกนำส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่านจากสถาบันการศึกษา และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อประเมินคุณภาพของชุดฝึกอบรม ได้แก่ การประเมินความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมกับหัวข้อในการฝึกอบรม ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม และเนื้อหาในชุดฝึกอบรม ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมกับแบบทดสอบ และความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมกับแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน

4) การนำชุดฝึกอบรมไปทดลองใช้จริง (Implementation) เป็นการนำชุดฝึกอบรมไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 10 คน ที่เป็นพนักงานซ่อมบำรุงในบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารแห่งหนึ่งที่ได้จากการสุ่มแบบเจาะจง โดยใช้รูปแบบการทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบครั้งเดียว (One-Shot Case Study Design) ซึ่งผู้เข้ารับการอบรมจะเข้ารับการฝึกอบรม เมื่อการฝึกอบรมเสร็จสิ้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะทำแบบทดสอบหลังฝึกอบรม และเข้ารับการประเมินผลการปฏิบัติงาน พร้อมกับตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเข้ารับการฝึกอบรม

5) การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย ข้อมูลที่ได้จากการฝึกอบรม เช่น คะแนนทดสอบก่อนและหลังฝึกอบรม คะแนนจากผลการปฏิบัติงาน และผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจจะถูกนำไปวิเคราะห์ผลด้วยสถิติต่าง ๆ เช่น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรม เป็นต้น

3.2 ประชากรและกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ พนักงานฝ่ายซ่อมบำรุงในบริษัทอุตสาหกรรมอาหารแห่งหนึ่ง จำนวน 25 คน

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ พนักงานฝ่ายซ่อมบำรุงในบริษัทอุตสาหกรรมอาหารแห่งหนึ่ง จำนวน 10 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก ที่ประกอบด้วยเนื้อหา แบบฝึกหัด แบบทดสอบ ใบงานและแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน สื่อประกอบการฝึกอบรม และแผนการฝึกอบรม ซึ่งชุดฝึกอบรมได้ผ่านการประเมินความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมกับหัวข้อในการฝึกอบรม และความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมและเนื้อหาในชุดฝึกอบรม โดยมีระดับความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00

2) แบบทดสอบด้านความรู้หลังฝึกอบรม เป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมกับแบบทดสอบอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00

3) แบบประเมินผลการปฏิบัติงานหลังฝึกอบรม เป็นแบบประเมินที่ใช้เพื่อประเมินการปฏิบัติงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามใบงานหลังการฝึกอบรม โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมกับแบบประเมินผลการปฏิบัติงานจากการประเมินอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ซึ่งแบบประเมินผลการปฏิบัติงานหลังการฝึกอบรมเป็นแบบประเมินที่ใช้เกณฑ์การประเมินแบบ Rubric ที่แบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ดีมาก (4) ดี (3) พอใช้ (2) และปรับปรุง (1)

4) แบบประเมินความพึงพอใจหลังฝึกอบรม เป็นแบบประเมินสำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรมใช้เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมหลังผ่านการฝึกอบรม โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบประเมินความพึงพอใจเป็นแบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

## 4. ผลการวิจัย

จากการพัฒนาชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิกมีผลการวิจัยดังนี้

4.1 ผลการพัฒนาชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก

การพัฒนาชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก พบว่า คณะทำงานได้กำหนดหัวข้อในการ

ฝึกอบรมแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานในการเชื่อมทิก 2) ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานเชื่อมทิก 3) การเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก และ 4) การตรวจสอบความสมบูรณ์ของตะกร้ารางไฟ โดยชุดฝึกอบรมมีส่วนประกอบ ได้แก่ เนื้อหา แบบฝึกหัด แบบทดสอบ ใบงานและแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน สื่อและแผนการสอน โดยชุดฝึกอบรมผ่านการประเมินความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ในด้านความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมกับหัวข้อในการฝึกอบรม ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมและเนื้อหาในชุดฝึกอบรม ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมกับแบบทดสอบ และความสอดคล้องของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมกับแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ทุกรายการ

4.2 ผลการนำชุดฝึกอบรมด้วยการเชื่อมตะกร้ารางไฟด้วยการเชื่อมทิก

การนำชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิกที่ผ่านการพัฒนาและประเมินความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญถูกนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน10 คน ที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย โดยชุดฝึกอบรมมีประสิทธิภาพดังรายละเอียดในตารางที่ 1 และระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมต่อการฝึกอบรมถูกแสดงไว้ในตารางที่ 2

**ตารางที่ 1** ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรม

| รายการ | จำนวน (คน) | คะแนนเต็ม | คะแนนเฉลี่ย | ประสิทธิภาพ |
|---|---|---|---|---|
| คะแนนจากการทำแบบฝึกหัดระหว่างการฝึกอบรม | 10 | 40 | 32.60 | 81.50 |
| คะแนนรวมจากแบบทดสอบหลังการฝึกอบรม และแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน | 10 | 100 | 82.60 | 82.60 |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 10 คน มีคะแนนจากการทำแบบฝึกหัดระหว่างฝึกอบรมเฉลี่ยเท่ากับ 81.50 คะแนน และมีคะแนนรวมเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบหลังฝึกอบรม และคะแนนที่ได้จากแบบประเมินผลการปฏิบัติงานเท่ากับ 82.60 คะแนน ดังนั้นชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก มีประสิทธิภาพ $E_1/E_2$ เท่ากับ 81.50/82.60 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 75/75

**ตารางที่ 2** ผลการประเมินความพึงพอใจ

| รายการประเมิน | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับคุณภาพ |
|---|---|---|---|
| 1. หลักสูตรฝึกอบรมสอดคล้องกับงานที่ปฏิบัติจริง | 4.30 | 0.48 | มาก |
| 2. เนื้อหาในหัวข้อต่าง ๆ ครบถ้วน สามารถใช้ปฏิบัติงานได้จริง | 4.60 | 0.52 | มากที่สุด |
| 3. สื่อประกอบการฝึกอบรม น่าสนใจ ทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย | 4.20 | 0.42 | มาก |
| 4. แบบฝึกหัด แบบทดสอบมีความเหมาะสม ตรงตามหัวข้อในการฝึกอบรม | 4.50 | 0.53 | มากที่สุด |
| 5. การฝึกและทดสอบด้านปฏิบัติมีความเหมาะสม | 4.60 | 0.52 | มากที่สุด |
| 6. วิทยากรถ่ายทอดเนื้อหา และสาธิตการปฏิบัติงานเชื่อมจริงได้ถูกต้อง เข้าใจง่าย | 4.50 | 0.53 | มากที่สุด |
| 7. ระยะเวลาในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม | 4.10 | 0.74 | มาก |
| 8. หลังการฝึกอบรมท่านคิดว่าสามารถนำความรู้ ทักษะที่ได้จากการฝึกอบรมไปใช้ปฏิบัติงานได้จริง | 4.70 | 0.43 | มากที่สุด |
| **ค่าเฉลี่ย** | **4.44** | **0.55** | **มาก** |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมากที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 โดยมีความพึงพอใจหลังการฝึกอบรมสามารถนำความรู้ ทักษะที่ได้จากการฝึกอบรมไปใช้ปฏิบัติงานได้จริงสูงที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ขณะที่มีความพึงใจในหัวข้อระยะเวลาในการฝึกอบรมมีความเหมาะสมต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก พบว่า หัวข้อในการฝึกอบรมแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานในการเชื่อมทิก 2) ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานเชื่อมทิก 3) การเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก และ 4) การตรวจสอบความสมบูรณ์ของตะกร้ารางไฟ โดยชุดฝึกอบรมมีส่วนประกอบได้แก่ เนื้อหา แบบฝึกหัด แบบทดสอบ ใบงานและแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน สื่อและแผนการสอน อุปกรณ์ต่าง ๆ ของยานยนต์ไฟฟ้า โดยผลการนำชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิกไปใช้ พบว่า ชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก มีประสิทธิภาพ $E_1/E_2$ เท่ากับ 81.50/82.60 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 75/75 และผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก มีการกำหนดหัวข้อในการฝึกอบรมจำนวน 4 หัวข้อ ประกอบด้วย 1) ความรู้พื้นฐานในการเชื่อมทิก 2) ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานเชื่อมทิก 3) การเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก และ 4) การตรวจสอบความสมบูรณ์ของตะกร้ารางไฟ โดยทั้ง 4 หัวข้อได้มาจากการประชุมเชิงปฏิบัติการของคณะทำงาน จำนวน 5 คน จากนั้นคณะทำงานได้พัฒนาชุดฝึกอบรมซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพชุดฝึกอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน สอดคล้องกับ เจษฎา [5] ที่ได้ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 1 โดยใช้การสนทนากลุ่มจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริหาร ครู ศึกษานิเทศก์ และนักวิชาการ จำนวน 9 คน จากนั้นตรวจสอบคุณภาพของชุดฝึกอบรมด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ

ชุดฝึกอบรมเรื่องการเชื่อมตะกร้ารางไฟโดยการเชื่อมทิก มีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.50/82.60 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 75/75 เนื่องจากชุดฝึกอบรมถูกพัฒนาขึ้นอย่างมีระบบโดยเริ่มต้นจากการกำหนดหัวข้อและวัตถุประสงค์การฝึกอบรมร่วมกับคณะทำงาน 5 ท่าน สอดคล้องกับ พัชรี [6] ซึ่งพัฒนาชุดฝึกอบรมโดยใช้การสนทนากลุ่มเพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างชุดฝึกอบรมเป็นขั้นตอนแรก จากนั้นจึงสร้างชุดฝึกอบรมตามแนวทางที่ได้จากการสนทนากลุ่มดังกล่าว นอกจากนี้ชุดฝึกอบรมที่ถูกพัฒนาตามขั้นตอนอย่างมีระบบแบบแผน ดังที่ วิชัย [7] กล่าวว่า การพัฒนาชุดฝึกอบรมประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน การสร้างชุดฝึกอบรม การตรวจสอบคุณภาพชุดฝึกอบรม การทดลองใช้ชุดฝึกอบรม และการประเมินผลชุดฝึกอบรม โดยหลังจากเสร็จสิ้นการฝึกอบรมมีการประเมินความพึงพอใจซึ่งสอดคล้องกับ Jitsupa [8] ที่ทำการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนหลังการสอนออนไลน์ด้วย Gamification ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) เนื่องจากชุดฝึกอบรมที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างมีคุณภาพ การถ่ายทอดเนื้อหาในหัวข้อต่าง ๆ โดยวิทยากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ วรรณี [9] ที่พบว่า การที่วิทยากรมีทักษะในเรื่องที่ฝึกอบรม และวิธีการฝึกอบรมที่ดีจะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมไม่เบื่อหน่าย และสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้จากการฝึกอบรมได้ใช้จริงต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

1) ควรพัฒนาชุดฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในด้านการซ่อมบำรุงและด้านอื่น ๆ ในโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมต่อไป

2) ควรพัฒนาชุดฝึกอบรมในรูปแบบอื่น ๆ เช่น รูปแบบผสมผสานเพื่อใช้ฝึกอบรมพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมต่อไป

## 6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ตามสัญญาเลขที่ Res-CIT0626/2023

## เอกสารอ้างอิง

[1] Euro Inox. (2023). *Stainless steel in the food and beverage industry*. [Retrieved June 2, 2023]. from https://www.worldstainless.org/Files/issf/non-image-files/PDF/Euro_Inox/StSt_in_FoodandBeverage_EN.pdf

[2] ประภาศ เมืองจันทร์บุรี, มูหามัด เต๊ะยอ และจรัญ ธรรมใจ. (2560). ผลกระทบของกรรมวิธีการเชื่อมทิกประสิทธิภาพสูงโดยใช้แก๊สแอ็กทีฟเป็นแก๊สปกคลุมต่อรูปร่างของแนวเชื่อมเหล็กกล้าไร้สนิม 304. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 9(1), 112-125.

[3] พูนธนะ ศรีสระคู และประเสริฐ ศรีบุญจันทร์. (2562). แนวทางการแก้ปัญหาข้อบกพร่องในงานเชื่อมโลหะ. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 3(2), 11-18.

[4] ไพบูลย์ หาญมนต์. (2550). อิทธิพลของชนิดกระแสไฟเชื่อมและลักษณะปลายลวดเชื่อมทังสเตนที่มีผลต่อความกว้างและการซึมลึกของแนวเชื่อมของเหล็กกล้าไร้สนิมโดยใช้กระบวนการเชื่อมทิก *(รายงานการวิจัย)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

[5] เจษฎา บุญมาโฮม. (2565). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการผลิตชุดการเรียนรู้ของครูวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 1. *วารสารวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 12(2), 159-189.

[6] พัชรี ศิริมาก, วัฒนีย์ โรจน์สัมฤทธิ์ และไพบูลย์ อ่อนมั่ง. (2559). การพัฒนาชุดฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านโดยใช้กระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์. สุทธิปริทัศน์, 30(96), 14-26.

[7] วิชัย วงษ์ใหญ่. (2527). *กระบวนการพัฒนาหลักสูตรและการสอนภาคปฏิบัติ*. โอเดียนสโตร์.

[8] Jitsupa, J., Takomsane, M., Bunyawanich, S., Songsom, N., & Nilsook, P. (2022). Combining online learning with gamification: An exploration into achievement, motivation, and satisfaction of undergraduates. *International Journal of Information and Education Technology*, 12(7), 643-648.

[9] วรรณี อึ้งสิทธิพูนพร. (2558). ความพึงพอใจในการฝึกอบรมการใช้ภาษาอังกฤษในชั้นเรียนของครูภาษาอังกฤษในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา จังหวัดสุพรรณบุรี. *Veridian E-Journal สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(3), 1023-1036.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# การใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

# The Use of Japanese Restaurant Services by Consumers in Lopburi Province

ชัชวรรณ วิชัยดิษฐ์[1] และชญาภัทร์ กี่อาริโย[2]
Chatchawun Vichaidith[1] and Chayapat Kee-ariyo[2]

[1] นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
Student, Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำหลักสูตร สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
Assistant Professor Dr., Lecturer Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300 E-mail : chayapat.s@rmutp.ac.th

Corresponding Author : E-mail : Chatchawun.v@chulahospital.org
Received : 24 พ.ย. 66 Revised : 24 ธ.ค. 66 Accepted : 9 ม.ค. 67
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.007

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี 3) ศึกษาการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี 4) เปรียบเทียบการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.25 มีอายุประมาณ 31 - 40 ปี ร้อยละ 40.00 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 74.75 มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 35.00 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 37.50 และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลพบุรี ร้อยละ 100.00 2) ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น รองลงมา คือ ด้านบุคลากร

และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3) โดยรวมผู้บริโภคเห็นด้วยต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ซึ่งด้านที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ด้านโอกาสที่ใช้บริการ รองลงมา คือ ด้านประเภทของอาหาร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ช่วงเวลาในการใช้บริการ 4) ผู้บริโภคที่มีอายุและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ด้านประเภทของอาหารญี่ปุ่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง

**คำสำคัญ :** การใช้บริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ร้านอาหารญี่ปุ่น ผู้บริโภค จังหวัดลพบุรี

## Abstract

The objective of this study is to examine 1) the personal factors of consumers using Japanese restaurants; 2) the marketing mix factors of Japanese restaurants for the consumers in Lopburi Province; 3) the consumers' use of Japanese restaurant services in Lopburi Province; 4) a comparison regarding the use of Japanese restaurant service by consumers in Lopburi Province based on the personal factors; and 5) the relationship between the marketing mix factors and the use of Japanese restaurants by consumers in Lopburi Province. The sample group for this study was consumers who had used the services of Japanese restaurants in Lopburi Province, totaling 400 people. By using a questionnaire as the research tool, the statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and correlation coefficients.

The research results found that : 1) The consumers who had used the services of Japanese restaurants in Lopburi Province were mostly female (67.25%), approximately 31-40 years old (40.00%), having a bachelor's degree level education (74.75%), working as employees or company employees (35.00%), having an average monthly income of 20,001-30,000 baht (37.50%), and being local residents of Lopburi Province (100.00%). 2) The consumers placed a high level of importance on the overall marketing mix factors of Japanese restaurants in Lopburi Province. When each aspect was considered, it could be concluded that the Japanese food aspect had the highest average value, followed by the personnel aspect and the distribution channel aspect, which had the lowest average value. 3) Overall, the consumers agreed on their choice of using Japanese restaurants in Lopburi Province. The aspect affecting consumers' service selection and having the highest average value in the first place was the opportunity to use the service, followed by the types of Japanese food, and the least was the period of service time. 4) Differences in the consumers' ages and educational levels had differing effects on the service selection of Japanese restaurants in Lopburi Province and the types of Japanese food. Aside from that, there was no statistically significant difference at the .05 level. And 5) There was a statistically significant relationship between the overall marketing mix factors and the consumers' selection of Japanese restaurant services in Lopburi Province at a level of .05. The relationship was moving in the same direction at a relatively high level.

**Keywords :** use of services, marketing mix factors, Japanese restaurants, consumers, Lopburi Province

## 1. บทนำ

อาหารญี่ปุ่นเป็นที่นิยมในประเทศไทย ปัจจุบันมีร้านอาหารญี่ปุ่นเปิดให้บริการในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก จากการสำรวจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยปี พ.ศ. 2562 ขององค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่นพบว่า ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นรวม 3,637 ร้าน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 21% โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 [1] ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยเปิดให้บริการในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบภัตตาคารญี่ปุ่น ร้านราเมน ร้านชาบู ร้านเนื้อย่าง ร้านอาหารทอดทงคัตสึ ร้านอาหารย่างกระทะร้อน ร้านข้าวแกงกะหรี่ ร้านโซบะ ร้านอุด้ง และร้านซูชิ

ข้อมูลสถิติจากการรวบรวมของสำนักข่าวสารญี่ปุ่น สถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความชื่นชอบอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดเป็นอันดับแรกถึงร้อยละ 66.60 นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารญี่ปุ่นให้เหตุผลที่ชื่นชอบเนื่องจากอาหารญี่ปุ่นนั้นมีรสชาติดีเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 40.50) รองลงมา คือ การคำนึงถึงสุขภาพ (ร้อยละ 28.50) และมีความรู้สึกว่าอาหารญี่ปุ่นนั้นใช้วัตถุดิบคุณภาพดี (ร้อยละ 10.50) ตามลำดับ

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหารการกินเป็นอย่างมาก อาหารจะได้รับการตกแต่งอย่างประณีต เน้นความสด และความสวยงาม อาหารญี่ปุ่นได้ถูกพัฒนามานานหลายศตวรรษ อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม และการเมืองในประเทศ อาหารญี่ปุ่นถูกเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เมื่อเข้าสู่สมัยกลางซึ่งเป็นยุคสมัยที่ญี่ปุ่นถูกปกครองด้วยระบอบศักดินาซึ่งนำโดยโชกุน ต่อมาในช่วงต้นยุคใหม่หลังการเปิดประเทศญี่ปุ่นรับวัฒนธรรมจากต่างชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งมีอิทธิพลทำให้วัฒนธรรมการกินของชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงอย่างมาก [2]

ปัจจุบันพบว่า ร้านอาหารญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยว และเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด และมีการคาดการณ์ว่าร้านอาหารญี่ปุ่นจะแพร่หลาย และได้รับความนิยมมากขึ้นในประเทศไทยโดยเฉพาะต่างจังหวัด และมีการนำเสนออาหารญี่ปุ่นให้กับผู้บริโภคคนไทยในรูปแบบอาหารที่มีความหลากหลายมากขึ้น และในระดับราคาอาหารก็มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งจังหวัดลพบุรีก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่เป็นเมืองท่องเที่ยวและมีร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่เป็นจำนวนมาก มีทั้งประเภทซูชิ ราเมน เบนโตะ ชาบู ยากินิคุ รวมถึงรูปแบบร้านอาหารญี่ปุ่นที่รวมทุกประเภทอาหารไว้ในร้านเดียว

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะพบว่า ในตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยนั้นจะมีแนวโน้มที่มีการเติบโตมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังพบว่า ความนิยมในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นสำหรับผู้บริโภคชาวไทยนั้นยังคงได้รับความนิยมอยู่อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้บริโภคยังคงนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นต่อไป และการแข่งขันกันในตลาดจึงมีภาวะการแข่งขันในระดับสูง ทำให้ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น [3]

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างจังหวัด เนื่องจากปัจจุบันพบว่า ในต่างจังหวัดมักนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่น และรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น โดยผู้วิจัยเลือกพื้นที่ที่ศึกษาวิจัยเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นภายในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ซึ่งอยู่บริเวณใจกลางเมืองลพบุรี โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ประกอบการวางกลยุทธ์ด้านการทำเมนูอาหารญี่ปุ่น หรือจัดทำเป็นกลยุทธ์สำหรับร้านอาหารญี่ปุ่นเพื่อจะนำไปพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่นให้มากขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

2.3 เพื่อศึกษาการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

2.4 เพื่อเปรียบเทียบการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยเข้ามาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารเป้าหมาย แต่ทราบว่ามีปริมาณมาก จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากค่าความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ใช้สูตรของคอแครน (Cochran) ดังนั้น จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 385 คน แต่ผู้วิจัยจะทำการเก็บแบบสอบถามจริง จำนวน 400 ชุด เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับตัวแทนของประชากรมากที่สุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารญี่ปุ่น ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ข้อมูลการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น โดยมีวิธีการเก็บดังนี้ คือ 1) สร้างแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) และ 2) แชร์ลิงก์แบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย จนครบตามจำนวนที่ต้องการคือ 400 คน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) ข้อมูลการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4) การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค สำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การทดสอบค่าที (t-test) ส่วนตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ค่า ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีแอลเอสดี (Least Significant Difference : LSD)

5) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Product Moment Correlation Coefficient)

## 4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.25 มีอายุประมาณ 31 - 40 ปี ร้อยละ 40.00 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 74.75 มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 35.00 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 37.50 และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลพบุรี ร้อยละ 100.00

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|---|
| ด้านผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น | 4.12 | .488 | มาก |
| ด้านราคา | 4.08 | .522 | มาก |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 4.07 | .573 | มาก |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.09 | .500 | มาก |
| ด้านบุคลากร | 4.10 | .530 | มาก |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 4.09 | .515 | มาก |
| ด้านการให้บริการ | 4.08 | .525 | มาก |
| **รวม** | **4.09** | **.480** | **มาก** |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.480) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = 0.488) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.530) และน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\overline{X}$ = 4.07, S.D. = 0.573)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

| การใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|---|
| เหตุผลในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น | 4.13 | .468 | เห็นด้วย |
| ประเภทของอาหารญี่ปุ่น | 4.14 | .440 | เห็นด้วย |
| โอกาสที่ใช้บริการ | 4.15 | .509 | เห็นด้วย |
| ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง | 3.98 | .541 | เห็นด้วย |
| ช่วงเวลาในการใช้บริการ | 3.80 | .613 | เห็นด้วย |
| ความถี่ในการใช้บริการ | 3.81 | .629 | เห็นด้วย |
| ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารญี่ปุ่น | 3.90 | .516 | เห็นด้วย |
| **รวม** | **3.99** | **.422** | **เห็นด้วย** |

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมผู้บริโภคเห็นด้วย ($\overline{X}$ = 3.99, S.D. = 0.422) กับการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ซึ่งด้านที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ด้านโอกาสที่ใช้บริการ ($\overline{X}$ = 4.15, S.D. = 0.509) รองลงมา คือ ด้านประเภทของอาหารญี่ปุ่น ($\overline{X}$ = 4.14, S.D. = 0.440) และน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลาในการใช้บริการ ($\overline{X}$ = 3.80, S.D. = 0.613)

4.4 เพื่อเปรียบเทียบการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล | การใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี | | | |
|---|---|---|---|---|
| | t-test | | ANOVA | |
| | t | Sig | F | Sig |
| 1. เพศ | .649 | .517 | - | - |
| 2. อายุ | - | - | .952 | .434 |
| 3. ระดับการศึกษา | - | - | .104 | .901 |
| 4. อาชีพ | - | - | .816 | .539 |
| 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | - | - | .459 | .766 |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี

| ปัจจัยส่วนประสม | การเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ทางการตลาด | n | r | Sig. | ระดับความสัมพันธ์ | ทิศทาง |
| ด้านผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น | 400 | .710* | .000 | สัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง | ทิศทางเดียวกัน |
| ด้านราคา | 400 | .721* | .000 | สัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง | ทิศทางเดียวกัน |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 400 | .528* | .000 | สัมพันธ์กันในระดับปานกลาง | ทิศทางเดียวกัน |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 400 | .488* | .000 | สัมพันธ์กันในระดับปานกลาง | ทิศทางเดียวกัน |
| ด้านบุคลากร | 400 | .321* | .000 | สัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ | ทิศทางเดียวกัน |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 400 | .306* | .000 | สัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ | ทิศทางเดียวกัน |
| ด้านการให้บริการ | 400 | .596* | .000 | สัมพันธ์กันในระดับปานกลาง | ทิศทางเดียวกัน |
| **โดยรวม** | **400** | **.636*** | **.000** | **สัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง** | **ทิศทางเดียวกัน** |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีโดยรวม โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี สรุปได้ดังนี้ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุประมาณ 31 - 40 ปี โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,001 - 30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลพบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ที่มีอายุ 31 - 40 ปี ธีรภัทร ตียาสุนทรานนท์ [5] โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท วิศิษฐ์ ธรรมจรัส [6]

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น รองลงมา คือ ด้านบุคลากร และน้อยที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ในขณะที่งานวิจัยของวิลาสินี พิพัฒน์พัลลภ [7] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จากการศึกษา พบว่า ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสุภาพและพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาคและสอดคล้องกับงานวิจัยของ อกนิษฐ์ เชยคำดี [8] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านสถานที่จัดจำหน่ายคือ ระยะเวลาเปิด-ปิดร้าน

การใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมผู้บริโภคเห็นด้วยกับการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ดังนี้

1) เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ซึ่งเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ร้านมีความสะอาด น่าเข้าไปใช้บริการ ซึ่งในขณะที่งานวิจัยของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่มารับประทานเพราะอยากทดลอง ส่วนงานวิจัยของหทัยชนก โนชัย [2] ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะอาหารมีรสชาติอร่อย สะอาด และบรรยากาศดี

2) ประเภทของอาหารญี่ปุ่น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าประเภทของอาหารญี่ปุ่นมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ซึ่งประเภทของอาหารที่ผู้บริโภคเลือกซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ยากินิคุ (Yainiku) ซึ่งงานวิจัยของ ศิวกร ตลับนาค [3] ได้

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ประเภทชาบู ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคประเภทเนื้อสัตว์มากที่สุด ส่วนงานวิจัยของ หทัยชนก โนชัย [2] ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมชอบรับประทานชูชิ

3) โอกาสที่ใช้บริการ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าโอกาสที่ใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ซึ่งโอกาสที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ เพื่อรับประทานปกติ ไม่มีโอกาสพิเศษ ในขณะที่งานวิจัยของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ตั้งใจไปรับประทานอาหารที่ร้านพร้อมครอบครัว

4) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยว่าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ซึ่งในแต่ละครั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่จ่ายค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ 501 - 700 บาท ดังแนวคิดของ ฉัตราพร เสมอใจ [9] กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทางจิตวิทยาภายใต้การตัดสินใจของผู้บริโภค โดยการพยายามอธิบายกฎในการตัดสินใจทางเลือกต่าง ๆ ของผู้บริโภค และพยายามที่จะตีกรอบกระบวนการในการตัดสินใจของผู้บริโภค และสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยชนก โนชัย [2] ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายประมาณ 500 บาท ต่อครั้ง

5) ช่วงเวลาในการใช้บริการ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยกับช่วงเวลาในการใช้บริการ ซึ่งช่วงเวลาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ช่วงเวลาเช้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวกร ตลับนาค [3] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ประเภทชาบู ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเลือกทานในช่วงเวลาบ่าย ในขณะที่ผลการวิจัยของ หทัยชนก โนชัย [2] ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเลือกรับประทานช่วงเวลา 16.00 - 21.00 น. และในงานวิจัยของ วิศิษฐ์ ธรรมจรัส [6] ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน Burger King สาขา The Bright พระราม 2 ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเลือกเข้ามาใช้บริการ 18.00 น. - 00.00 น.

6) ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยว่าความถี่ในการใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเดือนละ 4-5 ครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยชนก โนชัย [2] ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคใช้บริการ 2 - 3 ครั้ง/เดือน ในขณะที่งานวิจัยของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเลือกรับประทานเดือนละ 1 ครั้ง

7) ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารญี่ปุ่น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารญี่ปุ่นมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยการรับประทานอาหารร่วมกันของผู้บริโภคควรใช้ช้อนกลาง หรือแยกน้ำแกงคนละถ้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิศิษฐ์ ธรรมจรัส [6] ได้ศึกษาการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน Burger King สาขา The Bright พระราม 2 ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ทางร้านควรมีการพัฒนาด้านคุณค่าทางทางโภชนาการที่ได้รับจากอาหารให้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคนั้นได้หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

การเปรียบเทียบการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ร้านอาหารญี่ปุ่นในจังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมใช้เวลาในการไปนั่งรับประทานอาหารไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรศรี แซ่ตัน [10] ได้ศึกษาการใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้บริโภค จังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเพศ ไม่มีความแตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล [4] ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในข้อจำนวนครั้งในการไปรับประทานใน 1 เดือน และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ในขณะที่งานวิจัยของ ธีรภัทร ตียาสุนทรานนท์ [5] ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลาสินี พิพัฒน์พัลลภ [7] ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ คือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1) ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มผู้บริโภคออนไลน์ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมและความต้องการใช้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาการบริการต่อไป

2) ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค อาทิ ความจงรักภักดีของผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบระดับความคิดเห็นของปัจจัยอื่น ๆ และสามารถนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

[1] องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวญี่ปุ่น. (2556). *อาหารญี่ปุ่น*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2566]. จาก http://www.yokosojapan.org/food/

[2] หทัยชนก โนชัย. (2564). พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ *(การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[3] ศิวกร ตลับนาค. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ประเภทชาบู *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

[4] ชาญยุทธ จงพิพัฒนากูล. (2565). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านฮะจิบัง ราเมน ในเขตกรุงเทพมหานคร *(ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

[5] ธีรภัทร ตียาสุนทรานนท์. (2562). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่. *Dusit Thani College Journal*, 13(1), 302-314.

[6] วิศิษฐ์ ธรรมจรัส. (2560). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน Burger King สาขา The Bright พระราม 2 *(การศึกษาเฉพาะบุคคลระดับมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยสยาม.

[7] วิลาสินี พิพัฒน์พัลลภ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(2), 117-127.

[8] อกนิษฐ์ เชยคำดี. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารติ่มซำ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

[9] ฉัตราพร เสมอใจ. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชัน.

[10] อมรศรี แซ่ตัน. (2563). การใช้บริการร้านอาหารพื้นถิ่นของผู้บริโภค จังหวัดภูเก็ต. *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# การพัฒนาสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ

# The development of Thai hanging adornment instructional media, small size elephant face net made of beads, for senior primary education students of Rajabopit School

ณัฏฐพร จันทศรี[1] และชญาภัทร์ กี่อาริโย[2]
Nattaporn Jantasri[1] and Chayapat Kee-ariyo[2]

[1] นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
student, Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำหลักสูตร สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพมหานคร 10300
Assistant Professor Dr., Lecturer Master of Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok 10300

[1] Corresponding Author : E-mail : nattaporn-ja@rmutp.ac.th

Received : 23 พ.ย. 66 Revised: 24 ธ.ค. 66 Accepted : 9 ม.ค. 67
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.008

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) หาประสิทธิภาพของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ 2) ประเมินความเหมาะสมและความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6/1 ที่กำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 วิชางานประดิษฐ์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ โรงเรียนราชบพิธ จำนวน 24 คน โดยใช้สื่อการสอน แบบทดสอบภาคปฏิบัติ แบบประเมินความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอน และแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่า $E_1/E_2$ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพของสื่อการสอนมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่

กำหนดไว้ โดยผลการประเมินระหว่างเรียนที่ประเมินโดยผู้สอน ($E_1$) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 87.21 และผลการประเมินหลังเรียนโดยผู้สอน ($E_2$) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 90.17 สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของสื่อการสอนเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80 จึงสามารถนำไปใช้เป็นสื่อการสอนสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธได้ 2) การประเมินความเหมาะสมของสื่อการสอนโดยรวม ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = 0.655) และมีความเป็นประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = 0.575) และ 3) นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.41, S.D. = 0.768) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเนื้อหา ($\overline{X}$ = 4.51, S.D. = 0.624) รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อการสอน ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = 0.822) และน้อยที่สุด คือ ด้านสื่อการสอน ($\overline{X}$ = 4.31, S.D. = 0.876) สรุปได้ว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อการสอนโดยรวมอยู่ในระดับมาก

**คำสำคัญ :** การพัฒนาสื่อการสอน ประเภทเครื่องแขวนไทย ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็ก นักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ

## Abstract

The research aimed 1) to measure the efficiency of Thai hanging adornment instructional media, small size elephant face net made of beads for senior primary education students of Rajabopit School, 2) to appropriateness and usability of Thai hanging adornment instructional media, small size elephant face net made of beads for senior primary education of Rajabopit School and 3) to study students' satisfaction towards Thai hanging adornment instruction media, small size elephant face net made of beads for senior primary education of Rajabopit School. The sample in the research was 24 senior primary education students of Rajabopit School, class 6/1, who are studying in the semester 1 of the 2023 academic year, art & craft subject, occupation learning strand. Instructional media performance test, appropriateness assessment, usability assessment and satisfaction questionnaire were used as the research instruments. Statistics for data analysis were $E_1/E_2$ efficiency criterion, mean, and standard deviation.

The research results revealed that 1) the efficiency of the instructional media was higher than the determined criterion, the result of the assessment conducted by the teacher during the learning ($E_1$) was 87.21 and the result of the assessment conducted by the teacher after the learning process ($E_2$) was 90.17. It can be concluded that the efficiency of the instruction media meet the efficiency criterion of 80/80. It can be used as the instruction media for senior primary education students of Rajabopit School, 2) the assessment of overall appropriateness by experts indicated that the appropriateness of the instruction media was at a high level ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = 0.655) and overall usability was at a high level ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = 0.575), and 3) students were satisfied with the instructional media at a high level ($\overline{X}$ = 4.41, S.D. = 0.768). When each aspect was taken into consideration, the aspect with the highest mean was content ($\overline{X}$ = 4.51, S.D. = 0.624), followed by benefits of the instructional media ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = 0.822), and the aspect with the lowest mean was the instructional media ($\overline{X}$ = 4.31, S.D. = 0.876). To sum up, students were overall satisfied with the instructional media at a high level.

**Keywords :** Instructional media development, Thai hanging adornment, small size elephant net, senior primary education student, Rajabopit School

## 1. บทนำ

การพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ที่มีเป้าหมายสำคัญในการยกระดับประเทศไทยสู่ประเทศที่มีความพร้อมทางการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจของโลก อันเป็นเป้าหมายสำคัญของการเปลี่ยนแปลงประเทศตามแนวทางการพัฒนา Thailand 4.0 รวมทั้งจากเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) อันเป็นทิศทางของการพัฒนาประเทศต่าง ๆ ในระดับสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมายในการพัฒนาด้านคุณภาพการศึกษา (Quality Education) ที่มุ่งรับรองการศึกษาที่เท่าเทียมและทั่วถึง รวมทั้งการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ประชากรในสังคม อันเป็นหนึ่งในแนวคิดสำคัญเพื่อการพัฒนาประเทศให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนา กระทรวงศึกษาธิการ ส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการจัดการเรียนการสอน โดยมีแผนในการพัฒนาศักยภาพของครูให้มีความสามารถด้านการจัดการเรียนการสอนด้วยการนำเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลเข้ามาปรับใช้ในการสอน เพื่อช่วยให้การจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ [1] โดยสมาคมเทคโนโลยีการศึกษานานาชาติได้เสนอทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีความสำคัญต่อผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ไว้คือความสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารและทำงานร่วมกัน ความเชี่ยวชาญ ในการค้นหาข้อมูล การคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ปัญหา การตัดสินใจ และความเป็นพลเมืองดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีใหม่ ๆ [2]

การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของกรุงเทพมหานครให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ และการพัฒนากรุงเทพมหานคร ซึ่งจะส่งผลให้นักเรียนในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานครมีศักยภาพ ได้รับบริการการศึกษาที่มีคุณภาพตามมาตรฐานอย่างเท่าเทียม ระบบการศึกษาที่มีคุณภาพสามารถพัฒนาผู้เรียนให้บรรลุขีดความสามารถเต็มตามศักยภาพ ระบบการบริหารจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพเพื่อการลงทุนทางการศึกษาที่คุ้มค่าและบรรลุเป้าหมาย ระบบการศึกษาที่สนองตอบและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เป็นพลวัตและบริบทที่เปลี่ยนแปลง ภายใต้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล เพื่อการศึกษาควบคู่กับการพัฒนาระบบการศึกษาตามบริบทของกรุงเทพมหานครแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2564 - 2569)

กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ เป็นกลุ่มสาระที่ช่วยพัฒนาให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิต การอาชีพมาใช้ประโยชน์ในการทำงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ และแข่งขันในสังคมไทยและสากลเห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ รักการทำงาน และมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างพอเพียง อย่างมีความสุข ร่วมมือและแข่งขันในระดับสากลภายใต้บริบทของสังคมไทย [3]

โรงเรียนราชบพิธ สำนักงานเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นโรงเรียนสองภาษา (ไทย-จีน) และการศึกษาพิเศษเรียนร่วม เปิดทำการสอนตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ได้ดำเนินการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาโดยจัดเป็น 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพมีการบูรณาการกับหลักสูตรท้องถิ่น “ร้อยรักราชบพิธประดิษฐ์เครื่องแขวน” ได้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในการดำรงชีวิตและครอบครัวและการอาชีพให้สามารถช่วยเหลือตนเอง ครอบครัว และชุมชนได้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน สามารถสร้างและดัดแปลงสิ่งของต่าง ๆ มาใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อการดำรงชีวิตในครอบครัว สังคม และเพื่อเป็นแนวทางพื้นฐานในการประกอบอาชีพ เมื่อผู้เรียนได้รับการฝึกฝนตามกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ ผู้เรียนจะได้รับการปลูกฝังและพัฒนาให้มีคุณภาพ และคุณธรรม [4]

จากประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยรับผิดชอบในการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2551 พบว่า การสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ วิชางานประดิษฐ์ ชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากสาเหตุหลายประการ เช่น กิจกรรมการเรียนรู้และสื่อการสอนไม่สอดคล้องกับผู้เรียน ผู้เรียนขาดแรงจูงใจในการเรียน ขาดความรู้ ขาดทักษะในการปฏิบัติงานอาชีพ ที่สำคัญผู้เรียนขาดสื่อการเรียนที่จะเป็นแนวทางการเรียนรู้ ครูผู้สอนไม่สามารถหาสื่อการสอน

ที่ตรงกับความต้องการและดึงดูดใจให้ผู้เรียนสนใจเรียน ซึ่งเนื้อหาที่จะใช้ในการจัดการเรียน กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ เป็นกลุ่มสาระที่เน้นกระบวนการฝึกปฏิบัติจริงให้นักเรียน

ผู้วิจัยในฐานะเป็นครูผู้สอน มีความเห็นว่าการสอนงานประดิษฐ์ประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่องตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย จะให้ได้ผลดีและเกิดประสิทธิภาพอย่างยิ่งนั้น ครูผู้สอนต้องใช้สื่อประกอบการเรียนการสอนด้วย เพราะสื่อการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ จะทำให้ผู้เรียนสามารถศึกษาเนื้อหาในบทเรียนหรือทบทวนบทเรียนได้ตลอดเวลา อีกทั้งปลูกฝังให้ผู้เรียนให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้และปฏิบัติด้วยตนเอง ตลอดจนผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ

2.2 เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ

2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนราชบพิธ ที่กำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 มีจำนวน 2 ห้อง จำนวนนักเรียนทั้งหมด 48 คน โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6/1 ที่กำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 วิชางานประดิษฐ์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ โรงเรียนราชบพิธ จำนวน 24 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) สื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่องตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ

2) แบบทดสอบภาคปฏิบัติ ใช้สำหรับวัดประสิทธิภาพผลการเรียนรู้ระหว่างเรียนและหลังเรียน จากการใช้สื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่องตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยข้อสอบเป็นแบบภาคปฏิบัติ เพื่อวัดความรู้เดิมระหว่างเรียน และวัดผลการเรียนรู้หลังเรียน โดยให้เป็นตามเกณฑ์ 80/80

3) แบบประเมินความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอน ประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่องตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question)

4) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่องตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ 1) นำสื่อการสอนที่ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง ไปดำเนินการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 24 คน คือ นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6/1 ที่กำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 วิชางานประดิษฐ์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ โรงเรียนราชบพิธ โดยให้กลุ่มตัวอย่างเรียนจากสื่อการสอน และทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน 2) นำแบบประเมินความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่องตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินสื่อประกอบการสอนก่อนนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป และ 3) ให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 24 คน คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6/1 ที่กำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566

วิชางานประดิษฐ์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ โรงเรียนราชบพิธ ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการสอน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การหาประสิทธิภาพของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่องตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยใช้แบบทดสอบภาคปฏิบัติเพื่อวัดผลการเรียนรู้ของผู้เรียนระหว่างเรียนและหลังเรียนด้วยการใช้สื่อการสอน โดยให้เป็นไปตามเกณฑ์ 80/80 ซึ่งกำหนดให้คะแนนระหว่างเรียน คือ 80 และคะแนนที่ได้หลังเรียน 80 ($E_1/E_2$)

2) แบบประเมินความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3) แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

## 4. ผลการวิจัย

4.1 การหาประสิทธิภาพของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ ผลการวิจัยพบว่า มีประสิทธิภาพเป็น 87.21/90.17 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยผลการประเมินระหว่างเรียนที่ประเมินโดยผู้สอน ($E_1$) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 87.21 และผลการประเมินหลังเรียนโดยผู้สอน ($E_2$) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 90.17 สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของสื่อการสอนเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80 จึงสามารถนำไปใช้เป็นสื่อการสอนสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธได้

4.2 การประเมินความเหมาะสมและความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ประเมินความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้าง ขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยรวม

| รายการประเมิน | ความเหมาะสม | | | ความเป็นประโยชน์ | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| โดยรวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| ด้านบริบท/สภาพแวดล้อม | 4.44 | .509 | มาก | 4.33 | .577 | มาก |
| ด้านปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (ด้านสื่อการสอน) | 4.33 | .577 | มาก | 4.11 | .769 | มาก |
| ด้านกระบวนการ (ด้านการออกแบบสื่อการสอน) | 4.22 | .693 | มาก | 4.56 | .509 | มากที่สุด |
| ด้านผลผลิต | 4.08 | .877 | มาก | 4.58 | .721 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.27** | **.655** | **มาก** | **4.40** | **.575** | **มาก** |

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในการประเมินความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธโดยรวม ดังนี้

ความเหมาะสมของสื่อการสอนโดยรวม ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = 0.655) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย

พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบริบท/สภาพแวดล้อม ($\overline{X}$ = 4.44, S.D. = 0.509) รองลงมาคือ มีด้านปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (ด้านสื่อการสอน) ($\overline{X}$ = 4.33, S.D. = 0.577) และน้อยที่สุดคือ ด้านผลผลิต ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.877)

ความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนโดยรวม ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ามีความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = 0.575) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ผลผลิต ($\overline{X}$ = 4.58, S.D. = 0.721) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ(ด้านการออกแบบสื่อการสอน) ($\overline{X}$ = 4.56, S.D. = 0.509) และน้อยที่สุดคือ ด้านปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (ด้านสื่อการสอน) ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = 0.769)

4.3 การความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยรวม

| ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด โดยรวม | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| ด้านเนื้อหา | 4.51 | .624 | มากที่สุด |
| ด้านสื่อการสอน | 4.31 | .876 | มาก |
| ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อการสอน | 4.43 | .822 | มาก |
| **รวม** | **4.41** | **.768** | **มาก** |

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ โดยรวมพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.41, S.D. = 0.768) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเนื้อหา ($\overline{X}$ = 4.51, S.D. = 0.624) รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อการสอน ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = 0.822) และน้อยที่สุดคือ ด้านสื่อการสอน ($\overline{X}$ = 4.31, S.D. = 0.876)

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิภาพของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ สรุปได้ว่ามีประสิทธิภาพเป็น 87.21/ 90.17 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยผลการประเมินระหว่างเรียนที่ประเมินโดยผู้สอน ($E_1$) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 87.21 และผลการประเมินหลังเรียนโดยผู้สอน ($E_2$) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 90.17 สรุปได้ว่าประสิทธิภาพของสื่อการสอนเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80 จึงสามารถนำไปใช้เป็นสื่อการสอนสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสื่อการสอนได้จัดเนื้อหาและแบบฝึกหัดในแต่ละเรื่องให้มีความครอบคลุม และมีการจัดลำดับเนื้อหาจากง่ายไปหายาก แบ่งเนื้อหาเป็นตอน ๆ จัดโครงสร้างอย่างเป็นระเบียบและมีความสัมพันธ์กัน ง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามความถนัด และความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สื่อการสอนมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริกานต์ อำนวยศิริ [5] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการแกะสลักพื้นฐาน : ชุดผลไม้พร้อมรับประทาน วิชาการงานอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการแกะสลัก

พื้นฐาน : ชุดผลไม้พร้อมรับประทาน วิชาการงานอาชีพ มีค่าเท่ากับ 80.00/84.21

การประเมินความเหมาะสมและความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ สรุปได้ว่า

1) ด้านบริบท/สภาพแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า สื่อการสอนมีความเหมาะสมและมีประโยชน์อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะขั้นตอนและวิธีการนำเสนอเนื้อหา ได้ผ่านการตรวจสอบข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญมาก่อน จึงทำให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนเนื้อหาได้อย่างอิสระ เพราะนักเรียนในระดับประถมศึกษาเป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้ และต้องการที่จะศึกษาเอง ถ้าหากจะทำสิ่งใดก็เป็นเพราะเขาสนใจที่จะทำเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรภัทร์ บุตรครุธ [6] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย วิชาพื้นฐานการประกอบอาหารประเภทแกงและต้ม เรื่อง แกงมัสมั่นสำหรับนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพอาหารไทยมืออาชีพ โรงเรียนการอาหารไทยเอ็มเอสซี ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อการประเมินความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนมัลติมีเดีย วิชาพื้นฐานการประกอบอาหารประเภทแกงและต้ม เรื่อง แกงมัสมั่นสำหรับนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพอาหารไทยมืออาชีพ โรงเรียนการอาหารไทยเอ็มเอสซี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ มุกดา อามาตย์ [7] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย วิชาพื้นฐานงานประดิษฐ์ เรื่อง ดอกไม้ประดิษฐ์สำหรับนักเรียนสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า สื่อการสอนมัลติมีเดียมีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

2) ด้านปัจจัยเบื้องต้นหรือปัจจัยป้อน (ด้านสื่อการสอน) ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า สื่อการสอนมีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสื่อการสอนที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน มีเนื้อหาไม่ยุ่งยากซับซ้อน ผู้เรียนสามารถนำมาศึกษาได้อย่างสะดวก ผู้เรียนสามารถควบคุมลำดับการเรียนรู้ การเลือกเนื้อหาบทเรียน การทำกิจกรรมในบทเรียน โดยผู้เรียนแต่ละคนสามารถควบคุมเวลาเรียนได้ด้วยตนเองตามความสามารถและตามความถนัดของแต่ละคนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุพงษ์ ภูสีเขียว [8] พบว่า สื่อมีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยสื่อมีความทันสมัย เอื้อต่อผู้สอนและผู้เรียนได้เป็นอย่างดี และสื่อมัลติมีเดียยังสามารถตอบสนองต่อการเรียนการสอนออนไลน์ในยุค COVID-19 ได้ ธีรภัทร์ บุตรครุธ [6]

3) ด้านกระบวนการ (ด้านการออกแบบสื่อการสอน) ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า สื่อการสอนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสื่อการสอนได้ถูกพัฒนาขึ้นตามหลักการออกแบบ ทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ไปตามขั้นตอนได้เป็นอย่างดี ซึ่งถ้าหากมีการแบ่งเนื้อหาวิชาที่จะถ่ายทอดให้นักเรียนเป็นตอน ๆ ทีละน้อย เหมาะสมกับวุฒิภาวะของผู้เรียนแล้ว ผู้เรียนจะได้รับความรู้ได้ดีกว่าการให้ความรู้แก่นักเรียนในครั้งละมาก ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชนันท์ ตระกูลอยู่สบาย [9] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ เรื่องระบบนิเวศป่าชายเลน อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพสื่อมัลติมีเดียอยู่ในระดับดี ในขณะที่งานวิจัยของ วรวรรณ วงศ์ศรีจันทร์ [10] ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้เทคนิควิธีคิดเชาวน์ปัญญา พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของผู้เชี่ยวชาญมีคุณภาพมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ มุกดา อามาตย์ [7] พบว่า สื่อการสอนมัลติมีเดียมีความเหมาะสมและเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากเนื่องจากสื่อมัลติมีเดียมีการกระตุ้นให้เกิดความคิดค้นคว้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นกระบวนการและขั้นตอนการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเป็นขั้นตอนสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของบทเรียนได้

4) ด้านผลผลิต ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า สื่อการสอน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากและเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อการสอนที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการอธิบายการใช้งาน ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง

มีอิสระในการเลือกเรียนเนื้อหา และทบทวนเนื้อหาได้บ่อยครั้งตามที่ต้องการได้ สื่อการสอนที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจึงเหมาะสมในการนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนต่อไปได้ สอดคล้องกับ อนุพงษ์ ภูสีเขียว [8] พบว่า ความเหมาะสมและความเป็นประโยชน์ของสื่อการสอนมัลติมีเดียอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเสียงบรรยายของสื่อ มีการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการเรียนได้ มุกดา อามาตย์ [7] ดังนั้น การออกแบบสื่อมัลติมีเดียที่สร้างสรรค์จะต้องดึงดูดความสนใจทั้งทางด้านเนื้อหาและรูปแบบกราฟิก ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถสื่อความหมายที่ต้องการนำเสนอ โดยไม่จำเป็นต้องใช้คำบรรยายใด ๆ ก็ได้ ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับเปลี่ยนการสอนแบบเดิม ๆ จึงกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนให้สอดคล้องกับความสามารถของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ต่อไปได้ (ศศิณัฏฐ์ สรรคบุรานุรักษ์) [11]

ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย เรื่อง ตาข่ายหน้าช้างขนาดเล็กจากลูกปัด สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชบพิธ สรุปได้ว่า

1) ด้านเนื้อหา พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เนื้อหาสาระมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเข้าใจง่าย รองลงมาคือ เนื้อหามีปริมาณที่ครบถ้วน และความเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการ และน้อยที่สุดคือ การจัดลำดับเนื้อหามีความต่อเนื่องตามลำดับขั้นตอน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะสื่อการสอนที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนและทบทวนเนื้อหาได้บ่อยครั้งตามที่ต้องการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้จึงส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจต่อสื่อการสอนสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริกานต์ อำนวยศิริ [5] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเรื่องการแกะสลักพื้นฐาน : ชุดผลไม้พร้อมรับประทาน วิชาการงานอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ ธีรภัทร์ บุตรครุธ [6] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดีย วิชาพื้นฐานการประกอบอาหารประเภทแกงและต้ม เรื่อง แกงมัสมั่นสำหรับนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ อาหารไทยมืออาชีพ โรงเรียนการอาหารไทยเอ็มเอสซี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อการสอนมัลติมีเดียอยู่ในระดับมาก

2) ด้านสื่อการสอน พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การออกแบบน่าสนใจและกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ รองลงมาคือ ขนาดและรูปแบบตัวอักษรชัดเจนเหมาะสมกับผู้เรียน และน้อยที่สุดคือ การเลือกใช้สีมีความสวยงาม อ่านง่าย เหมาะสมกับเนื้อหา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพล แสนบุญส่ง [12] ได้ทำการศึกษาการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ เรื่องโปรแกรมค้นหาสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนวัดพระขาว (ประชานุเคราะห์) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ ซาร่าห์ หะยีแวฮามะ [13] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียโดยใช้เทคนิคการสอนแบบโฟนิกส์เพื่อเพิ่มความสามารถในการอ่าน ในรายวิชาภาษาไทยเรื่องการแจกลูกสะกดคำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 - 6 โรงเรียนเตรียมศึกษาวิทยา จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ดังนั้น สื่อมัลติมีเดียโดยใช้เทคนิคการสอนแบบโฟนิกส์เพื่อเพิ่มความสามารถในการอ่าน ในรายวิชาภาษาไทยเรื่องการแจกลูกสะกดคำ จึงมีคุณภาพที่สามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอน เพื่อเพิ่มความสามารถในการอ่านได้จริง

3) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อการสอน พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เมื่อเรียนกับสื่อการสอนแล้ว ผู้เรียนสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ดี รองลงมาคือ เมื่อเรียนด้วยสื่อการสอนแล้วผู้เรียนมีความเข้าใจในเรื่อง ตาข่ายหน้าช้างและสามารถร้อยตาข่ายหน้าช้างจากลูกปัดเพิ่มมากขึ้น และน้อยที่สุดคือ การเรียนรู้ด้วยสื่อการสอน ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาง่ายขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาวรถา วีระพันธุ์ [14] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อการเรียนรู้การ์ตูนมัลติมีเดียสองมิติ เรื่อง

อยู่อย่างพอเพียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการ์ตูนมัลติมีเดียสองมิติ เรื่อง อยู่อย่างพอเพียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับดี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์พิสุทธิ์ นุวัติดีวงศ์ [15] ได้ทำการศึกษาการสร้างสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอน เรื่องการประดิษฐ์บายศรีปากชาม ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่าสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอน ช่วยให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรียนสูงขึ้น และผู้เรียนมีความพึงพอใจในสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอน อยู่ในระดับมากที่สุด สามารถที่จะนำไปใช้ในการเรียนการสอนวิชางานบายศรี ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาได้

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.1.1 ควรทำวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับบทเรียนออนไลน์ โดยใช้กรณีศึกษาในระดับประถมศึกษาตอนต้นหรือระดับอื่น ๆ

5.1.2 ควรศึกษาถึงข้อจำกัดและผลกระทบของการเรียนด้วยสื่อการสอนประเภทเครื่องแขวนไทย

5.1.3 ควรมีการสนับสนุนให้มีสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองในรูปแบบใหม่ ๆ ในรายวิชาอื่น ๆ เพื่อฝึกทักษะในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดเวลาในการสอน เพราะนักเรียนสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองมาจากที่บ้านได้ และนักเรียนมีความรู้ฝังแน่นมากยิ่งขึ้นอันเกิดจากการฝึกกระทำบ่อย ๆ จนเกิดความเข้าใจด้วยตนเอง

## เอกสารอ้างอิง

[1] สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2564). *สภาวะการศึกษาไทย ปี 2564: สภาวการณ์การจัดการศึกษาตามแผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

[2] ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2561). *นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ*. แดเน็กซ์ อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น.

[3] กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดฯ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560)*. [Retrieved March 2, 2023]. from http://www.academic.obec.go.th/web/mission/

[4] โรงเรียนราชบพิธ. (2565). *ข้อมูลโรงเรียน*. [Retrieved January 22, 2023]. from http://www.rb.ac.th/

[5] สิริกานต์ อำนวยศิริ. (2564). *การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเรื่องการแกะสลักพื้นฐาน : ชุดผลไม้พร้อมรับประทาน วิชาการงานอาชีพ* [เอกสารที่ไม่มีการตีพิมพ์].

[6] ธีรภัทร์ บุตรครุธ. (2564). การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดียวิชาพื้นฐานการประกอบอาหารประเภทแกงและต้ม เรื่อง แกงมัสมั่นสำหรับนักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพอาหารไทยมืออาชีพ โรงเรียนการอาหารไทย เอ็มเอสซี *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

[7] มุกดา อามาตย์. (2562). การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดียวิชาพื้นฐานงานประดิษฐ์ เรื่อง ดอกไม้ประดิษฐ์สำหรับนักเรียนสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

[8] อนุพงษ์ ภูสีเขียว. (2563). การพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดียการปักลายดอกไม้บนผลิตภัณฑ์เข็มกลัดติดเสื้อสุภาพสตรีสำหรับนักเรียนวิทยาลัยสารพัดช่างนครหลวง *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

[9] ชัชนันท์ ตระกูลอยู่สบาย. (2560). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ เรื่องระบบนิเวศป่าชายเลน อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร *(การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

[10] วรวรรณ วงศ์ศรีจันทร์. (2560). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้เทคนิควิธีคิดเชาวน์ปัญญา *(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

[11] ศศิณัฏฐ์ สรรคบุรานุรักษ์. (2560). สื่อมัลติมีเดียและเทคโนโลยีกับการสอนภาษาจีนในศตวรรษที่ 21. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*

*(Humanities, Social Sciences and Arts)*, 10(3), 1239-1256.

[12] ศิริพล แสนบุญส่ง. (2561). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ เรื่องโปรแกรมค้นหาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนวัดพระขาว (ประชานุเคราะห์) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้*, 4(2), 5-15.

[13] ซาร่าห์ หะยีแวฮามะ. (2561). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียโดยใช้เทคนิคการสอนแบบโฟนิกส์เพื่อเพิ่มความสามารถในการอ่าน ในรายวิชาภาษาไทยเรื่องการแจกลูกสะกดคำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3-6 โรงเรียนเตรียมศึกษาวิทยา จังหวัดปัตตานี. *E-Journal of Media Innovation and Creative Education*, 1(1), 46-64.

[14] ดาวรถา วีระพันธุ์. (2560). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้การ์ตูนมัลติมีเดียสองมิติ เรื่องอยู่อย่างพอเพียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 7(3), 61-72.

[15] พงศ์พิสุทธิ์ นุวัติดีวงศ์. (2560). การสร้างสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอนเรื่อง การประดิษฐ์บายศรีปากชาม ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ *(วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์

# Meatball Product from Pork Mixed with Water Chestnuts For Commercialization

กนกวรรณ ศิริโฉม[1] และกาญจนา เฟื่องศรี[2]
kanokwan sirichom[1] and Kanchana Fuangsri[2]

[1-2] หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี 72000
Bachelor of Arts, School of Culinary Arts, Suan Dusit University Suphanburi Campus 72000
[1] Corresponding Author : E-mail : kanokwan_sut@dusit.ac.th
Received : 13 ก.ย. 66 Revised : 13 ม.ค. 67 Accepted : 20 ก.พ. 67
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.009

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ โดยศึกษาการเสริมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ช (Modified Starch) ร่วมกับแห้วสุกหั่นหยาบในลูกชิ้นหมูสูตรพื้นฐานที่ระดับร้อยละ 2:10, 3:20 และ 4:30 ของน้ำหนักเนื้อหมู และนำไปวิเคราะห์ลักษณะเนื้อสัมผัส (Texture Profile Analysis : TPA) ด้วยหัวกดชนิด P/36R (36 mm) ความเร็วหัวกด 2.0 มิลลิเมตรต่อนาที เพื่อวัดค่าความแข็ง (Hardness) การยึดเกาะ (Adhesiveness) การเกาะรวม (Cohesiveness) ความยืดหยุ่น (Springiness) ความเหนียว (Gumminess) และความเคี้ยว (Chewiness)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับสูตรที่มีการเติมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ช และแห้วสุกหั่นหยาบที่ระดับร้อยละ 2:10 มากที่สุด เนื่องจากมีลักษณะเนื้อสัมผัสที่นุ่ม และไม่แข็งกระด้างจนเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับสูตรอื่นพบว่า หากปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ช และแห้วสุกหั่นหยาบเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เนื้อสัมผัสของลูกชิ้นมีความแข็งและเหนียวเพิ่มขึ้นตามลำดับ สำหรับผลการวิเคราะห์คุณภาพของลูกชิ้นหมูสูตรที่ได้รับการยอมรับ (สูตร A2) พบว่า มีค่าความสว่าง (L*) ค่าสีแดง (a*) และค่าสีเหลือง (b*) เท่ากับ 65.70 ± 1.08, -0.55 ± 0.18 และ 11.47 ± 0.53 ตามลำดับ และจากการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการในลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ ปริมาณ 100 กรัม พบว่า มีคาร์โบไฮเดรต 9.42% โปรตีน 8.17% ไขมัน 67.41% ใยอาหาร 2.04% และให้พลังงานทั้งหมด 137.77 กิโลแคลอรี

**คำสำคัญ :** แห้ว ลูกชิ้นหมู แป้งโมดิฟายด์สตาร์ช ผลิตภัณฑ์ ต่อยอดเชิงพาณิชย์

## Abstract

This research aimed to develop pork ball products by fortifying basic pork meatballs with modified starch and coarsely chopped cooked water chestnuts. The study investigated three ratios of modified starch to water chestnuts: 2:10, 3:20, and 4:30 percent, based on pork weight. Texture Profile Analysis (TPA) was conducted using a P/36R (36 mm) probe with a speed of 2.0 mm/min to measure hardness, adhesiveness, cohesiveness, springiness, gumminess, and chewiness.

The sensory evaluation results indicated that the formulation containing 2% modified starch and 10% water chestnuts was the most acceptable to consumers. This formula provided a soft texture that was not overly hard. In comparison, formulations with higher contents of modified starch and water chestnuts resulted in harder and stickier textures. Color analysis of the selected formula (A2) showed brightness (L*), redness (a*), and yellowness (b*) values of 65.70 ± 1.08, -0.55 ± 0.18, and 11.47 ± 0.53, respectively. Nutritional analysis per 100 grams of the pork balls mixed with coarsely chopped cooked water chestnuts revealed a composition of 9.42% carbohydrate, 8.17% protein, 67.41% fat, 2.04% dietary fiber, and a total energy value of 137.77 kcal.

**Keywords :** water chestnut, pork balls, modified starch, product, expand commercially

## 1. บทนำ

แห้วเป็นพืชดั้งเดิมของเขตร้อนชื้นเองตามธรรมชาติ ในบางประเทศทางแถบเอเชียตะวันออกมีการนำแห้วมาปลูกเป็นครั้งแรกในประเทศทางแถบอินโดจีน หรือทางภาคตะวันออกของจีน ปัจจุบันมีการปลูกแห้วเป็นการค้าในประเทศจีน ฮ่องกง ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา อินเดีย อเมริกาใต้ และประเทศไทย ไม่ทราบแน่ชัดว่ามีการปลูกแห้วเป็นการค้าในประเทศไทยเมื่อใด แต่มีผู้นำแห้วมาปลูกที่จังหวัดเชียงรายมาเป็นเวลานาน และได้นำมาปลูกในเขตอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อปี พ.ศ. 2493 ปัจจุบันมีการปลูกแห้วมากในอำเภอศรีประจันต์ อำเภอสามชุก อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเฉพาะเนื้อที่ปลูกในตำบลวังยาง มีพื้นที่ทำนาแห้วรวมกันกว่า 1,000 ไร่ อาศัยน้ำจากลำน้ำท่าจีนที่ไหลผ่าน แต่ถ้ารวมผลผลิตจากตำบลและอำเภออื่นในจังหวัดสุพรรณบุรีทั้งจังหวัด มีพื้นที่ปลูกแห้วประมาณ 2,000 กว่าไร่ [1]

แห้วเป็นพืชเศรษฐกิจท้องถิ่นที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเป็นอย่างมาก ด้วยรสชาติที่มีความหวาน มัน กรอบ ด้วยความเหมาะสมเฉพาะพื้นที่ทางสภาพภูมิศาสตร์ คือ ลักษณะทางภูมิประเทศที่เป็นที่ราบลุ่ม ดินเป็นชุดดินสระบุรีและชุดดินสระบุรีไฮเฟตที่มีคุณสมบัติในการกักเก็บน้ำได้ดีและมีความอุดมสมบูรณ์ มีแม่น้ำ และระบบชลประทานเป็นแหล่งกักเก็บน้ำเพื่อการเกษตร สภาพอากาศมีความเหมาะสม ประกอบกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมายาวนาน ทำให้แห้วที่ปลูกในเขตพื้นที่อำเภอศรีประจันต์ และอำเภอเมืองสุพรรณบุรีเป็นแห้วคุณภาพดี พื้นที่เขตนี้เป็นแหล่งเพาะปลูกหลักที่สำคัญแห่งเดียวของประเทศ สามารถผลิตแห้วส่งขายไปยังตลาดสำคัญได้ทั่วประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอศรีประจันต์แห้วถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญมากของอำเภอ จนนำมาเป็นส่วนหนึ่งของคำขวัญประจำอำเภอศรีประจันต์ คำขวัญอำเภอศรีประจันต์ “เสียงเหน่อน่าฟัง โด่งดังพระเครื่อง เมืองนักปราชญ์ ตลาดเก่าบ้านท่านเจ้าคุณ แหล่งบุญเจดีย์พระธาตุพระพุทธบาทจำลอง ถิ่นร้องอีแซว แห้วจีนมันหวาน หมู่บ้านควายไทย สวนพืชไร้ดิน” [2]

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าเกษตรบ้านสับปะรดเทศเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีพื้นที่ประมาณ 200 ไร่ ในอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลิตแห้งสดส่งจำหน่ายแบบทั้งเปลือก และแบบปอกเปลือก แห้วแช่อิ่มในรูปแบบส่งผ่านพ่อค้าคนกลาง จากสภาวะปัญหาของโรคระบาด

โควิด-19" (Covid-19) ทำให้รายได้จากยอดขายลดลง ประสบปัญหาเรื่องการจำหน่ายผลผลิตแห้วผลสด ลูกค้าเปลี่ยนวิธีการซื้อสินค้าหน้าร้านเป็นแบบออนไลน์มากกว่า กลุ่มวิสาหกิจได้รวมตัวเปิดตลาดออนไลน์เพื่อรวบรวมสินค้าที่มีอยู่ในชุมชนมาจำหน่าย พบว่า ลูกค้าให้การตอบรับเป็นอย่างดี แต่ยังมีอีกหลายผลิตภัณฑ์จากแห้วที่ลูกค้าต้องการและยังไม่มีผู้ผลิต จากการออกงาน THAIFEX-World of Food Asia 2018 เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้นำผู้ประกอบการไทยที่ผลิตแห้วสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไปออกบูธจำหน่ายสินค้าทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากแห้วยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ทำให้มองหาลู่ทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ของลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ [3]

ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์เป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตผลทางการเกษตร สามารถนำไปประกอบอาหารจานหลักหรือรับประทานเป็นอาหารทานเล่นได้หลากหลายรูปแบบ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย โดยกลุ่มวิสาหกิจต้องการสร้างความแปลกใหม่ให้กับลูกชิ้น โดยนำส่วนผสมของแห้วใส่ในส่วนผสมของเนื้อหมูเพื่อให้เกิดรสชาติหวานมัน และความกรุบกรอบจากแห้ว นอกจากนั้น ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้กับแห้วสดในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อเปรียบเทียบปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับเนื้อแห้วสุกหั่นหยาบที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบในปริมาณที่แตกต่างกัน

2.2 เพื่อศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ

2.3 เพื่อศึกษาอายุการเก็บรักษาลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 30 คน ทำการทดสอบชิมเพื่อคัดเลือกสูตรที่ดีที่สุด

2) กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ทำการทดสอบชิม เพื่อศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ เพื่อให้ได้สูตรที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1) แบบทดสอบทางประสาทสัมผัส 9-Point Hedonic Scale ประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส

2) แบบสอบถาม เพื่อทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ทดสอบการยอมรับทางประสาทสัมผัสโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร จำนวน 30 คน ด้วยวิธีการชิมแบบให้คะแนนความชอบ 9 ระดับ (9-Point Hedonic Scale) เพื่อประเมินคุณลักษณะของลูกชิ้นในด้านสี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และความชอบโดยรวม

2) ทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส โดยการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการชิมแบบให้คะแนนความชอบ 9 ระดับ (9-Point Hedonic Scale) เพื่อประเมินคุณลักษณะของลูกชิ้นในด้านสี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และความชอบโดยรวม โดยวางแผนการทดลองแบบสุ่มในบล็อกสมบูรณ์ Randomized Complete Block Desing (RCBD) และนำผลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทราบผลการยอมรับของผู้บริโภค

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ศึกษาการยอมรับทางประสาทสัมผัส ด้วยวิธีการชิมแบบให้คะแนนความชอบ 9 ระดับ (9-Point Hedonic Scale) เพื่อประเมินคุณลักษณะของลูกชิ้นในด้านสี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และความชอบโดยรวม

2) ทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส โดยการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการชิมแบบให้คะแนนความชอบ 9 ระดับ (9-Point Hedonic Scale) เพื่อประเมินคุณลักษณะของลูกชิ้นในด้านสี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และความชอบโดยรวม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการเปรียบเทียบปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับเนื้อแห้วสุกหั่นหยาบ ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบในปริมาณที่แตกต่างกัน

การศึกษากระบวนการแปรรูป ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 10, 20, 30, ผสมแห้วสุกหั่นหยาบต่อเนื้อหมู 1,000 กรัม และลูกชิ้นหมูผสมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับแห้วสดปั่นแช่แข็งร้อยละ 2:10 3:20 4:30 ผสมแห้วต้มสุกหั่นหยาบต่อเนื้อหมู 1,000 กรัม นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 30 คน ทำการทดสอบชิม เพื่อคัดเลือกสูตรที่ดีที่สุด จากนั้นนำไปให้ผู้ทดสอบที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 100 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้สูตรที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมากที่สุด นำไปวิเคราะห์ด้วยเครื่อง (Texture analyzer: TPA) ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อสัมผัสอาหารโดยใช้หัวกดชนิด P/36R : 36 mm ความเร็วหัวกด 2.0 มิลลิเมตรต่อนาที ค่าที่ใช้วัดคือ Hardness Adhesiveness Cohesiveness Springiness Gumminess และ Chewiness โดยเตรียมตัวอย่างลูกชิ้นสูตรที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดที่อุณหภูมิห้อง นำไปวัดค่าเนื้อสัมผัส จากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าสี โดยการทดสอบค่าความสว่าง (L*) ค่าสีแดง (a*) ค่าสีเหลือง (b*) ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยคุณภาพทางประสาทสัมผัสของลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 10, 20 และ 30 ต่อเนื้อหมู

| คุณภาพทางประสาทสัมผัส | ร้อยละ 10 | ร้อยละ 20 | ร้อยละ 30 |
|---|---|---|---|
| สี | $3.82^{a}$±0.71 | $3.54^{b}$±0.72 | $3.46^{b}$±0.77 |
| กลิ่น | $3.83^{a}$±0.69 | $3.56^{b}$±0.73 | $3.47^{b}$±0.77 |
| รสชาติ | $3.85^{a}$±0.68 | $3.58^{b}$±0.70 | $3.47^{b}$±0.72 |
| เนื้อสัมผัส | $3.87^{a}$±0.69 | $3.57^{b}$±0.68 | $3.44^{b}$±0.72 |
| ความชอบโดยรวม | $4.03^{a}$±0.72 | $3.82^{a}$±0.63 | $3.51^{b}$±0.71 |

จากตารางที่ 1 การทดสอบชิมจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 30 คน พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับสูตรที่มีการผสมแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 10 เนื่องจากลักษณะเนื้อสัมผัสที่มีความนุ่มพอดี เนื้อสัมผัสไม่แข็ง เคี้ยวง่าย เนื้อสัมผัสเมื่อเคี้ยวมีความหนึบพอดี เมื่อเทียบกับลูกชิ้นต้นแบบ ปรากฏดังภาพที่ 1



**ภาพที่ 1** *ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์*

จากนั้น ทำการเติมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ช กับแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 2:10, 3:20 และ 4:30 สำหรับทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสของลูกชิ้นหมู เพื่อคัดเลือกสูตรที่ดีที่สุด ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยคุณภาพทางประสาทสัมผัสของลูกชิ้นหมูผสมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับแห้วสุกหั่นหยาบต่อเนื้อหมู

| คุณภาพทางประสาทสัมผัส | ร้อยละ 2:10 | ร้อยละ 3:20 | ร้อยละ 4:30 |
|---|---|---|---|
| สี | $4.00^{a}$±0.86 | $3.61^{b}$±0.87 | $3.98^{a}$±0.72 |
| กลิ่น | $4.02^{a}$±0.85 | $3.63^{b}$±0.86 | $4.00^{a}$±0.71 |
| รสชาติ | $4.35^{a}$±0.80 | $3.63^{c}$±0.84 | $3.98^{b}$±0.70 |
| เนื้อสัมผัส | $4.25^{a}$±0.82 | $3.62^{c}$±0.83 | $3.93^{b}$±0.69 |
| ความชอบโดยรวม | $4.28^{a}$±0.58 | $3.68^{b}$±0.79 | $4.20^{a}$±0.68 |

**หมายเหตุ :** ตัวอักษรที่ต่างกันในแนวนอน หมายถึง ค่าที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 2 การทดสอบชิมจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 30 คน พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับสูตรที่มีการเติมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 2:10 เนื่องจากลักษณะเนื้อสัมผัสมีความนุ่ม ประกอบกับปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ช และปริมาณแห้วสุกหั่นหยาบมีปริมาณไม่มาก ทำให้ลูกชิ้นไม่แข็งและกระด้าง เมื่อเทียบกับสูตรอื่น พบว่า ยิ่งมีปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชและเนื้อแห้วสุกหั่นหยาบในปริมาณเพิ่มขึ้นจะทำให้เนื้อสัมผัสของลูกชิ้นแข็งและเหนียวมากขึ้นตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคลูกชิ้นแห้ว

1) ศึกษาความชอบของผู้บริโภคจำนวน 100 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยการนำสูตรที่ผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับมากที่สุดคือ สูตรลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 10 ใส่รหัส (สูตร A1) และสูตรลูกชิ้นหมูผสมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 2:10 ผสมแห้วต้มสุกหั่นหยาบต่อเนื้อหมู ใส่รหัส (สูตร A2) นำไปศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้า 100 คน ด้วยวิธีการชิมแบบให้คะแนนความชอบ 9 ระดับ (9-Point Hedonic Scale) ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยคุณภาพทางประสาทสัมผัสและค่าความแปรปรวนของลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ

| คุณภาพทางประสาทสัมผัส | ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ | |
|---|---|---|
| | สูตร A1 | สูตร A2 |
| สี | $4.31^{a}$±0.71 | $6.41^{b}$±0.12 |
| กลิ่น | $4.03^{a}$±0.68 | $6.56^{b}$±0.33 |
| รสชาติ | $4.63^{a}$±0.64 | $6.80^{b}$±0.70 |
| เนื้อสัมผัส | $4.92^{a}$±0.83 | $6.57^{b}$±0.68 |
| ความชอบโดยรวม | $4.68^{a}$±0.79 | $6.57^{b}$±0.68 |

**หมายเหตุ :** ตัวอักษรที่ต่างกันในแนวนอน หมายถึง ค่าที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับสูตรลูกชิ้นหมูผสมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 2:10 ต่อเนื้อหมู (สูตร A2) เนื่องจากลักษณะเนื้อสัมผัสของลูกชิ้นมีความใกล้เคียงกับลูกชิ้นต้นแบบ จึงได้นำลูกชิ้นหมูสูตร A2 มาทำการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อสัมผัส และค่าความสว่าง (L*) ค่าสีแดง (a*) ค่าสีเหลือง (b*) และข้อมูลด้านความรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า สูตร A2 ผู้บริโภคให้การยอมรับในระดับชอบมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 6.57 โดยมีเหตุผลในการยอมรับผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะปรากฏ สี ลักษณะผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านกลิ่น รสชาติเนื้อสัมผัสอยู่ในระดับชอบมาก

2) การวิเคราะห์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบด้วย Texture analyzer : TPA

นำไปวิเคราะห์ด้วยเครื่อง (Texture analyzer : TPA) ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อสัมผัสอาหาร โดยเตรียมตัวอย่างลูกชิ้นสูตรที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดนำไปวัดค่าเนื้อสัมผัส จากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าสี โดยการทดสอบค่าความสว่าง (L*) ค่าสีแดง (a*) ค่าสีเหลือง (b*) อ่านค่าและบันทึกผล นำไปเป็นตัวอย่างในการศึกษาอายุการเก็บรักษาในขั้นตอนต่อไป โดยการนำไปบรรจุถุง PE โดยการสุ่มปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมดทุก ๆ 3 วัน จนครบ 30 วัน ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ผลการทดสอบค่าความสว่างสีของลูกชิ้นหมู สูตร A2

| ค่าความสว่าง (L*) | ค่าสีแดง (a*) | ค่าสีเหลือง (b*) |
|---|---|---|
| 65.70±1.075 | -0.55±0.18 | 11.47±0.53 |

**หมายเหตุ :**

| | | | |
|---|---|---|---|
| L* แสดงค่า | ความมืด - สว่าง | มีค่าตั้งแต่ 0-100 |
| a* แสดงค่า | สีแดง | เมื่อ a* มีค่าเป็น + |
| | สีเขียว | เมื่อ a* มีค่าเป็น – |
| b* แสดงค่า | สีเหลือง | เมื่อ b* มีค่าเป็น + |
| | สีน้ำเงิน | เมื่อ b* มีค่าเป็น – |

3) ผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์

**ตารางที่ 5** คุณค่าทางโภชนาการลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ในน้ำหนัก 100 กรัม

| คุณค่าทางโภชนาการ | องค์ประกอบทางเคมีลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ |
|---|---|
| พลังงาน (กิโลแคลอรี) | 137.77 |
| คาร์โบไฮเดรต (กรัม) | 9.42 |
| โปรตีน (กรัม) | 8.17 |
| เถ้า (กรัม) | 1.76 |
| ไขมัน (กรัม) | 67.41 |
| ความชื้น (กรัม) | 73.16 |
| เส้นใย (กรัม) | 2.04 |
| ธาตุเหล็ก (มิลลิกรัม) | <0.59 |

**ตารางที่ 5** คุณค่าทางโภชนาการลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ในน้ำหนัก 100 กรัม (ต่อ)

| คุณค่าทางโภชนาการ | องค์ประกอบทางเคมีลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ |
|---|---|
| แคลเซียม (มิลลิกรัม) | 58.70 |
| วิตามิน A (มิลลิกรัม) | <35.57 |
| วิตามิน B1 (มิลลิกรัม) | 0.04 |
| วิตามิน B2 (มิลลิกรัม) | 0.05 |

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ มีคุณค่าทางโภชนาการทั้งในด้านพลังงาน และสารอาหาร คือ มีพลังงาน 137.77 กิโลแคลอรี คาร์โบไฮเดรต 9.42 กรัม โปรตีน 8.17 กรัม เถ้า 1.76 กรัม ไขมัน 67.41 กรัม ความชื้น 73.16 กรัม เส้นใย 2.04 กรัม ธาตุเหล็ก <0.59 มิลลิกรัม แคลเซียม 58.70 มิลลิกรัม วิตามิน A <35.57 มิลลิกรัม วิตามิน B1 0.04 มิลลิกรัม และวิตามิน B2 0.05 มิลลิกรัม

4.3 ผลการศึกษาอายุการเก็บรักษาลูกชิ้นแห้ว

ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ โดยทำการบรรจุถุงพลาสติก PE ใส เก็บรักษาในตู้เย็นที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส และทดสอบคุณภาพทางจุลินทรีย์ตามมาตรฐาน มผช. 304/2547 ทุก ๆ 3 วัน จนครบ 30 วัน แสดงผลดังตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** การประเมินลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ ที่เก็บรักษาในตู้เย็นที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส ทุก ๆ 3 วัน จนครบ 30 วัน

| ระยะเวลา | ลักษณะทางกายภาพ |
|---|---|
| 1 - 9 วัน | ยังคงสภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ มีเนื้อสัมผัสนุ่ม รสชาติคงเดิม สีคงเดิม |
| 10 - 30 วัน | ลักษณะภายในเริ่มเปลี่ยน มีสีที่เข้มขึ้น |

จากตารางที่ 6 พบว่า ในระยะเวลา 9 วัน ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ ยังคงลักษณะที่ดีคือ มีความเหนียวนุ่มคงเดิมและไม่มีการเปลี่ยนแปลง การตรวจสอบคุณภาพทางกายภาพวันที่ 10 - 30 ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ สีเริ่มมีลักษณะที่เข้มขึ้น เนื้อสัมผัสนิ่ม แนะนำให้เก็บลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส ไม่เกิน 9 วัน จึงจะมีความปลอดภัย โดยสรุปว่าการเก็บรักษาที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส ระยะเวลา 30 วัน ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ มีลักษณะแตกต่างทางด้านกายภาพและผลวิเคราะห์คุณภาพทางชีวภาพ แสดงดังตารางที่ 7

**ตารางที่ 7** ปริมาณจุลินทรีย์ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ เก็บรักษาที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส ระยะเวลา 30 วัน

| จุลินทรีย์ | จำนวนจุลินทรีย์ (CFU/g) | |
|---|---|---|
| | ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ ที่ 1 วัน | ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ ที่ 30 วัน |
| Total Plate Count | $3.1x10^3$ | $1.2x10^8$ |
| *Salmonella spp.* | Not detect | Not detect |
| *Staphylococcus aureus* | <10 | <10 |
| *Bacillus cereus* | <10 | <10 |
| *Clostridium perfringens* | <10 | <10 |
| *Listeria monocytogens* | Not detect | Not detect |
| *Vibrio cholerae* | Not detect | Not detect |
| *Escherichia coli* | <3.0 | <3.0 |

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์จุลินทรีย์ เริ่มต้นหลังจากการผลิต และเมื่อเก็บรักษาเป็นระยะเวลา 30 วัน มีการพบการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ มีจำนวนจุลินทรีย์ $1.2x10^8$ ซึ่งเป็นช่วงที่จุลินทรีย์ทั้งหมดสามารถเจริญเติบโตได้ ดังนั้น การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบในตู้เย็นที่อุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 30 วัน ในด้านจุลินทรีย์ มีความไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับเนื้อแห้วสุกหั่นหยาบ ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบในปริมาณที่แตกต่างกัน พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ จากการทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 30 คน พบว่า ผู้ทดสอบให้การยอมรับสูตรที่มีการเติมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 2:10 เนื่องจากลักษณะเนื้อสัมผัสมีความนุ่ม ไม่แข็งมากจนเกินไป ประกอบกับปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชและปริมาณแห้วสุกหั่นหยาบมีปริมาณไม่มาก ทำให้ลูกชิ้นไม่แข็งและกระด้าง เมื่อเทียบกับสูตรอื่น พบว่า ยิ่งมีปริมาณแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชและเนื้อแห้วสุกหั่นหยาบในปริมาณเพิ่มขึ้น จะทำให้เนื้อสัมผัสของลูกชิ้นแข็งและเหนียวมากขึ้นตามลำดับ สอดคล้องกับผาณิต รุจิรพิสิฐ [4] ได้ศึกษาองค์ประกอบองค์ประกอบทางเคมี และสมบัติทางเคมีกายภาพของแป้งฟลาวร์และสตาร์ชจากแห้วจีน โดยศึกษาแป้งฟลาวร์ที่มีขนาดอนุภาคแตกต่างกัน 3 ขนาด คือ 60, 80 และ 100 เมช สตาร์ชและกากที่ได้จากการผลิตสตาร์ช พบว่า แป้งฟลาวร์และสตาร์ชจากแห้วจีนมีปริมาณอะไมโลสค่อนข้างสูง โดยเฉพาะสตาร์ชและแป้งฟลาวร์ขนาด 100 เมช ส่วนกากสตาร์ชมีปริมาณใยอาหารสูง เม็ดแป้งมีลักษณะกลมคล้ายไข่ที่มีรอยตัด โดยมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 5-7 ไมครอน มีค่า PH 5.61-6.47 แป้งจากแห้วจีนมีสีเหลืองอ่อน ๆ โดยแป้งฟลาวร์ที่มีขนาดอนุภาคใหญ่ มีค่าความสว่าง (L*) ต่ำกว่าอนุภาคขนาดเล็ก แต่อุ้มน้ำได้ดีกว่า โดยเมื่ออุณหภูมิสูงขึ้น การละลายน้ำและการพองตัวของแป้งก็จะมากขึ้น และพบว่า แป้งฟลาวร์และสตาร์ชที่มีองค์ประกอบของสตาร์ชมากจะให้พลังงานในการเกิดเจลาติไนเซชันมาก โดยสตาร์ชมีอุณหภูมิในการเกิดเจลาติไนเซชันต่ำกว่าแป้งฟลาวร์ แต่มีความคงตัวของเจลเมื่อทิ้งไว้ให้เย็นสูงกว่า

ผลการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคลูกชิ้นแห้ว พบว่า การทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสและค่าความแปรปรวนของลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ พบว่า ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับสูตรลูกชิ้นหมูผสมแป้งโมดิฟายด์สตาร์ชกับแห้วสุกหั่นหยาบร้อยละ 2:10 ต่อเนื้อหมู (สูตร A2) เนื่องจากลักษณะเนื้อสัมผัสของลูกชิ้นมีความใกล้เคียงกับลูกชิ้นต้นแบบ จึงได้นำลูกชิ้นหมู สูตร A2 มาทำการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อสัมผัส ส่วนการคำนวณหาคุณค่าทางโภชนาการของลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ พบว่า ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ มีปริมาณใยอาหาร 4.38 กรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17.52 ของปริมาณใยอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทย (Thai RDI) พ.ศ. 2563 (ใยอาหารอ้างอิงสำหรับผู้ใหญ่ คือ 40 กรัม/วัน) จากประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 182 พ.ศ. 2541 เรื่องฉลากโภชนาการ กำหนดเงื่อนไขการกล่าวอ้างทางโภชนาการโดยใช้เกณฑ์ 1 หน่วยบริโภค หากต้องการกล่าวอ้างว่าเป็นแหล่งของใยอาหารหรือมีใยอาหาร ต้องมีใยอาหารอยู่ในปริมาณร้อยละ 10 - 19 ของThai RDI และเมื่อทดสอบความรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า สูตร A2 ผู้บริโภคให้การยอมรับในระดับชอบมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 8.38 โดยมีเหตุผลในการยอมรับผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะปรากฏ สี ลักษณะผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านกลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส คุณค่าทางโภชนาการ บรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับชอบมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีชฎา อุทัยดา [5] ได้ศึกษาการพัฒนาลูกชิ้นหมูและศึกษาอายุการเก็บรักษาด้วยการเปรียบเทียบชนิดของบรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความชอบคุณลักษณะด้านสี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) อย่างไรก็ตามผู้บริโภค ให้คะแนนความชอบโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูสูตร 1, 2 และ 3 อยู่ในระดับชอบเล็กน้อยถึงชอบปานกลาง ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 7.01, 6.61 และ 6.60 ตามลำดับ

ผลการศึกษาอายุการเก็บรักษาลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ พบว่า การเปลี่ยนแปลงระหว่างการเก็บรักษาลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบ ในถุงพลาสติก PE ขนาดบรรจุ 40 กรัม ในอุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส โดยศึกษาอายุการเก็บรักษาเป็นเวลา 30 วัน ทำการสุ่มตรวจทุก ๆ 3 วัน พบว่า วันที่ 10 พบเชื้อจุลินทรีย์ทั้งหมด และปริมาณ E.coli น้อยกว่า 3.0 MPN/g ซึ่งน้อยกว่ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกชิ้นหมูที่กำหนดไว้ คือ $1\times10^4$ CFU/g การยอมรับทางประสาทสัมผัสทุกด้านจะน้อยลง ส่วนประกอบของเนื้อที่ทำให้เกิดรสชาติเมื่อถูกความร้อนจะแปรสภาพไปเป็นสารประกอบที่ให้กลิ่นและรส ได้แก่ สารพวกอิโนซินโมโนฟอสเฟต (Inosine Monophosphat : IMP) และสารพวกไฮโปซานติน (Hypoxanthine : Hxp) ซึ่งสารทั้ง 2 ชนิดนี้ได้จากการสลายตัวของ ATP การเปลี่ยนแปลงรสชาติและกลิ่นของเนื้อ อาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาในการเก็บรักษาเป็นเวลานาน ทำให้เกิดการสลายตัวของ IMP และ Hxp และอาจมีกลิ่นเหม็นหืนของไขมัน ซึ่งเกิดจากการแตกตัวของกรดไขมันตรงตำแหน่งพันธะคู่ เกิดเป็นสารพวกอัลดีไฮด์คีโทน ซึ่งมีกลิ่นเหม็นหืนอย่างรุนแรง นอกจากนี้ ค่าความเป็นกรดจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ที่เพิ่มขึ้น โดยส่งผลให้ลูกชิ้นหมูมีค่าความเป็นกรด-ด่างลดลง ทำให้เชื้อจุลินทรีย์เพิ่มจำนวนมากขึ้น สอดคล้องกับ ตรีชฎา อุทัยดา [5] ได้ศึกษาการพัฒนาลูกชิ้นหมูและศึกษาอายุการเก็บรักษาด้วยการเปรียบเทียบชนิดของบรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สำหรับศึกษาอายุการเก็บรักษาโดยนำมาบรรจุในถุง PE ใสชนิดความหนาแน่นต่ำแบบซิปล็อกและถุงสุญญากาศแบบใส เก็บรักษาที่อุณหภูมิ 3±1 องศาเซลเซียส พบว่า ลูกชิ้นหมูที่บรรจุในถุงสุญญากาศแบบใสมีการเจริญของจุลินทรีย์ช้ากว่าการบรรจุในถุง PE ใสชนิดความหนาแน่นต่ำแบบซิปล็อก และสามารถเก็บรักษาลูกชิ้นหมูที่บรรจุในถุง PE ใสชนิดความหนาแน่นต่ำแบบซิปล็อกและถุงสุญญากาศแบบใสได้เป็นเวลาไม่เกิน 9 และ 12 วัน ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร อัคนิจ [6] โดยศึกษาการเสริมใยอาหารจากชังขนุนที่เหมาะสมในผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูอิมัลชัน โดยศึกษาอายุการเก็บรักษาเป็นเวลา 15 วัน ทำการสุ่มตรวจ ทุก ๆ 3 วัน พบว่า วันที่ 9 พบเชื้อจุลินทรีย์ทั้งหมดและปริมาณ E. coli น้อยกว่า 3.0 MPN/g ซึ่งน้อยกว่ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกชิ้นหมูที่กำหนดไว้คือ $1\times10^4$ CFU/g ในขณะที่ สุภางค์ เรืองฉาย [7] ศึกษาอายุการเก็บรักษาลูกชิ้นหมูผสมเห็ดหอมบรรจุในถุง PE เก็บรักษาที่อุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 4 สัปดาห์ พบว่า การยอมรับทางประสาทสัมผัสทุกด้านจะน้อยลง

ส่วนประกอบของเนื้อที่ทำให้เกิดรสชาติ เมื่อถูกความร้อนจะแปรสภาพไปเป็นสารประกอบที่ให้กลิ่นและรส ได้แก่ สารพวกอิโนซินโมโน-ฟอสเฟต (Inosine Monophosphate : IMP) และสารพวกไฮโปซานติน (Hypoxanthine : Hxp) ซึ่งสารทั้ง 2 ชนิดนี้ ได้จากการสลายตัวของ ATP การเปลี่ยนแปลงรสชาติและกลิ่นของเนื้ออาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาในการเก็บรักษาเป็นเวลานาน ทำให้เกิดการสลายตัวของ IMP และ Hxp และอาจมีกลิ่นเหม็นหืนของไขมัน ซึ่งเกิดจากการแตกตัวของกรดไขมันตรงตำแหน่งพันธะคู่ เกิดเป็นสารพวกอัลดิไฮด์คีโทน ซึ่งมีกลิ่นเหม็นหืนอย่างรุนแรง นอกจากนี้ค่าความเป็นกรดจะเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ที่เพิ่มขึ้น โดยส่งผลให้ลูกชิ้นหมูมีค่าความเป็นกรด-ด่างลดลง ทำให้เชื้อจุลินทรีย์เพิ่มจำนวนมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.2.1 ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหั่นหยาบให้มีรสชาติที่หลากหลายหรือขึ้นรูปในลักษณะที่แปลกใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจและเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค

5.2.2 ควรประยุกต์อุปกรณ์สำหรับการสับผสมลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหยาบ เนื่องจากมีส่วนสำคัญต่อการเกิดอิมัลชัน และคัดเลือกเนื้อหมูที่มีคุณภาพดี มีความสดใหม่ จึงจะได้ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูผสมแห้วสุกหยาบที่ดี คือ มีสีสม่ำเสมอ กลิ่นหอมน่ารับประทาน รสชาติดี ปราศจากกลิ่นรสอื่นที่ไม่พึงประสงค์

## เอกสารอ้างอิง

[1] ฉวีวรรณ บุญเรือง. (2560). แห้วสุพรรณสมหวัง. *วารสารเกษตรก้าวหน้า*, 30(2), 62-80.

[2] วิลาวัณย์ ปัดภัย. (2553). วิถีชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกแห้วในตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี *(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา)*. มหาวิทยาลัยมหิดล.

[3] Marketeer. (2018). *THAIFEX-World of Food Asia 2018*. [Retrieved September 8, 2023]. from https://www.marketeeronline.co/

[4] ผาณิต รุจิรพิสิฐ. (2551). ศึกษาองค์ประกอบทางเคมีและสมบัติทางเคมีกายภาพของแป้งฟลาวร์และสตาร์ชจากแห้วจีน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 28(1), 168-178.

[5] ตรีชฎา อุทัยดา. (2563). การพัฒนาลูกชิ้นหมูและศึกษาอายุการเก็บรักษาด้วยการเปรียบเทียบชนิดของบรรจุภัณฑ์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 22(1), 45-51.

[6] นันทพร อัคนิจ. (2557). การเสริมใยอาหารจากซังขนุนในผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นหมูอิมัลชัน. *(รายงานวิจัย)*. สำนักงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

[7] สุภางค์ เรืองฉาย. (2552). การพัฒนาและการศึกษาอายุการเก็บรักษาลูกชิ้นหมูผสมเห็ดหอม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 29(3), 84-101.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

# Ethical leadership of school administrators affecting the administration of dual vocational education under the vocational education institutions in Chachoengsao

วีระยุทธ มารยาท[1] และสราวุฒิ สืบแย้ม[2]
Weerayut Marayat[1] and Sarawut Suebyaem[2]

[1] นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารอาชีวะและเทคนิคศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800
Student of Master of Vocational and Technical Education Management, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok, 10800

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตร สาขาวิชาบริหารอาชีวะและเทคนิคศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800
Assistant Professor Dr., Lecture of Vocational and Technical Education Management, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok, 10800 E-mail : Sarawut.s@fte.kmutnb.ac.th

[1] Corresponding Author : Email : weerayut.yut226@gmail.com

Received : 1 เม.ย. 67 Revised : 20 เม.ย. 67 Accepted : 23 พ.ค. 67
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.010

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรม และปัจจัยภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ได้จากการเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนสถานศึกษาภาครัฐในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งหมด 7 แห่ง จำนวน 205 คน โดยเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าฐานนิยม ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการค้นคว้าอิสระพบว่า ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจอย่างยุติธรรม ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการเอาใจใส่ผู้อื่น

และด้านการจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ ตามลำดับ และปัจจัยทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี 2) ความซื่อสัตย์ 3) การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ 4) การตัดสินใจอย่างยุติธรรมและ 5) การเอาใจใส่ผู้อื่น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การค้นคว้าอิสระนี้พบว่า ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมด้านการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีอิทธิพลมากที่สุด

**คำสำคัญ :** ผู้นำเชิงจริยธรรม อาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ปัจจัยที่ส่งผล

## Abstract

This independent research aims to study behavioral characteristics and ethical leadership factors of school administrators affecting the administration of dual vocational education under the vocational education institutions in Chachoengsao. The sample group of 205 school totaling 7 places. By choosing to use the questionnaire data collection method. Statistics used in data analysis include frequency, percentage, mean, mode, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of independent research found that ethical leadership of school administrators affecting the administration of dual vocational education under the vocational education institutions in Chachoengsao. Overall, it is at the highest level. Especially in the area of behaving as a good example has the highest average and a total of 5 factors such as 1) acting as a good example 2) honesty 3) motivation based on rewards and punishments 4) making fair decisions and 5) caring for others. It is a factor affecting the bilateral vocational education system. Statistically significant at the .01 level. This independent research found that acting as a good example is most influential.

**Keywords :** Ethical leadership, Dual vocational education system, Factors affecting

## 1. บทนำ

ในสภาวะโลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเป็นอย่างมาก ส่งผลให้แต่ละประเทศหาแนวทางมารองรับ โดยมีการวางแผนแนวทางการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ แต่การบริหารจัดการนั้นจะสามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืนได้จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี โดยผู้บริหารจะต้องบริหารแบบธรรมาภิบาล มีคุณธรรม จริยธรรม หากองค์การใดผู้บริหารมีคุณธรรม จริยธรรมในการบริหารงานก็จะทำให้องค์การนั้น ๆ พัฒนาไปอย่างยั่งยืนมั่นคงและถาวร [1] ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมคือ อิทธิพลของผู้นำที่มีต่อผู้ตามในการนำไปในทางที่ถูกต้อง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม ปกครองด้วยหลักธรรมาภิบาล เพื่อให้เกิดการยอมรับและศรัทธาจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ใช้ความรู้ และประสบการณ์ในการตัดสินใจที่ถูกต้อง ใช้หลักการบริหารโดยให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อทำให้บรรลุถึงผลสำเร็จสูงสุด มีการแสดงออกอย่างถูกต้องเหมาะสม ตามทำนองครองธรรม ประเพณี แบบแผน หรือมาตรฐานของสังคม เป็นแบบอย่างที่ดีที่ควรเอาเยี่ยงอย่าง ประพฤติปฏิบัติตนให้เป็นบุคคลที่น่าไว้วางใจ เคารพและให้เกียรติในความรู้ ความสามารถของผู้ตาม รวมถึงช่วยเหลือให้ผู้ตามประสบความสำเร็จ และการบรรลุเป้าหมายด้วยวิธีการทางจริยธรรม [2] ต้องปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับความเป็นจริงตามหลักการของจริยธรรมและคุณธรรม พฤติกรรมดังกล่าว ประกอบด้วย 1. ความซื่อสัตย์ 2. การเอาใจใส่ผู้อื่น 3. การตัดสินใจอย่างยุติธรรม 4. การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ 5. การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี สถานศึกษาเป็นหน่วยงานที่สำคัญอย่างยิ่งที่จัดการศึกษาในระดับพื้นฐาน การจัดกิจกรรมการเรียนรู้นั้นเกิดขึ้นที่สถานศึกษา ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้เป็นคนเก่ง คนดี และ

ใช้ชีวิตอย่างมีความสุขนั้น ขึ้นอยู่กับสถานศึกษาและบุคลากรทางการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ ผู้บริหารสถานศึกษาใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการเรียนรู้และการบริหารสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีลักษณะเฉพาะตัว ได้แก่ มีความรู้ มีความสามารถ มีทักษะ และมีคุณธรรม จริยธรรม ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาจึงควรมีแนวประพฤติปฏิบัติที่อยู่ในกรอบของคุณธรรม จริยธรรม [3]

ปัจจุบันสถานศึกษาที่จัดการเรียนการสอนในระบบทวิภาคียังคงมีจำนวนน้อยกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้จาก 6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ซึ่งประกอบไปด้วย 1) นโยบาย 2) ผู้เรียน 3) ครูผู้สอน 4) สถานศึกษา 5) สถานประกอบการ 6) ผู้ปกครอง ตามแนวทางปฏิบัติการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี การบริหารสถานศึกษาเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างยิ่งของผู้บริหารสถานศึกษาในทุกระดับ โดยเฉพาะในยุคของการเปลี่ยนแปลงของโลกและสภาวะการแข่งขันปัจจุบัน ประกอบกับผู้คนมีคุณธรรม จริยธรรมลดลง ไม่เห็นความสำคัญของคุณธรรม จริยธรรม ไม่ยึดมั่นในคุณธรรม ไม่ประพฤติตามจริยธรรม ทำให้สังคมเกิดวิกฤต จึงส่งผลกระทบต่อการบริหาร บุคลากร หน่วยงานและองค์การได้ในวงกว้าง โดยเฉพาะด้านการบริหารงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ซึ่งเป็นการผลิตและพัฒนากำลังให้มีคุณภาพสูงตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ให้นักเรียน-นักศึกษานั้นเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบตรงต่อเวลา ใส่ใจในการทำงาน มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ตอบสนองตามความต้องการของสถานประกอบการในการรับนักเรียน-นักศึกษา เข้ารับการฝึกปฏิบัติงานในระหว่างเรียน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีผู้บริหารและผู้นำทางการศึกษาที่มีความเข้าใจ ตระหนักถึงภาวะผู้นำ และมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึง “ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม” ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีคุณธรรม จริยธรรม ยึดหลักธรรมมาภิบาลในการบริหารงาน กล้าตัดสินใจอย่างยุติธรรม ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ไม่ลำเอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชา มีการส่งเสริมให้ครูมีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบเครือข่ายในการประสานความร่วมมือกับสถานประกอบการ มีการส่งเสริมให้ครูและสถานประกอบการสร้างนวัตกรรมและงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ [4]

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้ค้นคว้าอิสระมีความสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี และผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาส่งเสริมด้านภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อนำไปใช้ในการบริหารจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสถานศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรม ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษา ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน สถานศึกษาภาครัฐในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งหมด 7 แห่ง ซึ่งกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้มีคุณวุฒิปริญญาโท-เอก รวมถึงมีประสบการณ์ในการบริหารงานในสถานศึกษา และปัจจุบันดำรงตำแหน่งอยู่ในสายงานบริหารสถานศึกษา ได้แก่ ผู้อำนวยการสถานศึกษาและรองผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 25 คน และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของครูผู้สอนโดยใช้ตาราง Krejcie & Morgan [5] ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 205 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

2) กำหนดกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระ และสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดของการศึกษา แล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา เสนอแนะ และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข

3) นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมในการใช้ภาษา แล้วนำผลมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) ของข้อคำถาม โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ ได้แก่ 1 = สอดคล้อง = 0 ไม่แน่ใจ และ -1 = ไม่สอดคล้อง ซึ่งพบว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันทุกข้อ มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 - 1.00

4) คัดเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยเกณฑ์การพิจารณาค่า IOC คือ มากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 ขึ้นไป [6]

5) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) [6] และคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .99 โดยผู้ค้นคว้าอิสระได้ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.989 ซึ่งอยู่ในระดับสูง

6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและพัฒนาปรับปรุงเป็นฉบับสมบูรณ์แล้วไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการค้นคว้าอิสระต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1) วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

2) วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียรสัน

4) วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

## 4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสถานศึกษาภาครัฐในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด ร้อยละ 57.1 เพศหญิง ร้อยละ 42.9 อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป - 50 ปี มากที่สุด ร้อยละ 35.6 รองลงมา ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 27.4 ตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป - 40 ปี ร้อยละ 26.3 และต่ำกว่า 30 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10.7 ระดับการศึกษาปริญญาโท มากที่สุด ร้อยละ 58.0 รองลงมาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 38.0 และปริญญาเอกน้อยที่สุด ร้อยละ 4.0 ประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี มากที่สุด ร้อยละ 40.5 รองลงมา ประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป - 10 ปี ร้อยละ 28.8 ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 22.4 และประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป - 15 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 8.3 โดยตำแหน่งในปัจจุบันเป็นครูผู้สอนมากที่สุด ร้อยละ 87.8 รองผู้อำนวยการสถานศึกษา ร้อยละ 8.8

และผู้อำนวยการสถานศึกษา น้อยที่สุด ร้อยละ 3.4

4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม ปรากฏผลดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทราโดยภาพรวม

(n = 205)

| ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา | ความคิดเห็น | | |
|---|---|---|---|
| | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ |
| 1. ความซื่อสัตย์ | 4.54 | 0.51 | มากที่สุด |
| 2. การเอาใจใส่ผู้อื่น | 4.52 | 0.61 | มากที่สุด |
| 3. การตัดสินใจอย่างยุติธรรม | 4.56 | 0.56 | มากที่สุด |
| 4. การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ | 4.49 | 0.61 | มาก |
| 5. การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี | 4.63 | 0.50 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.55** | **0.56** | **มากที่สุด** |

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมด้านการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจอย่างยุติธรรม ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการเอาใจใส่ผู้อื่น และด้านการจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปรากฏผลดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

| สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร | ความซื่อสัตย์ | การเอาใจใส่ผู้อื่น | การตัดสินใจอย่างยุติธรรม | การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัล และการลงโทษ | การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี | การบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ความซื่อสัตย์ | 1.00 | | | | | |
| การเอาใจใส่ผู้อื่น | 0.82** | 1.00 | | | | |
| การตัดสินใจอย่างยุติธรรม | 0.84** | 0.87** | 1.00 | | | |

**ตารางที่ 2** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา (ต่อ)

| สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร | ความซื่อสัตย์ | การเอาใจใส่ผู้อื่น | การตัดสินใจอย่างยุติธรรม | การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัล และการลงโทษ | การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี | การบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี |
|---|---|---|---|---|---|---|
| การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ | 0.89** | 0.92** | 0.88** | 1.00 | | |
| การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี | 0.81** | 0.84** | 0.73** | 0.88** | 1.00 | |
| การบริหารการศึกษา | 0.63** | 0.56** | 0.45** | 0.64** | 0.80** | 1.00 |

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.73 - 0.92 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.45 - 0.80

4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปรากฏผลดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

| ตัวแปร | b | SE(b) | beta | t | sig |
|---|---|---|---|---|---|
| ค่าคงที่ | 0.32 | 0.22 | | 1.44 | 0.153 |
| การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี | 1.16 | 0.09 | 1.03 | 12.45 | 0.000 |
| การเอาใจใส่ผู้อื่น | -0.30 | 0.09 | -0.32 | -3.15 | 0.002 |
| ความซื่อสัตย์ | 0.29 | 0.09 | 0.26 | 3.09 | 0.002 |
| การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ | 0.28 | 0.90 | 0.26 | 3.03 | 0.002 |
| การตัดสินใจอย่างยุติธรรม | -0.25 | 0.09 | -0.25 | -2.71 | 0.007 |

สหสัมพันธ์พหุ ($R$) = 0.833 สัมประสิทธิ์การทำนาย ($R^2$) = 0.693 สัมประสิทธิ์การทำนายปรับแก้ (Adjusted $R^2$) = 0.687 F= 112.945 (P= 0.000) ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า ($SE_{est}$) = 0.316

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระ 5 ตัว ได้แก่ การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี การเอาใจใส่ผู้อื่น ความซื่อสัตย์ การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ และการตัดสินใจอย่างยุติธรรม สัมพันธ์ทางบวกกับการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกสูงสุดต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ลำดับแรก (beta = 1.16) รองลงมาเป็นความซื่อสัตย์ (beta = 0.29) การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ (beta = 0.28) การตัดสินใจอย่างยุติธรรม (beta = - 0.25) และการเอาใจใส่ผู้อื่น (beta = - 0.30) ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 ตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (R) = 0.833 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง 5 ตัว มีความสัมพันธ์กับการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีระดับสูงมาก และตัวแปรทั้ง 5 ตัว ร่วมกันทำนายการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีได้ร้อยละ 69.3 ($R^2$) = 0.693 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง 5 ตัว ร่วมกันทำนายการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีได้ในระดับสูงมาก

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระได้ ดังนี้

5.1 ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมด้านการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจอย่างยุติธรรม ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการเอาใจใส่ผู้อื่น และด้านการจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

5.2 จากการศึกษาความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษา ได้แก่ การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี การเอาใจใส่ผู้อื่น ความซื่อสัตย์ การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ และการตัดสินใจอย่างยุติธรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา จึงทำให้พบว่า ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (*r*) ระหว่าง 0.45 - 0.80 ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ยึดหลักการในการบริหารงานบนพื้นฐานของการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี การเอาใจใส่ผู้อื่น ความซื่อสัตย์ การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ และการตัดสินใจอย่างยุติธรรม เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ตามหลักการของคุณธรรมและจริยธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ เนาวรัตน์ [7] ได้ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานบุคลากรของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิภาพการบริหารงานบุคลากรของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 3) ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารกับประสิทธิภาพ การบริหารงานบุคลากรของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับมาก (rxy = .648) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหาร ด้านการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม และด้านความเป็นแบบอย่างที่ดี ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานบุคลากรของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพการบริหารงานบุคลากร ได้ร้อยละ 63.83

5.3 จากการศึกษาภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษา

ระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา เรียงตามลำดับอิทธิพลจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ความซื่อสัตย์ การจูงใจโดยยึดหลักการให้รางวัลและการลงโทษ การตัดสินใจอย่างยุติธรรม และการเอาใจใส่ผู้อื่นตามลำดับ และสามารถทำนายการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ร้อยละ 69.3 ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา มีการปฏิบัติตนที่ดี ประพฤติตนเป็นแบบอย่างให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา มีการวางตัวที่เหมาะสม มีความประพฤติตามวินัยของข้าราชการ ทั้งกาย วาจา และใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ สัมฤทธิ์ กางเพ็ง [8] ที่ได้ศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับภาวะผู้นำใช้หลักธรรมในพระพุทธศาสนาหรือผู้นำที่มีคุณลักษณะที่ประสงค์ และผู้นำเชิงพฤติกรรมแบบต่าง ๆ พบว่า พฤติกรรมผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาให้ทำงานด้วยความเต็มใจ และสร้างบรรยากาศภายในองค์การที่เอื้อต่อการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายตามที่กำหนดไว้หรือประสิทธิผลของโรงเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาแนวทางการเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมในการบริหารสถานศึกษา ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

2. ควรศึกษาปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อการบริหารการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา

## เอกสารอ้างอิง

[1] ราเชนทร์ พิพัฒนกุล. (2562). จริยธรรมกับการบริหารงาน. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 24(2), 44.

[2] ธีรพัฒน์ เพชรศรีจันทร์. (2562). *ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการครูโรงเรียนประถมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุทัยธานี (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

[3] วิเชียร บุญกล้า. (2550). การศึกษาการใช้หลักพรหมวิหาร 4 ของผู้บริหารสถานศึกษาในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุรินทร์ เขต 3 *(วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

[4] เบญจวรรณ ศรีคำนวล และคณะ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของสถานศึกษาในจังหวัดลำปาง สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา *(วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

[5] จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2559). *วิธีวิทยาการวิจัยทางการศึกษา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

[6] บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. สุรีวิทยาสาส์น.

[7] เนาวรัตน์ รอดเพียน. (2560). *ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานบุคลากรของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

[8] สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. (2560). *ภาวะผู้นำเชิงพุทธ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. อภิชาติการพิมพ์.

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม
ปีที่ 38 ฉบับที่ 137 มกราคม - มีนาคม 2569

บทความวิจัย

# การพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ

# A Development of Chatbot System for Academic Service

เปรมวดี อาวุธกรรมปรีชา[1] และดวงกมล โพธิ์นาค[2]
Premwadee Avutgampreecha[1] and Duangkamol Phonak[2]

[1] นักวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800
Educator, Graduate College King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok 10800
E-mail : premwadee.a@grad.kmutnb.ac.th

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำภาควิชาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800
Assistant Professor Dr., Department of Computer Education King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok 10800 E-mail : duangkamol.p@fte.kmutnb.ac.th
Corresponding Author : E-mail : premwadee.a@grad.kmutnb.ac.th

Received : 23 พ.ย. 66 Revised : 16 ก.ย. 67 Accepted : 30 ก.ย. 67
DOI : 10.14416/j.edii.2026.03.011

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ ผู้วิจัยสร้างระบบแชทบอทจากการศึกษาข้อมูลงานบริการวิชาการ และนำข้อมูลมาออกแบบระบบแชตบอตที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงานบริการวิชาการ ด้วยการประยุกต์ใช้บริการข้อความไลน์ตอบกลับอัตโนมัติ ทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มไดอะล็อกโฟว์ ที่มีความสามารถด้านการประมวลผลภาษาธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 150 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติ พบว่า การประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเท่ากับ 4.48 การตอบกลับข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.52 รองลงมาคือ การเข้าถึงในการใช้งานของระบบข้อมูลค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.50 และน้อยที่สุด คือ ขนาดตัวอักษร สี มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.77

**คำสำคัญ :** แชตบอต ระบบโต้ตอบอัตโนมัติ

## Abstract

The objectives of this research were 1. to develop a chatbot system for academic service, 2. to evaluate the effectiveness of a chatbot system for academic service. The chatbot system had designed thought researching academic service. Subsequently, the application is used to design for providing the advice academic service. The application of the line messaging API service integrated with dialogflow platform that has natural language processing capabilities is done.

The sample group of this research consisted of 150 students at graduate level at King Mongkut's University of Technology North Bangkok by using specific sample methodology. The results of the efficiency evaluation of the automatic response system found that the aspect of real-time was very high, with the highest mean value of 4.73 and a standard deviation of 0.52. The second is the user-friendly format of the application, equal to 4.56, and a standard deviation of 0.50. Lastly, the least is the font size and color, that is appropriate, equal to 4.23 with a standard deviation of 0.77.

**Keywords :** chatbot, automated interaction system

## 1. บทนำ

ในหลายประเทศได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ รวมทั้งด้านการบริหารงานและบริการ เนื่องจากช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น พัฒนางานบริการแบบใหม่ให้กับประชาชน ทั้งนี้การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้นับว่าเป็นส่วนสำคัญ เนื่องจากเป็นเครื่องมือทางเลือกที่สามารถยกระดับการทำงาน แก้ปัญหาและสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยมีพื้นฐานของข้อมูลที่รวดเร็วและแม่นยำ ซึ่งเป็นการส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกแก่ทุกภาคส่วน ตลอดจนเป็นการเพิ่มศักยภาพของประเทศอีกด้วย สำหรับประเทศไทยได้มีนโยบายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และสร้างความต่อเนื่องในการปฏิรูปประเทศ ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่ต้องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิรูประบบการบริหารราชการแผ่นดินให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย โปร่งใส ซึ่งจะส่งผลต่อภาพรวมของประเทศ [1]

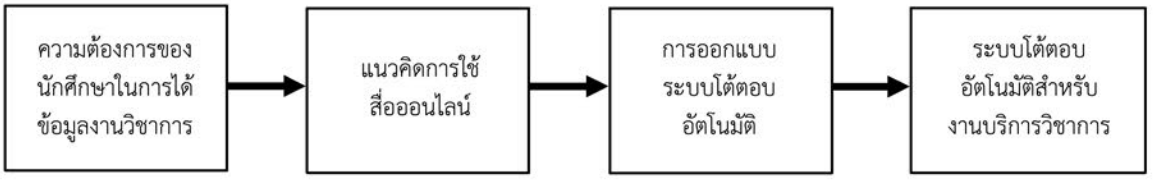
ปัจจุบันการพัฒนาและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อนโยบายและประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร จะเห็นได้ว่าภายในองค์กร โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ถูกนำเข้ามาแทนที่กระดาษเพื่อจัดเก็บข้อมูลและสร้างเอกสารบนคอมพิวเตอร์ โดยมีระบบซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล มีความสะดวกและเป็นระบบ อีกทั้งปัจจุบันสมาร์ตโฟนได้รับความสำคัญในชีวิตประจำวันมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยความสามารถในการส่งข้อความและสื่อสารออนไลน์ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนและเมื่อใด แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) เป็นแอปพลิเคชันให้บริการการสื่อสารที่เป็นที่นิยมของคนไทยเป็นอย่างมาก และมีฟังก์ชันแชตบอต (Chatbot) ที่สนับสนุนการให้ข้อมูลหรือเพิ่มความรู้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพรวดเร็ว [2] นอกจากนี้การออกแบบระบบสนทนาอัตโนมัติ หรือที่เรียกว่า แชตบอต (Chatbot) คือ ระบบที่ถูกออกแบบให้สามารถเริ่มทำงานได้ด้วยตัวเอง โดยจะทำงานตามโปรแกรมที่ทางผู้พัฒนาออกแบบไว้ และมักถูกออกแบบให้ตอบคำถามและสืบค้นข้อมูลเฉพาะเรื่องตามที่เจ้าของระบบต้องการ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบกับระบบได้โดยการใช้ภาษาธรรมชาติ เนื่องจากในปัจจุบันระบบสนทนาอัตโนมัตินั้น มักจะถูกออกแบบให้ลอกเลียนแบบปฏิสัมพันธ์โดยทั่วไปของมนุษย์

กล่าวคือ เวลาที่ผู้ใช้งานคุยกับระบบสนทนาอัตโนมัติ ผู้ใช้งานจะรู้สึกเหมือนคุยอยู่กับมนุษย์บุคคลหนึ่ง โดยที่เจ้าของระบบสามารถฝังการทำงานของระบบสนทนาอัตโนมัติลงบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน [3]

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือมีการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา โดยดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา นอกเหนือจากการจัดการศึกษาและผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตามพันธกิจการให้บริการคำปรึกษาและข้อมูลทางการศึกษาแก่นักศึกษาหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ ปัจจุบันช่องทางการให้บริการข้อมูลแก่บุคคลทั่วไปของมหาวิทยาลัยอยู่ในรูปแบบเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูล ข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการ เป็นการสื่อสารทางเดียว คือ การสื่อสารที่ผู้ใช้บริการข้อมูลไม่สามารถโต้ตอบได้ทันที เมื่อมีระบบที่ช่วยสนับสนุนการทำงานให้บริการตอบคำถามข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จะช่วยส่งเสริมการทำงานและตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้มากขึ้น

บัณฑิตวิทยาลัยเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลและประสานงานเกี่ยวกับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาจัดการระดับบัณฑิตศึกษา ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางควบคุมมาตรฐานทางวิชาการ ตลอดจนประสานงานและสนับสนุนการดำเนินงานของภาควิชาต่าง ๆ การจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา โดยดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ในปีพ.ศ. 2563 เกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 ทำให้การสื่อสารภายในองค์กรกับนักศึกษาที่มาติดต่อต้องขาดช่วง เนื่องจากมหาวิทยาลัยประกาศปิด การให้บริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลโดยการพัฒนาระบบโต้ตอบการสนทนาผ่านตัวอักษรอัตโนมัติ เป็นหนึ่งในสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองความต้องการของข้อมูลได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา

ผู้วิจัยเล็งเห็นปัญหาการติดต่อสื่อสาร จึงมีแนวความคิดการนำระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการเป็นส่วนสำคัญให้การติดต่อสื่อสารระหว่างนักศึกษาผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ ผู้วิจัยสนใจศึกษาการพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ โดยศึกษาวิเคราะห์ออกแบบ รวมทั้งเป็นต้นแบบการโต้ตอบอัตโนมัติ เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อในยุคที่มีการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์มากขึ้น แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1




**ภาพที่ 1** *แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย*

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 การพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ มีกระบวนการที่สำคัญต่อการพัฒนาระบบ โดยมีการศึกษา และออกแบบโครงสร้างการสนทนาของระบบโต้ตอบการสนทนาผ่านตัวอักษรอัตโนมัติด้วยการกำหนดคำถามและคำตอบจากขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์ จากข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือว่าด้วยการศึกษา พ.ศ. 2560 และการเตรียมข้อมูล การแบ่งข้อมูลเพื่อใช้ในการสร้างและทดสอบโมเดล และการนำโมเดลไปประยุกต์ใช้ วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและออกแบบโครงสร้าง การสนทนาของระบบโต้ตอบ การสนทนาผ่านตัวอักษรอัตโนมัติ การโต้ตอบอัตโนมัติผ่านเอพีไอเมสเซจจิง (API Messaging) ด้วยโปรแกรมไลน์และไดอะล็อกโฟลว์ (Dialogflow)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 150 คน

3.3 ขั้นตอนการหาประสิทธิภาพของแบบประเมินระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ เป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผู้วิจัยนำแบบประเมินประสิทธิผลของระบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบประเมินที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมตามองค์ประกอบที่กำหนด และพิจารณาประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุง แล้วจึงนำมาหาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบประเมิน

3.4 ดำเนินการส่งแบบประเมินในระบบกูเกิลฟอร์ม (Google Forms) ให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยสร้างบัญชีของ Google ใน Gmail เข้าไปที่ https://www.google.com/forms/about/ และกดปุ่มได้ที่ Google ฟอร์ม พร้อมกรอก E-mail ของผู้วิจัย และกดปุ่ม “Next”

ระบบสนทนาอัตโนมัติสามารถให้บริการด้านข้อมูล และแนะนำข้อมูลได้ในระดับหนึ่ง โดยสิ่งที่เป็นจุดแข็งที่สุดของระบบสนทนาอัตโนมัติ คือ ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลและระยะเวลาในการให้บริการข้อมูลที่มากกว่ามนุษย์ การพัฒนาระบบที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้การสนทนาหรือโต้ตอบข้อความผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน ช่วยให้ข้อมูลเบื้องต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของระบบสนทนาอัตโนมัติ คือ ไม่เข้าใจในบริบทเชิงลึกของข้อความที่สอดคล้องกัน อาจประสบปัญหาต่อการตอบสนองไม่แม่นยำ [4] แสดงหลักการทำงานทางแชตบอต ดังภาพที่ 2




**ภาพที่ 2** *หลักการทำงานของแชตบอต [5]*

## 4. ผลการวิจัย

จากการพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานวิชาการนั้น แชตบอตสามารถให้บริการข้อแนะนำขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์เบื้องต้น รวมทั้งสามารถดาวน์โหลดเอกสารแนบประกอบการเสนอโครงการสอบวิทยานิพนธ์ที่ต้องการได้ แสดงการเข้ากลุ่มไลน์ระบบโต้ตอบอัตโนมัติดังภาพที่ 3 และแสดงการทำงานแอปพลิเคชันไลน์ ดังภาพที่ 4




**ภาพที่ 3** *แสดงการเข้ากลุ่มไลน์ระบบโต้ตอบอัตโนมัติ*




**ภาพที่ 4** *แสดงการทำงานแอปพลิเคชันไลน์*

ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ โดยการวิเคราะห์ผล ซึ่งเกณฑ์ในการวิเคราะห์แปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด [6]

ทั้งนี้สามารถนำมาวิเคราะห์ระดับการประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ ดังนี้

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ

| รายการประเมิน | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
|---|---|---|---|
| ขนาดตัวอักษร สี มีความเหมาะสม | 4.23 | 0.77 | มาก |
| การแสดงผลข้อมูลมีความชัดเจน | 4.53 | 0.57 | มากที่สุด |
| การเข้าถึงในการใช้งานของระบบข้อมูล | 4.56 | 0.50 | มากที่สุด |
| การตอบกลับข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว | 4.73 | 0.51 | มากที่สุด |
| ข้อมูลส่วนตัวมีความปลอดภัย | 4.36 | 0.49 | มาก |
| **ค่าเฉลี่ย** | **4.48** | **0.59** | **มาก** |

จากตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินประสิทธิภาพของระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.48, S.D. = 0.59) ทั้งนี้การตอบกลับข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ($\overline{X}$ = 4.73, S.D. = 0.51) การเข้าถึงในการใช้งานของระบบข้อมูล ($\overline{X}$ = 4.56, S.D. = 0.50) และการแสดงผลข้อมูลมีความชัดเจน ($\overline{X}$ = 4.53, S.D. = 0.57) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

## 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

จากผลการศึกษาการพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ โดยการประยุกต์ใช้การบริการข้อความผ่านระบบอัตโนมัติ ทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มไดอะล็อกโฟลว์ ที่มีความสามารถด้านการประมวลผลภาษาธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ ศรัณย์ลิตา โชติรัตน์ [7] กล่าวว่า การสร้างคำถามและคำตอบอัตโนมัติจากข้อความภาษาไทยด้วยการประมวลผลภาษาธรรมชาติและการเรียนรู้ด้วยเครื่องมีผลต่อการจำแนกประเภทคำถามจากประโยคและข้อความภาษาไทยเพื่อการสกัดคำตอบจากประโยคคำถามได้อย่างเหมาะสมและยอมรับได้ งานวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดการตอบโต้อัตโนมัติ เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารสองทาง ทำให้โต้ตอบอัตโนมัติได้อย่างรวดเร็วผ่านสมาร์ตโฟน โดยผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์ผ่านการสนทนาได้อย่างสะดวก ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุ บัวแก้ว และปณิธิ เนตินันทน์ [8] ซึ่งทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบ LINE BOT สำหรับบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่อำนวยความสะดวกและมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ได้แก่ การค้นหาระบบข้อมูลหลักสูตรบัณฑิตศึกษา การเชื่อมต่อระบบนักศึกษาปัจจุบัน ระบบวิทยานิพนธ์ ระบบข่าวสาร และระบบแสดงความสนใจสมัครเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยพบว่า สามารถตอบคำถามเบื้องต้นแก่ผู้ใช้งานได้ตลอดเวลา สำหรับการวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ ให้บริการทำการตอบคำถามข้อมูลขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาพร้อมทั้งให้คำปรึกษาการเตรียมเอกสารประกอบ ซึ่งสามารถตอบโต้ได้ทันทีผ่านสมาร์ตโฟน

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ควรเพิ่มช่องทางในการใช้งานระบบโต้ตอบอัตโนมัติสำหรับงานบริการวิชาการ

5.2.2 ควรเพิ่มรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของข้อมูลคำถามจากผู้ใช้งานเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการตอบคำถามเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้มากขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้ทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ตามเลขที่ KMUTNB-67-SUP-10

## เอกสารอ้างอิง

[1] อัญชลี จวงจันทร์. (2566). เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับการบริหารงานภาครัฐ. *วิจัยปริทัศน์*, ฉบับเดือนพฤศจิกายน 2566. [สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2567]. จาก https://prt.parliament.go.th/server/api/core/bitstreams/832d72d8-1f1e-4c0d-ac7e-fc9d3db8da4a/content

[2] พันธ์ศักดิ์ บิลอับดุลล่าห์. (2564). การประยุกต์ใช้ Chatbot สนับสนุนงานสอบสวน กรณีศึกษาสถานีตำรวจภูธรเบตง *(สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ)*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. [สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2567]. จาก https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17318

[3] นวภัทร ศุภศีลวัต. (2560). การพัฒนาระบบ Chatbot ในการค้าเพื่อการส่งข้อความออนไลน์ *(สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารข้อมูลและเครือข่าย)*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

[4] ภรศิษฐ์ เกิดบ้านชัน, ธนภัทร เง็กสูงเนิน, และวิระพงศ์ จันทร์สนาม. (2563). การพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติสำหรับให้บริการข้อมูล บริษัทสมาร์ทคลิก โซลูชั่น จำกัด *(วิทยานิพนธ์สารสนเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสารสนเทศ)*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. [สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2566]. จาก https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/project-journal/article/view/240729/164722

[5] Thaiware.com. (ม.ป.ป.). *หลักการทำงานของแชทบอท*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2567]. จาก https://tips.thaiware.com/1323.html

[6] ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2).* นนทบุรี : ไทยเนรมิตกิจอินเตอร์โปรเกรสซิฟ.

[7] ศรัณย์ลิตา โชติรัตน์. (2564). การสร้างคำถามและคำตอบอัตโนมัติจากข้อความภาษาไทยด้วยการประมวลผลภาษาธรรมชาติและการเรียนรู้ด้วยเครื่อง *(วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ).* บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. [สืบค้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2567]. จาก https://uctal.thailis.or.th/bibitem?bibid=b03168552

[8] วสุ บัวแก้ว และปณิธิ เนตินันทน์. (2563). *การพัฒนาระบบ LINE BOT สำหรับบัณฑิตวิทยาลัย*. ในการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.

# คำแนะนำการเตรียมต้นฉบับ
# เพื่อพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม

**เกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ**

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารนี้ ต้องมีเนื้อหาสาระอยู่ในขอบข่ายวัตถุประสงค์ของวารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม เป็นบทความที่ไม่เคยถูกนำไปพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน เจ้าของบทความต้องเป็นผู้รวบรวมเรียบเรียงขึ้นมาด้วยตนเอง ต้องได้รับการกลั่นกรองและประเมินคุณภาพจากคณะกรรมการดำเนินการจัดทำวารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม และจากผู้ประเมินอิสระ (Peer Review) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ต้นฉบับพิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 16 pt. จำนวนไม่เกิน 10 หน้า กระดาษ A4 ส่งต้นฉบับและไฟล์ไมโครซอฟท์เวิร์ดจำนวน 1 ชุด ได้ที่กองบรรณาธิการ (ไม่มีการส่งต้นฉบับคืน) สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มต่าง ๆ ได้ที่ **https://so09.tci-thaijo.org/index.php/jted/download**

ดาวน์โหลดแบบฟอร์ม

**ขั้นตอนการเตรียมต้นฉบับ**

**1. บทความวิจัย**

1.1 ชื่อเรื่อง (Title) ให้เขียนชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยชื่อภาษาอังกฤษแต่ละคำให้ใช้ตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะอักษรตัวแรก (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 18 pt. หนา)

1.2 ชื่อผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย ให้ระบุทั้งชื่อตัวและชื่อสกุลเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ถ้ามีผู้วิจัยหลายคนให้ใช้หมายเลขกำกับตามลำดับ (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 14 pt. ปกติ) และระบุรายละเอียดของผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด ชื่อสถานศึกษา ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้สะดวก และอีเมล (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 12 pt. ปกติ)

1.3 บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยให้ลำดับบทคัดย่อภาษาไทยขึ้นก่อนตามด้วยบทคัดย่อภาษาอังกฤษ และควรมีคำสำคัญ (Keywords) จำนวน 2 - 5 คำ (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 16 pt. ปกติ)

1.4 เนื้อเรื่อง (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 16 pt. ปกติ) ประกอบด้วย

1.4.1 บทนำ (Introduction) ระบุความเป็นมาและความสำคัญของการทำวิจัย เหตุผลการทำวิจัยเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.2 วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives) เป็นความเรียงเฉพาะประเด็นสำคัญของวัตถุประสงค์การวิจัยที่ครอบคลุมแนวทางการทำวิจัยทั้งหมด

1.4.3 สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis) (ถ้ามี) เป็นความเรียงสมมติฐานเชิงพรรณนาหรือระบุความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

1.4.4 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) (ถ้ามี) คือ โครงสร้างแนวคิดที่พัฒนาจากทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดตัวแปรและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการศึกษา

1.4.5 วิธีการดำเนินการวิจัย (Research Methodology) นำเสนอเกี่ยวกับประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย การสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ระยะเวลาในการดำเนินการ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.4.6 ผลการวิจัย (Results) รายงานผลการวิจัยให้ได้ใจความชัดเจนและตรงประเด็น โดยยึดแนวทางตามวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นหลัก ควรอธิบายผลการวิจัยด้วยคำบรรยายเป็นหลัก ถ้ามีตัวแปรที่ศึกษาหรือตัวเลขมากให้นำเสนอเป็นตารางรูปภาพ แผนภาพ และกราฟแทรกในเนื้อหา พร้อมอธิบายผลการวิจัยให้ได้สาระครบถ้วนอย่างสั้น ๆ โดยทั้งชื่อและคำอธิบายให้แสดงในทุกองค์ประกอบทั้งของตาราง (Table) รูปภาพ (Picture) ภาพลายเส้น (Figure) แผนภาพ (Diagram) และกราฟ (Graph) ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง ส่วนชื่อรูปภาพ แผนภาพ และกราฟให้อยู่ด้านล่าง (ข้อความในตาราง แผนภาพ และกราฟ ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 14 pt. ปกติ)

1.4.7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ (Conclusion) เป็นการสรุปเฉพาะประเด็นสำคัญที่เกิดจากการทำวิจัย โดยให้จบด้วยข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และประเด็นที่เป็นแนวทางการทำวิจัยต่อไป (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 16 pt. ปกติ)

1.4.8 การอ้างอิง (References) การเขียนเอกสารอ้างอิงให้ระบุเฉพาะรายการที่มีการอ้างถึงในเนื้อหาของบทความ โดยใช้ **ระบบการอ้างอิงแบบตัวเลข (Numeric citation)** ใส่หมายเลขในวงเล็บสี่เหลี่ยม เช่น [1] และเรียงลำดับตามการปรากฏครั้งแรกในเนื้อหา หากมีการอ้างอิงซ้ำให้ใช้หมายเลขเดิม และกรณีอ้างอิงหลายรายการให้คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค เช่น [3,4] ทั้งนี้ รายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความให้เรียงตามลำดับหมายเลข [1], [2], [3] ตามที่ปรากฏในเนื้อหา (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 16 pt. ปกติ) ตัวอย่างการอ้างอิง มีดังนี้

**หนังสือ**

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564).* กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2545). *เทคนิคการวัดผลการศึกษา.* กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.

ประสิทธิ์ กาญจนวัฒน์, วีรชัย พุทธวงศ์, และสมชาย รักดี. (2565). *พื้นฐานวิศวกรรมเคมี.* สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

**บทความในหนังสือ**

เสาวณีย์ จำเดิมเผด็จศึก. (2534). การรักษาภาวะจับหืดเฉียบพลันในเด็ก. ใน สมศักดิ์ โล่เลขา, ชลีรัตน์ ดิเรกวัฒชัย และมนตรี ตู้จินดา (บรรณาธิการ), *อิมมูโนวิทยาทางคลีนิคและโรคภูมิแพ้.* (น. 99-103). กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยกุมารแพทย์แห่งประเทศไทยและสมาคมกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย.

**วารสาร**

วลัยพร สุขปลั่ง. (2563). บทบาทของหน่วยงานภาครัฐต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี,* 6(1), 79-96

**นิตยสาร**

ส้มโอมือ. (2545). อาหารบำรุงสมอง. *Update*, 20 (210), 37-40.

**หนังสือพิมพ์**

สาธิต บุษบก. (วันที่ 22 มิถุนายน 2552). พบฟอสซิลเต่าสกุลใหม่และชนิดของโลกในไทย. *ไทยรัฐ*. 5.

**วิทยานิพนธ์**

จันทนา เอ้งฉ้วน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง. *(วิทยานิพนธ์ปริญญาโท).* มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

**สื่อโสตทัศน์ และสื่ออื่น ๆ**

อยุธยา: สมเด็จพระนารายณ์มหาราช. (2540). [วีดิทัศน์]. กรุงเทพมหานคร : ทิชชิ่งทอยส์.

**แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์**

กรมการท่องเที่ยว. (2562). *รายงานประจำปี 2561*. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2566]. จาก https://www.tourismthailand.org/fileadmin/

**2. บทความวิชาการ**

2.1 ชื่อเรื่อง (Title) ให้เขียนชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยชื่อภาษาอังกฤษแต่ละคำให้ใช้ตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะอักษรตัวแรก (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 18 pt. หนา)

2.2 ชื่อเจ้าของบทความ ให้ระบุทั้งชื่อตัวและชื่อสกุลเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ถ้ามีผู้วิจัยหลายคนให้ใช้หมายเลขกำกับตามลำดับ (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 14 pt. ปกติ) และระบุรายละเอียดของผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด ชื่อสถานศึกษา ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้สะดวก และอีเมล (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 12 pt. ปกติ)

2.3 เนื้อหา (Main Texts) (ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 16 pt. ปกติ) ประกอบด้วย

2.3.1 บทนำ (Introduction) กล่าวถึง ความน่าสนใจของเรื่องที่นำเสนอ ก่อนเข้าสู่เนื้อความ

2.3.2 เนื้อความ (Content) ควรนำเสนอพัฒนาการของเรื่องได้อย่างน่าสนใจและมีเนื้อหาทันสมัยเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน สำหรับการอ้างอิง ในเนื้อความเป็นการระบุแหล่งที่มาของข้อมูล ในเนื้อความให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบตัวเลข (Numeric citation)

2.3.3 ตาราง รูปภาพ แผนภาพ และกราฟ ที่แทรกในเนื้อหา อธิบายให้ได้สาระครบถ้วนอย่างสั้น ๆ โดยทั้งชื่อและคำอธิบายให้แสดงในทุกองค์ประกอบทั้งของตาราง (Table) รูปภาพ (Picture) ภาพลายเส้น (Figure) แผนภาพ (Diagram) และกราฟ (Graph) ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง ส่วนชื่อรูปภาพ แผนภาพ และกราฟให้อยู่ด้านล่าง (ข้อความในตาราง แผนภาพ และกราฟ ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK 14 pt. ปกติ)

2.3.4 การอ้างอิง (References) การเขียนเอกสารอ้างอิงให้ระบุเฉพาะรายการที่มีการอ้างถึงในเนื้อหาของบทความ โดยใช้ **ระบบการอ้างอิงแบบตัวเลข (Numeric citation)** ใส่หมายเลขในวงเล็บสี่เหลี่ยม เช่น [1] และเรียงลำดับตามการปรากฏครั้งแรกในเนื้อหา หากมีการอ้างอิงซ้ำให้ใช้หมายเลขเดิม และกรณีอ้างอิงหลายรายการให้คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค เช่น [3,4] ทั้งนี้ รายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความให้เรียงตามลำดับหมายเลข [1], [2], [3] ตามที่ปรากฏในเนื้อหา

*สมัครสมาชิก และชำระค่าตีพิมพ์วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม*

- **อัตราค่าสมาชิก**
  - 1 ปี (4 ฉบับ) / 480 บาท
  - 2 ปี (8 ฉบับ) / 960 บาท
  - 3 ปี (12 ฉบับ) / 1,440 บาท
- **อัตราค่าตีพิมพ์**
  - 3,500 บาท / บทความ
- **การชำระค่าสมาชิก**
  - เงินสด ณ สำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (กรณีสมัครด้วยตนเอง)
  - โอนเข้าบัญชีออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางกรวย เลขที่บัญชี 109-1-80845-7 (แนบสลิปการโอนลงในใบสมัครออนไลน์)

SCAN ME

แบบฟอร์มสมัครสมาชิก และชำระค่าตีพิมพ์ วารสารนวัตกรรมการศึกษาและอุตสาหกรรม

# ชุดสื่อการเรียนการสอน

ชุดสื่อการเรียนการสอนต้นแบบ

## ชุดฝึกระบบไฟฟ้ารถจักรยานยนต์ EV

### รายการสื่อประกอบด้วย

| | |
|---|---|
| 1. ชุดฝึกระบบไฟฟ้ารถจักรยานยนต์ จำนวน 1 ชุด | 52,500 บาท |
| 2. คู่มือประกอบการใช้สื่อ จำนวน 1 เล่ม | 200 บาท |





• รวมทั้งชุด • **52,700 บาท**

### รายละเอียดชุดฝึก

- ชุดดุมล้อ Hub Motor 500 W 48 V พร้อมยาง Ø 10 นิ้ว และชุดดิสก์เบรก Ø 160 มม.
- ชุดโครงอะลูมิเนียมโปรไฟล์ ขนาดหน้าตัด 30 x 30 มม. ขนาด 250 x 1,000 x 310 มม.
- ชุดแผงบอร์ดพร้อมอุปกรณ์ ขนาด 580 x 450 มม. หนา 8 มม.
  - แผ่นอะคริลิกสีขาวทึบ
  - กล่องควบคุมมอเตอร์ขนาด 350 W 48 V
  - กล่องแปลงแรงดันไฟฟ้า DC to DC 12 V
  - จอแสดงผล
  - อุปกรณ์ต่อสายสัญญาณ
- ชุดแบตเตอรี่ลิเทียม 48 V 48,000 mAh
- ชุดอุปกรณ์ชาร์จแบตเตอรี่
- ชุดบังคับเลี้ยวพร้อมสวิตช์ควบคุม
- ชุดสายเสียบสัญญาณ แดง/ดำ

### เนื้อหาในรายวิชา

เนื้อหารายวิชานี้มุ่งเน้นการเสริมความเข้าใจ และทักษะที่จำเป็นในการดำเนินงานเกี่ยวกับชุดฝึกระบบไฟฟ้ารถจักรยานยนต์ EV ซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนา และนำมาใช้งานจริงบนท้องถนน จึงจำเป็นต้องบริหารจัดการผู้เรียนเพื่อให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับหลักการทำงานของระบบไฟฟ้าในรถจักรยานยนต์ EV โดยมีเนื้อหาดังนี้ ความเป็นมาของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ระบบการทำงานของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ชุดขับเคลื่อน และแสดงผลของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ชุดดุมล้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ชุดควบคุมมอเตอร์ การคำนวณและเลือกขนาดมอเตอร์ ชุดคันบิดเร่งแบตเตอรี่ ชุดควบคุมแรงดันไฟฟ้าและควบคุมเซนเซอร์ (Brushless Motor Controller) กล่องปรับแรงดันไฟฟ้ากระแสตรง (DC to DC Converter) ชุดมือจับบังคับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ชุดหน้าจอแสดงผล ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานทางไฟฟ้า อันตรายที่เกิดจากไฟฟ้า ข้อควรระวังเกี่ยวกับการใช้งานไฟฟ้า ความปลอดภัยในการปฏิบัติงานไฟฟ้า การป้องกันอันตรายในการปฏิบัติงานไฟฟ้า ระยะห่างระหว่างสายไฟฟ้ากับผู้ปฏิบัติงาน ข้อแนะนำของการชาร์จแบตเตอรี่ มอเตอร์ ระบบควบคุม เครื่องมือ และอุปกรณ์ในงานไฟฟ้า ได้แก่ ไขควง คีมปากจิ้งจก คีมปอกสายไฟ คีมย้ำหางปลา ถุงมือยางกันไฟฟ้าดูด เครื่องมือวัดมัลติมิเตอร์ เครื่องมือวัดความต้านทานภายในแบตเตอรี่ เครื่องมือวัดความเป็นฉนวนของสายไฟฟ้า รองเท้ากันไฟฟ้าดูด และโครงสร้างของชุดฝึกระบบไฟฟ้ารถจักรยานยนต์ EV

**“พัฒนาคน พัฒนาสื่อ และบริการวิชาการ”**

SCAN QR CODE
ช่องทางการสั่งซื้อ


สำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
1518 ถนนประชาราษฎร์ 1 แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร
โทรศัพท์ : 0-2555-2000 ต่อ 2314
E-mail : itedshop@ited.kmutnb.ac.th
www.ited.kmutnb.ac.th

# CB KMUTNB

## ศูนย์รับรองสมรรถนะบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
















## รับสมัครสอบสมรรถนะวิชาชีพ

**สาขา/อาชีพที่เปิดสอบ**

### สาขาวิชาชีพอุตสาหกรรมดิจิทัล

***1. สาขาธุรกิจดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์***

- อาชีพนักจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจ — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 6
- อาชีพนักการตลาดดิจิทัล — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 5

***2. สาขาการบริหารโครงการสารสนเทศ***

- อาชีพนักบริหารโครงการสารสนเทศ — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4, 5

***3. สาขาซอฟต์แวร์และการประยุกต์***

- อาชีพนักวิเคราะห์ออกแบบระบบ — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4
- อาชีพนักพัฒนาระบบ — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4

***4. สาขาวิทยาศาสตร์ข้อมูล***

- อาชีพนักวิเคราะห์ข้อมูล — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4
- อาชีพผู้ปฏิบัติงานด้านวิศวกรรมข้อมูล — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4
- อาชีพนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4

### สาขาวิชาชีพการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

***สาขาอุตสาหกรรมอาหาร***

- อาชีพผู้ควบคุมความปลอดภัยอาหาร — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4

### สาขาวิชาชีพการเชื่อมอุตสาหกรรม

- อาชีพช่างเชื่อมอาร์กโลหะด้วยมือ — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4, 5
- อาชีพช่างเชื่อมมิก — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4
- อาชีพช่างเชื่อมแม็ก — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4

### สาขาวิชาชีพบริการการศึกษา วิจัย และภาษา

- อาชีพครูฝึกในสถานประกอบการ — คุณวุฒิวิชาชีพระดับ 4, 5

**สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่**

**ศูนย์รับรองสมรรถนะบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**

อาคารสำนักพัฒนาเทคนิคศึกษา เลขที่ 1518 ถนนประชาราษฎร์ 1 แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

0 2555 2000 ต่อ 2310 ในวันและเวลาราชการ

cb.kmutnb.ac.th

cbkmutnb@gmail.com