



การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในศตวรรษที่ 21”

The 8th National Conference
"Creative Economy in the 21st Century"

Proceeding
รวมบทความ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ (Proceeding)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

ภายใต้หัวข้อ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์

: การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566 มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ความก้าวหน้าของการวิจัยและการพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม สาขาการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (R2R) และสาขาการวิจัยรับใช้สังคม ที่มีการมุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน สู่สาธารณชนและชุมชน โดยเปิดโอกาสให้อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษาระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ และเผยแพร่ผลงานวิชาการ รวมทั้งส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการและการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาให้มีคุณภาพสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558 ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

บรรณาธิการที่ปรึกษา

: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นนรภัส ถกถกักดี

บรรณาธิการ

: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์

รองบรรณาธิการ

: อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมาดี

กองบรรณาธิการ

: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวดี ยาบุษดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
: อาจารย์ ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
: อาจารย์ ดร.อุมารัตน์ ศิริจรูญวงศ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
: อาจารย์ ดร.เจษฎานันท์ เวียงนนท์	มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
: อาจารย์ ดร.ปธานิน แสงอรุณ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
: รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา วัจนะสาลิกากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ ศรีปุณณะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิขญา สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

- : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี จินธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาคริต ศรีทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

ผู้ประสานงานและเผยแพร่

: นางสาวปัทมา พรหมสวัสดิ์

ติดต่อกองบรรณาธิการ

: วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ชั้น 4 อาคาร 100 ปี สมเด็จพระศรีนครินทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

เลขที่ 1 หมู่ 20 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

รหัสไปรษณีย์ 13180

โทรศัพท์/โทรสาร 02-909-3021 อีเมล : cim@vru.ac.th

Facebook : <https://www.facebook.com/cimvruthailand>

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

คำนำ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566 วันที่ 3 พฤษภาคม 2566 ภายใต้หัวข้อ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ 21” จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย และสถาบันภาคีเครือข่ายของรัฐและเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ความก้าวหน้าของการวิจัยและการพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม สาขาการพัฒนางานประจำสู่การวิจัย (R2R) และ สาขาการวิจัยรับใช้สังคม ผู้สาคารณชนและชุมชน นอกจากนี้ ยังเป็นการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558

คณะผู้จัดการประชุม ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการประชุมทางวิชาการระดับชาติครั้งนี้ และหวังว่าการจัดประชุมทางวิชาการระดับชาติครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมประชุม สังคม และประเทศชาติต่อไป

คณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

สารคณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี มีการจัดการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ในศาสตร์ที่เรียน และมีการสร้างสรรค์งานวิจัยที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์แก่สังคมและประเทศชาติ รวมถึงการส่งเสริมให้นักศึกษา มีประสบการณ์ทางวิชาการผ่านการเข้าร่วมการประชุมวิชาการทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางวิชาการ และการวิจัยให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566 วันที่ 3 พฤษภาคม 2566 ภายใต้หัวข้อ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ 21” นี้ เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม ด้านวิชาการที่วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ จัดขึ้นร่วมกับภาคีเครือข่ายจากสถาบันต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อมุ่งหวังให้เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและงานวิจัยให้กับนักวิชาการ และผู้สนใจ อีกทั้งเป็นการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษาให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับชาติ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผู้เข้าร่วมประชุมในครั้งนี้จะได้รับความรู้และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ และนำการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ ผู้บริหารจากสถาบันภาคีเครือข่ายร่วมจัดการประชุม และบุคลากรทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการจัดงานในครั้งนี้



(อาจารย์ปรัชญพัชร วันอุทา)

คณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

สารบัญ		หน้า
คำนำ		ก
สารคณบดีวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ		ข
สารบัญ		ค
SC ผลงานแบบบรรยาย สาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม		
รหัส	ชื่อผลงาน	
SC-Res-001	Wararit Panichkitkosolkul Bootstrap methods for estimating the confidence interval for the population mean of the zero-truncated Poisson-Shanker distribution and their application	1-13
SC-Res-002	สุจิตราพร โพธิ์ประดิษฐ์ นวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองเกษตรที่สูงของสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถบ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร	14-29
SC-Res-003	ภัชชชาติ ทูรวัดน์ นิตา พักตร์วิไล อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์ ณัฐสิมา โทชน์ ยุทธนา นาคทวีค ปัทมา จิตต์ระเบียบ รูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่ลุ่มน้ำยม กรณีศึกษา: เขตเทศบาลอำเภอปง จังหวัดพะเยา	30-39
SC-Res-004	อรุณ อัครวโรทัย อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์ ณภัทน์จันทร์ ด่านสวัสดิ์ ยุทธนา นาคทวีค ปัทมา จิตต์ระเบียบ ปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ	40-51

EDU ผลงานแบบบรรยาย สาขาการศึกษา		
รหัส	ชื่อผลงาน	หน้า
EDU-Res-001	พีระศิลป์ ศิลปสารท์ สุวรรณา จุ้ยทอง สมบัติ คชสิทธิ์ ผลการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกมที่มีต่อความสามารถในการอ่านและเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1	52-66
EDU-Res-002	สุรีพร สว่างอารมณ์ สุวรรณา จุ้ยทอง กันต์ฤทัย คลังพหล ผลของการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1	67-82
EDU-Res-003	ศรารุธ บัวนพ สุวรรณา จุ้ยทอง กันต์ฤทัย คลังพหล การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3	83-96
EDU-Res-004	ณัฐวิ สุนา พิทักษ์ นิลนพคุณ สุวรรณา จุ้ยทอง ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่มีต่อสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2	97-109
EDU-Res-005	ญาริปี ปิ่นจันทร์ สารีพันธ์ุ ศุภวรรณ ชนกนารถ บุญวัฒนกุล การพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสีพร้อมบทเพลงฝึกเปียโนสำเนียงไทย	110-126

EDU ผลงานแบบบรรยาย สาขาการศึกษา (ต่อ)		
รหัส	ชื่อผลงาน	หน้า
EDU-Res-005	จิตตรี พละกุล อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์ นิติกร อ่อนโยน จิตเจริญ ศรชวัลย์ การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	127-148
SB ผลงานแบบบรรยาย สาขาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ		
ผลงานวิชาการ		
SB-Aca-001	อมรรักษ์ สวนชุมผล ปรัชญพัชร วันอุทา สิรินดา ศลีสุนทร หวัง เทียนชง การปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินหลังยุคโควิด 19	149-158
SB-Aca-002	พัชร พิสิก อมรรักษ์ สวนชุมผล รวีพรรณ กาญจนวัฒน์ ลลิตา แก้วฉาย ปาพจน์ ต้นสุวรรณ แนวคิดองค์กรธุรกิจยุคความปกติใหม่	159-168
SB-Aca-003	สุขสกุล วลัยตะกุล จิรัฏฐ์ สิ้นธุอาร์ีย์ วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21	169-180

SB ผลงานแบบบรรยาย สาขาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ		
ผลงานวิจัย		
รหัส	ชื่อผลงาน	หน้า
SB-Res-002	พงศ์เสวก อเนกจ้านงค์พร พรรษภฤช ศุทธิเวทิน เยาวลักษณ์ เอกไพฑูรย์ ธัญญลักษณ์ อเนกจ้านงค์พร กฤศวรรณ ประเสริฐสิทธิ์ สภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการ บริการและการท่องเที่ยว	181-198
SB-Res-003	กัญญาพัชร วุฒิยา ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติสมัยใหม่	199-214
งานวิจัยระดับปริญญาตรี		
SB ผลงานแบบบรรยาย สาขาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ		
SB-Res-004	รุ่งทิวา ถึงสุข ศิริชัย จุ้ยประชา ลลิตา แก้วฉาย การศึกษาพฤติกรรมและอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอิเลฟเว่น ในพื้นที่เคหะน วนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี	215-224
SB-Res-005	เดวิทย์ โชคขวัญยืน อารักษ์ ภูเสื่อ สุทธิพงศ์ คณาธรรม พัชร พิสิทธิ์ ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมในการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอป พลิเคชัน True Money Wallet ของผู้ใช้บริการในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	225-238

SB ผลงานแบบบรรยาย สาขาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ (ต่อ)		
รหัส	ชื่อผลงาน	หน้า
SB-Res-006	สมเกียรติ ถนนวงศ์ศรี ตะวัน วิสุทติกุลชัย พัชร พิสิทธิ์ พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery	239-251
SB-Res-007	ปิยพงษ์ แซ่ลี ศุภชัย อัคร์เจริญโชติกุล ลลิตา แก้วฉาย การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี	252-265
SB-Res-008	พัชรินทร์ แซ่หว่า อรปรียา รัตนวิการณ ลลิตา แก้วฉาย การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจ ซื้อซ้ำ ของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาล ท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี	266-279
BA-Res-009	Tanawaporn Chartdee Kittayada Aunsopa Thanyapron Sanmat Kitsakul Jatanaviboon The capability of service innovation to domestic airlines with aging society customer in Thailand	280-289
SB-Res-010	Krongkwan Theawwong Supatsorn Champahom Rattaphon Srijan The potential of airline business in management and competencies success	290-300

SB ผลงานแบบบรรยาย สาขาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ (ต่อ)		
รหัส	ชื่อผลงาน	หน้า
SB-Res-011	กาญจนา พุ่มพวง นภาพร แจ่มมะณี รวีพรรณ กาญจนวัฒน์ การศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ฯ	301-312
R2R ผลงานแบบบรรยาย สาขาการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย		
R2R-Res-001	ครองกมล พงษ์ลิขิตมงคล การพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” สำหรับงานบริการทางการแพทย์ ของโรงพยาบาลโรงพยาบาลจุฬาภรณ์	313-324
SC ผลงานแบบโปสเตอร์ สาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม		
P-SC-Res-001	บุษญา พิมพ์พา ศิริพรรณ ลุนทะลา ศศิธร เพชรแสน กฤษฎา นามบุญเรือง ศรียา อินทสิน ผลของการใช้ประโยชน์ที่ดินต่อคุณภาพน้ำบริเวณลุ่มน้ำห้วยหลวง	325-326
SC ผลงานแบบโปสเตอร์ สาขาการศึกษา		
P-EDU-Res-001	สุทธิศักดิ์ เพ็ชรผึ้ง รองฤทธิ์ ไกรกิจราษฎร์ วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของระบบการจัดการศึกษาเพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย	327-328

ภาคผนวก

- กำหนดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566
- กำหนดการนำเสนอบทความ
- คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566
- คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องนำเสนอผลงานวิจัย/ผลงานวิชาการ
- คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองพิจารณาบทความ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

**Bootstrap methods for estimating the confidence interval for
The population mean of the zero-truncated Poisson-Shanker distribution and
their application**

Wararit Panichkitkosolkul

Department of Mathematics and Statistics, Faculty of Science and Technology Thammasat Universit

Email: wararit@mathstat.sci.tu.ac.th

ABSTRACT

Recently, the zero-truncated Poisson-Shanker distribution has been proposed for studying count data containing non-zero values. However, the confidence interval estimation of the population mean has not yet been examined. In this study, confidence interval estimation based on percentile, simple, and biased-corrected and accelerated bootstrap methods, was examined in terms of coverage probability and average interval length via Monte Carlo simulation. The results indicate that attaining the nominal confidence level using the bootstrap methods was not possible for small sample sizes regardless of the other settings. Moreover, when the sample size was large, the performances of the methods were not substantially different. Overall, the bias-corrected and accelerated bootstrap approach outperformed the others, even for small sample sizes. Last, the bootstrap methods were used to calculate the confidence interval for the population mean of the zero-truncated Poisson-Shanker distribution via two numerical examples, the results of which match those from the simulation study.

Keywords: Interval estimation, Count data, Poisson-Shanker distribution, Bootstrap interval; Simulation

Introduction

The Poisson distribution is a discrete distribution that measures the probability of a given number of events happening in specific regions of time or space. (Kissell and Poserina, 2017; Andrew and Michael, 2022). Data such as the number of orders a firm will receive tomorrow, the number of people who will apply for a job tomorrow, the number of defects in a finished product, the number of confirmed COVID-19 cases per day, the number of bacteria in a higher organism, etc., follow a Poisson distribution (Siegel and Wanger, 2022).

The probability mass function (pmf) of a Poisson distribution is defined as

$$p(x; \lambda) = \frac{e^{-\lambda} \lambda^x}{x!}, \quad x = 0, 1, 2, \dots, \lambda > 0, \quad (1)$$

where e is a constant approximately equal to 2.71828 and λ is the mean number of events within a given interval of time or space. This probability model can be used to analyze data containing zeros and positive values that have low occurrence probabilities within a predefined time or area range (Sangnawakij, 2021). However, probability models can become truncated when a range of possible values for the variables is either disregarded or impossible to observe. Indeed, zero truncation is often enforced when one wants to analyze count data without zeros. David and Johnson (1952) developed the zero-truncated (ZT) Poisson (ZTP) distribution, which has been applied to datasets of the length of stay in hospitals, the number of published journal articles in various disciplines, the number of children ever born to a sample of mothers over 40 years old, and the number of passengers in cars (Hussain, 2020). A ZT distribution's pmf can be derived as

$$p(x; \theta) = \frac{p_0(x; \theta)}{1 - p_0(0; \theta)}, \quad x = 1, 2, 3, \dots, \quad (2)$$

where $p_0(x; \theta)$ is the pmf of the un-truncated distribution. Shanker (2016) defined the pmf of the Poisson-Shanker (PS) distribution having as

$$p_0(x; \theta) = \frac{\theta^2}{\theta^2 + 1} \frac{x + (\theta^2 + \theta + 1)}{(\theta + 1)^{x+2}}, \quad x = 0, 1, 2, \dots, \theta > 0. \quad (3)$$

The mathematical and statistical properties of the PS distribution for modeling count data were established by Shanker (2016). The PS distribution arises from the

Poisson distribution when parameter λ follows the Shanker distribution proposed by Shanker (2015) with probability density function (pdf)

$$f(\lambda; \theta) = \frac{\theta^2}{\theta^2 + 1} (\theta + \lambda) e^{-\theta\lambda}, \lambda > 0, \theta > 0. \quad (4)$$

Shanker (2015) showed that the pdf in (4) is a better model than the exponential and Lindley (Lindley, 1958) distributions for modeling lifetime data. Several distributions have been introduced as an alternative to the ZTP distribution for handling overdispersion in data, such as ZT Poisson-Lindley (ZTPL) (Ghitany et al., 2018), ZT Poisson-Amarendra (ZTPA) (Shanker, 2017a), ZT Poisson-Akash (Shanker, 2017b) and ZT Poisson-Ishita (Shukla et al., 2020) distributions.

Shanker (2016) proposed the ZTPS distribution and its properties, such as the moment, coefficient of variation, skewness, kurtosis and the index of dispersion. The method of moments and the maximum likelihood have also been derived for estimating its parameter. Furthermore, when the ZTPS distribution was applied to real data set, it was more suitable than the ZTP and ZTPL distributions.

To the best of our knowledge, no research has been conducted on estimating the confidence interval for the population mean of the ZTPS distribution. Bootstrap methods for estimating confidence interval provide a way of quantifying the uncertainties in statistical inferences based on a sample of data. The concept is to run a simulation study based on the actual data for estimating the likely extent of sampling error (Wood, 2004). Therefore, the objective of the current study is to assess the efficiencies of three bootstrap methods, namely the percentile bootstrap (PB), the simple bootstrap (SB) and the bias-corrected and accelerated bootstrap (BCa), to estimate the confidence interval for the population mean of the ZTPS distribution. Because a theoretical comparison is not possible, we conduct a simulation study to compare their performance and used the results to determine the best performing method based on the coverage probability and the average length.

Theoretical Background

Compounding of probability distributions is a sound and innovative technique to obtain new probability distributions to fit data sets not adequately fit by common parametric distributions. Shanker (2016) proposed a new compounding distribution by compounding Poisson distribution with the Shanker distribution, as there is a need to find more flexible model for analyzing statistical data. The pmf of the PS distribution is given in Eq.(3).

Let X be a random variable which follow the ZTPS distribution (Shanker, 2017c) with parameter θ , it is denoted as $X : ZTPS(\theta)$. Using Eqs. (2) and (3), the pmf of the ZTPS distribution can be obtained as

$$p(x; \theta) = \frac{\theta^2}{\theta^3 + \theta^2 + 2\theta + 1} \frac{x + (\theta^2 + \theta + 1)}{(\theta + 1)^x}, \quad x = 1, 2, 3, \dots, \theta > 0$$

The plots of the pmf of the ZTPS distribution with some specified parameter values θ shown in Figure 1.

The expected value and variance of X are as follows:

$$E(X) = \mu = \frac{(\theta + 1)(\theta^3 + \theta^2 + 2\theta + 2)}{\theta(\theta^3 + \theta^2 + 2\theta + 1)} \tag{5}$$

and

$$\text{var}(X) = \sigma^2 = \frac{(\theta + 1)(\theta^6 + 2\theta^5 + 6\theta^4 + 9\theta^3 + 10\theta^2 + 8\theta + 2)}{\theta^2 (\theta^3 + \theta^2 + 2\theta + 1)^2}.$$

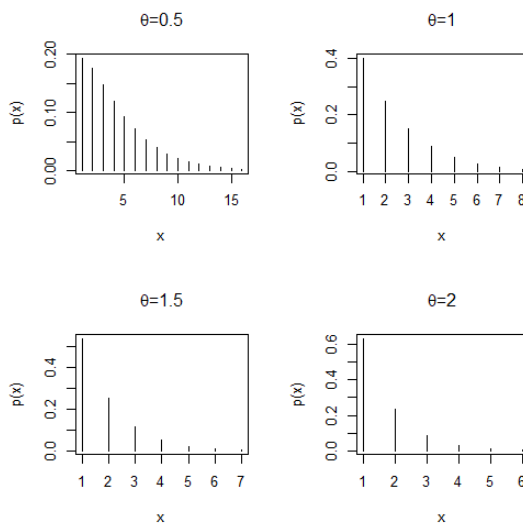


Figure 1. The plots of the pmf of the ZTPS distribution with $\theta = 0.5, 1, 1.5$ and 2 .

The point estimator of θ is obtained by maximizing the log-likelihood function $\log L(x_i; \theta)$ or the logarithm of joint pmf of X_1, \dots, X_n . Therefore, the maximum likelihood (ML) estimator for θ of the ZTPS distribution is derived by the following processes:

$$\begin{aligned} \frac{\partial}{\partial \theta} \log L(x_i; \theta) &= \frac{\partial}{\partial \theta} \left[n \log \left(\frac{\theta^2}{\theta^3 + \theta^2 + 2\theta + 1} \right) - \sum_{i=1}^n x_i \log(\theta + 1) + \sum_{i=1}^n \log [x_i + (\theta^2 + \theta + 1)] \right] \\ &= \frac{2n}{\theta} - \frac{n(3\theta^2 + 2\theta + 2)}{(\theta^3 + \theta^2 + 2\theta + 1)} - \frac{n\bar{x}}{\theta + 1} + \sum_{i=1}^n \frac{2\theta + 1}{x_i + (\theta^2 + \theta + 1)}. \end{aligned}$$

Solving the equation $\frac{\partial}{\partial \theta} \log L(x_i; \theta) = 0$ for θ , we have the non-linear equation

$$\frac{2n}{\theta} - \frac{n(3\theta^2 + 2\theta + 2)}{(\theta^3 + \theta^2 + 2\theta + 1)} - \frac{n\bar{x}}{\theta + 1} + \sum_{i=1}^n \frac{2\theta + 1}{x_i + (\theta^2 + \theta + 1)} = 0,$$

where $\bar{x} = \sum_{i=1}^n x_i / n$ denotes the sample mean. Since the ML estimator for θ does not provide the closed-form solution, the non-linear equation can be solved by the numerical iteration methods such as Newton-Raphson method, bisection method and Ragula-Falsi method. In this research, we use maxLik package (Henningsen and Toomet, 2011) with Newton-Raphson method for ML estimation in the statistical software R.

The point estimator of the population mean μ can be estimated by replacing the parameter θ with the ML estimator for θ shown in Eq. (5). Therefore, the point estimator of the population mean μ is given by

$$\hat{\mu} = \frac{(\hat{\theta} + 1)(\hat{\theta}^3 + \hat{\theta}^2 + 2\hat{\theta} + 2)}{\hat{\theta}(\hat{\theta}^3 + \hat{\theta}^2 + 2\hat{\theta} + 1)},$$

where $\hat{\theta}$ is the ML estimator for θ .

Bootstrap Methods

In this study, we focus on the three bootstrap methods for estimating confidence interval for the population mean of the ZTPS distribution. In practice, the popular bootstrap methods are the percentile bootstrap, the simple bootstrap, and the bias-corrected and accelerated bootstrap methods. See the details of some bootstrap methods in DiCiccio and Efron (1996) and Manoharan et al. (2017).

1. Percentile Bootstrap (PB) Method

The percentile bootstrap confidence interval is the interval between the $(\alpha/2) \times 100$ and $(1 - (\alpha/2)) \times 100$ percentiles of the distribution of μ estimates obtained from resampling or the distribution of $\hat{\mu}^*$, where μ represents a parameter of interest and α is the level of significance (e.g., $\alpha = 0.05$ for 95% confidence intervals) (Efron, 1982). A percentile bootstrap confidence interval for μ can be obtained as follows: 1) B random bootstrap samples are generated, 2) a parameter estimate $\hat{\mu}^*$ is calculated from each bootstrap sample, 3) all B bootstrap parameter estimates are ordered from the lowest to highest, and 4) the $(1 - \alpha)100\%$ percentile bootstrap confidence interval is constructed as follows:

$$CI_{PB} = [\hat{\mu}_{(r)}^*, \hat{\mu}_{(s)}^*], \quad (5)$$

where $\hat{\mu}_{(\alpha)}^*$ denotes the α^{th} percentile of the distribution of $\hat{\mu}^*$ and $0 \leq r < s \leq 100$. For example, a 95% percentile bootstrap confidence interval with 1,000 bootstrap samples is the interval between the 2.5 percentile value and the 97.5 percentile value of the 1,000 bootstrap parameter estimates.

2. Simple Bootstrap (SB) Method

The simple bootstrap method is sometimes called the basic bootstrap method and is a method as easy to apply as the percentile bootstrap method. Suppose that the quantity of interest is μ and that the estimator of μ is $\hat{\mu}$. The simple bootstrap method assumes that the distributions of $\hat{\mu} - \mu$ and $\hat{\mu}^* - \hat{\mu}$ are approximately the same (Meeker et al. 2017). The $(1 - \alpha)100\%$ simple bootstrap confidence interval for μ is

$$CI_{SB} = [2\hat{\mu} - \hat{\mu}_{(s)}^*, 2\hat{\mu} - \hat{\mu}_{(r)}^*], \quad (6)$$

where the quantiles $\hat{\mu}_{(r)}^*$ and $\hat{\mu}_{(s)}^*$ are the same percentile of empirical distribution of bootstrap estimates $\hat{\mu}^*$ used in (5) for the percentile bootstrap method.

3. Bias-Corrected and Accelerated Bootstrap (BCa) Method

To overcome the over coverage issues in percentile bootstrap confidence intervals (Efron and Tibshirani, 1993), the BCa bootstrap method corrects for both bias and skewness of the bootstrap parameter estimates by incorporating a bias-correction

factor and an acceleration factor (Efron, 1987; Efron and Tibshirani, 1993). The bias-correction factor \hat{z}_0 is estimated as the proportion of the bootstrap estimates less than the original parameter estimate $\hat{\mu}$,

$$\hat{z}_0 = \Phi^{-1} \left(\frac{\#\{\hat{\mu}^* \leq \hat{\mu}\}}{B} \right),$$

where Φ^{-1} is the inverse function of a standard normal cumulative distribution function (e.g., $\Phi^{-1}(0.975) \approx 1.96$). The acceleration factor \hat{a} is estimated through jackknife resampling (i.e., “leave one out” resampling), which involves generating n replicates of the original sample, where n is the number of observations in the sample. The first jackknife replicate is obtained by leaving out the first case ($i = 1$) of the original sample, the second by leaving out the second case ($i = 2$), and so on, until n samples of size $n-1$ are obtained. For each of the jackknife resamples, $\hat{\mu}_{(-i)}$ is obtained. The average of these estimates is

$$\hat{\mu}_{(\cdot)} = \frac{\sum_{i=1}^n \hat{\mu}_{(-i)}}{n}.$$

Then, the acceleration factor \hat{a} is calculated as follow,

$$\hat{a} = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{\mu}_{(\cdot)} - \hat{\mu}_{(-i)})^3}{6 \left\{ \sum_{i=1}^n (\hat{\mu}_{(\cdot)} - \hat{\mu}_{(-i)})^2 \right\}^{3/2}}.$$

With the values of \hat{z}_0 and \hat{a} , the values α_1 and α_2 are calculated,

$$\alpha_1 = \Phi \left\{ \hat{z}_0 + \frac{\hat{z}_0 + z_{\alpha/2}}{1 - \hat{a}(\hat{z}_0 + z_{\alpha/2})} \right\} \quad \text{and} \quad \alpha_2 = \Phi \left\{ \hat{z}_0 + \frac{\hat{z}_0 + z_{1-\alpha/2}}{1 - \hat{a}(\hat{z}_0 + z_{1-\alpha/2})} \right\},$$

where $z_{\alpha/2}$ is the α quantile of the standard normal distribution (e.g. $z_{0.05/2} \approx -1.96$).

Then, the $(1-\alpha)100\%$ BCa bootstrap confidence interval for μ is as follows

$$CI_{BCa} = \left[\hat{\mu}_{(\alpha_1)}^*, \hat{\mu}_{(\alpha_2)}^* \right], \quad (7)$$

where $\hat{\mu}_{(\alpha)}^*$ denotes the α^{th} percentile of the distribution of $\hat{\mu}^*$.

Simulation Study

The confidence interval for the population mean of a ZTPS distribution estimated via various bootstrap methods was considered in this study. Because a theoretical comparison is not possible, a Monte Carlo simulation study was designed

using R version 4.2.2 (Ihaka and Gentleman, 1996) to cover cases with different sample sizes ($n = 10, 30, 50, 100$ and 500). To observe the effect of small and large variances, the true values of parameter (θ) was set as 0.25, 0.5, 1, 1.5, and 2 and the population means μ are 8.1683, 4.2632, 2.400, 1.8398 and 1.5882, respectively (the variance of the random variables decreases as the value of θ increases). $B = 1,000$ bootstrap samples of size n were generated from the original sample and each simulation was repeated 1,000 times. Without loss of generality, the confidence level ($1 - \alpha$) was set at 0.95. The performances of the bootstrap methods were compared in terms of their coverage probabilities and average lengths; the one with a coverage probability greater than or close to the nominal confidence level (meaning that it contains the true value) and the shortest average length can be used to most accurately estimate the confidence interval for the population mean for a particular scenario. The bootstrap confidence interval that satisfies the criterion is the best in comparison.

The results of the study are reported in Table 1. For $n = 10$ and 30 , the coverage probabilities of all three methods tended to be less than 0.95 and so did not reach the nominal confidence level. Nevertheless, the BCa method outperformed the other in these scenarios. For $n = 50$, the PB and BCa methods attained coverage probabilities close to the nominal confidence level. For $n \geq 100$, all of the bootstrap methods attained coverage probabilities close to the nominal confidence level and provided similarly average length. Therefore, as the sample size was increased, the coverage probabilities of the methods tended to increase and approach the nominal confidence level of 0.95. Moreover, the average lengths of the methods decreased when the value of μ was decreased because of the relationship between the variance and θ . Unsurprisingly, as the sample size was increased, the average lengths of all three bootstrap methods decreased. Although, the average length of the PB and SB methods was the shortest when the sample size was small, it provided a poor coverage probability value significantly below the nominal confidence level. In summary, the BCa method performs best in terms of coverage probability even with small sample sizes as long as the population mean of the ZTPS distribution is not too large.

Table 1. Coverage probability and average length of the 95% confidence intervals for the population mean of the ZTPS distribution

n	θ	μ	Coverage probability			Average length		
			PB	SB	BCa	PB	SB	BCa
10	0.25	8.1683	0.875	0.856	0.881	6.775	6.795	7.179
	0.5	4.2632	0.892	0.869	0.888	3.595	3.602	3.809
	1	2.400	0.874	0.863	0.906	1.897	1.897	2.060
	1.5	1.8398	0.856	0.832	0.904	1.318	1.321	1.476
	2	1.5882	0.880	0.860	0.917	1.004	1.009	1.157
30	0.25	8.1683	0.935	0.924	0.938	4.292	4.290	4.414
	0.5	4.2632	0.922	0.909	0.931	2.236	2.234	2.306
	1	2.400	0.930	0.921	0.938	1.209	1.207	1.255
	1.5	1.8398	0.906	0.887	0.933	0.820	0.822	0.864
	2	1.5882	0.916	0.894	0.935	0.649	0.647	0.688
50	0.25	8.1683	0.935	0.927	0.936	3.316	3.311	3.379
	0.5	4.2632	0.941	0.932	0.937	1.775	1.774	1.809
	1	2.400	0.935	0.920	0.943	0.938	0.937	0.962
	1.5	1.8398	0.934	0.929	0.939	0.652	0.651	0.674
	2	1.5882	0.934	0.922	0.945	0.517	0.517	0.537
100	0.25	8.1683	0.933	0.928	0.931	2.381	2.386	2.412
	0.5	4.2632	0.947	0.943	0.953	1.271	1.272	1.287
	1	2.400	0.947	0.948	0.940	0.674	0.674	0.683
	1.5	1.8398	0.940	0.930	0.946	0.475	0.475	0.483
	2	1.5882	0.943	0.940	0.944	0.373	0.372	0.380
500	0.25	8.1683	0.957	0.953	0.953	1.080	1.079	1.080
	0.5	4.2632	0.948	0.947	0.941	0.572	0.572	0.573
	1	2.400	0.960	0.957	0.960	0.302	0.302	0.303
	1.5	1.8398	0.948	0.947	0.942	0.213	0.213	0.214
	2	1.5882	0.939	0.940	0.937	0.167	0.167	0.168

Empirical Application of the Confidence Interval Estimation Methods

We used two real-world count data to demonstrate the applicability of the bootstrap methods for estimating the confidence interval for the population mean of the ZTPS distribution.

1. The Unrest Events Example

The number of unrest events occurring in the southern border area of Thailand from July 2020 to October 2022 collected by the Southern Border Area News Summarises (<http://summarise.wbns.oas.psu.ac.th>) was used for this example (the total sample size is 28). The number of unrest events per month during this time period in the five southern provinces of Pattani, Yala, Narathiwat, Songkhla, and Satun is reported in Table 2. For the Chi-squared goodness-of-fit test (Turhan, 2020), the Chi-squared statistic was 3.9112 and the p-value was 0.3113. Thus, a ZTPS distribution with $\hat{\theta} = 0.3058$ is suitable for this dataset. Table 3 reported the 95% confidence intervals for the population mean of the ZTPS distribution. The estimated parameter $\hat{\theta}$ is near to 0.5. The results correspond with the simulation results for $n=30$ because the average lengths of the PB and SB methods were shorter than those of the BCa method.

Table 2. The number of unrest events in the southern border area of Thailand

Number of unrest events	1	2	3	4	5	6	7	≥ 8
Observed frequency	3	1	3	2	3	3	3	8
Expected frequency	1.778	2.415	2.817	2.968	2.908	2.699	2.401	10.014

Table 3. The 95% confidence intervals and corresponding widths using all intervals for the population mean in the unrest events example

Methods	Confidence intervals	Widths
PB	(5.2089, 8.3221)	3.1132
SB	(5.1596, 8.2341)	3.0745
BCa	(5.3015, 8.4348)	3.1333

2. Demographic Example

Table 4 shows the demographic data on the number of fertile mothers who have experienced at least one child death (Shanker et al., 2015). The total sample size is 135. For the Chi-squared goodness-of-fit test (Turhan, 2020), the Chi-squared statistic was 3.1070 and the p-value was 0.2115. Thus, a ZTPS distribution with $\hat{\theta} = 1.9538$ is suitable for this dataset. The 95% confidence intervals for the population mean of the ZTPS distribution are reported in Table 5. The results correspond with the simulation results for $n = 100$ and $\theta = 2$ because the average lengths of the PB and SB methods were shorter than those of the BCa method.

Table 4. The number of fertile mothers who have experienced at least one child death

Number of child deaths	1	2	3	≥ 4
Observed frequency	89	25	11	10
Expected frequency	83.4756	32.3839	12.2451	6.8953

Table 5. The 95% confidence intervals and corresponding widths using all intervals for the parameter in the demographic example

Methods	Confidence intervals	Widths
PB	(1.4426, 1.7820)	0.3394
SB	(1.4266, 1.7756)	0.3490
BCa	(1.4434, 1.7983)	0.3549

Conclusion and Discussion

Herein, we propose three bootstrap methods, namely PB, SB, and BCa, to estimate the confidence interval for the population mean of the ZTPS distribution. When the sample size was 10 or 30, the coverage probabilities of all three were substantially lower than 0.95. When the sample size was large enough ($n \geq 100$), the coverage probabilities and average lengths using three bootstrap methods were not markedly different. According to our findings, the BCa method performed the best even for small sample sizes and parameter settings tested in both the simulation study and using real data sets.

References

- Andrew, F. S., & Michael, R. W. (2022). *Practical business statistics* (8th ed.). Academic Press.
- David, F., & Johnson, N. (1952). The truncated Poisson. *Biometrics*, 8(4), 275-285.
- DiCiccio, T. J., & Efron, B. (1996). Bootstrap confidence intervals. *Statistical Science*, 11(3), 189-212.
- Efron, B. (1982). *The Jackknife, the bootstrap, and other resampling plans*, In CBMS-NSF Regional Conference Series in Applied Mathematics, Philadelphia: SIAM.
- Efron, B. (1987). Better bootstrap confidence intervals. *Journal of the American Statistical Association*, 82(397), 171-185.
- Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1993). *An Introduction to the bootstrap* (1st ed.). Chapman and Hall.
- Ghitany, M. E., Al-Mutairi, D. K., & Nadarajah, S. (2008). Zero-truncated Poisson-Lindley distribution and its application. *Mathematics and Computers in Simulation*, 79(3), 279-287.
- Henningsen, A., & Toomet, O. (2011). maxLik: A package for maximum likelihood estimation in R. *Computational Statistics*, 26(3), 443-458.
- Hussain, T. (2020). A zero truncated discrete distribution: Theory and applications to count data. *Pakistan Journal of Statistics and Operation Research*, 16(1), 167-190.
- Ihaka, R., & Gentleman, R. (1996). R: A language for data analysis and graphics. *Journal of Computational and Graphical Statistics*, 5(3), 299-314.
- Kissell, R., & Poserina, J. (2017). *Optimal sports math, statistics, and fantasy* (1st ed.). Academic Press.
- Lindley, D. V. (1958). Fiducial distributions and Bayes' theorem. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B*, 20(1), 102-107.
- Meeker, W. Q., Hahn, G. J., & Escobar, L. A. (2017). *Statistical intervals: A guide for practitioners and researchers* (2nd ed.). John Wiley and Sons.

-
- Manoharan, T., Arasan, J. Midi, H. & Adam, M.B. (2017). Bootstrap intervals in the presence of left-truncation, censoring and covariates with a parametric distribution. *Sains Malaysiana*, 46(12), 2529-2539.
- Sangnawakij, P. (2021). Confidence interval for the parameter of the zero-truncated Poisson distribution. *The Journal of Applied Science*, 20(2), 13-22.
- Shanker, R. (2015). Shanker distribution and its applications. *International Journal of Statistics and Applications*, 5(6), 338-348.
- Shanker, R. (2016). The discrete Poisson-Shanker distribution. *Jacobs Journal of Biostatistics*, 1(1), 1-7.
- Shanker, R. (2017a). A zero-truncated Poisson-Amarendra distribution and its application. *International Journal of Probability and Statistics*, 6(4), 82-92.
- Shanker, R. (2017b). Zero-truncated Poisson-Akash distribution and its applications. *American Journal of Mathematics and Statistics*, 7(6), 227-236.
- Shanker, R. (2017c). A zero-truncated Poisson-Shanker distribution and its applications. *International Journal of Statistics and Applications*, 7(3), 159-169.
- Shukla, K. K., Shanker, R., & Tiwari, M. K. (2020). Zero-truncated Poisson-Ishita distribution and its application. *Journal of Scientific Research*, 64(2), 287-294.
- Siegel, A. F., & Wanger, M. R. (2022). *Practical business statistics* (8th ed.). Academic Press.
- Turhan, N. S. (2020). Karl Pearson's chi-square tests. *Educational Research Review*, 15(9), 575-580.
- Wood, M. (2004). Statistical inference using bootstrap confidence intervals. *Significance*, 1(4), 180-182.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

นวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองเกษตรที่สูงของสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงใน
สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร

Innovative Knowledge Transfer Models for Sustainable natural resources
conservation: Case Study of Ban Pa Kha, Highland Agricultural Development
Station under Royal Initiative of Her Majesty the Queen Sirikiti,
Kamphaeng Phet

สุจิตราพร โพธิ์ประดิษฐ์¹ นิสา พักตร์วิไล^{2*} ปันณรัศ ฤกษ์ภักดี² ยุตธนา นาคทกวิค¹
ปัทมา จิตตระเบียบ¹ และ วีรศักดิ์ ทิชัย³

Sujitraporn Popradit¹ Nisa Pakvilai^{2*} Panrapas Takolpuckdee² Yutthana Nakhokwik¹ Pattama Jitrabiab¹
and Weerasak Tichai³

¹หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล sujji9807yea@gmail.com

²หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล nisa@vru.ac.th

³หัวหน้าสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงตามพระราชดำริ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร อีเมล weerasaktichai@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างนวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองเกษตรที่สูงของ
สถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัด
กำแพงเพชร พร้อมทั้งประเมินนวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยเนื้อหาประกอบด้วย 5 ส่วน
คือ 1) ความสำคัญของการเกษตรผสมผสานที่เหมาะสมกับภูมินิเวศ PA-KA Model I และ II พร้อมทั้ง
ทั้งการขยายผลไปสู่ระบบเกษตรอื่น ๆ 2) ความรู้ด้านการเตรียมพื้นที่และความรู้เรื่องดินในด้านต่าง ๆ
3) ความรู้ความเข้าใจด้านความอันตรายจากการสัมผัสสารเคมีทางการเกษตร 4) การกำจัดศัตรูพืช
การผลิตปุ๋ยและสารชีวภัณฑ์ 5) การเก็บเกี่ยวผลผลิต โดยการทบทวนเนื้อหา องค์ความรู้และวิชาการ
ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ของสถานีฯ แล้วนำมาสร้างเป็นรูปแบบวีดิทัศน์
เพื่อเผยแพร่ผ่านรูปแบบนวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองเกษตรที่สูงของสถานี
พัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร
โดยผ่านการสร้างสื่อวีดิทัศน์ ในระบบ You Tube Chanel ชื่อ ย้งยั้ง-ป่าคา จากการประเมิน
นวัตกรรมโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องมีผลการประเมินความเหมาะสมสอดคล้องเท่ากับ 1

นวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : นวัตกรรม การถ่ายทอดองค์ความรู้ การพัฒนาการเกษตรที่สูง

ABSTRACT

This study aimed to develop a novel method for sharing knowledge about the High Agricultural Development Station in Ban Pa Kha, Kamphaeng Phet Province, under Her Majesty Queen Sirikit. Analyze innovation in knowledge transfer There are 5 sections to the content: 1) The significance of integrated agriculture, both for its application to different agricultural systems and for the PA-KA Model I and II landscape; 2) knowledge of land preparation and soil knowledge in different aspects; 3) awareness of the risks associated with exposure to agricultural chemicals; 4) pesticide removal manufacturing of fertilizers and biochemicals; 5) gathering. Create a video format by reviewing the information and scholarly material linked to agricultural extension efforts in the station's region. Video media creation in the Yang Yeun-Pa Kha YouTube Channel system is employed as a novel method of knowledge transfer for disseminating the video. The IOC evaluation result is equivalent to 1 based on the appraisal of innovation by authorities in linked sectors. This innovation in knowledge transmission is appropriate for efficiently sharing knowledge.

Keywords: Innovation, Knowledge transfer, Highland agricultural development

บทนำ

บ้านป่าคาเป็นหมู่บ้านที่ปรากฏอยู่ท่ามกลางพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ในเขตอุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมแบบไร่เลื่อนลอย (Shifting cultivation) โดยมีหลักการปลูกพืชเชิงเดี่ยวหมุนเวียนในพื้นที่ที่หลายแปลงเมื่อผลผลิตเริ่มลดลงในแปลงหนึ่งก็จะสับเปลี่ยนมาใช้แปลงถัดไป (Nye & Greenland, 1961) เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรชาวเขาที่อาศัยบนที่สูงเป็นผลให้เกิดความต้องการทางด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น การบุกรุกพื้นที่ป่าจึงทวีปัญหาเพิ่มขึ้น (Popradit et al., 2015) ด้วยเหตุผลดังกล่าวโครงการสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงบ้านป่าคา

ตามพระราชดำริ จิงกูกรีเริ่มขึ้น ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2551 มีหนังสือถึงกองทัพภาค 3 ว่า “สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มีพระราชดำริให้ดำเนินงานโครงการสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้โดยมุ่ง ส่งเสริมด้านการเกษตร ยกกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ ตลอดจนสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ สิ่งแวดล้อม ให้กับราษฎรชาวไทยภูเขาและหมู่บ้านบริวาร”

ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา การดำเนินงานของสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร ได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าหารูปแบบการปลูกไม้ผลยืนต้นที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศ โดยการทดลองปลูกพรรณไม้แบบผสมผสานในแปลงทดลองภายในสถานีฯ พร้อมทั้งการศึกษาพัฒนาเทคโนโลยีการปรับปรุงดินด้วยวิธีการทางธรรมชาติ เช่น การทำปุ๋ยหมักจากเศษผลผลิตทางการเกษตรและกิ่งไม้ ใบไม้ การผลิตปุ๋ยมูลไส้เดือน และการใช้สารชีวภัณฑ์ เพื่อทดแทนการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพตลอดทั้งระบบนิเวศต้นน้ำ นอกจากนี้ยังทดลองการปลูกไม้ผลยืนต้นผสมผสานกันหลายชนิด เพื่อการขยายผลสู่เกษตรกรชาวเขาเผ่าม้งในพื้นที่ พร้อมทั้งยังถ่ายทอดการขยายพันธุ์ไม้เพื่อให้ได้จำนวนต้นพันธุ์ดีบนแม่พันธุ์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสายพันธุ์ไม้ผลยืนต้นเมืองหนาวให้เหมาะสมกับพื้นที่บ้านป่าคา

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเกษตรกรชาวเขาในพื้นที่ ดำเนินการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ประเภทพืชอาหาร เช่น กระหล่ำปลี ผักกาดเขียวปลี พริก ฟังทอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยอดมะระแม้ว เป็นพืชพรรณหลัก และส่งขายมายังเขตเมือง ดังนั้น การปรับเปลี่ยนให้เกษตรกรชาวเขาหันมาปลูกไม้ผลยืนต้นอาจต้องใช้เวลาและความพยายามอย่างยิ่งของสถานีเกษตรที่สูงฯ ดังนั้นการสร้างนวัตกรรมการถ่ายทอด ผลงานการค้นคว้าของสถานีเกษตรที่สูงฯ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่เกษตรกรชาวเขา เพื่อเป็นระบบและง่ายต่อความเข้าใจของเกษตรกรนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองการเกษตรที่สูงผ่านสื่อออนไลน์ ใน 5 ด้านสำคัญคือ

1) ลักษณะและความสำคัญของการปลูกไม้ผลยืนต้นทดแทนการทำไร่เชิงเดี่ยวตามแนวคิดการเกษตรผสมผสานที่เหมาะสมกับภูมินิเวศ PA-KA Model I และ II

2) ความรู้ด้านการเตรียมพื้นที่และความรู้เรื่องดินในด้านต่าง ๆ เช่นการบำรุงรักษาดินตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาพื้นที่ส่วนที่มีการทำไร่เลื่อยลอยเกิดการพังทลายและความอุดมสมบูรณ์ลดลงจากปลูกพืชชนิดเดียวซ้ำ ๆ ทำให้สารอาหารในดินถูกใช้จนหมดดินเกิดการเสื่อมสภาพต้องปรับปรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการปรับปรุงดิน

วิธีการวิจัย

1. เพื่อสร้างนวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองเกษตรที่สูงของสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร โดยผ่านการสร้างสื่อวีดิทัศน์ ในระบบ You Tube Chanel เพื่อการถ่ายทอดแบบจำลองการเกษตรที่สูงตามแนวพระราชดำริเพื่อความยั่งยืนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ของสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร โดยเริ่มสร้างสื่อวีดิทัศน์ที่ได้ค้นคว้าประเด็นสำคัญที่สุดต่อการส่งเสริมงานของสถานี ฯ ให้เกษตรกรชาวเขาในพื้นที่ได้เข้าถึงอย่างไม่มีขีดจำกัด อีกทั้งยังสามารถเป็นข้อมูลองค์ความรู้สำหรับบุคคลทั่วไปที่สนใจ ทั้งนี้ เนื้อหาเริ่มแรกจะประกอบด้วย 5 ส่วน คือ 1) ความสำคัญของการเกษตรผสมผสานที่เหมาะสมกับภูมินิเวศ PA-KA Model I และ II พร้อมทั้งการขยายผลไปสู่ระบบเกษตรอื่น ๆ 2) ความรู้ด้านการเตรียมพื้นที่และความรู้เรื่องดินในด้านต่าง ๆ 3) ความรู้ความเข้าใจด้านความอันตรายจากการสัมผัสสารเคมีทางการเกษตร 4) การกำจัดศัตรูพืช การผลิตปุ๋ยและสารชีวภัณฑ์ 5) การเก็บเกี่ยวผลผลิต

2. ประเมินนวัตกรรมและเปรียบเทียบกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการเผยแพร่ นวัตกรรม มีประชากร กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างในการประเมินนวัตกรรมฯ คือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ได้แก่ นักวิชาการด้านป่าไม้ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเกษตร ด้านการศึกษา และ นักเกษตรในงานพระราชดำริ

ผลการวิจัย

1. นวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองเกษตรที่สูงของสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร โดยผ่านการสร้างสื่อวีดิทัศน์ ในระบบ You Tube Chanel ชื่อ ยั่งยืน-ป่าคา โดยมี URL ของการเข้าถึงเนื้อหา ดังนี้ <https://www.youtube.com/@yang-yeun1012>



ภาพที่ 1 You Tube Chanel ชื่อ ยั่งยืน-ป่าคา

1.1 สื่อวีดิทัศน์ที่ 1 ในระบบ You Tube Chanel

ในสื่อวีดิทัศน์นี้จะกล่าวถึงผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนารูปแบบการเกษตรผสมผสานแบบยั่งยืน สถานีพัฒนาการเกษตรที่สูง ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ได้ดำเนินกิจกรรมของ สถานี โดยน้อมนำพระราชดำริสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในประเด็นที่ 1 คือ ส่งเสริมด้านการเกษตร นั้น ปัจจุบันการดำเนินการของสถานีฯ บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในระดับหนึ่ง โดยการพัฒนาการเพาะปลูกที่มีรูปแบบการเกษตรผสมผสานและยั่งยืน สอดคล้องกับภูมินิเวศ ของพื้นที่บ้านป่าคา จำนวน 2 รูปแบบ คือ PA-KA Model I และ PA-KA Model II พร้อมทั้ง การศึกษาวิจัยพืชพรรณ ประเภทต่าง ๆ ที่อาจมีโอกาสนำไปใช้ในการนำไปส่งเสริมให้เกษตรกรชาวเขา ได้นำไปใช้ นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงชันโรง (Stingless bee) โดยความร่วมมือกับ ศูนย์ส่งเสริมเทคโนโลยีการเกษตร ด้านแมลงเศรษฐกิจ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งชันโรง เป็นแมลงผสม เกสรที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง ในภาคการเกษตรในปัจจุบัน

1.2 สื่อวีดิทัศน์ที่ 2 ในระบบ You Tube Chanel

ในสื่อวีดิทัศน์นี้จะกล่าวถึงความรู้ด้านการเตรียมพื้นที่และความรู้เรื่องดินในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ความรู้ความเข้าใจในชุดดินของพื้นที่ และคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีบางประการของดิน ตลอดจนการเตรียมดินก่อนการทำการเกษตรผสมผสานและยั่งยืน สอดคล้องกับภูมินิเวศ ของพื้นที่ บ้านป่าคา ทั้ง 2 รูปแบบ คือ PA-KA Model I และ PA-KA Model II พร้อมทั้งการให้แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลรักษาคุณภาพดินเพื่อเกิดความยั่งยืนในการใช้ทรัพยากรดินอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน โดยเน้นเนื้อหาด้าน วิธีการปรับปรุงบำรุงดิน เป็นการช่วยให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ และช่วยเพิ่ม ความเป็นประโยชน์ของธาตุอาหารพืชด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

1. การปรับปรุงบำรุงดินด้วยปุ๋ยแร่ธาตุ

กลุ่มที่ 1 ปุ๋ยแร่ธาตุที่ได้จากหินและแร่ธรรมชาติ คือ หินฟอสเฟต และแร่อซิลไวท์ เช่น ปุ๋ยโพแทสเซียม ฯลฯ

กลุ่มที่ 2 ปุ๋ยแร่ธาตุที่ได้จากการผลิตโดยวิธีการทางเคมี เช่น ปุ๋ยแอมโมเนียมซัลเฟต ปุ๋ยทริปเปิลซูเปอร์ฟอสเฟต ฯลฯ

ปุ๋ยแร่ธาตุทั้ง 2 กลุ่มนี้ จะช่วยเพิ่มปริมาณธาตุอาหารให้ดินตามระยะเวลาที่พืชต้องการ เพื่อนำไปสร้างการเจริญเติบโตและผลผลิตได้ทันความต้องการของพืช

2. การปรับปรุงบำรุงดินด้วยปุ๋ยอินทรีย์ ได้แก่ ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก และปุ๋ยพืชสด

ปุ๋ยหมัก ใช้เพื่อเพิ่มหรือยกระดับปริมาณอินทรีย์วัตถุในดิน ช่วยปรับปรุงโครงสร้างดินให้ ดีขึ้น ทำให้ดินมีความเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชมากยิ่งขึ้น

ปุ๋ยคอก ใช้เพื่อปรับปรุงโครงสร้างของดินให้เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืช ทำให้ดินมีการระบายน้ำและอากาศดีขึ้น ช่วยเพิ่มความคงทนของการจับตัวเป็นเม็ดดิน และเป็นแหล่งอาหารให้แก่จุลินทรีย์ที่เป็นประโยชน์ในดิน

ปุ๋ยพืชสด ได้จากการไถกลบพืชปุ๋ยสดในขณะที่ยังเขียวสดอยู่ลงดิน นิยมไถกลบในช่วงออกดอกเพื่อให้ได้ปริมาณน้ำหมักสดและธาตุอาหารสูง ปล่อยให้ทิ้งไว้ให้ย่อยสลายระยะเวลา 7-14 วัน จะให้ธาตุอาหารและอินทรีย์วัตถุแก่ดิน จึงทำการปลูกพืชหลักที่ต้องการ พืชปุ๋ยสดที่นิยมปลูก ได้แก่ พืชตระกูลถั่วชนิดต่างๆ เช่น ปอเทือง (*Crotalaria juncea*) ถั่วพริ้ว (*Canavalia* spp.) ถั่วพุ่ม (*Vigna* spp.) ถั่วมะแฮะ (*Cajanus cajan*) และโสนอัฟริกัน (*Sesbania rostrata*) (ภาพที่ 2 – 6)



ภาพที่ 2 ปอเทือง (*Crotalaria juncea*)

ที่มา : (กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565)



ภาพที่ 3 ถั่วพริ้ว (*Canavalia* spp.)

ที่มา : (Sierra sunrise, 2022)



ภาพที่ 4 ถั่วพุ่ม (*Vigna* spp.)

ที่มา : (กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565)



ภาพที่ 5 ถั่วมะแฮะ (*Cajanus cajan*)

ที่มา : (กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565)



ภาพที่ 6 โสนอัฟริกัน (*Sesbania rostrata*)

ที่มา : (กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565)

ทั้งนี้ควรเลือกพืชที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ดังนี้ (1) สภาพพื้นที่ลุ่ม ดินมีการระบายน้ำไม่ดี เลือกชนิดพืชที่ทนต่อน้ำขัง คือ โสนอัฟริกัน (2) สภาพพื้นที่ดอน ดินมีการระบายน้ำและอากาศดี ควรปลูก ปอเทือง ถั่วพุ่ม ถั่วพรี้า และ ถั่วมะแฮะ

3. การปรับปรุงบำรุงดินด้วยปุ๋ยชีวภาพ (Biofertilizer) เป็นปุ๋ยที่ได้จากวัสดุที่มีจุลินทรีย์ที่มีชีวิต ซึ่งเป็นตัวช่วยสร้างหรือปลดปล่อยธาตุอาหารที่เป็นประโยชน์ให้กับพืช แยกตามชนิดของจุลินทรีย์ ดังนี้

3.1 จุลินทรีย์ที่ให้ธาตุไนโตรเจน เป็นกลุ่มจุลินทรีย์ที่ตรึงไนโตรเจนจากอากาศ เพื่อให้พืชนำไปใช้ประโยชน์ได้

3.2 จุลินทรีย์ที่ให้ธาตุฟอสฟอรัส เป็นกลุ่มจุลินทรีย์ที่ละลายสารประกอบฟอสเฟตให้เป็นประโยชน์และพืชสามารถนำไปใช้ ช่วยเปลี่ยนธาตุโพแทสเซียมให้อยู่ในรูปที่พืชนำไปใช้ประโยชน์ได้

3.3 จุลินทรีย์ที่ผลิตฮอร์โมน เป็นกลุ่มจุลินทรีย์ที่ผลิตฮอร์โมนและวิตามิน ซึ่งเป็นสารช่วยกระตุ้นให้พืชเจริญเติบโตได้ดียิ่งขึ้น

4. การปรับปรุงบำรุงดินด้วย การไถกลบตอซัง เป็นการเพิ่มอินทรีย์วัตถุให้แก่ดิน ช่วยปรับปรุงบำรุงดินทั้งด้านกายภาพ เคมี และชีวภาพของดินก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

4.1 ปรับปรุงสมบัติทางกายภาพของดิน ช่วยทำให้ดินโปร่ง ร่วนซุย ง่ายต่อการเตรียมดิน การระบายอากาศในดินเพิ่มขึ้น การซึมผ่านของน้ำและการอุ้มน้ำของดินดีขึ้น

4.2 ปรับปรุงสมบัติทางเคมีของดิน ช่วยทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ ด้วยการเพิ่มธาตุอาหารหลัก ธาตุอาหารรอง และจุลธาตุให้แก่ดิน ซึ่งธาตุอาหารเหล่านี้จะปลดปล่อยสู่ดินจึงเป็นประโยชน์ต่อพืชได้ระยะยาว

4.3 ปรับปรุงสมบัติทางชีวภาพของดิน ช่วยทำให้ปริมาณและกิจกรรมจุลินทรีย์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงธาตุอาหารในดินให้อยู่ในรูปที่เป็นประโยชน์ต่อพืช

1.3 สื่อวีดิทัศน์ที่ 3 ในระบบ You Tube Chanel

ในสื่อวีดิทัศน์นี้จะกล่าวถึงความรู้ความเข้าใจด้านความอันตรายจากการสัมผัสสารเคมีทางการเกษตร สร้างความตระหนักโดยการใช้ตัวอย่างกรณีศึกษาจากพื้นที่อื่นที่เคยประสบปัญหาหา รุนแรงด้านสารเคมี เพื่อสร้างจิตสำนึกในการระมัดระวังในการใช้สารเคมีอย่างปลอดภัย หรือเลี่ยงการใช้สารเคมี โดยเนื้อหาประกอบด้วย

1.3.1 ผลกระทบต่อสุขภาพจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช

สารเคมีกำจัดศัตรูพืช เข้าสู่ร่างกายได้ 3 ทาง คือ

1.3.1.1 ทางผิวหนัง สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจะเข้าสู่ร่างกายผ่านทางผิวหนังโดยตรง เช่น ก่อนฉีดพ่น สัมผัสได้จากการผสมสารโดยไม่ใช้ถุงมือ ขณะฉีดพ่นสัมผัสจากการถูกละอองสารและเสื้อผ้าที่เปียกชุ่มด้วยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช หลังฉีดพ่นสามารถสัมผัสสารเคมีกำจัดศัตรูพืชได้จากการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่มีสารปนเปื้อนอยู่โดยไม่ใส่ถุงมือ เป็นต้น

1.3.1.2 ทางการหายใจ เกษตรกรที่ฉีดพ่นสารเคมีกำจัดศัตรูพืช หรือผู้คนที่อยู่ใกล้กับพื้นที่ฉีดพ่นจะได้รับสารเคมีกำจัดศัตรูพืชผ่านทางหายใจได้

1.3.1.3 ทางปาก เกิดขึ้นได้โดยบังเอิญ เช่น การใช้มือที่ปนเปื้อนสารเคมีหยิบจับอาหารหรือดื่มเครื่องดื่มที่ปนเปื้อนสารเคมีกำจัดศัตรูพืชเข้าไป เป็นต้น หรือ การกิน ดื่มน้ำโดยเจตนา

1.3.2 ผลกระทบต่อสุขภาพจากการสัมผัสสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

1.3.2.1 พิษเฉียบพลัน (Acute toxicity) ผู้ป่วยจะมีอาการแสดงในทันทีหลังจากที่มีการสัมผัสสารเคมีกำจัดศัตรูพืช เช่น คลื่นไส้ อาเจียน ปวดหัว ปวดกล้ามเนื้อ กล้ามเนื้อเกร็ง กระตุก ท้องร่วง หายใจติดขัด ตาพร่า แสบตา เป็นต้น

1.3.2.2 พิษเรื้อรัง (Chronic Toxicity) เกิดจากการสัมผัสสารเคมีกำจัดศัตรูพืชเป็นเวลานานและเกิดพิษสะสมจนก่อให้เกิดโรคหรือปัญหาต่อสุขภาพ เช่น มะเร็ง เบาหวาน อัมพฤกษ์ อัมพาต โรคผิวหนังต่าง ๆ การเป็นหมัน การพิการของทารกแรกเกิด การสูญเสียการได้ยิน การเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ เป็นต้น (สำนักโรคจากการประกอบอาชีพและสิ่งแวดล้อม, 2014)

1.3.3 ความเป็นพิษสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

ความเป็นพิษสารเคมีกำจัดศัตรูพืช จำแนกตามชนิดของสารเคมีที่สำคัญ มีดังนี้

1.3.3.1 สารออร์กาโนฟอสเฟต มีฤทธิ์ขัดขวางการทำงานของระบบประสาทส่วนกลาง และระบบประสาท รอบนอก โดยจะจับกับตัวเอ็นไซม์โคลีนเอสเตอเรส ซึ่งมีหน้าที่ส่งสัญญาณประสาทหยุดการทำงาน

1.3.3.2 สารคาร์บาเมต สารในกลุ่มนี้มีการออกฤทธิ์คล้ายคลึงกับสารออร์กาโนฟอสเฟต แต่ความเป็นพิษน้อยกว่า อาการที่เกิดขึ้นเหมือนกับการได้รับสารออร์กาโนฟอสเฟต ยกเว้นอาการชัก ไม่รู้สึกตัวเกิดขึ้นน้อย

1.3.3.3 สารออร์กาโนคลอรีน สารกลุ่มนี้ถูกดูดซึมที่ผิวหนัง เมื่อได้รับมาก ๆ จะทำให้ระบบประสาทส่วนกลาง ถูกขัดขวาง พบอาการกล้ามเนื้ออ่อนแรง เวียนศีรษะ ปวดศีรษะ

1.3.3.4 สารไพรีทรอยด์ เป็นสารที่มีความไวทางชีวภาพสูง และใช้แบบเจือจาง สารกลุ่มนี้ถูกกำจัดออกจาก ร่างกาย ไม่ถูกสะสมอยู่ในร่างกาย พบอาการชา หายใจเร็วตื่น เจริญคอ คอแห้ง แสบจมูก คันตามผิวหนัง ท้องเสีย น้ำลายไหลมาก นิ่งตากระตุก เดินโซเซ (สำนักโรคจากการประกอบอาชีพและสิ่งแวดล้อม, 2014)

1.4 สื่อวีดิทัศน์ที่ 4 ในระบบ You Tube Chanel

ในสื่อวีดิทัศน์นี้จะกล่าวถึงความรู้ความเข้าใจด้านการกำจัดศัตรูพืช การผลิตสารชีวภัณฑ์ โดยเน้นการกระบวนการ วิธีการกำจัดแมลงศัตรูพืชโดยวิธีธรรมชาติ การใช้และผลิตสารชีวภัณฑ์เพื่อทดแทนการใช้สารเคมี เมื่อมีการระบาดของศัตรูพืชเกิดขึ้น เกษตรกรส่วนใหญ่ในปัจจุบันก็มักจะนิยมใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่มีจำหน่ายอย่างกว้างขวางทำการพ่นกำจัด เพราะได้ผลรวดเร็ว ภายหลังจากพ่นสารเคมีไม่กี่นาทีศัตรูพืชจะตาย การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชนั้นไม่เพียงแต่จะกำจัดศัตรูพืชที่ต้องการกำจัดเท่านั้น แต่ศัตรูธรรมชาติจะถูกกำจัดไปด้วยและมักได้รับผลกระทบมากกว่าศัตรูพืช เพราะศัตรูธรรมชาติที่อยู่ในที่เปิดเผยมากกว่าศัตรูพืชซึ่งหลบซ่อนอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของพืช ฉะนั้นในระยะยาวต่อไปศัตรูธรรมชาติก็จะลดลง เปิดโอกาสให้ศัตรูพืชขยายพันธุ์มากขึ้นกว่าเดิมเรื่อย ๆ ในคลิปวิดีโอจะอธิบายพร้อมกับภาพประกอบที่แสดงให้เห็นว่า ภายหลังจากมีการใช้สารกำจัดศัตรูพืช จะมีผลกระทบต่อประชากรของตัวห้ำ ตัวเบียน ที่ลดลงมากกว่าจำนวนประชากรของแมลงศัตรูพืช ฉะนั้นในเวลาต่อมาศัตรูพืชก็จะขยายพันธุ์เพิ่มมากขึ้น เพราะตัวห้ำ ตัวเบียน ซึ่งเดิมเคยควบคุมอยู่ลดจำนวนลง จึงเป็นสาเหตุทำให้ศัตรูพืชชนิดที่ต้องการกำจัดด้วยสารกำจัดศัตรูพืชกลับมีการระบาดเพิ่มมากขึ้นในเวลาต่อมา นอกจากนี้ศัตรูพืชชนิดอื่น ๆ ซึ่งเดิมไม่เกิดระบาดเพราะมีตัวห้ำ ตัวเบียน คอยควบคุมก็ปรากฏว่าภายหลังจากการใช้สารกำจัดศัตรูพืชได้ทำให้ตัวห้ำ ตัวเบียน ถูกทำลายไป จึงเปิดโอกาสให้ศัตรูพืชชนิดใหม่ที่ไม่เคยระบาดเกิดระบาดมากขึ้นอีก

1.5 สื่อวีดิทัศน์ที่ 5 ในระบบ You Tube Chanel

ในสื่อวีดิทัศน์นี้จะกล่าวถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ได้จากระบบเกษตรผสมผสานและยั่งยืน สอดคล้องกับภูมินิเวศ ของพื้นที่บ้านป่าคา คือ PA-KA Model I และ PA-KA Model II อันมี กาแฟ อาโวคาโด เป็นหลัก

1.5.1 การจัดการผลผลิตอะโวคาโด

เนื้อหาในการจัดการเก็บเกี่ยวผลผลิตอะโวคาโด ในคลิปนี้จะสรุปถึง ระยะเวลาออกดอก ในปลายฤดูฝนและช่วงฤดูหนาวเริ่มติดผลในเดือนพฤศจิกายนถึง เดือนกุมภาพันธ์ และเริ่มเก็บเกี่ยวได้เดือนเมษายนถึงพฤศจิกายนทั้งนี้ อะโวคาโดจะติดดอกออกผล ทุกปีผลอะโวคาโดไม่เหมือนผลไม้ชนิดอื่นตรงที่ผลจะไม่สุกขณะที่ยังอยู่บนต้น ต้องเก็บผลที่แก่โดยการสังเกตลักษณะภายนอกของผล

1.5.2 การผลิตเมล็ดกาแฟอาราบิก้า

การผลิตกาแฟในแต่ละขั้นตอนนั้นมีรายละเอียดและวิธีการ ดังต่อไปนี้ การเตรียมเมล็ดเป็นขั้นตอนก่อนจะทำการนำเมล็ดกาแฟออกจากผลหรือเปลือกกาแฟที่มีลักษณะสีแดงกลมคล้ายกับผลของเชอร์รี่ เพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟดิบ หรือที่เรียกกันว่า กาแฟสาร ซึ่งในขั้นตอนนี้จะทำหลังจากที่ได้ทำการเก็บเกี่ยวผลมาแล้ว โดยหลัก ๆ จะสามารถทำได้อยู่ 3 วิธี คือ

1. Washed Process เป็นกระบวนการทำแบบเปียก เป็นกระบวนการที่ใช้น้ำในการแปรรูปในทุก ๆ ขั้นตอน (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 กระบวนการทำเปียก (Washed Process)

2. Natural Process เป็นกระบวนการทำแบบแห้งโดยมีขั้นตอนดังนี้

เป็นกระบวนการผลิตที่นำผลเชอร์รี่ที่สุกจัด มาตากให้แห้งจนเนื้อและเปลือกหลุดร่อนออกจากเมล็ด ใช้ระยะเวลาในการตากประมาณ 15 – 30 วัน และต้องเกลี่ยไปมาเพื่อให้แห้งอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการเกิดเชื้อรา (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 กระบวนการทำแบบแห้ง (Natural Process)

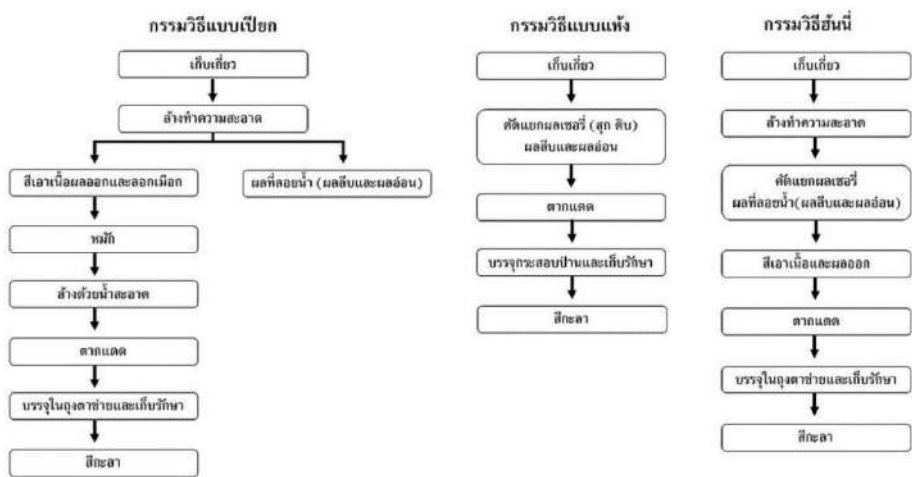
3. Honey Process เป็นกระบวนการทำแบบหมัก

เป็นกระบวนการผลิตที่อยู่ระหว่างแบบเปียกและแบบแห้ง โดยการนำผลเชอร์รี่ กาแฟแช่น้ำเพื่อทำให้คัดแยก แล้วสีเปลือกออก จากนั้นหมักเมล็ดกาแฟกับเนื้อไว้ แล้วจึงนำไปตากจนแห้งโดยที่ไม่ขัดเมือก การตากเมล็ดกาแฟพร้อมเมือกในลักษณะนี้ความหวานของเนื้อกาแฟซึมเข้าสู่เมล็ด ทำให้กาแฟหวานขึ้น รวมถึงทำให้เกิดกลิ่นคล้ายผลไม้อีกด้วย (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 กระบวนการทำแบบหมัก (Honey Process)

จากแผนผังสรุปกระบวนการเตรียมเมล็ดกาแฟ ดังภาพที่ 10 จะเห็นความแตกต่างของกระบวนการเลือกกระบวนการอยู่กับความชำนาญของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ ดังนั้น เมล็ดกาแฟจากต้นเดียวกัน สามารถนำมาแปรรูปในกระบวนการผลิตที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้เมล็ดกาแฟที่มีกลิ่นและรสชาติที่มีความหลากหลาย



ภาพที่ 10 กระบวนการเตรียมเมล็ดกาแฟดิบหรือกาแฟสาร์โดยกระบวนการทั้ง 3 แบบ

2. การประเมินนวัตกรรม

โดยการประเมินนวัตกรรมนี้จะประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมีผลการประเมินดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องตามการประเมินคุณภาพรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

องค์ประกอบของสื่อวีดิทัศน์	การประเมินนวัตกรรมสื่อ วีดิทัศน์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ (คน)					ΣR	(IOC)	แปลผล
	1	2	3	4	5			
1. สื่อวีดิทัศน์มีความชัดเจนของสื่อ ความเข้าใจง่าย เหมาะสมกับเกษตรกร	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
2. สื่อวีดิทัศน์สอดคล้องและสามารถ ส่งเสริมแนวทางการพัฒนาของ สถานีฯ	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3. สื่อวีดิทัศน์ช่วยให้เกิดความรู้ ความรู้ ความเข้าใจ ตามเนื้อหา โดยสรุปองค์ ความรู้ได้อย่างเป็นระบบ	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
4. สื่อวีดิทัศน์สามารถกระตุ้นความ อยากรู้อยากเห็นของเกษตรกร และ สามารถสร้างการพัฒนาไปสู่การต่อ ยอดเพิ่มเติมของตัวเกษตรกร	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
5. สื่อวีดิทัศน์มีความชัดเจน สวยงาม น่าติดตาม และใช้ภาษาอย่างถูกต้อง	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

นวัตกรรมการถ่ายทอดความรู้แบบจำลองการเกษตรเพื่อความยั่งยืนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ได้แนวทางในการสร้างนวัตกรรมทั้ง 5 ประเด็น มีความสำคัญที่ควรปลูกสร้างจิตสำนึกและองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรชาวเขา ดังนั้นการสร้างนวัตกรรมสื่อเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ในการส่งเสริม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้เสริมการจัดการอบรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีอยู่แล้วอย่างต่อเนื่อง และยังเป็นประโยชน์กับสาธารณะชนทั่วไปอีกด้วย

ประเด็นในการสร้างสื่อทั้ง 5 ประเด็นที่ได้นี้ สอดคล้องกับเจตคติและความต้องการของเกษตรกร ชาวเขาในพื้นที่ เนื่องจากเกษตรกรชาวเขากลุ่มนี้ สามารถฟังภาษาไทยได้

สื่อที่มีความเหมาะสมต่อผู้รับ มีความทันสมัย จะสร้างมีความสนใจในสิ่งที่กำลังเรียนรู้ ผู้รับสื่อ สามารถเรียนรู้และเกิดความเข้าใจ ภูมิใจในความสามารถของตน อีกทั้งยังมีส่วนช่วยในการสืบทอด และอนุรักษ์ได้อย่างดี จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า สื่อสามารถสร้างให้ชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต (บุศรินทร์ สายรัตน์ และจักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า, 2563) แม้การถ่ายทอด ในรูปแบบดั้งเดิม เช่นการจัดฐานการเรียนรู้จะเป็นการสื่อสารโดยตรงต่อตัวผู้เรียน ยังมีรายงานว่า ผลการเรียนรู้ของผู้เรียนไม่พัฒนาขึ้นในบางบทเรียน ทั้งนี้เนื่องมาจากความสนใจและพื้นฐานเดิมของ องค์ความรู้ จึงควรเน้นคุณภาพของสื่อที่ใช้ให้มีความชัดเจน และสามารถเรียนรู้ซ้ำได้อย่างไม่จำกัด (อนุสรณ์ ส่งทิพย์เจริญกุล และคณะ, 2560) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าศึกษาเรียนรู้จากสื่อได้มากขึ้น ดังนั้นนวัตกรรมการถ่ายทอดความรู้แบบจำลองการเกษตรเพื่อความยั่งยืนในการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ สถานีพัฒนาเกษตรที่สูง ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ บ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร ที่เหมาะสม จึงควรพัฒนาขึ้นให้เหมาะสมสอดคล้องกับยุคสมัย และตรงประเด็นความต้องการของพื้นที่ ในปัจจุบันระบบสื่อสารไร้สายเข้าถึงในแทบทุกพื้นที่แม้บน ดอยสูง รูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้จึงควรพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้อง อย่งไรก็ตามการจัดการ เพิ่มเติมองค์ความรู้ของผู้เรียนในรูปแบบสื่อผสม ยิ่งเกิดประสิทธิภาพในการถ่ายทอด (Sakda, Watthanachanobon, & Kittisuntornpisarn, 2019) ดังนั้น นวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ ความรู้ด้านการอนุรักษ์ ในพื้นที่ศึกษาครั้งนี้ จึงพิจารณาจากพื้นฐานสภาพปัจจุบันประกอบกับเจตคติ และความต้องการ ความสามารถทางการรับสื่อ และรูปแบบสื่อที่ต้องการของตัวเกษตรกรเอง ควรจะ สามารถสร้างการรับรู้ อันก่อให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. จากการสร้างนวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์นี้ ผู้เกี่ยวข้องควรนำไป พัฒนาต่อยอด และเพิ่มเติมข้อมูลองค์ความรู้ไว้ในช่อง You Tube ที่สร้างไว้อย่างต่อเนื่อง
2. ควรเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ให้แพร่หลายไปในกลุ่มเป้าหมายผ่านการจัดการประชุม และประเมินความรู้ความเข้าใจหลังจากการอบรมโดยใช้สื่อนี้

เอกสารอ้างอิง

- บุศรินทร์ สายรัตน์ และจักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า. (2563). การศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื่อกกของจังหวัดจันทบุรี. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 37(101), 104-113.
- สุจิตราพร โพธิ์ประดิษฐ์, นิสา พักตร์วิไล, ปณิตร์ภัส ฤกษ์ภักดิ์, อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์ และวีรศักดิ์ ทิชัย (2565). สภาพและความต้องการนวัตกรรมการถ่ายทอดความรู้แบบจำลองการเกษตรเพื่อความยั่งยืนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรณีศึกษา: สถานีพัฒนาเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถบ้านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(10).
- สุนัย เศรษฐ์บุญสร้าง. (2551). *การเรียนรู้ร่วมกันแบบมีเข็มมุ่งสู่วิถีเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: ฟาอภัย. สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. (2555). *จอมพรชาญแห่งการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- อนุสรณ์ ส่งทิพย์เจริญกุล, สุวารี ศรีปัญญา, อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์ และหม่อม เชิดโกทา. (2017). ผลการปฏิบัติการพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดความรู้การเพาะเห็ดอินทรีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของฟาร์มเห็ดในภาคตะวันออก. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(3). 323-333.
- อังกูล สมคะเนย์. (2555). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ*. กรุงเทพฯ: คุรุสภา.
- อุทัย จันท์ทอง. (2551). *การศึกษาการเรียนรู้ เจตคติและพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้วยการเรียนการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ แบบร่วมมือและแบบบูรณาการ*. ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Nye, P. H., & Greenland, D. (1961). *The Soil under Shifting Cultivation*. *Soil Science*, 92, 354.
- Popradit, A., Ishida, A., Murayama, T., Srisatit, T., Utarasakul, T., Kiratipayoon, S., Outtaranakorn, S. (2015). Assessment of Human's Attitude Towards Natural Resource Conservation in Protected Area in Thailand. *Suan Sunandha Science and Technology Journal*, 18.
- Sakda, P., Watthanachanobon, W., & Kittisuntornpisarn, N. (2019). การออกแบบและพัฒนาสื่อผสมสำหรับการจัดแสดงภายในศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยทรงดำบ้านเกาะแรต ตำบลบางปลา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 10(2), 51-60.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

รูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่ลำนํ้ายม กรณีศึกษา: เขตเทศบาลอำเภอปง จังหวัดพะเยา

A Study of Land Use Patterns in the Yom River Area

Case Study: Pong District, Phayao Province

ภัชชาต ฑูรวัดณ์¹ นิสา พักตรีวิไล² อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์^{1*} ณัฐสิมา โทชน์³ ยุทธนา นาคทกวิค¹ และ ปัทมา จิตต์ระเบียบ¹

Phatcharachat Thurawat¹, Nisa Pakvilai², Ananya Popradit¹, Natsima Tokhun³, Yutthana Nakhokwik¹ and

Pattama Jitrabiab¹

¹หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล Tarachatt@gmail.com

²หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล nisa@vru.ac.th

³สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล natsima@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่ลำนํ้ายม จังหวัดพะเยานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษา รูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่ลำนํ้ายม (2) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดิน รูปแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในพื้นที่ลำนํ้ายมของประชาชน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามแนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ศึกษาโดยระบบการจำแนกการใช้ประโยชน์ที่ดินตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ตามกฎกระทรวงในราชกิจจานุเบกษา ร่วมกับเกณฑ์พื้นฐานของกรมทรัพยากรน้ำ จากการศึกษาพบว่า ในเขตเทศบาลอำเภอปง จังหวัดพะเยา มีการใช้ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม จำนวนมากที่สุด 5,477,317.69 ตารางเมตร คิดเป็น ร้อยละ 42.29 รองลงมา คือการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรมมีพื้นที่ 4,659,460.68 ตารางเมตร คิดเป็น ร้อยละ 35.97 และพื้นที่โล่งเพื่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมอันได้แก่บริเวณหนองบ้านดู่ (บ้านดู่) มีพื้นที่ 38,059.72 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.29 และการศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในลำนํ้ายมของประชาชนในเขตพื้นที่ศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 302 คนครัวเรือน มีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินในระดับมาก ร้อยละ 67.50 – 82.50

คำสำคัญ : การใช้ที่ดิน ลำนํ้ายม จังหวัดพะเยา

ABSTRACT

A Study of land use patterns in the Yom River Area, Phayao Province. The objectives are (1) to study the land use patterns in the Yom River Area, and (2) to study knowledge and understanding of the impacts of various forms of land use on the water quality of the Yom River Area. This study classifies land use according to the guidelines for improving the environmental quality of the study area by using the land use classification system according to the utilization plan according to the Ministerial Regulations in the Royal Gazette together with the basic criteria of the Department of Water Resources. The study found that in the municipal area of Pong District, Phayao province, rural and agricultural conservation land is the largest area with 5,477,317.69 m² representing 42.29 %, followed by rural and agricultural land use, with an area of 4,659,460.68 m², representing 35.97 %, and open space for environmental quality preservation, including the Nong Ban Du with an area 38,059.72 m², representing 0.29 %. The study of knowledge about the impact of different land use on the water quality of the people in the Yom River Area in the study area found that the sample group of 302 households had knowledge about the impact of Land use at the level of 67.50 – 82.50 percent.

Keywords: Land use, Yom River Area, Phayao Province

บทนำ

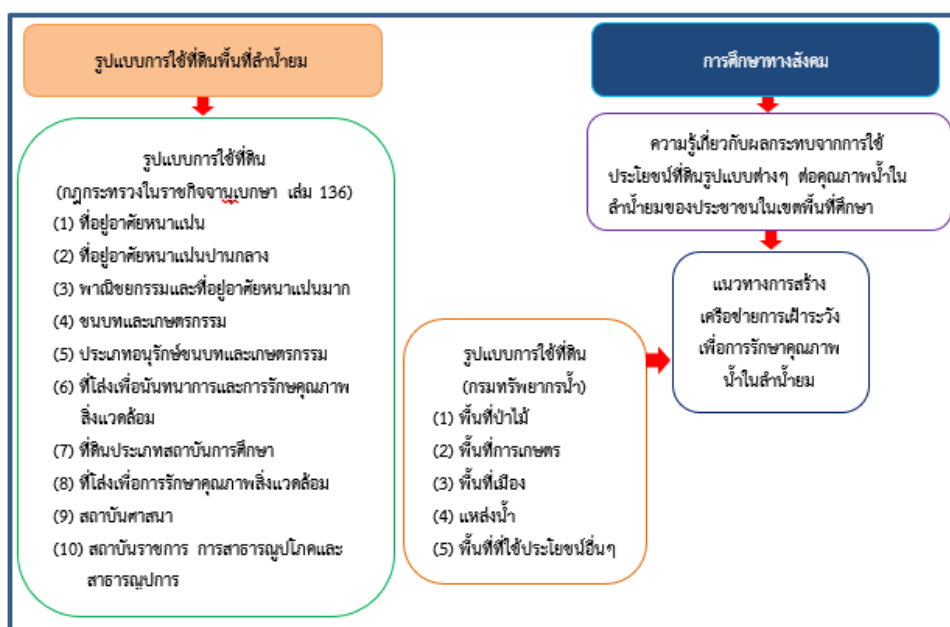
การอนุรักษ์และฟื้นฟูแม่น้ำลำคลองและแหล่งน้ำธรรมชาติทั่วประเทศ เป็นประเด็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติ (ยุทธศาสตร์ชาติ, พ.ศ.2561-2580) ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นให้สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมได้รับการฟื้นฟูเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากการเจริญเติบโตของเมืองและการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว การส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนจึงเป็นกลไกหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ต้นน้ำ ชุมชนริมแม่น้ำยมในพื้นที่อำเภอปงจังหวัดพะเยา เป็นพื้นที่ต้นกำเนิด แม่น้ำยม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะพิเศษ คือ เกิดจากลำน้ำ 2 สาย ได้แก่ ลำน้ำจิมและลำน้ำควร ไหลมาบรรจบกันที่ชุมชนบ้านบุญยืน หมู่ 2 ตำบลนาปรัง อำเภอปง

จังหวัดพะเยา บ้านบุญยืน เป็นชุมชนขนาดใหญ่และเป็นที่ตั้งของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ของอำเภอปง โดยพื้นที่ดังกล่าวเต็มไปด้วยการใช้ที่ดินทั้งทางการเกษตรและอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพของพื้นที่ต้นลำน้ำยมให้มีคุณภาพต่ำในบริเวณดังกล่าว ฉะนั้นการศึกษารูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่ลำน้ำยมจังหวัดพะเยานี้จะนำไปสู่การวิเคราะห์ผลกระทบ และสร้างรูปแบบการเฝ้าระวังพื้นที่ลำน้ำยมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่ลำน้ำยมในเขตเทศบาลอำเภอปง จังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินรูปแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในพื้นที่ลำน้ำยมของประชาชนในเขตพื้นที่ศึกษา

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดิน ดำเนินการศึกษารูปแบบการใช้ที่ดิน (Land Evaluation: LE) เพื่อบอกคุณลักษณะและประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตเทศบาลอำเภออง โดยขั้นตอนการประเมินการใช้แผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินของกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.1 กำหนดขอบเขตพื้นที่และลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่โดยใช้แผนที่ภูมิประเทศ มาตรฐาน 1:50,000 และแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินของกรมโยธาธิการและผังเมือง

1.2 จำแนกรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินโดยจำแนกตามเกณฑ์พื้นฐานของกรมทรัพยากรน้ำ ดังนี้

- (1) พื้นที่ป่าไม้
- (2) พื้นที่การเกษตร
- (3) แหล่งน้ำ
- (4) พื้นที่เมือง และ
- (5) พื้นที่ใช้ประโยชน์อื่น ๆ

เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ศึกษา จึงใช้ระบบการจำแนกการใช้ประโยชน์ที่ดินตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่จำแนกประเภท ตามกฎกระทรวงในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 125 ก ประกาศ ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2562 ร่วมด้วย โดยการจำแนกระบบนี้จะจัดจำแนกเป็น 10 ประเภท ดังต่อไปนี้

- (1) ที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย
- (2) ที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง
- (3) พาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก
- (4) ชนบทและเกษตรกรรม
- (5) ประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม
- (6) ที่โล่งเพื่อนันทนาการและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- (7) ที่ดินประเภทสถาบันการศึกษา
- (8) ที่โล่งเพื่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- (9) สถาบันศาสนา
- (10) สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

การจำแนกประเภทและขนาดของการใช้ประโยชน์ที่ดินโดยใช้ระบบ Q-GIS 3.30.1 (GNU General Public License) โดยใช้ชุดข้อมูลการใช้ประโยชน์ที่ดินจากกรมโยธาธิการและผังเมือง

2. ศึกษาความรู้ความเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินรูปแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำยมของประชาชนในเขตพื้นที่ศึกษา โดยแบบทดสอบความรู้ด้านผลกระทบจากรูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่ลำน้ำยม สร้างแบบทดสอบความรู้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ศึกษาหลักการ ทฤษฎี เนื้อหา และวิธีการสร้างแบบทดสอบ ให้ตรงตามเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินในอำเภอปง จังหวัดพะเยา และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ประโยชน์ที่ดิน

2.2 จัดทำแบบทดสอบความรู้โดยการสร้างตามหลักการจัดทำแบบทดสอบสำหรับวัดความรู้ของเบนจามิน บลูม (Bloom Taxonomy of Education) (Larkin & Burton, 2008) เป็นข้อสอบปรนัยแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ เลื่อนนำมาใช้ 20 ข้อ โดยค่าเฉลี่ย 76 – 100 หมายถึง ระดับความรู้ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 51 – 75 หมายถึง ระดับความรู้ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 26 – 50 หมายถึง ระดับความรู้ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับ ความรู้ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 0 – 25 หมายถึง ระดับความรู้ในระดับน้อยที่สุด

2.3 เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจน ด้านภาษา ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง จากนั้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบและพิจารณา ความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาสำนวนภาษาที่ใช้ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดและความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ จากนั้นวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item-Objective Congruence) (Turner & Carlson, 2003) ของแบบทดสอบความรู้

2.4 คัดเลือกข้อคำถามโดยพิจารณาเฉพาะข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.50 หรือ มากกว่า 0.50 ขึ้นไป ผลการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.8 - 1.0 และผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะให้ปรับปรุงข้อความบางข้อความให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2.5 ปรับปรุงแก้ไขแบบทดสอบความรู้ตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ แล้วนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชาชนในจังหวัดพะเยา นำผลการทดลองใช้มาหาคุณภาพของแบบสอบถามโดยการหาค่าความยากง่าย (p) และหาค่าอำนาจจำแนก (r) ของแบบทดสอบความรู้ เป็นรายชื่อ เลือกเฉพาะข้อที่มีความยากง่าย (p) ระหว่าง 0.2 - 0.8 และค่าอำนาจจำแนก (r) ตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป ได้ค่าความยากง่าย (p) ระหว่าง 0.40 - 0.60 และหาค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.40 - 0.60 แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับ คำนวณโดยวิธีการใช้สูตรของคูเดออร์ ริชาร์ดสัน (Feldt, 1965) ค่าความเชื่อมั่น ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไปจึงจะมีความเชื่อมั่น จากการวิเคราะห์พบว่ามีความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับเท่ากับ 0.85 สามารถนำไปใช้ได้ ประชากรในการศึกษา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรในเขตเทศบาล อำเภอปง จังหวัดพะเยา

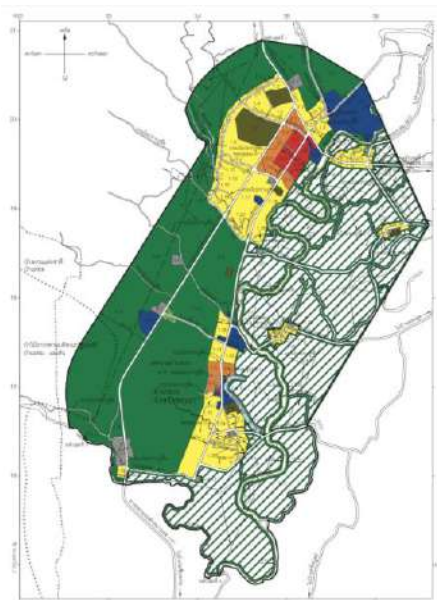
เทศบาล ตำบลปง	ชุมชน	จำนวนประชากร		จำนวนประชากร	จำนวนครัวเรือน
		ชาย	หญิง	รวม	รวม
1	บ้านบุญยืน	433	470	903	365
2	บ้านบุญเรือง	144	168	312	105
3	บ้านดู่	525	545	1,070	520
4	บ้านดอนชัย	364	374	738	295
5	บ้านกองแล	168	163	331	116
รวม	5 ชุมชน	2,029	2,106	4,135	1,401

ที่มา: สำนักทะเบียนเทศบาลตำบลปง 2558

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา การศึกษาความรู้ความเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินรูปแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำยมของประชาชนในเขตพื้นที่ศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาบนฐานจำนวนครัวเรือน ได้ครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 302 ครัวเรือน โดยใช้ตารางของเครซีและมอร์แกน (Chuan & Penyelidikan, 2006) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95

ผลการวิจัย

ระบบการจำแนกการใช้ประโยชน์ที่ดินตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่จำแนกประเภท ตามกฎกระทรวงในราชกิจจานุเบกษา จำนวน 10 ประเภท และนำมาพิจารณาร่วมกับเกณฑ์การจัดจำแนกของกรมทรัพยากรน้ำ พบว่าในเขตเทศบาลอำเภอปง จังหวัดพะเยา มีการใช้ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม จำนวนมากที่สุด 5,477,317.69 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 42.29 รองลงมา คือ การใช้ประโยชน์ที่ดินแบบพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรมมีพื้นที่ 4,659,460.68 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 35.97 และพื้นที่โล่งเพื่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมอันได้แก่บริเวณหนองบ้านดู่ (บ้านดู่) มีพื้นที่ 38,059.72 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.29 (ภาพที่ 1 และ ตารางที่ 2)



ภาพที่ 1 การจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินใน อำเภอบางปะกง จังหวัดพระเยา

ตารางที่ 2 ประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบต่าง ๆ ใน อำเภอบางปะกง จังหวัดพระเยา จำแนกตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่จำแนกประเภทตามกฎหมายกระทรวงในราชกิจจานุเบกษา

ประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน	เขตสี	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ร้อยละ
ชนบทและเกษตรกรรม	เขียว	4,659,460.68	35.97
ที่โล่งเพื่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	ฟ้า	38,059.72	0.29
ที่โล่งเพื่อนันทนาการและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	เขียวอ่อน	115,525.42	0.89
ที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย	เหลือง	1,531,793.96	11.83
ที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง	ส้ม	209,062.60	1.61
ที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก	แดง	136,057.99	1.05
สถาบันการศึกษา	เขียวมะกอก	221,701.79	1.71
สถาบันราชการ การสาธารณสุขโรคและสาธารณสุขการ	น้ำเงิน	427,011.03	3.30
ที่ดินประเภทสถานศึกษา	สีเทาอ่อน	136,395.91	1.05
ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม	ลายเขียวขาว	5,477,317.69	42.29
รวม		12,952,386.79	100

จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำยมของประชาชนในเขตพื้นที่ศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 302 ครั้วเรือน มีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินในระดับมาก ร้อยละ 67.50 – 82.50 หากพิจารณารายชื่อพบว่า ข้อที่ได้คะแนนมากที่สุด คือ การเจริญเติบโตของชุมชนส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ ร้อยละ 82.50 รองลงมา คือ การเจริญเติบโตของชุมชนส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำลดลงและการส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการเฝ้าระวังคุณภาพน้ำเป็นสิ่งจำเป็น ร้อยละ 81.00 และ น้อยที่สุด คือ คุณภาพน้ำในลำน้ำยมปัจจุบันมีคุณภาพต่ำกว่าช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 67.50 ดังตารางที่ 3 ซึ่งความรู้ด้านดังกล่าวนี้จะสามารถนำไปสู่การสร้างแนวทางในการเฝ้าระวังเพื่อการรักษาคุณภาพน้ำในลำน้ำยม ต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 3 ร้อยละของคะแนนระดับความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำยมของประชาชนในเขตพื้นที่ศึกษา

ระดับระดับความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในต้นลำน้ำยม	ร้อยละ
1. คุณภาพน้ำในลำน้ำยมปัจจุบันมีคุณภาพต่ำกว่าช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	67.50
2. การเจริญเติบโตของชุมชนส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ	82.50
3. การจัดการขยะที่ไม่ถูกวิธีส่งผลให้คุณภาพน้ำลดลง	81.00
4. ระบบระบายน้ำจากแต่ละครัวเรือนในชุมชนที่อยู่ใกล้ลำน้ำยมอาจส่งผลเสีย	74.50
5. หมู่บ้านที่ไม่ทำระบบการจัดการน้ำทิ้งที่ดีส่งผลต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำยม	72.50
6. พื้นที่ชุมชนอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำมากกว่าพื้นที่เกษตร	73.50
7. พื้นที่การเกษตรอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำยมถ้าใช้สารเคมี	80.00
8. การทิ้งขยะและน้ำเสียลงลำน้ำยมส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ	76.50
9. เกษตรเชิงเดี่ยวเช่นไร่มันสำปะหลัง ไร่อ้อยทำให้เกิดตะกอนในลำน้ำ	71.50
10. การปลูกพืชบริเวณชายขอบลำน้ำอาจช่วยลดปัญหาในลำน้ำยม	75.00
11. ระบบเกษตรผสมผสานและพื้นที่ป่าช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นกับคุณภาพน้ำ	70.00
12. การรณรงค์การทิ้งขยะให้ถูกวิธีจะสามารถลดผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ	72.50
13. การให้ความรู้แก่สมาชิกชุมชนด้านการจัดการขยะส่งผลดีต่อคุณภาพน้ำ	72.50
14. การเกิดน้ำท่วมในฤดูน้ำหลากเป็นผลที่ควบคุมแก้ไขได้ยาก	72.50
15. ปัญหาลำน้ำยมแห้งแล้วในฤดูแล้งเป็นปัญหาที่ควบคุมแก้ไขได้ยาก	75.00
16. การใช้สารเคมีในการเกษตรส่งผลเสียต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำยม	75.00
17. ตะกอนที่พัดพาจากการชะล้างจากพื้นที่เปิดโล่งและไถพรวนลงสู่ลำน้ำยม	76.00

ระดับระดับความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบต่าง ๆ ต่อคุณภาพน้ำในต้นลำน้ำยม	ร้อยละ
18. ระบบระบายน้ำจากโรงเรียน วัดและสถานที่ราชการมักถูกจัดการได้ดีแล้ว	78.00
19. งบประมาณการจัดการขยะมูลฝอยและน้ำทิ้งอาจมีผลต่อคุณภาพน้ำ	75.00
20. การส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการเฝ้าระวังคุณภาพน้ำเป็นสิ่งจำเป็น	81.00

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

รูปแบบการใช้ที่ดิน เช่น เกษตรกรรม พื้นที่ชุมชน โรงงานอุตสาหกรรม และพื้นที่เกษตรกรรม ที่อยู่ในบริเวณลุ่มน้ำจะมีอิทธิพลต่อคุณภาพน้ำ (Bu et al., 2014; Schoonover & Lockaby, 2006) มีรายงานว่า การขยายตัวทางการเกษตรและการขยายตัวของเมืองเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการตัดไม้ทำลายป่าและการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (Jenkins & Schaap, 2018) รวมทั้งในฤดูฝนจะเกิดน้ำท่วมฉับพลันและน้ำไหลบ่า ซึ่งนำไปสู่มลพิษทางน้ำในแม่น้ำทะเลสาบ และปากแม่น้ำ (Barrios-Hernández et al., 2020) รูปแบบการใช้ที่ดินศึกษาในบราซิล รายงานว่าแอ่งน้ำที่มีพื้นที่ป่าจำนวนมากมีคุณภาพน้ำที่ดีขึ้นโดยมียูโทรฟิเคชันน้อย ขณะที่แอ่งน้ำที่มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากมีการปนเปื้อนในน้ำและยูโทรฟิเคชันมาก ระบบนิเวศป่าทำให้น้ำบริสุทธิ์ (Camara et al., 2019; Jenkins & Schaap, 2018) การกรองและดูดซับตะกอนของเสียของพื้นที่ป่ามีประโยชน์ต่อคุณภาพน้ำรากพืชช่วยกรองอนุภาคขนาดเล็กและสารมลพิษ พืชน้ำช่วยกำจัดแอมโมเนีย ไนเตรต และฟอสฟอรัสทั้งหมดออกจากน้ำซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ์โพธิ์ประดิษฐ์ ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการคงอยู่ของชุมชนต่อพื้นที่ป่าอนุรักษ์โดยรอบ: กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ (Popradit, 2017 2015 2558) ทำให้น้ำสะอาด ดังนั้น การลดลงของพื้นที่ป่าอาจส่งผลให้บริการทำน้ำให้บริสุทธิ์บกพร่อง (de Mello et al., 2018) ดังนั้น ในพื้นที่ศึกษา เป็นบริเวณต้นลำน้ำยมที่มีคุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์เฝ้าระวัง ทั้ง ๆ ที่ เป็นบริเวณพื้นที่ต้นน้ำ ดังนั้นการศึกษารูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณพื้นที่ต้นน้ำยม ซึ่งเป็นชุมชนขนาดใหญ่ จึงสามารถสร้างมุมมองในการพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการจัดการลุ่มน้ำต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษารูปแบบการใช้ที่ดินสามารถเป็นเป้าหมายที่ตรงประเด็นยิ่งกับการศึกษาผลกระทบคุณภาพน้ำในลำน้ำ ดังนั้น นอกจากการพิจารณาการใช้ประโยชน์ที่ดินแล้วการศึกษาโครงสร้างของเศรษฐกิจและสังคมในเชิงลึกจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำไปสู่การแก้ไขจัดการปัญหาในเชิงสิ่งแวดล้อมทั้งด้านน้ำและอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- Barrios-Hernández, K. d. C., Olivero-Vega, E., & Figueroa-Saumet, B. (2020). Condiciones de la gestión del talento humano que favorecen el desarrollo de capacidades dinámicas. *Información tecnológica*, 31(2), 55-62.
- Bu, H., Meng, W., Zhang, Y., & Wan, J. (2014). Relationships between land use patterns and water quality in the Taizi River basin, China. *Ecological indicators*, 41, 187-197.
- Camara, M. C., Campos, E. V. R., Monteiro, R. A., do Espirito Santo Pereira, A., de Freitas Proença, P. L., & Fraceto, L. F. (2019). Development of stimuli-responsive nano-based pesticides: emerging opportunities for agriculture. *Journal of nanobiotechnology*, 17(1), 1-19.
- Chuan, C. L., & Penyelidikan, J. (2006). Sample size estimation using Krejcie and Morgan and Cohen statistical power analysis: A comparison. *Jurnal Penyelidikan IPBL*, 7(1), 78-86.
- de Mello, K., Valente, R. A., Randhir, T. O., dos Santos, A. C. A., & Vettorazzi, C. A. (2018). Effects of land use and land cover on water quality of low-order streams in Southeastern Brazil: Watershed versus riparian zone. *Catena*, 167, 130-138.
- Feldt, L. S. (1965). The approximate sampling distribution of Kuder-Richardson reliability coefficient twenty. *Psychometrika*, 30(3), 357-370.
- Jenkins, M., & Schaap, B. (2018). Forest ecosystem services. United Nations Forum on Forests, Larkin, B. G., & Burton, K. J. (2008). Evaluating a case study using Bloom's taxonomy of education. *Aorn Journal*, 88(3), 390-402.
- Popradit, A. (2017). Effect of community and their inhabitant activity on water quality in protected area in Thailand. วารสาร วิจัย และ พัฒนา ว ไลย อลงกรณ์ ใน พระบรมราชูปถัมภ์ สาขา วิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยี, 12(1), 65-77.
- Schoonover, J. E., & Lockaby, B. G. (2006). Land cover impacts on stream nutrients and fecal coliform in the lower Piedmont of West Georgia. *Journal of hydrology*, 331(3-4), 371-382.
- Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International journal of testing*, 3(2), 163-171.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ

Amount of organic waste in the form of leaf scraps in Bangkok government agencies

อรุณ อัครวโรทัย¹ อนุญา โปธิประดิษฐ์^{1*} ณภัทน์จันทร์ ด่านสวัสดิ์² ยุทธนา นาคทกวีก¹ และ ปัทมา จิตต์ระเบียบ¹
Aroon Aukaravarothai¹ Ananya Popradit^{1*} Napattchan Dansawad² Yutthana Nakhokwik¹
and Pattama Jitrabiab¹

¹หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล untratum@gmail.com
²ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร
อีเมล napattchan.dan@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ มีวัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ และ 2) เพื่อศึกษาความต้องการในการสร้างนวัตกรรมเพื่อจัดการขยะใบไม้ ในพื้นที่สีเขียวของหน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร การคัดเลือกพื้นที่ศึกษาโดยการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 3 หน่วยงานจากหน่วยงานของรัฐจำนวน 30 หน่วยงาน ที่มีพื้นที่ 1 ไร่ขึ้นไป ที่มีระบบการจัดการโดยส่วนงานและผู้รับเหมาจากภายนอก กระบวนการเก็บข้อมูลน้ำหนักขยะใบไม้ในแต่ละวันเป็นเวลา 30 วัน ในเดือน เมษายน พ.ศ 2565 และศึกษาความต้องการในการจัดการในขนาดของพื้นที่หน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คนที่เลือกโดย Purposive sampling จากผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการจัดการขยะใบไม้ โดยใช้ประเด็นคำถามและแบบบันทึกการประชุมกลุ่มและนำไปสังเคราะห์ ผลการศึกษา พบว่า มีปริมาณขยะใบไม้จากหน่วยงานตัวอย่างทั้ง 3 แห่งมีปริมาณขยะใบไม้เฉลี่ยต่อไร่ต่อวัน พิพธิภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติมีขยะใบไม้ 13.52 กิโลกรัม/ไร่/วัน คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีปริมาณขยะใบไม้ 10.57 กิโลกรัม/ไร่/วัน และกระทรวงการคลัง 3.12กิโลกรัม/ไร่/วัน และหน่วยงานแต่ละแห่งมีต้องการสร้างนวัตกรรมเพื่อจัดการขยะใบไม้ในหน่วยงานของตนเองเพื่อตอบสนองแก่นโยบายการจัดการขยะของหน่วยงานอันจะเป็นไปเพื่อเกิดความยั่งยืนของการจัดการขยะของหน่วยงาน

คำสำคัญ : ขยะอินทรีย์ ขยะใบไม้ หน่วยงานของรัฐ

ABSTRACT

Research project to determine how much organic waste such as leaves is produced by governmental organizations. This research aimed to 1) quantify the amount of organic waste produced in the form of leaves in government organizations, and 2) assess the need for new approaches to managing leaf trash in the government-owned green space in Bangkok. Three government agencies from a total of 30 that covered an area of at least one rai and were run by departments and outside contractors were chosen for the research region using simple random sampling. The procedure of gathering the weight of leaf waste every day for 30 days in April 2022 and researching the area's future management requirements. Bangkok By convening a small group meeting with a sample of six people chosen by purposive sampling from a leaf waste management practitioner, research of needs was carried out. Use meeting notes and questionnaires as research instruments. The study's findings were combined using the data. Each agency intended to develop innovations to manage leaf trash in their own units in accordance with the agency's waste management policy, which will result in the sustainability of the agency's waste management. The results of the study showed that the amount of leaf waste from the 3 sample agencies had an average amount of leaf waste per rai per day. The National Discovery Museum has 13.52 kilograms of leaf waste/rai/day. Faculty of Science Chulalongkorn University 10.57 kg/rai/day and the Ministry of Finance 3.12 kg/rai/day. Each agency wants to create innovations to manage waste in its own departments in response to the agency's waste management policy, which will lead to the sustainability of the agency's waste management.

Keywords: Organic waste, Leaves waste, Government agencies

บทนำ

สถานการณ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมโลกปัจจุบัน มีความเสื่อมโทรมและทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะปัญหาขยะมูลฝอยที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นจากการอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะในเขตเมืองขนาดใหญ่ ข้อมูลสถานการณ์ขยะมูลฝอยในประเทศไทย ของกรมควบคุมมลพิษ (2562) แสดงให้เห็นว่า ปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั้งประเทศ 28.71 ล้านตัน แบ่งเป็น ปริมาณขยะมูลฝอยที่กำจัดถูกวิธี 9.81 ล้านตัน (ร้อยละ 34.20) ปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้ 12.52 ล้านตัน (ร้อยละ 46.60) และปริมาณขยะมูลฝอยที่กำจัดไม่ถูกวิธีมีมากถึง 6.38 ล้านตัน (ร้อยละ 22.20) ส่วนในกรุงเทพมหานครมีปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น 4.95 ล้านตัน ปริมาณขยะมูลฝอยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ 1.10 ล้านตัน ปริมาณขยะมูลฝอยที่กำจัดถูกต้อง 3.85 ล้านตัน แม้จะไม่ระบุว่าปริมาณขยะมูลฝอยที่กำจัดไม่ถูกต้องในกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม ขยะส่วนที่นำไปกำจัดอย่างถูกต้องนั้น บางส่วนอาจสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าได้

จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2562) ในประเด็นที่ 18 ได้กล่าวถึงการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายในการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล ต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินการลดการเกิดขยะมูลฝอยจากแหล่งกำเนิด โดยการรณรงค์ และสร้างความตระหนัก ให้ประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันแก้ไขปัญหา ทั้งที่เป็นบ้านเรือน สถานศึกษา สถานประกอบการ สถานบริการต่าง ๆ รวมทั้งสถานที่ราชการ เพื่อลดปริมาณการเกิดขยะมูลฝอย ร่วมกับการสนับสนุนการใช้สินค้าและบริการและส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการคัดแยกและนำขยะมูลฝอยกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีอายุการใช้งานนาน และสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้หลายครั้ง และสนับสนุนการรวมกลุ่มพื้นที่เพื่อจัดการขยะมูลฝอยของพื้นที่ที่มีขีดความสามารถและศักยภาพในการบริหารจัดการปัญหาขยะในพื้นที่จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอันเป็นแนวคิดในการแก้ไขปัญหาขยะด้วยการเพิ่มมูลค่าจากขยะ (Kirchherr et al, 2017)

กรุงเทพมหานคร มีหน่วยงานของรัฐกระจายอยู่จำนวนมาก ทำหน้าที่ให้บริการต่าง ๆ อำนวยความสะดวกแก่ประชาชนที่มาติดต่อ แต่ละสถานที่มีการจัดสวน ปลูกต้นไม้ต่าง ๆ เป็นภูมิทัศน์ ประกอบอาคารสำนักงานทุกแห่งให้เกิดภาพลักษณ์ สร้างความร่มรื่น สวยงาม ในขณะที่ทุกหน่วยงานมีการจัดสวนหย่อมเป็นองค์ประกอบของภูมิทัศน์ทั้งภายในภายนอกอาคารสถานที่บางแห่งมีพื้นที่สีเขียวจำนวนมาก จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการพื้นที่สีเขียว และมีค่าใช้จ่ายที่สูงมากในแต่ละปี เช่นค่าบำรุงรักษาพื้นที่สีเขียว ค่าจัดตกแต่งพื้นที่สีเขียวในแต่ละเดือน และค่ากำจัดขยะเฉพาะประเภท เศษใบไม้ กิ่งไม้ ใบหญ้า และที่เกิดจากการตัดแต่ง ตลอดจนการร่วงหล่นในแต่ละวัน มีปริมาณสะสมที่มีจำนวนมาก จำเป็นต้องหาวิธีการกำจัดทิ้งไป ซึ่งเป็นปัญหาต่อการกำจัดมาก อีกทั้ง

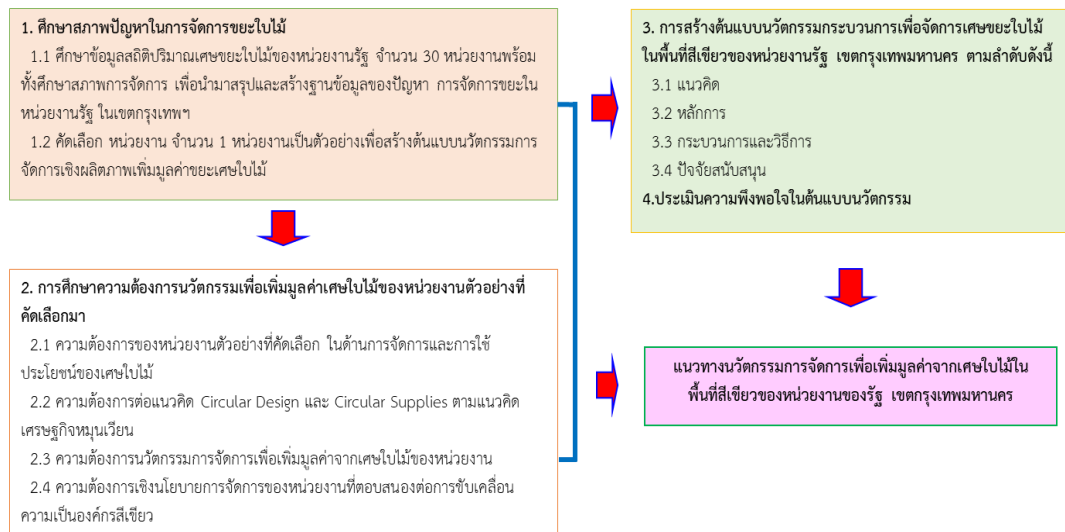
ปัจจุบันเทศบาลไม่รับทิ้งขยะประเภทเศษใบไม้ กิ่งไม้ จึงจำเป็นต้องจ้างขนย้ายทิ้งพิเศษ ซึ่งสิ้นเปลืองงบประมาณมาก

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาสภาพปัญหา การจัดการขยะเศษใบไม้ ในพื้นที่สีเขียวของหน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานครโดยคัดเลือก พื้นที่ตัวอย่างจำนวน จำนวน 3 แห่ง จากหน่วยงานของรัฐเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนาด ตั้งแต่ 1 ไร่ขึ้นไป ที่จำเป็นต้องดูแลโดยส่วนงานและผู้รับเหมาจากภายนอกเข้ามาดำเนินการ จากการสำรวจข้อมูล พบว่ามี หน่วยงานของรัฐ ที่เข้าเกณฑ์ดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ
2. เพื่อศึกษาความต้องการ ในการสร้างนวัตกรรมเพื่อจัดการขยะเศษใบไม้ ในพื้นที่สีเขียวของหน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ศึกษาปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทไปไม้ในหน่วยงานของรัฐ

ประชากรในการวิจัย คือพื้นที่สีเขียวของหน่วยงานของรัฐเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนาด ตั้งแต่ 1 ไร่ขึ้นไป ที่จำเป็นต้องดูแลโดยส่วนงานและผู้รับเหมาจากภายนอกเข้ามาดำเนินการ จากการสำรวจข้อมูล พบว่ามี หน่วยงานของรัฐ จำนวน 30 แห่ง ที่เข้าข่ายดังกล่าว มีรายชื่อดังนี้ (1) กรมสุขภาพสัตว์ บางเขน (2) กรมป่าไม้ บางเขน (3) กรมอุทยานแห่งชาติ บางเขน (4) กรมส่งเสริมการเกษตร บางเขน (5) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน (6) กรมปศุสัตว์ ราชเทวี (7) คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ ปทุมวัน (8) คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปทุมวัน (9) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยปทุมวัน (10) สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ราชเทวี (11) องค์การเภสัชกรรม 6 ราชเทวี (12) คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ราชเทวี (13) โรงพยาบาลรามาธิบดี ราชเทวี (14) กระทรวงการต่างประเทศ ราชเทวี (15) สถาบันราชานุกูล ดินแดง (16) สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย ดินแดง (17) ธนาคารอาคารสงเคราะห์แห่งประเทศไทย ดินแดง (18) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดแห่งชาติ ดินแดง (19) ศูนย์วัฒนธรรมแห่งชาติ ห้วยขวาง (20) โรงพยาบาลจุฬารัตน์ หลักสี่ (21) กรมประชาสัมพันธ์ พญาไท (22) กรมสรรพากร พญาไท (23) กรมธนารักษ์ พญาไท (24) กรมบัญชีกลาง พญาไท (25) สำนักงานปลัด กระทรวงการคลัง พญาไท (26) กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม พญาไท (27) พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ พระนคร (28) พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตบางรัก (29) สำนักงานคณะกรรมการป้องกัน และปราบปรามยาเสพติดแห่งชาติ หุ่นสองห้อง เขตหลักสี่ (30) โรงพยาบาลจุฬารัตน์ เขตหลักสี่

กลุ่มตัวอย่างวิจัย คือหน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 หน่วยงาน

กระบวนการเก็บข้อมูล โดยการขังน้ำหนักขยะไปไม้ที่เก็บได้ในแต่ละวันเป็นเวลา 30 วัน ในเดือน เมษายน พ.ศ 2565

2. การศึกษาสภาพปัญหาโดยใช้เครื่องมือสอบถามสภาพปัญหาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาส่วนนี้เพื่อทราบความต้องการในการจัดการในอนาคตของพื้นที่หน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 หน่วยงาน โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อยจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คนที่เลือกโดย Purposive sampling จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานการจัดการขยะไปไม้อัน เกิดจากการจัดการพื้นที่สีเขียวของหน่วยงานทั้ง 3 แห่ง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งได้แก่ ประเด็นคำถามและแบบบันทึกการประชุมกลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยมีหลักการสร้างดังนี้ (1) กำหนดข้อคำถามสภาพและ

ปัญหาที่สอดคล้องกับการจัดการขยะกิ่งไม้ - ใบไม้ (2) นำไปตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ ตามลำดับต่อไปนี้

- 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) ร่างแบบบันทึกการสนทนากลุ่มตามปัจจัยที่สำคัญ
- 3) ให้อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ
- 4) นำเครื่องมือที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของถ้อยคำ
- 5) นำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไข ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
- 6) จัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิจัย

3. การสังเคราะห์ข้อมูล สภาพปัญหาจากการสนทนากลุ่มโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

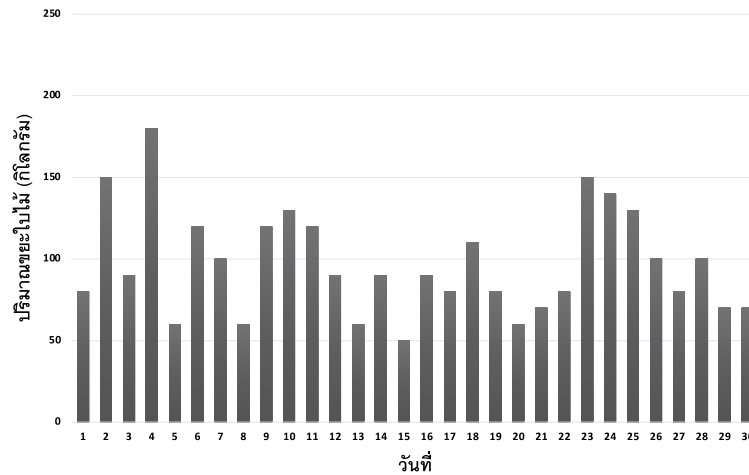
ผลการวิจัย

1. การศึกษาปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ

พื้นที่ตัวอย่าง จำนวน 3 แห่ง ที่จับฉลากได้ นี้มีขนาดพื้นที่ ใหญ่ที่สุดคือ สำนักปลัดกระทรวงการคลัง มีพื้นที่ 44.00 ไร่ และพื้นที่เล็กที่สุดคือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลปวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร เขตบางรัก มีพื้นที่ 1.06 ไร่ ทุกหน่วยงาน จำเป็นต้องดูแลโดยส่วนงานและผู้รับเหมาจากภายนอกเข้ามาดำเนินการ ทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณในการขนทิ้งขยะใบไม้ ดังตารางที่ 1

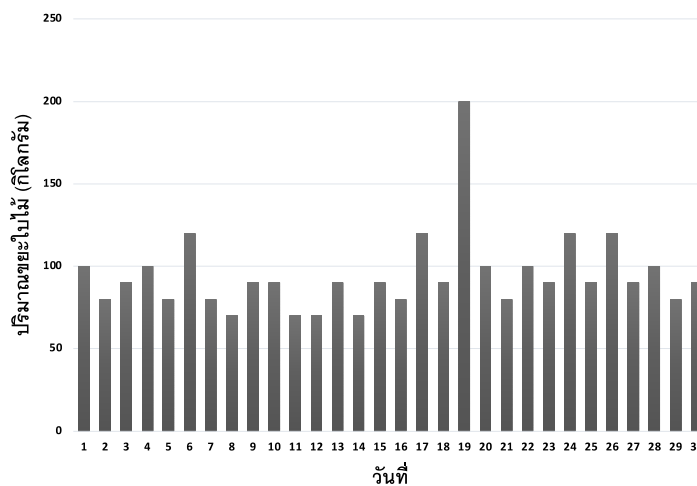
ตารางที่ 1 พื้นที่ตัวอย่างหน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 หน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	พื้นที่ (ไร่)	ปริมาณขยะใบไม้ (กิโลกรัม)
คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ	9.18	2,910
พิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้แห่งชาติ	แขวงพระราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ	7.00	2,840
สำนักปลัดกระทรวงการคลัง	ถนนพระราม 6 เขตพญาไท กรุงเทพฯ	44.00	4,115



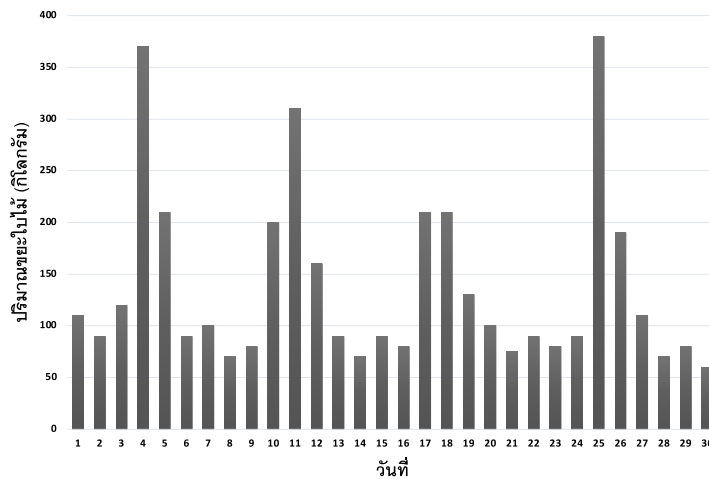
ภาพที่ 2 ปริมาณขยะใบไม้คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เดือนเมษายน พ.ศ. 2565

จากภาพที่ 2 แสดงปริมาณขยะใบไม้ของคณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ในช่วงเวลา 30 วัน พบว่าในวันที่ 4 มีปริมาณขยะใบไม้มากที่สุดคือ 180 กิโลกรัม รองลงคือวันที่ 2 และวันที่ 23 มีปริมาณขยะใบไม้ 150 กิโลกรัม และมีปริมาณขยะใบไม้ น้อยที่สุด คือวันที่ 15 มีปริมาณขยะใบไม้ 50 กิโลกรัม โดยมีปริมาณใบไม้ทั้งหมดใน 30 วัน จำนวน 2,910 กิโลกรัม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 97 กิโลกรัมต่อวัน



ภาพที่ 3 ปริมาณขยะใบไม้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร เดือนเมษายน พ.ศ. 2565

จากภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิปริมาณขยะใบไม้ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ระยะเวลา 30 วัน พบว่าในวันที่ 19 มีปริมาณขยะใบไม้มากที่สุดคือ 200 กิโลกรัม รองลงคือวันที่ 6, 17, 24 และ 26 มีปริมาณขยะใบไม้ 120 กิโลกรัม และมีปริมาณขยะใบไม้ น้อยที่สุด คือวันที่ 8 11 12 และ 14 มีปริมาณขยะใบไม้ 70 กิโลกรัม โดยมีปริมาณใบไม้ทั้งหมดใน 30 วัน อยู่ที่ 2,840 กิโลกรัม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 94.67 กิโลกรัมต่อวัน



ภาพที่ 4 ปริมาณขยะใบไม้สำนักปลัดกระทรวงการคลังเดือนเมษายน พ.ศ. 2565

จากภาพที่ 4 แสดงปริมาณขยะใบไม้ของกระทรวงการคลัง ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 ระยะเวลา 30 วัน พบว่าในวันที่ 25 มีปริมาณขยะใบไม้มากที่สุดคือ 380 กิโลกรัม รองลงคือวันที่ 4 มีปริมาณขยะใบไม้ 370 กิโลกรัม และมีปริมาณขยะใบไม้น้อยที่สุด คือวันที่ 30 มีปริมาณขยะใบไม้ 60 กิโลกรัม โดยมีปริมาณใบไม้ทั้งหมดใน 30 วัน อยู่ที่ 4,115 กิโลกรัม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 137.17 กิโลกรัมต่อวัน

พิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ มีขยะใบไม้ 13.52 กิโลกรัม/ไร่/ วัน คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีปริมาณขยะใบไม้ 10.57 กิโลกรัม/ไร่/วัน และกระทรวงการคลัง 3.12 กิโลกรัม/ไร่/วัน

2. ศึกษาความต้องการสร้างนวัตกรรมในการจัดการขยะเศษใบไม้ ในพื้นที่สีเขียวของหน่วยงานของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ความต้องการสร้างนวัตกรรมเพื่อการจัดการขยะเศษใบไม้ ในพื้นที่สีเขียวของคณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาระการสนทนา	ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัย
1. แนวทางในการพัฒนาการเพิ่มมูลค่าของขยะใบไม้	1. เนื่องจากใบไม้ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เป็นใบจามจุรี ดังนั้นจึงเป็นใบไม้ที่มีคุณค่าในการทำปุ๋ยหมัก และการหมักเป็นก๊าซชีวภาพ ซึ่งนับเป็นการนำไปสู่การสร้างมูลค่าในเชิงการเป็นวัสดุปรับปรุงดิน แต่โครงการดังกล่าวก็ล้มเลิกไปด้วยปัญหาหลายประการ

สาระการสนทนา	ข้อสนับสนุนเพื่อการศึกษาวิจัย
2. ปัญหาและอุปสรรค	2. เคยมีแนวความคิดในการนำขยะเศษใบไม้มาเพิ่มมูลค่าดังกล่าวมาแล้วแต่ยังพบปัญหาว่าที่ความขัดข้องในการจัดการ ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรงและการจัดการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นโครงการการเพิ่มมูลค่าจากเศษขยะใบไม้จึงต้องหยุดลง อย่างไรก็ตามหลักการของการสร้างนวัตกรรมจากเศษขยะใบไม้ยังเป็นประเด็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งหากจะคิดหาวิธีการร่วมกันอย่างจริงจัง

ตารางที่ 3 ความต้องการสร้างนวัตกรรมในการจัดการขยะเศษใบไม้ ในพื้นที่สีเขียวของพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

สาระการสนทนา	ข้อสนับสนุนเพื่อการศึกษาวิจัย
1. แนวทางในการพัฒนาการเพิ่มมูลค่าของขยะใบไม้	1. พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติยังไม่เคยทดลองการสร้างแนวทางนำเศษใบไม้มาเพิ่มมูลค่า เนื่องจากพื้นที่หน่วยงานมีขนาดเล็กและขาดผู้รับผิดชอบส่วนนี้
2. ปัญหาและอุปสรรค	2. เนื่องจากพื้นที่จำกัดและขาดบุคลากรจึงยังไม่เคยทดลองสร้างนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าเศษใบไม้

ตารางที่ 4 ความต้องการสร้างนวัตกรรมในการจัดการขยะเศษใบไม้ ในพื้นที่สีเขียวของสำนักปลัดกระทรวงการคลัง

สาระการสนทนา	ข้อสนับสนุนเพื่อการศึกษาวิจัย
1. แนวทางในการพัฒนาการเพิ่มมูลค่าของขยะใบไม้	1. เคยมีการศึกษาทดลองในการทำปุ๋ยหมัก และน้ำหมักชีวภาพแต่พบว่าคุณภาพของปุ๋ยไม่ดีมาก การย่อยสลายใช้เวลานานและได้ผลไม่คุ้มค่า
2. ปัญหาและอุปสรรค	2. ปัญหาสำคัญคือขาดบุคลากรที่ดำเนินการจัดการโดยตรง จึงได้แต่จ้างเหมาหน่วยงานเอกชนเข้าดำเนินการ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ และแนวทางการจัดการเศษใบไม้ที่เกิดขึ้นในแต่ละแห่งนี้ สามารถนำไปพัฒนาแนวทางการสร้างนวัตกรรมจากเศษใบไม้เหล่านี้โดยมีจุดมุ่งหมายประการหนึ่งของการคือเสนอแนวทางการจัดการขยะจากใบไม้อย่างยั่งยืนในอนาคต การศึกษานี้จะชี้แจงให้เห็นและสามารถเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของหน่วยงานที่รับผิดชอบตามดุลยพินิจ คือ การกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเศษใบไม้ในอนาคต การนำเศษขยะจากใบไม้มาสร้างมูลค่านับเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ดัง การศึกษาการนวัตกรรมการจัดการเชิงผลิตภาพและนวัตกรรมเชิงกระบวนการจัดการกิ่งไม้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีการผลิตนวัตกรรม 3 รูปแบบ คือ การผลิตถ่านชีวภาพซึ่งเป็นการจัดการกิ่งไม้เส้นผ่านศูนย์กลางขนาดไม่เกิน 10 เซนติเมตร เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ได้ 3 รูปแบบ คือ การผลิตถ่านหุงต้ม การผลิตถ่านดูดกลิ่นและความชื้น และใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงคุณภาพดินในการเกษตร กิ่งไม้ขนาดใหญ่และต้นไม้อายุที่ถูกต้องออกในแต่ละช่วง ยังคงเป็นประโยชน์ในการแปรรูปเป็นงานหัตถกรรมเครื่องไม้เพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งในกรณีนี้ มหาวิทยาลัยสามารถใช้ศักยภาพที่มีอยู่ เช่น การสร้างความร่วมมือภายในหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ที่มีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร และด้านเครื่องมือ เครื่องจักร ในการพัฒนานวัตกรรม (Popradit et al., 2022) นับเป็นแนวที่นอกจากเพิ่มมูลค่าให้กับขยะใบไม้แล้วยังส่งเสริมการจัดการเชิงนโยบายในการจัดการขยะอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ระบุข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ผลกระทบ และความเป็นไปได้ในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความทันสมัยที่ประยุกต์ใช้ได้จริง

เอกสารอ้างอิง

- ปัทมา จิตต์ระเบียบ. (2564). นวัตกรรมการจัดการขยะประเภทเศษกิ่งไม้และใบไม้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ปัทมา จิตต์ระเบียบ อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์ และ นิสสา พักตร์วิไล (2564). การศึกษาสภาพและแนวทางการจัดการขยะประเภทกิ่งไม้- ใบไม้ในพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ในพระบรมราชูปถัมภ์. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6. ประจำปี 2564. วันที่ 7 พฤษภาคม 2564. (100-110). วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, conservation and recycling*, 127, 221-232.
- Hartley, K., van Santen, R., & Kirchherr, J. (2020). Policies for transitioning towards a circular economy: Expectations from the European Union (EU). *Resources, Conservation and Recycling*, 155, 104634.
- Intasin, S., Srakat, N., Baothongchan, W., Inthakanog, S., Pratumchad, P., Pechrsan, S., & Popradit, A. (2023). Participation in Household Hazardous Waste Management: A Case Study of the Dam Community, Northeast of Thailand. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 14(1), 44-51.
- Popradit, A., Wiangnon, J., Jitrabiab, P., & Pakvilai, N. (2022). Organic Fertilizer Application using Leaf Waste According to Maejo Engineering Method 1. *Thai Environmental Engineering Journal*, 36(3), 47-54.
- Prohmdetbun, I., Srisatit, T., & Popradit, A. (2019). Fed Intermittent Composting of Food Waste from Minor Touring City, Using Reactors with Different Passive Ventilation. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 10(7 (39)), 1522-1531.
- Wiangnon, J., Srisatit, T., & Popradit, A. (2019). Affected Factors for Solid Waste Management in the Upstream of Watershed and Touristic Area using Analytic Hierarchy Process. A Case Study of Pai District, Thailand. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 10(4 (36)), 563-574.
- นภา จันท์ตรี, ทิพวรรณ พลสุขสมบัติ, ราตรี พิงกุล, เรืองอุไร วรณโก, เบญจพร ประจง และ ธนวัฒน์ กัญภัย. (2563). แนวทางการจัดการขยะอย่างยั่งยืนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิจัยไร่ไฟพรรณิ*, 14(3), 25-31.
- พงษ์เมธี ไชยศรีหา. (2562). รูปแบบการจัดการขยะกับความเหมาะสมของพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 6(2), 459-483.

อัญญา ปลอดเปลื้อง, ศิรเมศร์ โภโค และวิราวรรณ คล้ายหิรัญ. (2564). รูปแบบการจัดการขยะตาม
แนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: การศึกษาแบบเรื่องเล่า. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*,
8(9), 161-179.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ผลการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกมที่มีต่อ
ความสามารถในการอ่านและเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

The Effects of CIRC Integrated with Game on
Ability of Chinese Reading and Writing of Grade 7 Students

พีระศิลป์ ศิลปสารพี* สุวรรณญา จุ้ยทอง¹ และ สมบัติ คชสิทธิ์¹
Peerasin Sinlapasan¹ Sawana Juithong¹ and Sombat Kotchasisit¹

¹นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี peerasin.sinl@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความสามารถในการอ่านภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม และ 2) เปรียบเทียบความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็มกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 30 คน โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ 1) แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาจีน โดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกม จำนวน 8 แผน 16 ชั่วโมง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.15) 2) แบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีน มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.793) แบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีน มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.77 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างเดียว

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความสามารถในการอ่านภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X} = 13.30$ จากคะแนนเต็ม 17 คะแนน, S.D. = 2.49, $t = 3.075$) 2) ความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วย

เทคนิค CIRC ร่วมกับเกมสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (\bar{X} = 10.53 จากคะแนนเต็ม 14 คะแนน, S.D. = 1.55, t = 2.595)

คำสำคัญ : เทคนิค Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) เกม
ความสามารถในการอ่านภาษาจีน ความสามารถในการเขียนภาษาจีน

Abstract

The purposes of this pre-experimental design research were to 1) compare the Chinese reading ability of grade 7 students by using the Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) technique integrated with Game with criteria of 70 percent of the full score and 2) to compare the Chinese writing ability of grade 7 students by using CIRC technique integrated with Game with criteria of 70 percent of the full score. The sample was 30 students of grade 7 at Surasak Montree School under the Bangkok Secondary Education Service Area Office 2 in the second semester of the academic year 2022. The sample was selected based on a multistage sampling. The research instruments were: 1) the 8 learning management plans for the Chinese learning subject group in grade 7 level on CIRC technique integrated with Game for 16 hours, which were at the highest appropriate level; 2) the Chinese reading ability test with a reliability of 0.79 and 3) the Chinese writing ability test with a reliability of 0.77. Then the data were analyzed using statistics including percentage, mean, standard deviation, and one-sample t-test

The research findings were as follows: 1) after being exposed to CIRC technique with Game, the students' Chinese reading ability was higher than the criteria of 70 percent of the full score with a statistical significance level of .05 (\bar{X} =13.30 of 17 score, S.D.=2.49, t = 3.08). 2) After being exposed to CIRC technique with Game, the students' Chinese writing ability was higher than the criteria of 70 percent of the full score with a statistical significance level of .05 (\bar{X} = 10.53 of 14 score, S.D. = 1.55, t = 2.60).

Keyword : Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) technique, Game, The Chinese reading ability, The Chinese writing ability

บทนำ

ปัจจุบันภาษาจีนเป็นภาษาต่างประเทศที่มีความจำเป็นในการติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้น ทำให้โรงเรียนหลายแห่งในประเทศไทยได้บรรจุวิชาภาษาจีนเป็นวิชาบังคับไว้ในหลักสูตรของสถานศึกษา โดยมีการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนกลางในทุกระดับชั้น ตั้งแต่ระดับชั้นก่อนประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาและอุดมศึกษา รวมถึงสถาบันสอนภาษาเอกชนที่เปิดสอนภาษาจีนให้กับบุคคลทั่วไป (Sun Liyun, 2559: 2) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาจีนในการติดต่อสื่อสารกับชาวจีน การทำธุรกิจกับชาวจีน รวมถึงการศึกษาต่อในประเทศจีน

ปัจจุบันประชาชนชาวไทยมีความสนใจเรียนภาษาจีนมากขึ้น แต่การเรียนภาษาจีนนั้น ผู้เรียนจะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาจีนก่อน โดยอักษรจีนเป็นอักษรภาพซึ่งมีความหมายอยู่ในตัวเอง อย่างเช่น คำว่า “谁” ออกเสียงว่า “ฉุย” แปลว่า “ใคร” ซึ่งมีทั้งรูป เสียง และความหมายในอักษรเดียวกัน แตกต่างจากภาษาอื่น ๆ ที่ใช้อักษรแทนเสียงหรืออักษรแทนพยางค์ มาประกอบกันเป็นคำจึงจะเกิดความหมาย ดังนั้น หากผู้เรียนไม่ตระหนักและให้ความสำคัญของการจำตัวอักษรจีน ก็จะนำไปสู่การเรียนภาษาจีนทั้งการฟัง พูด อ่านและเขียนภาษาจีนที่ไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ฐิติรัตน์ คุ่มทอง, 2547: 2 อ้างถึงใน จิระศักดิ์ มะลิซ้อน, 2561)

การจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาจีน ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ของโรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการอ่านและเขียนภาษาจีนไม่ถึงเกณฑ์ร้อยละ 70 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sun Liyun (2559) ซึ่งพบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดในการจัดการเรียนการสอนภาษาจีน คือ ผู้เรียนส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานด้านทักษะการอ่านและการเขียนภาษาจีนทั้งตัวอักษรจีน คำศัพท์และบทความภาษาจีนไม่เพียงพอ นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยตั้งแต่ระดับประถมศึกษา-มัธยมศึกษาของศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ผู้เรียนมีความคิดเห็นว่าภาษาจีนเรียนยาก โดยเฉพาะการเขียนตัวอักษรจีน (Mr.Li Yang, 2554)

การสอนด้วยเทคนิค CIRC (ทิสนา แชมมณี, 2562) หมายถึง การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือที่ผสมผสานกันระหว่างการอ่านและการเขียน โดยแบ่งกลุ่มผู้เรียนละความสามารถ ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการอ่านและการเขียนร่วมกัน โดยผู้สอนให้ผู้เรียนจับคู่อ่านแบบเรียนแล้วช่วยกันอ่านจับใจความจากเรื่องที่อ่านและร่วมกันเขียนสรุปความรู้ สมาชิกในกลุ่มให้คำแนะนำ สนับสนุน ตรวจสอบและให้ความช่วยเหลือกันในการทำกิจกรรมการอ่านและการเขียน เพื่อให้สมาชิก

ทุกคนในกลุ่มบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เมื่อผู้เรียนสามารถทำกิจกรรมการอ่านและเขียนจนประสบความสำเร็จ ก็จะทำให้มีความสามารถในการอ่านและเขียนที่สูงขึ้น อีกทั้งเกิดความตระหนักในคุณค่าของตนเอง การสอนด้วยเทคนิค CIRC จึงเป็นเทคนิคที่มีความเหมาะสมในการสอนอ่านและเขียนไปพร้อมกัน จากการศึกษาวิจัยของ Zania Fajadri (2019) พบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC มีผลสัมฤทธิ์ด้านการอ่านหลังเรียนสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติ รวมถึงงานวิจัยของ Bella Maidiya Putri (2018) พบว่า นักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC มีความสามารถในการเขียนบรรยายสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติ นอกจากนี้งานวิจัยของมุนาดา หมัดอะด้า (2557) พบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับการใช้ผังกราฟฟิก มีคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบวัดความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาไทยและความสามารถในการเขียนสรุปความภาษาไทยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และงานวิจัยของชมพูนุท บุญอากาศ (2559) พบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเทคนิคการสะท้อนคิด มีความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC เพียงอย่างเดียว

เกมการศึกษาเป็นเกมที่นำมาใช้ในการสอนเพื่อมุ่งให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ โดยผู้สอนต้องอธิบายกฎกติกาให้ชัดเจนก่อน จึงให้ผู้เรียนเล่นเกม แล้วนำเกมที่ผู้เรียนเล่นมาวิเคราะห์ อภิปรายและสรุปความรู้ จนผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และเกิดความสุขสนุกสนาน (ทิตินา แชนมณี, 2560 ก: 82) เกมมัลติมีเดียจากเว็บไซต์ Wordwall มีหลายแม่แบบให้เลือก สำหรับเกม Maze Chase (ไล่ล่าเขาวงกต) เกม Airplane (เครื่องบิน) และเกม Balloon Pop (ทำลูกโป่งให้แตก) เป็นเกมที่ช่วยให้ผู้เรียนจำคำศัพท์ภาษาจีนได้ ส่วนเกม Anagram (คำสลับอักษร) หรือเกมเรียงประโยค เป็นเกมที่ช่วยให้ผู้เรียนจำลำดับประโยคภาษาจีนได้ นอกจากนี้เว็บไซต์ Wordwall สามารถนำมาใช้เป็นบัตรคำออนไลน์ได้ โดยเลือกใช้แม่แบบ Open the box (เปิดกล่อง) Random cards (ไพ่แบบสุ่ม) หรือ Flash cards (แฟลชการ์ด) จากการศึกษาวิจัยของปฐุมิพร บุญเกิด (2554) พบว่า ผู้เรียนที่ได้รับการสอนภาษาจีนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ชุดเกมคำศัพท์ภาษาจีน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาจีนที่สูงขึ้น โดยไม่มีนักเรียนคนไหนได้ผลการเรียนต่ำกว่า 2

กล่าวสรุปได้ว่า การสอนด้วยเทคนิค CIRC เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการอ่านและการเขียนร่วมกัน ทำให้ผู้เรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC มีความสามารถในการอ่านและเขียนสูงกว่าผู้เรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติ อีกทั้งการสอนด้วยเทคนิค CIRC ที่ผสมผสานกับเทคนิคอื่นสามารถทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ที่สูงกว่าการสอนด้วยเทคนิค CIRC เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้เกมภาษาจีนจากเว็บไซต์ Wordwall ทำให้ผู้เรียนสามารถจำอักษรจีนและเข้าใจลำดับประโยคภาษาจีนได้ และทำให้ผู้เรียนเกิดความสุขสนุกสนานในการเรียนภาษาจีน ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกมมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาความสามารถในการอ่านและเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา

ปีที่ 1 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอ่านและเขียนภาษาจีนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และรู้สึกว่ภาษาจีนไม่ยากเกินกว่าที่จะเรียนรู้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม

สมมติฐานการวิจัย

1. นักเรียนมีความสามารถในการอ่านภาษาจีน หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักเรียนมีความสามารถในการเขียนภาษาจีน หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 ที่เปิดสอนรายวิชาภาษาจีน จำนวน 38 โรงเรียน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 รวมจำนวนนักเรียนทั้งหมด 15,767 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 จำนวน 1 ห้องเรียน จำนวนนักเรียน 30 คน โดยได้มาจากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – stage random sampling) ดังนี้

1.2.1 สุ่มด้วยการจับสลากในกลุ่มโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 ที่เปิดสอนรายวิชาภาษาจีน จำนวน 6 สหวิทยาเขต รวมจำนวน 38 โรงเรียน โดยสุ่มได้มา 1 กลุ่ม ได้แก่ สหวิทยาเขตภาคอินพวัฒน์

1.2.2 สุ่มด้วยการจับสลากจากกลุ่มโรงเรียนจากสหวิทยาเขตภาคินพวัฒน์ที่เปิดสอนรายวิชาภาษาจีน จำนวน 7 โรงเรียน โดยสุ่มมาจำนวน 1 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี ซึ่งมีจำนวน 13 ห้องเรียน และมีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 438 คน

1.2.3 สุ่มด้วยการจับสลากโดยสุ่มจากห้องเรียนของโรงเรียนสุรศักดิ์มนตรีได้ 1 ห้องเรียน ได้แก่ ห้อง ม.1/7 ซึ่งมีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 30 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent variable) คือ การสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม

ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ความสามารถในการอ่านภาษาจีน และความสามารถในการเขียนภาษาจีน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือวิจัย

1.1 แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาจีน โดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกมของระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 8 แผน รวมใช้เวลาจำนวน 16 ชั่วโมง ซึ่งองค์ประกอบของแผนการจัดการเรียนรู้ในภาพรวม มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.15)

1.2 แบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีน เป็นแบบทดสอบปรนัยแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 17 ข้อ ประกอบด้วยความหมายของคำศัพท์ วิธีใช้คำศัพท์และการอ่านจับใจความ โดยวัดระดับพฤติกรรมด้านความจำและความเข้าใจ แบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีนทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 มีค่าความยาก-ง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.29 – 0.79 มีค่าอำนาจจำแนก (D) อยู่ระหว่าง 0.20 – 0.63 และมีค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตร KR-20 ของ Kuder Richardson เท่ากับ 0.79

1.3 แบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีน เป็นแบบทดสอบปรนัยแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 14 ข้อ ประกอบด้วยการเขียนอักษรจีน ไวยากรณ์จีนและการแปลประโยค โดยวัดระดับพฤติกรรมด้านความจำและความเข้าใจ แบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีนทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 มีค่าความยาก-ง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.21 – 0.62 มีค่าอำนาจจำแนก (D) อยู่ระหว่าง 0.22 – 0.55 และมีค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตร KR-20 ของ Kuder Richardson เท่ากับ 0.77

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 17 ข้อ และแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 14 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยใช้เวลาทำแบบทดสอบ 1 ชั่วโมง

2.2 ผู้วิจัยดำเนินการสอนกลุ่มตัวอย่างตามแผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาจีน โดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 8 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง รวมทั้งหมด 16 ชั่วโมง ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างขั้นตอนการสอนจากแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง “นี่คือเสื้อเชิ้ตของใคร 1” ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นอุ่นเครื่อง ครูทบทวนคำศัพท์ภาษาจีน โดยการเปิดแฟลชการ์ดในเว็บไซต์ Wordwall ด้านที่เป็นอักษรจีน และให้นักเรียนทุกคนช่วยกันอ่านออกเสียงคำศัพท์และบอกความหมาย แล้วครูจึงเปิดคำศัพท์อีกด้านที่เป็นพินอินให้นักเรียนอ่านคำศัพท์อีกครั้งพร้อมบอกความหมาย ครูพูดคำศัพท์ภาษาจีน และให้นักเรียนแปลเป็นภาษาไทย ครูพูดภาษาไทยแล้วให้นักเรียนบอกคำศัพท์ภาษาจีน

ขั้นที่ 2 ขั้นจับคู่อ่านแบบเรียน ครูให้นักเรียนจับกลุ่ม 2 - 4 คน ละครความสามารถ ช่วยกันอ่านคำศัพท์ภาษาจีนในหัวข้อ “นี่คือเสื้อเชิ้ตของใคร” โดยที่รอบแรกให้นักเรียนทุกคนอ่านออกเสียงคำศัพท์ตามครู หลังจากครูสอนอ่านออกเสียงครบทุกคำ ครูจึงให้นักเรียนแต่ละกลุ่มช่วยกันอ่านออกเสียงคำศัพท์อีกครั้ง พร้อมทั้งบอกความหมายภาษาไทย ครูอาจถือหมวก แล้วถามว่า “这是什么？” (เจ้อชื่อเฉินเมอะ - นี่คืออะไร) แล้วให้นักเรียนตอบว่า “

这是帽子。” (เจ้อชื่อเม่าจี - นี่คือหมวก)

ขั้นที่ 3 ขั้นเล่นเกมเพื่อทบทวน ครูให้นักเรียนทุกคนเล่นเกมจากเว็บไซต์ Wordwall โดยที่ครูอธิบายกฎกติกาการเล่น Balloon Pop ให้นักเรียนเข้าใจ หลังจากนั้นครูจึงส่งลิงค์เข้าไลน์กลุ่มนักเรียนและให้นักเรียนแต่ละคนหยิบสมาร์ทโฟนของตนเองขึ้นมา คลิกลิงค์และพิมพ์ชื่อเข้าเล่นเกม Balloon Pop เพื่อทบทวนคำศัพท์ วิธีการเล่น คือ ให้นักเรียนแตะรูปภาพประกอบความหมายภาษาไทยที่แขวนอยู่บนบอลลูกให้ตกลงมาบนกระเบรลไฟที่ถูกต้อง ยกตัวอย่างเช่น ให้นักเรียนจิ้มรูปภาพเสื้อเชิ้ตให้ตกลงมาในกระเบรลที่มีคำว่า “衬衫” (เฉินชาน)

ขั้นที่ 4 ขั้นอภิปรายหลังเล่น ครูให้นักเรียนแต่ละกลุ่มช่วยกันบอกส่วนประกอบของตัวอักษรจีนแต่ละตัว และบอกความคล้ายของอักษรจีนแต่ละตัว อย่างเช่น “衬衫” (เฉินชาน - เสื้อเชิ้ต), “裙子” (ฉวินจี - กระโปรง) และ “袜子” (ว่าจี - ถุงเท้า) อักษร 衬、衫、

裙 และ **袜** ทั้ง 4 ตัวนี้ มี **襪** (ยี่จ้อผาง) เป็นส่วนประกอบที่เกี่ยวกับเสื้อผ้าเหมือนกันวางไว้ข้างหน้า อีกทั้งให้นักเรียนแต่ละกลุ่มบอกเทคนิคการจำอักษรจีนแต่ละตัว

ขั้นที่ 5 ขั้นเขียนสรุปความรู้ ครูให้นักเรียนแต่ละคนทำแบบฝึกหัดคัดอักษรจีนแล้วทำกิจกรรมกลุ่มเขียนคำศัพท์และอธิบายวิธีการจำอักษรจีน โดยให้นักเรียนที่มีความสามารถแตกต่างกันให้ความช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่มตามความถนัด

2.3 เมื่อสิ้นสุดการสอน ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทดสอบหลังเรียน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 17 ข้อ และแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 14 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยใช้เวลาทำแบบทดสอบ 1 ชั่วโมง

2.4 ผู้วิจัยนำผลการทดสอบจากแบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีนและแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีนทั้งก่อนและหลังเรียนมาตรวจให้คะแนน และบันทึกคะแนน เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ โดยใช้ค่าความสอดคล้อง ค่าความยาก-ง่าย ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตร KR-20 ของ Kuder Richardson

การทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของแบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีนและแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีน หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 โดยใช้การทดสอบค่าที่แบบกลุ่มตัวอย่างเดียว (One-Sample T-test)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับหัวข้อ ดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม ด้วยการทดสอบค่าที่แบบ One-Sample T-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังตารางนี้

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการอ่านภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70

คะแนนวัดความสามารถใน การอ่านภาษาจีน	ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม = 11.9 คะแนน					
	\bar{X}	N	S.D.	df	T	Sig.
	13.30	30	2.49	29	3.075*	.005

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่าคะแนนเฉลี่ยจากแบบทดสอบวัดความสามารถในการอ่านภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม มีคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 13.30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 78.24 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม แสดงว่า คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการอ่านภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม ด้วยการทดสอบค่าที่แบบ One-Sample T-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังตารางนี้

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70

คะแนนวัดความสามารถใน การเขียนภาษาจีน	ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม = 9.8 คะแนน					
	\bar{X}	N	S.D.	Df	T	Sig.
	10.53	30	1.55	29	2.595*	.015

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนเฉลี่ยจากแบบทดสอบวัดความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม มีคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 10.53 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 75.21 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม แสดงว่า คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. จากผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการอ่านภาษาจีน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม โดยคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการอ่านภาษาจีน หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เท่ากับ 13.30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 78.24 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 ที่กำหนดว่านักเรียนมีความสามารถในการอ่านภาษาจีน หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากเมื่อนักเรียนได้รับการสอนภาษาจีนโดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกม ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 อุ่นเครื่อง เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนทบทวนบทเรียนก่อนขึ้นเรื่องใหม่ โดยให้นักเรียนแต่ละคนอ่านคำศัพท์ที่เป็นอักษรจีนพร้อมบอกความหมาย ขั้นที่ 2 จับคู่อ่านแบบเรียน แบ่งกลุ่มนักเรียนลดความสามารถกลุ่มละ 2 – 3 คน ช่วยกันอ่านออกเสียงคำศัพท์ และอ่านบทสนทนา พร้อมหาความหมาย ขั้นที่ 3 เล่นเกมเพื่อทบทวน เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนให้นักเรียนทุกคนเล่นเกมในเว็บไซต์ Wordwall เพื่อวัดความจำคำศัพท์ และความสามารถในการเรียงประโยค ขั้นที่ 4 อภิปรายหลังเล่น ผู้สอนให้นักเรียนแต่ละกลุ่มช่วยกันอภิปรายส่วนประกอบของอักษรจีนแต่ละตัว และขั้นที่ 5 เขียนสรุปความรู้ เป็นขั้นที่ผู้สอนให้นักเรียนแต่ละกลุ่มช่วยกันทำแบบฝึกหัดฝึกเขียนอักษรจีน ฝึกแต่งประโยค และอ่านจับใจความจากบทสนทนาหรือบทความ ในส่วนของการอ่านภาษาจีนนั้น ระหว่างที่นักเรียนฝึกอ่าน ครูได้เข้าไปสังเกตพฤติกรรมการเรียนและความสามารถในการอ่านเป็นรายบุคคล หากนักเรียนคนใดอ่านออกเสียงไม่ถูกต้อง อ่านไม่เข้าใจความหมาย หรือไม่สามรถอ่านจับใจความได้ ครูผู้สอนก็ให้ความช่วยเหลือนักเรียนเป็นรายบุคคล อีกทั้งครูผู้สอนกำหนดแนวทางให้นักเรียนที่เรียนเก่งช่วยสอนนักเรียนที่เรียนอ่อน เพื่อให้นักเรียนที่เรียนอ่อนมีความสามารถในการอ่านภาษาจีนที่สูงขึ้น นอกจากนี้ครูผู้สอนยังได้ให้นักเรียนทุกคนเล่นเกมคำศัพท์จากเว็บไซต์ Wordwall เพื่อให้นักเรียนจำคำศัพท์ได้ส่งผลให้นักเรียนมีความสามารถในการอ่านภาษาจีนที่สูงขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้ผู้เรียนในแต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น สอดคล้องกับเอเรนส์ (Arends, 1994) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบร่วมมือเปิดโอกาสให้นักเรียนที่มีภูมิหลังต่างกันได้มาทำงานร่วมกัน พึ่งพาซึ่งกันและกัน มีการรับฟังความคิดเห็นทำให้เกิดการยอมรับกันมากขึ้น จนเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของมุนดาหมัดอะด้า (2557) ที่ศึกษาผลการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับการใช้ผังกราฟฟิกที่มีต่อความสามารถในการอ่านจับใจความ และเขียนสรุปความ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งพบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับการใช้ผังกราฟฟิก มีคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบวัดความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาไทยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของขวัญเกล้า ศรีโสภา

(2560) ที่ศึกษาการสอนด้วยเทคนิค CIRC เพื่อเสริมสร้างทักษะการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษาครู ซึ่งพบว่านักศึกษาที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC มีผลสัมฤทธิ์ด้านทักษะการอ่านภาษาอังกฤษหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ M. Mujiburrohan (2017) ที่ศึกษาผลการสอนด้วยเทคนิค CIRC ที่มีต่อการอ่านทำความเข้าใจภาษาอังกฤษของนักเรียน เกรด 8 ซึ่งพบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC มีคะแนนเฉลี่ยจากแบบทดสอบการอ่านหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. จากผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเขียนภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม โดยคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเขียนภาษาจีน หลังได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม เท่ากับ 10.53 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 75.21 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 ที่กำหนดว่านักเรียนมีความสามารถในการเขียนภาษาจีน หลังได้รับการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกม สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากเมื่อได้รับการเรียนรู้ภาษาจีนโดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกม ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนนั้น ในขั้นเขียนสรุปความรู้ ครูผู้สอนให้นักเรียนแต่ละกลุ่มจับกลุ่มทำแบบฝึกหัดฝึกเขียนอักษรจีน แต่งประโยค และเรียงประโยค โดยให้นักเรียนที่เรียนเก่งสอนเพื่อนนักเรียนที่เรียนอ่อนกว่า อีกทั้งยังให้นักเรียนทุกคนเล่นเกมเรียงประโยคจากเว็บไซต์ Wordwall เพื่อให้นักเรียนจำลำดับประโยคได้ นอกจากนี้ครูผู้สอนได้คอยตรวจทานความถูกต้องและตรวจสอบความเข้าใจของนักเรียนในเรื่องโครงสร้างประโยคภาษาจีน จนนักเรียนที่เรียนอ่อนสามารถเขียนภาษาจีนได้ดีขึ้นเช่นเดียวกับนักเรียนที่เรียนเก่ง ส่งผลให้นักเรียนมีความสามารถในการเขียนภาษาจีนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อีกทั้งทำให้นักเรียนแต่ละคนมีความรู้สึกรักภูมิใจในตนเองที่มีส่วนช่วยทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับเอเรนส์ (Arends, 1994) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเปิดโอกาสให้นักเรียนในแต่ละกลุ่มแสดงความคิดเห็นร่วมกัน และยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างของเพื่อนสมาชิก ส่งผลให้สมาชิกในกลุ่มมีความรู้สึกรักภูมิใจในตนเอง และคิดว่าตนเองมีคุณค่าที่สามารถช่วยให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของขวัญชนก อยู่ศรี (2564) ที่ศึกษาผลการสอนเขียนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับกระบวนการที่มีต่อความสามารถในการเขียนสื่อความและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งผลการวิจัย พบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนเขียนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับกระบวนการ มีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเขียนสื่อความหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของมุนาดา หมัดอะด้า (2557) ที่ศึกษาผลการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับการใช้ผังกราฟฟิกที่มีต่อความสามารถในการ

อ่านจับใจความและเขียนสรุปความ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งพบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับการใช้ผังกราฟฟิก มีคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบวัดความสามารถในการเขียนสรุปความภาษาไทยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของขวัญเกล้า ศรีโสภะ (2560) ที่ศึกษาการสอนด้วยเทคนิค CIRC เพื่อเสริมสร้างทักษะการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษาครู ซึ่งพบว่านักศึกษาที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC มีผลสัมฤทธิ์ด้านทักษะการเขียนภาษาอังกฤษ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Bella Maidiya Putri (2018) ที่ศึกษาผลการสอนด้วยเทคนิค CIRC ที่มีต่อความสามารถในการเขียนบรรยายภาษาอังกฤษของนักเรียนเกรด 11 ซึ่งพบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนด้วยเทคนิค CIRC มีคะแนนเฉลี่ยทดสอบการเขียนบรรยายหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ครูผู้สอนควรศึกษาและทำความเข้าใจขั้นตอนการสอนโดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกมในแต่ละขั้นตอนเป็นอย่างดี เพื่อให้การจัดการเรียนรู้ดำเนินการตามขั้นตอนได้อย่างราบรื่นและเกิดประสิทธิผลมากที่สุด
2. ในการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกมนั้น ผู้สอนควรชี้แจงขั้นตอนทั้ง 5 ขั้น ให้ชัดเจน เพื่อให้ให้นักเรียนทุกคนปฏิบัติตามกิจกรรมการเรียนรู้ในแต่ละขั้นตอน โดยพร้อมเพรียงกัน และบรรลุตามจุดประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนด ครูผู้สอนควรทบทวนคำศัพท์ภาษาจีนทุกครั้ง โดยใช้วิธีการที่หลากหลาย นอกจากนี้ ควรตั้งคำถามในบทสนทนาหรือบทความที่ให้อ่านว่ามีใจความสำคัญอย่างไร รวมทั้ง ควรเปิดโอกาสให้นักเรียนทุกคนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระและยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ในส่วนของการเล่นเกมจากเว็บไซต์ Wordwall ผู้สอนควรสำรวจความพร้อมของนักเรียนก่อนเล่นเกมและสังเกตพฤติกรรมการเล่นของนักเรียนว่ารู้สึกสนุกสนานหรือไม่
3. ครูผู้สอนควรศึกษาวิธีการสร้างเกมมัลติมีเดียจากเว็บไซต์ Wordwall และดูความเหมาะสมของรูปแบบเกมกับเนื้อหา เมื่อผู้สอนสร้างเกมเสร็จแล้วก็ควรตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา โดยทดลองเล่นเองก่อนแชร์ ผู้สอนต้องตั้งค่าให้เรียบร้อยก่อนจึงสามารถแชร์ลงในไลน์กลุ่มนักเรียนได้
4. ผู้สอนควรจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้นักเรียนเห็นความสำคัญต่อการฝึกทักษะร่วมกันในการทำงานกลุ่ม รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายและตระหนักถึงความสำเร็จของกลุ่ม

5. การจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค CIRC ร่วมกับเกม ใช้เวลาในการจัดการเรียนรู้ค่อนข้างมากในแต่ละขั้นตอนและอาจมีเวลาจำกัด ผู้สอนสามารถยืดหยุ่นเวลาตามความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลการสอนภาษาจีน ด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกมที่มีต่อความสามารถในการอ่านและการเขียนภาษาจีนในระดับชั้นอื่น
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลการสอนภาษาจีน ด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกมที่มีต่อความสามารถในการอ่านและการเขียนภาษาจีน โดยใช้เกมมัลติมีเดียจากแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์อื่นนอกเหนือจาก Wordwall หรือมีการพัฒนาเกมมัลติมีเดียภาษาจีนที่สร้างขึ้นเอง
3. ควรใช้การวิจัยรูปแบบอื่นในการศึกษาวิจัยการสอนภาษาจีน เพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านและการเขียนภาษาจีน เพื่อต่อยอดให้มีผลงานวิจัยที่สมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญเกล้า ศรีโสภะ. (2560). *การจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค CIRC เพื่อเสริมสร้างทักษะการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษาครู*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ขวัญชนก อยู่ศรี. (2564). *ผลการจัดการเรียนรู้แบบการสอนเขียนที่เน้นกระบวนการร่วมกับเทคนิค CIRC ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย และความสามารถในการเขียนสื่อความของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- จิระศักดิ์ มะลิซ้อน. (2561). *การพัฒนาภาษาจีนเพื่อการสื่อสารโดยใช้กิจกรรมแบบกลุ่มร่วมมือเทคนิค STAD สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ชมพูนุท บุญอากาศ. (2559). *ผลของการจัดการเรียนรู้แบบ CIRC ร่วมกับเทคนิคการสะท้อนคิดที่มีต่อความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษและเจตคติต่อการจัดการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ทิตนา แหมมณี. (2560ก). *14 วิธีสอนสำหรับครูมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- (2562). *ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 23. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฎิมาพร บุญเกิด. (2554). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ชุดเกมคำศัพท์ภาษาจีน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2*. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประภาพร แสงงาม. (2561). *ผลการสอนภาษาจีนโดยใช้วิธีที่ค้นประกอบ ที่มีต่อความสามารถในการฟังและการพูดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- มุนาดา หมัดอะด้า. (2557). *ผลการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค CIRC ร่วมกับการใช้ผังกราฟฟิก ที่มีต่อความสามารถในการอ่านจับใจความ และเขียนสรุปความ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วีรพล แสงปัญญา. (2562). *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Li Yang. (2554). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการเขียนตัวอักษรจีนสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Sun Liyun. (2559). *การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนภาษาจีนขั้นพื้นฐาน โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Bella Maidiya Putri. (2018). *The Influence of Using Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) Technique towards Students' Writing Ability on Narrative Text at the Second Semester of the Eleventh Grade of Sman 1 Katibung South Lampung in the Academic Year of 2017/2018*. English Education Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, State Islamic University.
- M. Mujiburrohman. (2017). *The Influence of Using Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) Technique on the Student's Reading Comprehension at the Eighth Graders of Junior High School 2 Metro in the*

Academic year of 2016/2017. English Education Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, State Institute of Islamic Studies Metro.

Zania Fajadri. (2019). *The Effect of Using Cooperative Integrated Reading and Composition (CIRC) Technique toward Students' Reading Achievement at Junior High School 9 Jambi City in Academic Year 2018/2019. English Education Program, Faculty of Education and Teacher Training, The State Islamic University.*

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ผลของการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหา และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

Effect of SSCS Learning Management with Educational Game on Problem Solving Ability
and Mathematics Learning Achievement of Grade 1 Students

สุรีพร สว่างอารมณ์¹ สุวรรณ จุ้ยทอง¹ และ กันต์ฤทัย คลังพหล¹

Sureporn Sawang-a-rom¹ Suwana Juithong¹ and Kanreutai Klangphahol¹

¹หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี อีเมล sureporn@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบแผนการทดลองเบื้องต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ก่อนเรียนและหลัง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนประชาผดุงวิทย์ (พ็อน พุง อุทิศ) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยาเขต 1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 19 คน ที่ได้จากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวกและโจทย์ปัญหาการลบ ที่ใช้การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา จำนวน 10 แผน แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาสูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาสูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS เกมการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้ปัญหา

ABSTRACT

The purposes of this pre-experimental design research were to 1) compare the mathematics problem-solving ability of grade 1 students before and after learning through the SSCS learning management with educational games. 2) compare the mathematics learning achievement of grade 1 students before and after learning through the SSCS learning management with educational games. The sample used in this research consisted of 19 grade 1 students studying in the second semester of the academic year 2022 at Prachaphadungwit School under Ayutthaya primary educational service area office 1. They were selected using multi-stage random sampling. The research instruments were 10 lesson plans for SSCS learning management with the educational game on the topics of addition and subtraction word problems, a mathematics problem-solving ability test, and a mathematics learning achievement test. The statistics used for the data analysis were percentage, mean, standard deviation, and t-test for dependent.

The research findings were as follows; 1) the mathematics problem-solving ability of the grade 1 student after learning through the SSCS learning management with the educational game was higher than before at the .05 level of statistical significance; 2) mathematics learning achievement of the grade 1 student after learning through the SSCS learning management with the educational game was higher than before at the .05 level of statistical significance.

Keywords: SSCS, Educational Game, Learning Achievement, Problem Solving Ability

บทนำ

คณิตศาสตร์ในโลกปัจจุบันนี้มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการเรียนรู้ในโลกศตวรรษที่ 21 เนื่องจากคณิตศาสตร์เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยส่งเสริมให้มนุษย์ทุกคนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดอย่างมีเหตุผล มีความคิดที่เป็นระบบและมีแบบแผน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้มนุษย์มีความสามารถคิดวิเคราะห์แก้ปัญหา หรือ สถานการณ์ปัญหาได้อย่างละเอียด รอบคอบ และถี่ถ้วน นอกจากนี้คณิตศาสตร์ยังเป็นเครื่องมือในการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงศาสตร์อื่น ๆ อันเป็นรากฐานในการพัฒนาบุคลากรของประเทศชาติให้มีคุณภาพ และพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเจริญรุ่งเรือง มีความทัดเทียมกับนานาชาติได้ ดังนั้นการศึกษาคณิตศาสตร์จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันยุคสมัย และสอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ และความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ นอกจากนี้ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ได้คำนึงถึงการสนับสนุน และส่งเสริมให้ผู้เรียนทุกคนมีทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อันเป็นสิ่งสำคัญ นั่นคือ การเตรียมความพร้อมของผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2560 ถึง 2579 ที่มีวิสัยทัศน์ว่า “คนไทยทุกคนได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21” โดยมุ่งพัฒนาให้ผู้เรียนทุกคนมีคุณลักษณะ และทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (3Rs8Cs) (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

จะเห็นได้ว่าการแก้ปัญหาเป็นหนึ่งในทักษะและกระบวนการทางคณิตศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อผู้เรียนเป็นอย่างมาก และยังเป็นความสามารถของผู้เรียนที่จะนำความรู้ไปปรับประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ นอกจากนี้ยังเป็นทักษะและกระบวนการทางคณิตศาสตร์ที่จำเป็น และต้องการพัฒนาให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน โดยผู้เรียนต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหา การสื่อสาร และสามารถเชื่อมโยง การสื่อความหมายทางคณิตศาสตร์ การให้เหตุผล และมีความคิดสร้างสรรค์การแก้ปัญหา โดยจัดสถานการณ์ปัญหา หรือ เกมที่ดึงดูดความสนใจ และท้าทายความสามารถของผู้เรียน (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560)

ผลการพัฒนาการศึกษาของประเทศไทยในช่วงปีพุทธศักราช 2552 - 2559 บ่งชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยนั้นยังมีจุดที่ควรจะต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้มีความก้าวหน้าและมีคุณภาพอย่างเร่งด่วนในหลายด้าน เช่น คุณภาพของการศึกษาที่มีผลการพัฒนาและความก้าวหน้ายังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อันเนื่องมาจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมาก และต่ำกว่าหลาย ๆ ประเทศในแถบเอเชีย (สำนักงานเลขาธิการ

สภาการศึกษา, 2560) ผลการประเมินการเรียนรู้คณิตศาสตร์ของผู้เรียนจากการทดสอบระดับชาติ (National Testing: NT) บ่งชี้ให้เห็นถึงคะแนนเฉลี่ยของความสามารถพื้นฐานในด้านคำนวณ (Numeracy) และด้านเหตุผล (Reasoning Ability) ซึ่งเป็นความสามารถขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ของผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ทั่วประเทศ ว่ามีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคะแนนเฉลี่ยความสามารถพื้นฐานในด้านคำนวณ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าทุก ๆ ด้าน เช่นเดียวกับกับผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐานของผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 (Ordinary National Educational Test: O-NET) ที่บ่งชี้ว่าผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6, ผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีคะแนนเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ต่ำกว่าร้อยละ 50 ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นต่ำ (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560) เมื่อพิจารณาผลการประเมินการเรียนรู้คณิตศาสตร์ของผู้เรียนจากการทดสอบระดับชาติ (National Testing: NT) ของผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 และผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (Ordinary National Educational Test: O-NET) ผู้เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 ในปีการศึกษา 2561 ถึง 2564 พบว่า ผลการประเมินการเรียนรู้คณิตศาสตร์ของผู้เรียนจากการทดสอบระดับชาติ (National Testing: NT) มีคะแนนเฉลี่ยระดับเขตพื้นที่คิดเป็น 47.54, 44.09, 37.84 และ 57.76 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า คะแนนเฉลี่ยส่วนใหญ่จะอยู่ในเกณฑ์ส่วนที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ, 2564) และ ผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (Ordinary National Educational Test: O-NET) กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยระดับเขตพื้นที่คิดเป็น 36.38, 32.20, 30.93 และ 38.17 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า คะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 (สถาบันการทดสอบการศึกษาแห่งชาติ, 2564) จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมาก เป็นข้อบ่งชี้ว่าควรมีการเร่งปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาคณิตศาสตร์ เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้เรียนในชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งเป็นชั้นปีแรกของระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น ที่หากขาดความรู้ความเข้าใจในการแก้ปัญหา ก็อาจจะส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในการแก้ปัญหารวมถึงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับชั้นอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนใจแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ของ พิชชินิ เชพพาร์ดสัน และเอเบลล์ (Pizzini; Shepardson; & Abell. 1989) ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา โดยมีการนำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้กับการกระบวนการแก้ปัญหา ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 Search: S ขั้นที่ 2 Solve: S ขั้นที่ 3 Create: C และขั้นที่ 4 Share: S นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสนใจ

นำเกมการศึกษามาใช้ร่วมกับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS เนื่องจาก “เกม เป็นเครื่องมือในการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ โดยครูเป็นผู้ออกแบบกิจกรรม กระบวนการ เพื่อใช้ในการช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์” (โสภิตา มูลเทพ, 2563) โดยการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา ที่ผู้วิจัยจะศึกษาประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 นำเข้าสู่บทเรียนและกระตุ้นความสนใจ, ขั้นที่ 2 Search: S + G การค้นหาปัญหาด้วยเกม, ขั้นที่ 3 Solve: S การวางแผนการแก้ไขปัญหา, ขั้นที่ 4 Create: C การสร้างคำตอบเป็นลำดับขั้นตอน, ขั้นที่ 5 Share: S การนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และขั้นที่ 6 ขั้นสรุปและประเมินผล เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวกและโจทย์ปัญหาการลบ และเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพและมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

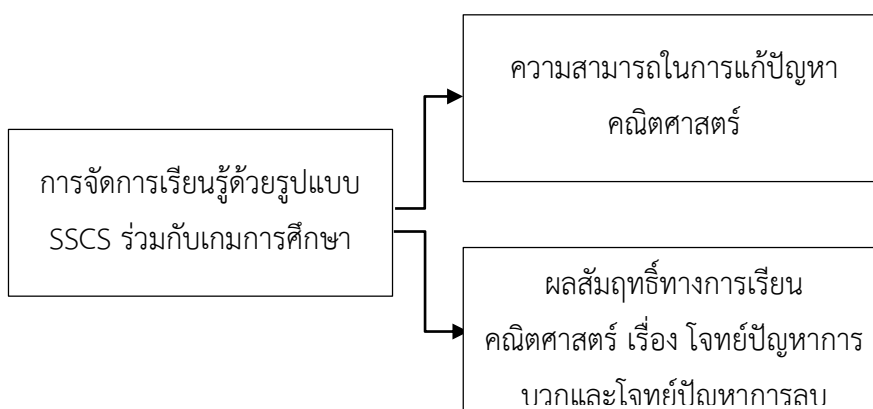
1. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ก่อนเรียนและหลัง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาสูงกว่าก่อนเรียน
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาสูงกว่าก่อนเรียน

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ของ พิซซินี เชพพาร์ดสัน และเอเบลล์ (Pizzini; Shepardson; & Abell. 1989) ร่วมกับเกมการศึกษา เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 ปีการศึกษา 2565 รวม 177 โรงเรียน จำนวน 35,789 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ที่กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power กำหนดค่าเป็น t-test, Means: Difference between two dependent means (matched pairs), two tail ค่าอิทธิพลขนาดใหญ่ (Effect size) = 1.612 (ศิขรินทร์ แซ่ลือ, แสงเดือน เจริญนิม และสุมาลี รวมธรรม. 2565) ค่าความคลาดเคลื่อน (Alpha) = 0.05 และค่า Power = 0.8 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Total sample size) = 6 ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage random sampling) ดังนี้

1.2.1 สุ่มอำเภอ จาก 9 อำเภอ ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 มา 1 อำเภอ ได้อำเภอท่าเรือ

1.2.2 สุ่มกลุ่มโรงเรียนในอำเภอ มา 1 กลุ่มโรงเรียน ได้กลุ่มโรงเรียนเสมาท่าเรือ

1.2.3 สุ่มโรงเรียนในกลุ่มโรงเรียน มา 1 โรงเรียน ได้โรงเรียนประชาคงวิทย (พ็อน ฟัง อุกิศ)

1.2.4 สุ่มห้องเรียนในโรงเรียนมา 1 ห้องเรียน ได้ห้องเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 1 ห้องเรียน มีนักเรียนจำนวน 19 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรอิสระ

การจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา

2.2 ตัวแปรตาม

- 1) ความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์
- 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์

วิธีการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.1 แผนการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวกและโจทย์ปัญหาการลบ ที่ใช้การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 10 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง รวม 20 ชั่วโมง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{x} = 4.78 - 4.94$, S.D. = 0.15 - 0.30)

1.2 แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวกและโจทย์ปัญหาการลบ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งเป็นข้อสอบอัตนัย จำนวน 2 ข้อ มีรายการประเมินความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ 4 รายการ ดังนี้ 1) ความเข้าใจปัญหา 2) วางแผนแก้ปัญหา 3) ดำเนินการแก้ปัญหา และ 4) สรุปคำตอบ มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 มีค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.76 - 0.78 มีค่าอำนาจจำแนก (D) อยู่ระหว่าง 0.28 - 0.31 และมีค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Reliability Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.98

1.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 1 ฉบับ เป็นข้อสอบปรนัย ชนิด 3 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ที่วัดความรู้ความเข้าใจของนักเรียนในเรื่อง โจทย์ปัญหาการบวกและโจทย์ปัญหาการลบ โดยวัดจากจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมตามแนวคิดของวิลสัน (Wilson, 1971) ดังนี้ 1) ความรู้ความจำด้านการคิดคำนวณ 2) ความเข้าใจ 3) การนำไปใช้ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00 มีค่าความยากง่าย (p)

อยู่ระหว่าง 0.38 – 0.75 มีค่าอำนาจจำแนก (D) อยู่ระหว่าง 0.25 – 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (KR-20) โดยใช้สูตรคูเดอร์ ริชาร์ดสัน เท่ากับ 0.93

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทดสอบก่อนเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อสอบแบบอัตนัย จำนวน 2 ข้อ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ

2.2 ผู้วิจัยดำเนินการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวกและโจทย์ปัญหาการลบ จำนวน 10 แผน แผนละ 2 ชั่วโมง รวม 20 ชั่วโมง

2.3 เมื่อสิ้นสุดการทดลองผู้วิจัยดำเนินการทดสอบหลังเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อสอบแบบอัตนัย จำนวน 2 ข้อ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ

2.4 ผู้วิจัยนำผลการทดสอบจากแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งก่อนและหลังเรียนมาตรวจให้คะแนนและบันทึกคะแนน เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวกและโจทย์ปัญหาการลบ โดยใช้การทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างเดียว (Dependent Sample T-test)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา โดยใช้การทดสอบค่าทีที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test for dependent) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา

คะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์	\bar{X}	n	S.D.	df	t	Sig.
ก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้	4.68	19	4.03	18	14.10*	.00
หลังได้รับการจัดการเรียนรู้	13.53	19	2.55			

* มีค่านัยทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษามีค่าเฉลี่ย 4.68 และ 13.53 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 4.03 และ 2.55 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ก่อนเรียนและหลัง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา โดยใช้การทดสอบค่าทีที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test for dependent) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ก่อนเรียนและหลัง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา

คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์	\bar{X}	n	S.D.	df	t	Sig.
ก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้	8.53	19	3.26	18	14.12*	.00
หลังได้รับการจัดการเรียนรู้	15.53	19	2.27			

* มีค่านัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษามีค่าเฉลี่ย 8.53 และ 15.53 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.26 และ 2.27 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. จากการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา มีค่าเฉลี่ยความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ก่อนเรียน 4.68 และหลังเรียน 13.53 พบว่า ความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่ว่าความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาสูงกว่าก่อนเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้เรียนได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา โดยเฉพาะในขั้นที่ 2 Search: S + G การค้นหาปัญหาด้วยเกม เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนจะต้องค้นหาปัญหาโดยใช้เกมการศึกษาที่ผู้สอนจัดทำขึ้น ซึ่งผู้เรียนจะต้องเล่นเกมเพื่อทำการค้นหาปัญหา แยกแยะประเด็นของปัญหา ว่าโจทย์กำหนดอะไร โจทย์ถามอะไร และต้องใช้วิธีการใดในการแก้ปัญหา โดยมีการใช้กระบวนการกลุ่มในการเล่นเกมน และร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา ,ขั้นที่ 3 Solve: S การวางแผนการแก้ไขปัญหา จะเป็นขั้นที่ผู้เรียนร่วมกันวางแผนในการแก้ปัญหา จากปัญหาที่อยู่ในเกม และปัญหาจากแบบบันทึกกิจกรรม เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาที่

ถูกต้อง, ขั้นที่ 4 Create: C การสร้างคำตอบเป็นลำดับขั้นตอน เป็นขั้นที่ผู้เรียนจะต้องนำวิธีการในการแก้ปัญหาที่ได้วางแผนไว้มาดำเนินการในการแก้ปัญหาโดยการจัดทำเป็นลำดับขั้นตอน และในขั้นที่ 5 Share: S การนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผู้เรียนแต่ละกลุ่มจะต้องแลกเปลี่ยนแนวทางในการแก้ปัญหากันว่ามีแนวทางในการแก้ปัญหาเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร จะเห็นได้ว่าการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา นั้นช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ที่ดียิ่งขึ้น โดยการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ช่วยส่งเสริมผู้เรียนในการแก้ปัญหา โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือแก้ปัญหาอย่างเป็นกระบวนการและเป็นลำดับขั้นตอน สอดคล้องกับเซียเพตตาและรัสเซลล์ (Chiappetta & Russell, 1982) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้แบบแก้ปัญหาด้วยกระบวนการที่เป็นลำดับขั้นตอน จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีทักษะการแก้โจทย์ปัญหาสูงขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของเพ็ญธดา ทุ้ไพเราะ (2559) ได้ทำการศึกษา ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบ SSCS ร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด(Think-Pair-Share) ที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และ ความสามารถในการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ พบว่า ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ หลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบ SSCS ร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด (Think-Pair-Share) สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของรจนา ต่อน้อง (2561) ได้ทำการศึกษา ผลของการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับกระบวนการแก้ปัญหาของโพลยาที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหา พบว่า ความสามารถในการแก้ปัญหา คณิตศาสตร์ของนักเรียนหลังจากที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับกระบวนการแก้ปัญหาของโพลยาสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ผู้สอนยังได้นำเกมการศึกษามาใช้ประกอบกับเกมการศึกษา ซึ่งเกมช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน กระตุ้นความสนใจของผู้เรียน และยังช่วยให้ผู้เรียนเกิดการคิดวิเคราะห์การแก้ปัญหาได้อีกด้วย สอดคล้องกับ Boocock (1981 อ้างถึงใน ประไพ สุวรรณสารคุณ, 2553) ที่กล่าวว่า เกม เป็นกิจกรรมการเล่นที่มีวิธีเล่นที่แน่นอน และ กฎ กติกา สามารถเล่นเป็นกลุ่มหรือคนเดียวได้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เล่นเกิดความสุขสนุกสนาน ฝึกทักษะให้ผู้เล่นรู้จักการเป็นผู้แพ้ ผู้ชนะ และรู้จักการแก้ไข้ปัญหา สอดคล้องกับผลการวิจัยของปิยนันท์ พูลโสภา (2564) ได้ทำการศึกษา การจัดประสบการณ์เกมการศึกษาแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมทักษะการแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก พบว่า หลังการจัดประสบการณ์เกมการศึกษาแบบมีส่วนร่วมของเด็กปฐมวัย มีทักษะการแก้ปัญหาเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.54 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุ่งทิพย์ ศรีสิงห์, พรชัย ทองเจือ และผ่องลักษณ์ จิตต์การุญ (2560) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยโดยใช้เกมการศึกษา พบว่า หลังการจัดประสบการณ์การเรียนรู้

โดยใช้เกมการศึกษา เด็กปฐมวัยมีความสามารถในการคิดแก้ปัญหาสูงกว่าก่อนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. จากการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษามีค่าเฉลี่ย 8.53 และ 15.53 ตามลำดับ พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่ว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาสูงกว่าก่อนเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้เรียนได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 นำเข้าสู่บทเรียนและกระตุ้นความสนใจ ขั้นที่ 2 Search: S + G การค้นหาปัญหาด้วยเกม ขั้นที่ 3 Solve: S การวางแผนการแก้ไขปัญหา ขั้นที่ 4 Create: C การสร้างคำตอบเป็นลำดับขั้นตอน ขั้นที่ 5 Share: S การนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ขั้นที่ 6 ขั้นสรุปและประเมินผล ซึ่งแต่ละขั้นตอนนั้นมีกระบวนการที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รู้จักการแก้ปัญหาทำความเข้าใจปัญหา วางแผนการแก้ไขปัญหา จนกระทั่งได้คำตอบ ทำให้ผู้เรียนสามารถแก้ไขปัญหาได้ และส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนหลังการจัดการเรียนรู้สูงขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของนุชจริย์ ผิวแดง และวาสนา กิรติจำเริญ (2565) ที่ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหน่วยการเรียนรู้คณิตในชีวิตจริง และความสามารถในการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา ปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุธาสิณี นามนวล และกาญจนา จันทร์ประเสริฐ (2565) ได้ทำการศึกษา การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องค่ากลางของข้อมูล ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS มีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของปรีชาภัทร์ รัตนศิริจันทร์ (2563) ได้ทำการศึกษา การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้เกมการศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะพื้นฐานคณิตศาสตร์ของนักเรียนปฐมวัย พบว่าผลการเปรียบเทียบคะแนนรวมของแบบทดสอบทักษะพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนปฐมวัยที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกม “บันไดงู” มีคะแนนสูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้สอนควรศึกษาขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา ให้เข้าใจก่อนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และดำเนินการจัดเตรียมเนื้อในการจัดกิจกรรมและแบบฝึกหัด ให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติ เพื่อส่งให้ผู้เรียนนำความรู้ความเข้าใจไปใช้ไปใช้ในการแก้ปัญหา
2. ผู้สอนควรสร้างเกมการศึกษาหรือเตรียมเกมการศึกษาไว้ล่วงหน้า ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในเกม และทดลองเล่นเกมก่อนนำไปใช้กับผู้เรียน เพื่อให้เข้าใจวิธีการเล่นและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นขณะเล่นเกม
3. ในขณะที่จัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษา ผู้สอนควรชี้แจงขั้นตอนในการทำกิจกรรม กฎ กติกา และวิธีการเล่นเกมให้ชัดเจน
4. ในการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมศึกษานั้นใช้เวลาในการจัดกิจกรรมมาก ผู้สอนควรวางแผนการจัดกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน เพื่อสามารถควบคุมเวลาในการทำกิจกรรมได้เหมาะสม
5. ในการชั้น Share: S การนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผู้เรียนยังไม่กล้าแสดงออก ผู้สอนควรใช้คำถามคำถามผู้เรียนในการนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสรุปแนวทางการแก้ปัญหาที่ผู้เรียนได้นำเสนออีกครั้งเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจตรงกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ในระดับชั้นอื่น ๆ และเนื้อหาอื่น ๆ
2. ควรมีการศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้แบบ SSCS ร่วมกับเกมการศึกษาที่มีต่อความสามารถในด้านอื่น ๆ เช่น ความสามารถในการสื่อสาร และความสามารถในการเชื่อมโยง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- นุชจรรย์ ผิวแดง และวาสนา กิรติจำเริญ. (2565). ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหน่วยการเรียนรู้คณิตในชีวิตจริง และความสามารถในการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS. *วารสารศึกษาศาสตร์*, 33(2), 27-40.
- ประไพ สุวรรณสารคุณ. (2553). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านการเขียนสะกดคำยากของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมการศึกษา* [ปริญาโท, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. Silpakorn University Repository (SURE). <http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/12e8177b-af3d-47de-b785-01ab66bda75b/fulltext.pdf?attempt=2>
- ปรีชาภัทร์ รัตนศิริจันทร์. (2563). การจัดประสบการณ์การเรียนรู้โดยใช้เกมการศึกษา เพื่อพัฒนาทักษะพื้นฐานคณิตศาสตร์ของนักเรียนปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลอนงค์นาฏ. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(3), 118-129.
- ปิยนันท์ พูลโสภา. (2564). การจัดประสบการณ์เกมการศึกษาแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมทักษะการแก้ปัญหา ของเด็กปฐมวัยในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดสังกัดกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดสุรินทร์. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, 36(3), 132-145.
- เพ็ญลดา ทุไพบเราะ. (2559). *ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบ SSCS ร่วมกับเทคนิคเพื่อนคู่คิด (Think-Pair-Share) เรื่อง อัตราส่วนและร้อยละที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และความสามารถในการสื่อสารทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้น*
- รจนา ต่อเนื่อง. (2561). *ผลของการจัดการเรียนรู้แบบSSCS ร่วมกับกระบวนการแก้ปัญหาของโพลีที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6* [วิทยานิพนธ์ปริญาโท, มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์]. ฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (ThaiJO)
- รุ่งทิพย์ ศรีสิงห์, พรชัย ทองเจือ และผ่องลักษณ์ จิตต์การุญ. (2560). การพัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหาของเด็กปฐมวัยโดยใช้เกมการศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 11(1), 92-104.
- ศิขรินทร์ แซ่ลือ, แสงเดือน เจริญนิม และสุมาลี รวมธรรม. (2565). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่อง ฟังก์ชันเอกซ์โพเนนเชียล ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ SSCS ร่วมกับเทคนิค KWDL. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 16(2), 134 -144.

- สถาบันการทดสอบการศึกษาแห่งชาติ. (2564). รายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินี้พื้นฐาน (O-NET). <http://www.newonetestresult.niets.or.th/ExamWeb/FrLogin.aspx>
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2560). คู่มือการใช้หลักสูตรกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. <https://www.scimath.org/ebook-mathematics/item/8378-2560-2551>
- _____. (2560). คู่มือครูรายวิชาพื้นฐานคณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เล่ม 2. สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (พิมพ์ครั้งที่ 1). ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- _____. (2564). รายงานผลการประเมินคุณภาพผู้เรียน (NT). <http://180.180.244.56/ExamWeb/>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579 (พิมพ์ครั้งที่ 1). พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สุธาสนี นามนวล และกาญจนา จันทร์ประเสริฐ. (2565). การจัดการเรียนรู้แบบ SSCS เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องค่ากลางของข้อมูล ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์*, 9(3), 330-345.
- โสภิตา มุลเทพ. (2563). การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสะกดคำของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับเกมการศึกษา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University. <http://www.graduate.su.ac.th/dspace/pootang.php>
- Chiappetta, E. L., & Russell, J. M. (1982). The Relationship among Logical Thinking, Problem Solving Instruction, and Knowledge and Application on Earth Science Subject Matter. *Science Education*. 66(1), 85-93
- Pizzini, L., Shepardson, P., and Abell, K. (1989). A rationale for and the development of a problem solving model of instruction in Science Education. *Science Education*, 73(5), 523-534.

Wilson, J W. (1971). *Evaluation of Learning and Summative Evaluation of Student Learning*. McGraw-Hill, New York

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL เพื่อส่งเสริม
ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

The Used of Cooperative Learning with THINK-PAIR-SHARE By Using KWDL
Technique to Promote Mathematical Word Problem Solving Ability and
Learning Achievement of Grade 3 Students

ศราวุธ บัวนพ¹ สุวรรณ จ้อยทอง¹ และ กันต์ฤทัย คลังพหล¹

Sarawut Buanop¹, Suwana Juithong¹ and Kanreutai Klangphahol¹

¹หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี อีเมล Sarawut.bual@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบแผนการทดลองเบื้องต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนวันครู 2504 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 14 คน โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) แผนการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ที่ใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 12 แผน 12 ชั่วโมง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.82 - 4.90$, S.D. = 0.17 - 0.21) 2) แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ซึ่งเป็นข้อสอบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก เท่ากับ 0.96 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ เป็นข้อสอบปรนัย ชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น (KR-20) โดยใช้สูตรคูเดอร์ ริชาร์ดสัน เท่ากับ 0.95

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 32.65$) 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 21.84$)

คำสำคัญ : เพื่อนคู่คิด KWDL ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา

ABSTRACT

The purposes of this pre-experimental design research were to 1) to compare the ability to solve mathematical problems of Prathomsuksa 3 students before and after learning through the cooperative learning management with the buddy partner model with the KWDL technique, 2) to compare learning achievement in mathematics of Prathomsuksa 3 students before and after learning through a cooperative learning management with a partner model with KWDL technique. The sample group of the research were 14 Prathomsuksa 3 students, Wankru 2504 school under the district office, Nakhon Nayok Primary Education, Semester 2, Academic Year 2022, which were derived from multi-stage random sampling. The tools used in this research were 1) mathematics learning management plan on multiplication and division problems that used a cooperative learning management with a buddy partner model with the KWDL technique of Prathom Suksa 3 students which the allocation time was 12 hours, which were appropriate at a very good level ($\bar{X} = 4.82 - 4.90$, S.D. = 0.17 - 0.21) which is a subjective test, 4 items, has a confidence value Cronbach's alpha coefficient formula was 0.96. 3) Mathematics learning achievement test. It is a multiple-choice test, 4 choices, 20 items, with a confidence value (KR-20) using the Kuder Richardson formula, equal to 0.95.

The research findings were as follows 1) Mathematical Word Problem Solving Ability of Prathomsuksa 3 students before and after receiving the cooperative learning management with the partner model with the KWDL technique after receiving the learning management was higher than before receiving the learning management. with statistical significance at the .05 level ($t = 32.65$) 2) learning achievement in mathematics of Prathomsuksa 3 students before and after receiving the cooperative learning management with the partner model with the KWDL technique after receiving the learning management was higher than before receiving the learning management. with statistical significance at the .05 level ($t = 21.84$)

Keywords: Think-Pair-Share, KWDL, Learning Achievement, Mathematical Word Problem Solving Ability

บทนำ

ในปัจจุบันวิชาคณิตศาสตร์ถือว่ามีบทบาทสำคัญต่อศตวรรษที่ 21 อย่างมาก ซึ่งปรากฏความสำเร็จด้วยทักษะต่าง ๆ เริ่มโดยการคาดการณ์ วางแผน ตัดสินใจ แก้ปัญหา ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมแก่นักเรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดอย่างมีเหตุผล เป็นระบบ มีแบบแผน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์กับปัญหาได้อย่างถ่องแท้ และรอบคอบ (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560) การจัดการเรียนรู้อัจฉริยะวิชาคณิตศาสตร์ในชั้นเรียนของศตวรรษที่ 21 เป็นการจัดการเรียนรู้อัจฉริยะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยที่ครูผู้สอนในการสอนปัจจุบันไม่ใช่เพียงการเป็นผู้สอนที่ถ่ายทอดความรู้ที่หน้ากระดานเท่านั้น แต่ต้องสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้กระตุ้นการเรียนการสอนและสร้างแรงบันดาลใจเพื่อให้นักเรียนเกิดความอยากเรียนรู้ สังเกต ค้นคว้า หาคำตอบด้วยวิธีที่หลากหลายด้วยตนเอง (บุญชม ศรีสะอาด, 2537)

คณิตศาสตร์จึงมีความสำคัญตามหลักสูตรแกนกลางศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุงพุทธศักราช 2560) จึงได้กำหนดสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์เมื่อผู้จบการศึกษาขั้นพื้นฐานจะต้องรู้ 3 สาระ มีความสำคัญอย่างมากที่สถานศึกษาใช้เป็นหลักในการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ สามารถดำเนินวิธีการที่มากกว่าหนึ่งอย่างเพื่อแก้ปัญหา และสามารถแก้ปัญหาภายใต้สถานการณ์จริงด้วยการใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์ ดังนั้นการเรียนการสอนคณิตศาสตร์จึงมีส่วนสำคัญยิ่งในการส่งเสริมให้นักเรียนได้นำความรู้ไปใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของผู้เรียนได้ จะเห็นว่าการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมาก ถือได้ว่าเป็นหัวใจหลักของวิชาคณิตศาสตร์ และช่วยฝึกทักษะและกระบวนการคิดของนักเรียนได้ดี

ซึ่งจากการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียนของผู้วิจัยในปีการศึกษาที่ผ่านมา พบปัญหา นักเรียนบางส่วนยังขาดทักษะพื้นฐาน การคำนวณ ขาดกระบวนการคิดในกระบวนการแก้โจทย์ปัญหา ทำให้มีโอกาสในการแก้โจทย์ปัญหาไม่คุ้นเคย และไม่สามารถแก้โจทย์ปัญหาที่ซับซ้อนได้ ทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางคณิตศาสตร์ด้านการแก้โจทย์ปัญหาอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุงเช่นกัน

การจัดการเรียนการสอนรายวิชาคณิตศาสตร์มีวิธีที่แตกต่างมากมายซึ่งผู้วิจัยสนใจวิธีการสอนวิธีรูปแบบหนึ่งที่คาดว่าจะเข้ามาช่วยพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ในการเรียนควบคู่กับการช่วยให้การเรียนรู้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น และการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยสนใจที่จะนำเทคนิคการสอนในอีกหนึ่งรูปแบบ คือ เทคนิค KWDL มาใช้ประกอบการจัดการเรียนรู้ จะสามารถช่วยแก้ปัญหาและพัฒนาสิ่งดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่อง เพราะเทคนิค KWDL มีขั้นตอนการเรียนการสอน 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 K (what we Know) ผู้เรียนรู้อะไรบ้างจากเรื่องที่กำหนดให้หรือสิ่งที่โจทย์บอกให้ทราบ ขั้นที่ 2 W (what we Want to know) ผู้เรียนหาสิ่งที่ต้องการรู้หรือสิ่งที่โจทย์ต้องการทราบ ขั้นที่ 3 D (what we Do to find out) ผู้เรียนต้องทำอะไรบ้างสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเพื่อหาคำตอบตามที่โจทย์ต้องการ ขั้นที่ 4 L (what we Learned) ได้พัฒนาขึ้นโดย Ogle (1989) เพื่อใช้สอนและฝึกทักษะทางการอ่าน ซึ่งเป็นการจัดเรียนรู้สำหรับการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ที่จะช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาความสามารถ และช่วยให้ผู้เรียนได้มีการพัฒนาสติปัญญา พร้อมทั้งพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และส่งเสริมให้มีความคิดเชิงวิเคราะห์ เชิงสังเคราะห์อย่างเป็นกระบวนการซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ได้อย่างถูกต้องขึ้น และพัฒนาทักษะความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ต่อเนื่องกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจที่อยากจะเรียนรู้ ฝึกการคิดอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการคิด กระตุ้นให้ผู้เรียนมีปฏิกิริยาและตอบสนองต่อความรู้ ประสบการณ์ เน้นทักษะทางสังคม ซึ่งการจัดกิจกรรมแบบคู่คิด (Think-Pair-Share) ถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่ฝึกให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมกิจกรรมในการอภิปรายกลุ่มย่อย โดยครูจะต้องฝึกให้ผู้เรียนได้คิด แล้วหาคำตอบด้วยตัวเองก่อน หลังจากนั้นผู้เรียนก็มาจับคู่กัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นในความคิดและคำตอบของตนเองให้คู่ฟัง ฝึกให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้ร่วมกัน ข้อดีของการเรียนเป็นคู่ เป็นวิธีที่ผู้เรียนทุกคนต้องกระทำกิจกรรมการเรียนอย่างจริงจัง (Active) จึงมีความสนใจในเรื่องที่จะเรียนอยู่ตลอดเวลา ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่เรียนอย่างเข้มข้นและมั่นคง คือ อธิบาย บรรยาย และถามคำถามต่อเพื่อนคู่เรียนของตนได้ และเทคนิคเช่นนี้จะสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะการแก้โจทย์ปัญหาได้ดีมากยิ่งขึ้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2537)

จากหลักการและเหตุผลจากข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจดำเนินการพัฒนาและเห็นความสำคัญของความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ โดยการสังเคราะห์การจัดการเรียนรู้รูปแบบเพื่อนคู่คิดและเทคนิค KWDL จึงได้นำวิธีการจัดการเรียนรู้ทั้งสองมาผนวกเข้าด้วยกันเป็น การจัดการ

เรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่จะนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนได้โดยการจัดการเรียนการสอนแบบ Active learning ผ่านกระบวนการแบบเพื่อนคู่คิดที่จะกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์และยกระดับผลสัมฤทธิ์ของตนเองในเรื่องโจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ที่มีความน่าสนใจ และผู้เรียนมีความสุขในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL

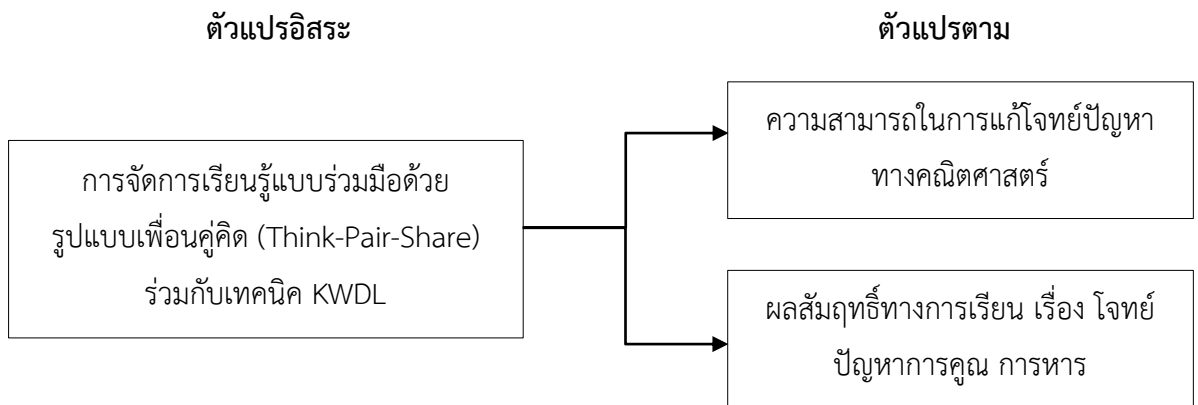
สมมติฐานการวิจัย

1. ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL สูงกว่าก่อนเรียน
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL สูงกว่าก่อนเรียน

กรอบแนวคิด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดจากการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคเพื่อนคู่คิด (Think-Pair-Share) ตามแนวคิดของ Lyman (1981), Kagan (1994), Byerley (2002) ร่วมกับ

เทคนิค KWDL โอเกิล(1986) เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ไขโจทย์ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จากทฤษฎีและเทคนิคดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำมาจัดทำเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่กำลังเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 กลุ่มโรงเรียนในหน่วยสุ่ม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก โดยใช้โปรแกรม G* Power กำหนดค่าเป็น t-test, Mean: Difference between two dependent means (matched pairs), two tail ค่าอิทธิพลขนาดใหญ่ (Effect size) = 1.38 (สราญจิต, 2561) ค่าความคลาดเคลื่อน (Alpha) = 0.05 และค่า Power = 0.95 ได้จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 9 คน ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage random sampling) โดยมีขั้นตอนในการสุ่มดังนี้

1) สุ่มอำเภอทั้งหมดในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก มา 1 อำเภอ สุ่มได้อำเภอปากพลี

2) สุ่มกลุ่มโรงเรียนทั้งหมดในอำเภอปากพลี มา 1 กลุ่มโรงเรียน สุ่มได้กลุ่มโรงเรียนปากพลี

3) สุ่มโรงเรียนทั้งหมดในกลุ่มโรงเรียนปากพลี มา 1 โรงเรียน สุ่มได้โรงเรียนวันครู 2504

4) สุ่มห้องเรียนทั้งหมดในโรงเรียนวันครู 2504 มา 1 ห้องเรียน สุ่มได้ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

จำนวน 14 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรอิสระ

การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL

2.2 ตัวแปรตาม

1) ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์

2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทางคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร

วิธีการวิจัย

1. เครื่องมือวิจัย

1.1 แผนการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ที่ใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 12 แผน แผนละ 1 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{x} = 4.82 - 4.90$, S.D. = 0.17 - 0.21)

1.2 แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ซึ่งเป็นข้อสอบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยการใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบิก โดยมีรายการประเมินความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ดังนี้ 1.ทำความเข้าใจปัญหา 2.วางแผนแก้ปัญหา 3.ดำเนินการตามแผน 4.ตรวจสอบผล มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00 มีค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.59 - 0.73 มีค่าอำนาจจำแนก (D) อยู่ระหว่าง 0.30 - 0.55 และมีค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอเรนบัก (Cronbach's Reliability Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.96

1.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ จำนวน 1 ฉบับ เป็นข้อสอบปรนัย ชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ที่วัดความรู้ความเข้าใจของนักเรียนในเรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร โดยวัดจากจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมตามแนวคิดของวิลสัน (Wilson, 1971) จำแนกระดับพฤติกรรมได้ 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ความจำด้านการคิดคำนวณ ความเข้าใจ และการนำไปใช้ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00 มีค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.33 - 0.67 มีค่าอำนาจจำแนก (D) อยู่ระหว่าง 0.33 - 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (KR-20) โดยใช้สูตรคูเดอร์ ริชาร์ดสัน เท่ากับ 0.95

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อสอบแบบอัตนัย จำนวน 4 ข้อและ

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยใช้เวลาทำแบบทดสอบ 1 ชั่วโมง

2.2 ผู้วิจัยดำเนินการสอนกลุ่มตัวอย่างตามแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 12 แผน แผนละ 1 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง

2.3 เมื่อสิ้นสุดการสอน ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างดำเนินการทดสอบหลังเรียน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อสอบแบบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งเป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยใช้เวลาทำแบบทดสอบ 1 ชั่วโมง

2.4 ผู้วิจัยนำผลการทดสอบจากแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งก่อนและหลังเรียนมาตรวจให้คะแนนและบันทึกคะแนน เพื่อนำไปเปรียบเทียบก่อนและหลังเรียนตามการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL โดยใช้การทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างเดียว (Dependent Sample T-test)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL โดยใช้การทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างเดียว (Dependent Sample T-test) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL

คะแนนความสามารถ ในการแก้โจทย์ปัญหา คณิตศาสตร์	\bar{X}	n	S.D.	df	t	Sig.
ก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้	13.00	14	6.66	13	32.65*	.00
หลังได้รับการจัดการเรียนรู้	38.71	14	6.09			

* มีค่านัยทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL มีค่าเฉลี่ย 13.00 และ 38.71 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.66 และ 6.09 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ก่อนเรียนและหลัง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL โดยใช้การทดสอบค่าที่แบบกลุ่มตัวอย่างเดียว (Dependent Sample T-test) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ก่อนเรียนและหลัง ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL

คะแนนผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน คณิตศาสตร์	\bar{X}	n	S.D.	df	t	Sig.
ก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้	4.71	14	1.77	13	21.84*	.00
หลังได้รับการจัดการเรียนรู้	15.50	14	2.47			

* มีค่านัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL มีค่าเฉลี่ย 4.71 และ 15.50 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.77 และ 2.47 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. จากการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL มีค่าเฉลี่ย 13.00 และ 38.71 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL สูงกว่าก่อนเรียน ทั้งนี้ อาจเนื่องจากเมื่อนักเรียนได้รับการเรียนคณิตศาสตร์โดยใช้รูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ซึ่งขั้นที่พัฒนาการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ได้แก่ ขั้นที่ 2 คิดอิสระเป็นขั้นที่ผู้สอนจะเสนอตัวอย่างโจทย์ปัญหาแก่ผู้เรียน โดยใช้เทคนิค KWDL เพื่อใช้แก้โจทย์ปัญหา โดยเริ่มต้นให้ผู้เรียนคิดอิสระด้วยตนเองกระทั่งได้คำตอบ และให้ผู้เรียนจับคู่กันเพื่อแลกเปลี่ยนวิธีการแก้ไขโจทย์ปัญหาและคำตอบ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้ทำซ้ำซ้ำใจกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาด้วยตนเอง ขั้นที่ 3 เข้าคู่แบ่งปันกลุ่มเป็นขั้นที่ผู้สอนให้ผู้เรียนจับคู่กันเพื่อแลกเปลี่ยนวิธีการแก้ไขโจทย์ปัญหาและคำตอบ จากนั้นจับกลุ่มย่อยจำนวน 3-4 คน โดยแบ่งนักเรียนตามระดับ คือ เก่ง กลาง อ่อน คละกันในแต่ละกลุ่ม แลกเปลี่ยนวิธีการแก้ไขโจทย์ปัญหาและคำตอบ และหาข้อสรุปของกลุ่ม ซึ่งผู้เรียนจะนำกระบวนการแก้ไขโจทย์ปัญหาที่ได้ของตนไปแบ่งปันแก่เพื่อนร่วมชั้นจนเกิดเป็นองค์ความรู้ร่วมกันในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์โดยอาศัยวิธีการแบบช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกัน จนนำไปซึ่งการยกระดับความสามารถของทั้งกลุ่มให้ดีขึ้นและขั้นที่ 4 สรุปและประเมินผล เป็นขั้นที่ผู้สอนให้ตัวแทนผู้เรียนในแต่ละกลุ่มออกมาแสดงวิธีการแก้โจทย์ปัญหา เพิ่มเติมคือครูผู้สอนต้องเน้นย้ำให้นักเรียนกลุ่มเก่งช่วยเหลือนักเรียนกลุ่มอ่อน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลของการร่วมมือกันในกลุ่ม ซึ่งจะเป็นการที่ผู้เรียนนำความรู้ในการแก้โจทย์ปัญหามาแบ่งปันกับทั้งชั้นเรียน ก่อให้เกิดกระบวนการคิดวิเคราะห์และคิดสังเคราะห์ของชั้นเรียน สอดคล้องกับผลการวิจัยของจรรยา หารพรม (2560) ที่ศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบ KWDL ร่วมกับ STAD ผลการเรียนรู้หลังการจัดการเรียนรู้แบบ KWDL ร่วมกับ STAD เรื่อง โจทย์ปัญหาการบวก การลบ การบวกลบประคน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุรัตน์พร ศักดิ์อุตมทรัพย์

(2560) ได้ศึกษาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของชอร์ และคณะ (Shaw, J.M., Chambless, M.S., Chessin, D.A., Price, V, & Beardain, 1997) ได้ศึกษาการร่วมกลุ่มแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ โดยใช้เทคนิค K-W-D-L ผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่ร่วมกลุ่มแก้ปัญหาคณิตศาสตร์โดยใช้เทคนิค K-W-D-L สามารถเขียนคำตอบ และละเอียดมาก

2. จากการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL มีค่าเฉลี่ย 4.71 และ 15.50 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง โจทย์ปัญหาการคูณ การหาร ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 3 หลังการได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL สูงกว่าก่อนเรียน ทั้งนี้ อาจเนื่องจากเมื่อนักเรียนได้รับการเรียนคณิตศาสตร์โดยใช้รูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ในขั้นตอนที่ 2 คิดอิสระ อิสระ เป็นขั้นที่ผู้สอนจะเสนอตัวอย่างโจทย์ปัญหาแก่ผู้เรียน โดยใช้เทคนิค KWDL เพื่อใช้แก้โจทย์ปัญหา ผู้เรียนคิดอิสระด้วยตนเองกระทั่งได้คำตอบ และให้ผู้เรียนจับคู่กันเพื่อแลกเปลี่ยนวิธีการแก้ไขโจทย์ปัญหาและคำตอบ ซึ่งเป็นขั้นที่ผู้เรียนได้ใช้กระบวนการคิดด้วยตนเอง และแก้โจทย์ปัญหานั้น ๆ จะก่อให้เกิดทักษะกระบวนการคิดอย่างมีระบบและพัฒนาตนเองได้ และขั้นที่ 3 เข้าคู่แบ่งปันกลุ่ม เป็นขั้นที่ผู้สอนให้ผู้เรียนจับคู่กันเพื่อแลกเปลี่ยนวิธีการแก้ไขโจทย์ปัญหาและคำตอบ จากนั้นจับกลุ่มย่อยจำนวน 3-4 คน โดยแบ่งนักเรียนตามระดับ คือ เก่ง กลาง อ่อน คละกัน ในแต่ละกลุ่ม แลกเปลี่ยนวิธีการแก้ไขโจทย์ปัญหาและคำตอบ และหาข้อสรุปของกลุ่ม โดยขั้นนี้จะช่วยยกระดับความสามารถของนักเรียนเป็นรายบุคคล กลุ่มเก่งจะได้รับการทบทวนความรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเพื่อนำมาสอนเพื่อน ๆ ในกลุ่ม กลุ่มอ่อนจะได้รับความสามารถในการคิดและเทคนิคการแก้โจทย์ปัญหาเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ถูกต้อง สอดคล้องกับผลการวิจัยของนิตยา สิ้นลีอนาม (2561) ที่ศึกษาการพัฒนาการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานด้วยเทคนิค KWDL เพื่อเสริมสร้างทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการแก้โจทย์ปัญหาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หลังการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานด้วยเทคนิค KWDL เพื่อเสริมสร้างทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียน สอดคล้องกับผลการวิจัยของสรายุจิต อ้นพา (2561) การจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิด Flipped Classroom ร่วมกับเทคนิค KWDL เพื่อพัฒนาแบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแก้ปัญหา สอดคล้อง

กับผลการวิจัยของพจนันท์ วัชโรทัย (2565) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนทับสะแกวิทยา โดยใช้วิธีการสอนแบบ KWDL ร่วมกับโปรแกรม GeoGebra พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนทับสะแกวิทยา โดยใช้วิธีการสอนแบบ KWDL ร่วมกับโปรแกรม GeoGebra เรื่องเรขาคณิตวิเคราะห์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ครูผู้สอนควรศึกษาและทำความเข้าใจขั้นตอนการสอนรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ในแต่ละขั้นตอนเป็นอย่างดีเพื่อให้สามารถจัดการเรียนรู้ดำเนินการตามขั้นตอนได้อย่างราบรื่นและเกิดประสิทธิผลมากที่สุด
2. ผู้สอนควรชี้แจงรายชื่แจงรายละเอียดของการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้รับรู้ทั้ง 4 ขั้นตอนของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ให้ชัดเจน เพื่อให้ นักเรียนสามารถเข้าใจและปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างไม่ติดขัด และเป็นไปตามจุดประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนด โดยกระตุ้นนักเรียนจากกิจกรรมที่ดึงดูดและน่าสนใจ พร้อมกับการเกิดกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ไปพร้อมกัน
3. ผู้สอนควรเน้นไปที่ความสำคัญของการเรียนรู้แบบร่วมมือของนักเรียนเพื่อฝึกทักษะการทำงานเป็นกลุ่มและเน้นการเรียนรู้แบบช่วยเหลือเกื้อกูล มีความเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล รู้จักบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับ รวมถึงตระหนักถึงความสำเร็จของกลุ่ม
4. ผู้สอนควรแบ่งสัดส่วนการใช้เวลาในการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ให้เหมาะสม เนื่องจากเวลาทำกิจกรรมการเรียนรู้ต้องคำนึงถึงเวลาในการแก้โจทย์ปัญหาของนักเรียนกลุ่มเก่ง-ปานกลาง-อ่อน ซึ่งผู้สอนสามารถยืดหยุ่นเวลาตามความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL ในระดับชั้นอื่น
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับเทคนิค KWDL โดยการใช้การผสมผสานนวัตกรรมการเรียนรู้หรือเทคโนโลยีสำหรับการเรียนรู้ใหม่ ๆ

เอกสารอ้างอิง

- จรรยา หารพรม. (2560). *การพัฒนาผลการเรียนรู้คณิตศาสตร์และพฤติกรรมการทำงานกลุ่ม โดยการจัดการเรียนรู้แบบSTAD ร่วมกับKWDLของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ ระดับปริญญามหาบัณฑิตภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิตยา สิ้นลีอนาม. (2561). *การพัฒนาการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานด้วยเทคนิค KWDL เพื่อเสริมสร้างทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1*. หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2537). *การพัฒนาการสอน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พจนันท์ วัชโรทัย. (2565). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนทับสะแกวิทยา โดยใช้วิธีการสอนแบบ KWDL ร่วมกับโปรแกรม GeoGebra เรื่อง เรขาคณิตวิเคราะห์*. การศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคณิตศาสตร์ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2560). *คู่มือการใช้หลักสูตรกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560)*. ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สรานูจิต อันพา. (2561). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคKWDL ร่วมกับแนวคิด Flipped Classroom เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4*.

วิทยานิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ ระดับปริญญาโท สาขาวิชาหลักสูตรและวิธีสอนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. สุรัตน์พร ศักดิ์อุดมทรัพย์. (2560). ผลการใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมร่วมกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้KWDL ที่มีต่อความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3. วิทยานิพนธ์นี้หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Byerley, R.A. (2002). *Using Multimedia and Active Learning Techniques to Energize: An Introductory Engineering Thermodynamics Class*. Frontiers in Education Conference.

Kagan, S. 1994. *Cooperative Learning*. San Juan Capistrano : Resources for Teach.

Lyman, F., (1981). *Think-Pair-Share: An expanding teaching technique: MAA-CIE Cooperative News*, v. 1, p. 1-2.

Ogle, Donna. (1986, February). *K-W-L : A Teaching Model That Develops Active Reading of Expository Text*. Reading Teacher. 39: 564 – 70.

Shaw, Jean M.; Chambless, Martha S.; & Chess in, Debby A. (1997, May). *Cooperative Problem Solving : Using K-W-D-L as an Organization Technique*.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่มีต่อสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว
วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

The effect of learning management using problem Based learning for promoting thai prose
writing Competency of grade 8 students

ณัฐวี สุนา^{1*} พิทักษ์ นิลนพคุณ¹ และ สุวรรณ จุ้ยทอง¹

Natthawi Suna^{1*} Pitak Nilanoppakhun¹ and Suwanna Juithong¹

¹หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี อีเมล nattha7379@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบแผนการทดลองเบื้องต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ก่อนและหลังการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน 2) เปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน กับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ซึ่งกำลังเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 40 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน จำนวน 8 แผน 16 ชั่วโมง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด 2) แบบทดสอบวัดสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย เป็นแบบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.91 และเป็นแบบอัตนัย จำนวน 3 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สูงกว่าก่อนได้รับการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) สมรรถนะการ

เขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว

ABSTRACT

The purposes of this Pre-experimental design research were to 1) compare prose writing competency in Thai subjects of Grade 8 Students before and after learning through problem-based learning activities; 2) compare prose writing competency in Thai subjects of Grade 8 Students after learning through problem-based learning activities with the criteria of 70 percent of the full score. The sample used in this research was 40 students in the second semester of the academic year 2022, Saraburi Witthayakhom School, under the Office of Secondary Education Service Area Saraburi, derived by multi-stage random sampling. The tools used in this research were: 1) the eight learning management plans based on problem-based learning with a total of 16 hours. Its quality was at the most appropriate level; 2) the prose writing competency test in Thai subjects was a 30-item multiple-choice with 4 alternatives test, with a reliability of 0.91, and a subjective test of 3 items with a reliability of 0.98. Statistics used in the research were percentage, mean, standard deviation, and t-test for one sample.

The research findings were as follows: 1) the prose writing competency in Thai subjects of Grade 8 Students after learning through the problem-based learning activities was higher than before and statistically significant at the level of 0.05; 2) the prose writing competency in Thai subjects of Grade 8 Students after learning through problem-based learning activities was higher than the criterion of 70 percent of the full score, at the statistically significant level of 0.05

Keywords: learning management using problem-based learning, prose writing competency

บทนำ

หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กำหนดจุดหมาย และมาตรฐานการเรียนรู้เป็นเป้าหมาย และกรอบทิศทางในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้เป็นคนดี มีปัญญา มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีขีดความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลก เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุลทั้งด้านร่างกาย ความรู้ คุณธรรม มีจิตสำนึก ซึ่งสอดคล้องกับสภาพความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ เป็นการสร้างกลยุทธ์ใหม่ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคล สังคมไทย ผู้เรียนมีศักยภาพในการแข่งขันและร่วมมืออย่างสร้างสรรค์ในสังคมโลก ปลูกฝังให้ผู้เรียนมีจิตสำนึกในความเป็นไทย มีระเบียบวินัย คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในทักษะการเขียน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ของโรงเรียนสระบุรีวิทยาคม ที่ผ่านมาพบข้อบกพร่องของการเขียนในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ การเขียนคำ การใช้คำ การเรียงลำดับคำ การใช้เครื่องหมายวรรคตอน การเว้นวรรคตอน วางโครงเรื่องไม่เป็น เรื่องที่เขียนไม่ตรงกับหัวข้อที่ตั้งไว้ เขียนคำนำไม่ถูกต้องไม่สัมพันธ์กับชื่อเรื่อง และไม่สามารถเขียนสรุปความได้ จึงไม่สามารถทำให้นักเรียนเกิดสมรรถนะการเขียนได้ ซึ่งจากข้อมูลผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-NET) ปีการศึกษา 2563 ค่าสถิติจำแนกตามสาระการเรียนรู้ วิชาภาษาไทย ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พิจารณาคะแนนเฉลี่ยจำแนกตามสาระการเรียนรู้ภาษาไทย พบว่า สาระที่ 1 การอ่าน มาตรฐาน ท 1.1 มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับเขตพื้นที่การศึกษา 60.83 สาระที่ 2 การเขียน มาตรฐาน ท 2.1 มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับเขตพื้นที่การศึกษา 44.00 สาระที่ 3 การฟัง การดู และการพูด มาตรฐาน ท 3.1 มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับเขตพื้นที่การศึกษา 62.88 สาระที่ 4 หลักการใช้ภาษาไทย มาตรฐาน ท 4.1 มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับเขตพื้นที่การศึกษา 49.57 สาระที่ 5 วรรณคดีและวรรณกรรม มาตรฐาน ท 5.1 มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับเขตพื้นที่การศึกษา 52.68 พบว่าคะแนนเฉลี่ย สาระที่ 2 การเขียน ต่ำกว่าร้อยละ 50 ผลการประเมินดังกล่าวแสดงให้เห็นว่านักเรียนประสบปัญหาด้านการเขียน (สถาบันทดสอบทางการศึกษา แห่งชาติ, 2563)

การจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับการพัฒนาทักษะการเขียนร้อยแก้ว พบว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem based Learning) เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว เพื่อความเข้าใจของนักเรียนด้วยวิธีการฝึกปฏิบัติการเขียน ฝึกฝนให้นักเรียนเกิดความชำนาญ เกิดทักษะในการคิดวิเคราะห์ เรียนรู้ที่ใช้เหตุผล หาหลักฐานและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเขียน ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างมีเหตุผลและสามารถเปลี่ยนความคิดเห็นของตนเองให้เข้ากับความคิดเห็นของผู้อื่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเด่นดวง นานา (2561) ที่นำเสนอผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

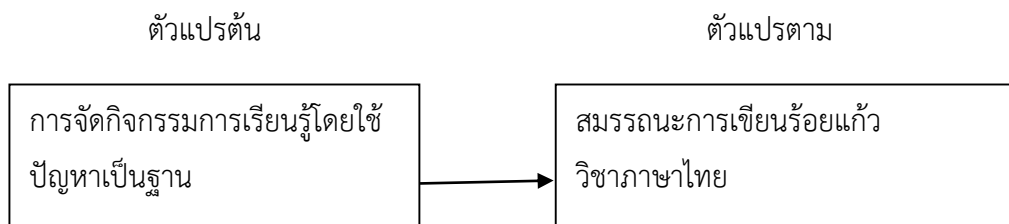
นอกจากนี้ครูควรใช้สื่อจัดการเรียนรู้ที่น่าสนใจและใช้รูปแบบการสอนที่หลากหลายมากขึ้น โดยมีการพิจารณาสื่อและรูปแบบการสอนที่สอดคล้องกับสภาพการเรียนรู้ของนักเรียนเป็นพื้นฐาน สำหรับรูปแบบการสอนที่สอดคล้องกับนักเรียนในศตวรรษที่ 21 โดยมีหลายรูปแบบ ซึ่งวิจารณ์ พานิช (2555) กล่าวถึงการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องก้าวข้ามเนื้อหาวิชาไปสู่การจัดการเรียนรู้ ทักษะ เพื่อดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 เช่น การเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) ซึ่งสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2550) มีขั้นตอน ดังนี้ 1) กำหนดปัญหา 2) ทำความเข้าใจกับปัญหา 3) ดำเนินการศึกษาค้นคว้า 4) สังเคราะห์ความรู้ 5) สรุปและประเมินค่า ของคำตอบ 6) นำเสนอและประเมินผลงาน จึงเป็นการจัดการเรียนรู้ที่นักเรียนเป็นศูนย์กลาง โดยการ ใช้ปัญหาหรือสถานการณ์เป็นตัวกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งมีครูเป็นผู้ให้ คำแนะนำและอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับบุญนำ อินทนนท์. (2551) กล่าวว่า การเรียนรู้โดย ใช้ปัญหาเป็นฐานมีแนวคิดพื้นฐานมาจากกระบวนการสร้างความรู้ใหม่โดยอาศัยพื้นฐานความรู้เดิมที่มี อยู่ด้วยตนเองจากการที่ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ต้องลงมือกระทำด้วยตนเอง จนการค้นพบ ความรู้หรือข้อมูลใหม่และสามารถนำข้อมูลออกมาใช้ในการกระทำและการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ โดยผู้สอนเป็นเพียงผู้ชี้แนะแนวทางเท่านั้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐานมาทดลอง กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 เพื่อพัฒนาสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ให้ดียิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อนักเรียนและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 2 ก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
2. เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน กับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย

ประชากร เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2565 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จังหวัดสระบุรี มีโรงเรียนในสังกัด 21 โรงเรียน จำนวนนักเรียนทั้งหมด 4,947 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่กำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำนวน 1 ห้อง จำนวนนักเรียน 40 คน เป็นกลุ่มทดลอง ที่ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สุ่มอำเภอ โรงเรียนจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี มา 1 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสระบุรี จำนวน 2 โรงเรียน

2. สุ่มโรงเรียน มา 1 โรงเรียน คือ โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม

3. สุ่มห้องเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มา 1 ห้อง จำนวนนักเรียน 40 คน

เครื่องมือที่ใช้ ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1. แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 เรื่อง การเขียนร้อยแก้ว โดยใช้วิธีการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน แผนละ 2 ชั่วโมง รวม 8 แผนการจัดการเรียนรู้ โดยแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้ มี 6 ขั้นตอน คือ ขั้นกำหนดปัญหา ขั้นทำความเข้าใจกับปัญหา ขั้นดำเนินการศึกษาค้นคว้าและลงมือปฏิบัติ ขั้นสังเคราะห์ความรู้ ขั้นนำเสนอ และขั้นประเมินผล (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2550) การประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่มีต่อสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พบว่า องค์ประกอบในแผนการจัดการเรียนรู้ มีความเหมาะสมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.40-4.80 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.45-0.89 และองค์ประกอบในแผนการจัดการเรียนรู้สาระการเรียนรู้มีความถูกต้อง ชัดเจนเหมาะสมกับระดับชั้น มีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84

2. แบบทดสอบวัดสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก ผลการพิจารณาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 จำนวน 39 ข้อ และไม่ผ่านเกณฑ์ 1 ข้อ วิเคราะห์หาค่าความยาก (p) และอำนาจจำแนก (r) แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก พบว่า มีค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.59-0.77 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.36-0.82 ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับโดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder Richardson) (ลิวน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538) มีค่าเท่ากับ 0.91 และแบบทดสอบวัดสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย แบบอัตนัย ผลการพิจารณาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) คือ 1.00 วิเคราะห์หาค่าความยาก (p) และอำนาจจำแนก (r) แบบอัตนัย

พบว่า มีค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.68-0.75 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.40-0.49 มีค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) จากสูตรของ ครอนบาค (Cronbach) ของแบบทดสอบ เท่ากับ 0.98

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการทดลอง กลุ่มที่ใช้ในการทดลองโดยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน วิชาภาษาไทย เรื่อง การเขียนร้อยแก้ว

2. ขั้นตอนเตรียมนักเรียน แจกจุดประสงค์และข้อตกลงในการจัดการเรียนรู้ครั้งนี้ให้นักเรียนทราบ

3. ขั้นตอนการสอน

3.1 การทดสอบก่อนเรียน เพื่อวัดสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ด้วยแบบทดสอบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ และแบบอัตนัย จำนวน 3 ข้อ

3.2 การจัดการเรียนรู้ใช้แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน จำนวน 8 แผน เป็นเวลา 16 ชั่วโมง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565

4. ขั้นหลังสอน

4.1 การจัดการเรียนรู้ครบตามจำนวนแผนการจัดการเรียนรู้แล้ว จึงดำเนินการทดสอบโดยใช้แบบทดสอบวัดสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย เป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ และเป็นแบบอัตนัย จำนวน 3 ข้อ เป็นเวลา 3 ชั่วโมง

4.2 นำคะแนนที่ได้จากแบบทดสอบวัดสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย มาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ก่อนและหลังการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ด้วยการทดสอบค่า t-test for dependent sample โดยการคำนวณจากสูตรของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ก่อนและหลังการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	n	\bar{X}	S.D.	df	t	Sig.
ก่อนเรียน	130	40	69.95	7.18	39	72.604*	.000
หลังเรียน	130	40	116.43	6.71			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าผลสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 69.95 คะแนน จากคะแนนเต็ม 130 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 50.81 และเมื่อพิจารณาคะแนนหลังเรียน พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 116.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.56

ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ก่อนและหลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน พบว่า การเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ($\bar{X} = 116.43$, S.D. = 6.71) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{X} = 69.95$, S.D. = 7.18) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน กับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม ด้วยการทดสอบค่า t-test for one sample โดยการคำนวณจากสูตรของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน กับเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม

คะแนน หลังเรียน	คะแนนเต็ม	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.	df	t	Sig.
		70					
	130	91	116.43	6.71	39	23.979*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน มีคะแนนเฉลี่ย 116.43 คะแนนคิดเป็นร้อยละ 89.56 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม แสดงว่า ผลสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการดำเนินการทดลอง และนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สูงกว่าก่อนได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับเด่นดวง นำภา (2561) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า นักเรียนมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เพราะนักเรียนได้เรียนรู้จากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการใช้ปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันเป็นตัวกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ ได้ศึกษาค้นคว้า หาข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา มีรายละเอียดประกอบดังนี้ 1) ขั้นตอนกำหนดปัญหา ครูนำเสนอสถานการณ์ปัญหาที่น่าสนใจในชีวิตประจำวันเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจที่จะหาคำตอบ 2) ขั้นทำความเข้าใจกับปัญหา เป็นขั้นที่ครูให้คำแนะนำหรืออธิบายหลักการและกฎเกณฑ์การเขียนร้อยแก้ว เช่น หนังสือเรียนหลักภาษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 เอกสารประกอบการเรียน เป็นต้น เพื่อให้ นักเรียนเข้าใจเกี่ยวกับการเขียนร้อยแก้วและสามารถเชื่อมโยงปัญหาต่าง ๆ โดยใช้ความรู้เดิม มีการสร้างสมมติฐานของคำตอบของปัญหาที่เป็นไปได้และสอดคล้องกับปัญหา พร้อมทั้งวางแผนการศึกษาค้นคว้าหาคำตอบจากแหล่งต่าง ๆ ทำให้นักเรียนเข้าใจเกี่ยวกับการเขียนร้อยแก้วและสามารถเชื่อมโยงปัญหาต่าง ๆ โดยใช้ความรู้เดิม มีการสร้างสมมติฐานของคำตอบของปัญหาที่เป็นไปได้และสอดคล้องกับปัญหา พร้อมทั้งวางแผนการศึกษาค้นคว้าหาคำตอบจากแหล่งต่าง ๆ 3) ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าและลงมือปฏิบัติ นักเรียนลงมือปฏิบัติ และเขียนร้อยแก้ว 1 เรื่องด้วยตนเอง 4) ขั้นสังเคราะห์ความรู้ นักเรียนจับคู่ร่วมกันแลกเปลี่ยนความรู้ โดยการอ่านผลงานการเขียนร้อยแก้ว ของกันและกัน เพื่ออภิปรายและประเมินความรู้ที่ได้มาว่ามีความเหมาะสม ถูกต้องหรือไม่ เมื่อสังเคราะห์ความรู้แล้วเจอข้อบกพร่องต่าง ๆ ควรแก้ไขและขีดเกลาสำนวนภาษาของเรียงความให้

ดีขึ้น 5) ชื่นนำเสนอ นักเรียนแต่ละคนนำผลงานการเขียนร้อยแก้วออกมาแนะนำชั้นเรียน โดยครูจะสุ่มนักเรียนออกมาอ่านให้เพื่อน ๆ ฟัง 6) ชั้นประเมินผล ประเมินผลงานการเขียนร้อยแก้วของนักเรียน โดยครูและนักเรียนมีส่วนร่วมในการประเมินและครูอภิปรายผลงานของนักเรียนที่ออกมาแนะนำ เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับนักเรียนคนอื่น ๆ ในการปรับแก้ไขผลงานการเขียนร้อยแก้ว ซึ่งทุกขั้นตอนเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากสถานการณ์ปัญหาเป็นตัวกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ศึกษาค้นคว้า ซึ่งใช้กระบวนการกลุ่มให้นักเรียนร่วมกันอภิปรายระบุนปัญหา วิเคราะห์ สร้างประเด็นเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการรู้ เพื่ออธิบายและแก้ปัญหา นักเรียนจะไปแสวงหาความรู้ด้วยตนเองและรวบรวมข้อมูลนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสรุปเป็นความรู้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้เห็นได้ว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สามารถส่งเสริมสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว และส่งผลให้นักเรียนเกิดความสามารถในการคิดวิเคราะห์ที่สูงขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ทิศนา แคมมณี. (2562) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นการจัดสภาพการณ์ของการเรียนการสอนที่ใช้ปัญหาเป็นเครื่องมือช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ตามเป้าหมาย ผู้สอนอาจนำนักเรียนไปเผชิญสถานการณ์ปัญหาจริง หรือผู้สอนอาจจัดสภาพการณ์ให้นักเรียนเผชิญปัญหาและฝึกกระบวนการวิเคราะห์และแก้ปัญหาาร่วมกันเป็นกลุ่ม นักเรียนจะเกิดความเข้าใจในปัญหานั้นอย่างชัดเจน ได้เห็นทางเลือกและวิธีการที่หลากหลายในการแก้ปัญหา รวมทั้งช่วยให้นักเรียนเกิดความใฝ่รู้ ทักษะ กระบวนการคิดและกระบวนการแก้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงศักดิ์ พลอยแสง (2553) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษากับการสื่อสารที่จัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning/PBL) พบว่า ประสิทธิภาพทางการเรียนการสอนรายวิชาภาษากับการสื่อสารที่จัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานหลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับฉันทพัฒน์ ไชยเสนบดินทร์ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนาความสามารถด้านการอ่านอย่างมีวิจารณญาณ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน พบว่า ความสามารถด้านการอ่านอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน หลังการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 116.43 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.56 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ ที่กำหนดไว้คือ ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ Rita Kumar, Brenda Refaei (2017) ได้ศึกษาการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐานช่วยส่งเสริมการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนเกี่ยวกับการเขียน ผลการวิจัยเบื้องต้นชี้ให้เห็นว่า การคิดเชิงวิพากษ์ของนักเรียนเกี่ยวกับการเขียนนั้นดีขึ้นด้วยการใช้การสอนแบบ PBL และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรภัทร คำทิง. (2563). ได้ทำการวิจัยเรื่องผลการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทาง

ภาษาไทยเรื่อง ระดับภาษา โดยใช้การสอนแบบปัญหาเป็นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านลาดแค ผลการวิจัยพบว่า มีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์การเรียนรู้ที่ตั้งไว้สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพราะนักเรียนได้เรียนรู้โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนนั้น ซึ่งในทุกขั้นตอนช่วยพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว โดยเฉพาะขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าและลงมือปฏิบัติ ซึ่งเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ฝึกทักษะการเขียนร้อยแก้วได้อย่างสร้างสรรค์และเต็มความสามารถ เพราะเป็นขั้นที่นักเรียนลงมือปฏิบัติ เช่น ทำใบงาน เขียนร้อยแก้ว 1 เรื่องด้วยตนเอง สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปริญญา เชาวนาศัย. (2547) ที่กล่าวว่า การเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐานนั้น จะใช้ปัญหาเป็นจุดเริ่มต้นในการเรียนรู้ให้นักเรียนเป็นผู้ค้นคว้าหาข้อมูลที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์ปัญหา แก้ปัญหาและพัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองและในกลุ่มนักเรียนด้วยกัน ซึ่งกระบวนการนี้จะทำให้นักเรียนมีความสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองและมีประสบการณ์ที่เหมือนการทำงานจริง ลักษณะการเรียนการสอนแบบนี้ทำให้บทบาทของนักเรียนและผู้สอนเปลี่ยนไป นักเรียนต้องมีความรับผิดชอบสูงขึ้นต่อการเรียนของตนเองและการทำงานกลุ่ม ผลที่ตามมาคือ นักเรียนมีแรงกระตุ้นในการเรียนรู้ มีความมั่นใจและภาคภูมิใจต่อผลงานของตนเองมากขึ้น ซึ่งในระยะยาวก็คือแนวคิดของการเรียนรู้ตลอดชีวิต ขณะเดียวกันผู้สอนต้องเปลี่ยนบทบาท จากผู้ให้ความรู้มาเป็นที่ปรึกษาผู้ให้แนวคิดและประเมินกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วลีส สัตยาศัย (2547) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานจะต้องวัดและประเมินให้ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในส่วนของกระบวนการผลงานทั้งด้านความรู้ ทักษะการทำงานทุกด้าน ตลอดจนเจตคติโดยการประเมินจะต้องมีทั้งการประเมินความก้าวหน้าระหว่างเรียน (Formative Assessment) และการประเมินตัดสินผลหลังจากเรียนเสร็จสิ้น (Summative Assessment) เป็นวิธีสอนวิธีหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีโอกาสฝึกคิด และพัฒนาสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว ซึ่งสมรรถนะเป็นความสามารถของบุคคลในการใช้ความรู้ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะต่าง ๆ ที่ตนมีในการทำงานหรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จในระดับใดระดับหนึ่ง สมรรถนะแสดงออกทางพฤติกรรมที่สามารถวัดและประเมินผลได้ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2562) ที่กล่าวว่า สมรรถนะการเขียนร้อยแก้วมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการสื่อสารข้อมูล ความรู้ ความคิด ความรู้สึก ในรูปแบบที่หลากหลาย โดยใช้กลวิธีการนำ เสนอที่เหมาะสม สามารถเขียนสื่อความหมายได้ตรงตาม เจตนา เข้าใจได้ง่าย และถูกต้องตาม อักษรวิธี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้สอนควรศึกษาและทำความเข้าใจ ขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นอย่างดี เพื่อในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จะได้ดำเนินตามขั้นตอนให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด
2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ครูผู้สอนควรเตรียม สถานการณ์และปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการหรือ ความสนใจของผู้เรียน ยิ่งเป็นสถานการณ์ที่ท้าทายความสามารถของผู้เรียน จะเป็นแรงผลักดันให้ ผู้เรียนสืบค้นความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งการเรียนรู้
3. ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ครูผู้สอนจะต้องเตรียมสื่อที่ใช้ใน สถานการณ์ทุกครั้ง
4. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ครูผู้สอนต้องมีความสามารถในการ ควบคุม กิจกรรมการเรียนการสอนในห้องเรียน การควบคุมเวลา สังเกตความแตกต่างระหว่างบุคคล รวมทั้งการให้คำแนะนำ และช่วยเหลือผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้
5. ขณะจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ครูผู้สอนควรสังเกตปัญหาของการ เรียนการสอนเพื่อจะได้นำมาพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต่อไป
6. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ครูผู้สอนควรยืดหยุ่นกิจกรรมการ เรียนรู้ได้ตามความเหมาะสม แต่ควรเน้นการฝึกทักษะการเขียนร้อยแก้วทุกกิจกรรม
7. สมรรถนะในการเขียนร้อยแก้วต้องอาศัยการฝึกฝน ดังนั้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ครูผู้สอนจึงควรลำดับขั้นตอนจนครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อช่วยให้เกิดสมรรถนะกับ ผู้เรียนได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่มีต่อทักษะกระบวนการทางภาษาไทย ด้านอื่น ๆ เช่น การฟัง การพูด การอ่าน เป็นต้น กับนักเรียนระดับชั้นอื่น ๆ ที่เหมาะสม
2. ควรมีการเปรียบเทียบการใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน กับวิธีการสอน รูปแบบอื่น ๆ เช่น การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ 5 ขั้น (5 STEPs) การจัดการเรียนรู้แบบใช้ คำถาม (Questioning Method) เป็นต้น เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการเขียนของนักเรียนระดับชั้น อื่น ๆ

3. ควรมีการนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่มีต่อสมรรถนะการเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ไปศึกษาผลในด้านความพึงพอใจของผู้เรียน และเจตคติของผู้เรียน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- เกรียงศักดิ์ พลอยแสง. (2553). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษากับการสื่อสารที่จัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning/PBL)*. พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต(การบริหารจัดการคณะสงฆ์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- ณิชพัฒนา ไชยเสนบดินทร์. (2557). *การพัฒนาความสามารถด้านการอ่านอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน*. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เด่นดวง นภา. (2561). *รายงานผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิชาภาษาไทย ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning : PBL) สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:
<http://www.mpy5.ac.th/docs/den.pdf> (2565, 25 มีนาคม).
- ทิตนา แคมมณี. (2562). *ศาสตร์การสอน องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรภัทร คำทัง. (2563). *การเรียนรู้รายวิชาภาษาไทยเรื่อง ระดับภาษา โดยใช้การสอนแบบปัญหาเป็นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนบ้านลาดแค. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 3(2), 9-23.*
- บุญนำ อินทนนท์. (2551). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์และความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานและการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้*. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปริญญา เขาวนาศัย. (2547). “แนวคิดของ PBL และการเรียนการสอนทางด้านการจัดการ”. *วารสารวิทยาการจัดการ. 47(2), 12.*

- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2543). *เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการวัดผลและการวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- วัลลี สัตยาศัย. (2547). *การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นหลัก รูปแบบการเรียนรู้โดยผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง*. กรุงเทพฯ: บุ๊คเน็ต จำกัด.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ตลาดฟ้าปกิเคชั่น.สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2550). *รายงานการสังเคราะห์สภาวะการณ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาไทย*. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- Rita Kumar, Brenda Refaei (2017). *Problem-Based Learning Pedagogy Fosters Students' Critical Thinking About Writing*. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*. Available at: <https://doi.org/10.7771/1541-5015.1670> (2022, March 25).

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี
พร้อมบทเพลงฝึกเปียโนสำเนียงไทย

The Development of an Instructional Package of the Piano Course for Adult
Learners by using the note symbols and color symbols with Piano Practice Piece
Accent Thai

ยธิป ปิ่นจันทร์¹* สาริพันธ์ สุภวรรณ¹ และ ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล¹

Yathip pinchan¹ Sareepan Supawan¹ and Chanoknart Boonwatthanakul¹

¹ หลักสูตรการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*Email: estcola880@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ และพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสีพร้อมบทเพลงฝึกเปียโนสำเนียงไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้เรียนผู้ใหญ่วิชาเปียโนที่เรียนในโรงเรียนดนตรีนอกระบบ 15 (2) เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามสภาพปัญหาของการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในการเรียนเปียโนในด้านสำคัญในระดับ มากที่สุด คือ ด้านการจดจำ ด้านวิธีการสอน ด้านสื่อการสอน ด้านกิจกรรม และการสร้างชุดการสอนโดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสีพร้อมบทเพลงฝึกเปียโนสำเนียงไทยที่มีองค์ประกอบได้แก่ (1) วัตถุประสงค์ (2) กลุ่มเป้าหมาย (3) เนื้อหา (4) กิจกรรม (5) สื่อการเรียนรู้ (6) การปฏิสัมพันธ์ (7) การประเมินผล นั้น มีผลการทดสอบประสิทธิภาพของชุดการสอนพบว่ามีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : ชุดการสอน เปียโนเบื้องต้น ผู้เรียนผู้ใหญ่

ABSTRACT

The purpose of this study was to study the problems and requirements of basic piano learning for adult learners and to develop an introductory piano Instructional Package for adult learners by using notation symbols and colors with Thai accent piano songs. The samples were: piano learners studying at non-formal music school 15 (2), Bangkok area, 30 people. The tools used in the research are a questionnaire on basic piano learning problems for adult learners. The results showed that the sample group had the highest level of problems in learning the piano, ie memory, teaching methods, teaching methods, teaching materials, and learning activities. The teaching package consisted of objectives, targets, content, learning materials, activities, and assessments. And the performance test of the teaching package was found to be effective.

Keywords: Instructional Package, Introductory piano, Adult learner

บทนำ

ในการสอนวิชาเปียโนนั้น ครูผู้สอนจะต้องมีการสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ อธิบายรายละเอียดต่าง ๆ แล้วให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง และจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนซ้ำ ๆ บ่อย ๆ จนเกิดความชำนาญ ปัญหาที่เกิดขึ้นในการสอนเปียโนคือ ผู้เรียนไม่สามารถจดจำโน้ตได้อย่างแม่นยำ วิธีการแก้ปัญหาที่ผู้วิจัยนำเสนอคือ การใช้สีในโน้ต เพื่อกระตุ้นทักษะการจำโน้ตดนตรี การใช้สีเป็นสัญลักษณ์แทนโน้ต เป็นการฝึกให้ผู้เรียนรู้จักสังเกตการเคลื่อนไหว โดยสามารถจดจำรูปแบบการใช้มือในแต่ละทำนอง ทำให้ผู้เรียนเกิดความจำโน้ตได้ดี ในเรื่องนี้ มีงานวิจัยของกลุ่มดนตรีบำบัด ภาควิชาเวชศาสตร์ฟื้นฟู คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่พบว่าวิธีนี้ช่วยกระตุ้นความสนใจ ผ่านทางการมองเห็นสีที่สวยงามและช่วยสร้างทักษะทางกายให้มีการรับรู้ได้เร็วขึ้นและสนุกสนาน ทำให้ผู้เรียนความมั่นใจและสนุกกับการเรียน (Dzulkifli & Mustafar, 2013)

นอกจากนั้นปัญหาในการจัดการสอนที่ผ่านมาพบว่า ด้านผู้สอน พบว่ามีปัญหาจำนวนครูน้อย แต่มีผู้เรียนจำนวนมาก ครูไม่สามารถสอนผู้เรียนแบบตัวต่อตัวได้อย่างทั่วถึง บางครั้งขาดแคลนครูผู้สอน ด้านผู้เรียน พบปัญหาด้านความสามารถด้านทักษะในการเรียนของผู้เรียน บางคนจดจำได้ช้า ส่งผลให้ความสามารถด้านทักษะในการเรียนเปียโนต่ำ อีกทั้งจำนวนเครื่องดนตรีที่มีจำกัดจากปัญหาดังกล่าว พบว่า การนำสื่อการสอนมาช่วยจะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้

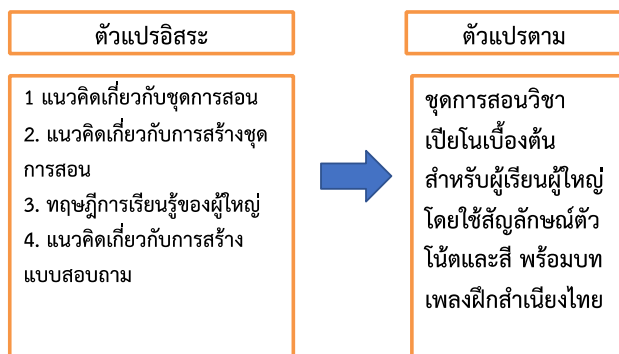
ชุดการสอนรายบุคคล เป็นสื่อการสอนที่สามารถแก้ปัญหานี้ได้ เนื่องจากกระบวนการเรียนรู้โดยใช้ชุดการสอนรายบุคคล ผู้เรียนสามารถทดสอบตัวเองก่อนว่ามีความสามารถระดับใด หลังจากนั้นก็เริ่มต้นเรียนในสิ่งที่ตนเองไม่ทราบ ทำให้ไม่ต้องเสียเวลามาเรียนในสิ่งที่ตนเองรู้อยู่แล้ว ผู้เรียนสามารถเรียนเวลาใดก็ได้ตามความสะดวก เมื่อเรียนจบแล้วผู้เรียนสามารถทดสอบตัวเองได้ทันทีและได้ทราบผลการเรียนของตนเองทันทีเช่นกัน ผู้เรียนมีโอกาสดูพบปะกับผู้สอนมากขึ้น เพราะผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง ครูผู้สอนก็มีเวลาให้คำปรึกษากับผู้เรียนที่มีปัญหาในขณะใช้ชุดกิจกรรมด้วยตนเอง ผู้เรียนจะได้รับคะแนนอะไรนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เรียนเอง ไม่มีคำว่าสอบตกสำหรับผู้ที่เรียนไม่สำเร็จแต่จะทำให้ผู้เรียนกลับไปศึกษาเรื่องเดิมนั้นใหม่ จนผลการเรียนได้ตามมาตรฐานที่ตั้งไว้

จากเหตุผลข้างต้นทำให้เห็นว่า การเรียนวิชาดนตรีโดยใช้ชุดการสอนรายบุคคล ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นซึ่งจะช่วยทำให้ผู้เรียนมีทักษะการปฏิบัติเครื่องดนตรีและการอ่านโน้ตดนตรีที่สูงขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเปียโนสำเนียงไทย เพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถในการปฏิบัติเครื่องดนตรีเปียโนได้ อันจะเป็นการปลูกฝังทักษะที่จะนำไปสู่การเรียนดนตรีระดับสูงขึ้นไปและยังเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนที่ต้องการเรียนดนตรีในรูปแบบใหม่อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาของการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่
2. เพื่อพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงฝึกเปียโนสำเนียงไทย ที่สร้างขึ้นให้ได้ประสิทธิภาพ
3. เพื่อประเมินคุณภาพของชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงฝึกเปียโนสำเนียงไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย

1. การศึกษาสภาพปัญหาของการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่

การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามสภาพปัญหาของการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ สร้างโดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาหลักการ ทฤษฎี เนื้อหา และวิธีการสร้างแบบสอบถามให้ตรงตามเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาของการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่

1.2 สร้างแบบสอบถามสภาพปัญหาของการเรียนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยเป็นแบบสอบถามชนิด 5 ระดับ

1.3 นำแบบสอบถามสภาพปัญหาและความต้องการที่สร้างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนด้านภาษา ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและโครงสร้าง จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสมของข้อความความสอดคล้องของข้อความกับนิยามที่กำหนดไว้และความเที่ยงตรง (Validity) แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าดัชนี ความสอดคล้อง (IOC) (Turner & Carlson, 2003) การคัดเลือกข้อความดำเนินการโดยพิจารณาเฉพาะข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ขึ้นไป ผลการประเมินความสอดคล้องของข้อความโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 1.00 และผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะให้ปรับปรุงข้อความบางข้อความเพื่อให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

1.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ

1.5 และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ไปสัมภาษณ์กลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยการจัดประชุมกลุ่มขึ้นในบริเวณศาลาเอนกประสงค์ ประจำหมู่บ้าน โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคทั้งหมดเท่ากับ 0.75

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ผู้เรียนเปียโนในวัยผู้ใหญ่ที่เรียนเปียโนในโรงเรียนดนตรีนอกระบบ 15(2) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เรียนในวัยผู้ใหญ่ จำนวน 30 คน โดยการใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์แบบสอบถามแบบปลายเปิดใช้วิธีการวิเคราะห์การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นกระบวนการทำงานที่ต่อเนื่องโดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การจัดระเบียบข้อมูล 2) การทำดัชนีหรือการกำหนดรหัสข้อมูล 3) การกำจัดข้อมูลหรือสร้างข้อสรุปชั่วคราว 4) การสร้างบทสรุป 5) การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

2. การพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเปียโนสำเนียงไทย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุดการสอน แบบทดสอบก่อนเรียนและแบบทดสอบหลังเรียน และแบบประเมินความพึงพอใจ โดยมีรายละเอียดในการสร้าง ดังนี้

ตอนที่ 1 พัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเปียโนสำเนียงไทย

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปและสังเคราะห์ผลการศึกษาความต้องการชุดการสอนและศึกษาเนื้อหาในชุดการสอน โดยผู้วิจัยจัดทำเอกสาร ตำรา เพื่อกำหนดองค์ประกอบของชุดการสอน

2. นำมาสร้างร่างแบบจำลองชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเปียโนสำเนียงไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด หลักการ ในการฝึกอบรมทางไกล แนวทางในการดูแลผู้สูงอายุ จากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ประกอบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 1 และกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ในการสร้างชุดการสอนรายบุคคล ประกอบด้วยความรู้เบื้องต้นในการเรียนเปียโน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโน้ต การปฏิบัติบทเพลงหลักในหนังสือเรียนหลักสูตรต้นแบบและบทเพลงเสริมสำเนียงไทย และการปฏิบัติบทเพลงหลักสูตรต้นแบบและบทเพลงเสริมสำเนียงไทย

2.2 เนื้อหา ผู้วิจัยออกแบบเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับบทเพลงสำเนียงไทยที่มีความยากง่ายในระดับการเรียนเปียโนเบื้องต้น โดยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเพลงดังนี้ 1) เลือกบทเพลงที่มีเนื้อหาชอบเขตการอ่านโน้ตที่ใกล้เคียงกัน 2) ช่วงเสียงไม่กว้างมากเกินไป 3) จังหวะไม่ซับซ้อน 4) อัตราจังหวะคงที่และง่าย 5) บทเพลงที่มีความหลากหลายหรือบทเพลงที่คุ้นเคยเช่น เพลงไทยเดิม เพลงพื้นบ้าน เพลงดังในอดีต เพลงสมัยนิยม เพลงคลาสสิกที่คุ้นหูบางเพลง เป็นต้น

2.3 กิจกรรม ผู้วิจัยศึกษาหลักการออกแบบกิจกรรมของชุดการสอน และออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ประกอบด้วย การทดสอบก่อนเรียน การศึกษาเนื้อหาสาระจากสื่อสิ่งพิมพ์ การทำกิจกรรมฝึกทักษะ และการทดสอบหลังเรียน

2.4 สื่อการเรียนรู้ ผู้วิจัยกำหนดสื่อการเรียนรู้โดยการศึกษาเกี่ยวกับการผลิต การใช้และการประเมินสื่อการศึกษา ผนวกกับการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้สื่อกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยออกแบบสื่อดังนี้คือ สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ PDF files, E-Books, VDO files และ Google site, Google Doc, Google Slide

2.5 การประเมินผล ผู้วิจัยกำหนดวิธีการประเมินผล เพื่อประเมินความรู้ด้านเนื้อหา ด้านทักษะ และความพึงพอใจในการเรียนโดยใช้ชุดการสอน โดยเครื่องมือในการประเมินผล ได้แก่ แบบทดสอบ แบบประเมินทักษะ และแบบสอบถามความพึงพอใจ

2.6 การปฏิสัมพันธ์ ผู้วิจัยออกแบบการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและผู้สอน โดยออกแบบเป็นการปฏิสัมพันธ์ ที่อยู่บนระบบ Application line และห้องสนทนาระบบ line ได้แก่ โทรศัพท์

**ตอนที่ 2 ชั้นประเมินคุณภาพของชุดการสอนเป็โนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้
โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเป็โนสำเนียงไทย**

1. ผู้วิจัยนำร่างแบบจำลองชุดการสอนเป็โนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเป็โนสำเนียงไทย เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษา ความเหมาะสมของข้อความ รูปแบบของแบบทดสอบ

2. นำแบบจำลองชุดการสอนรายบุคคล ที่ผู้วิจัยปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาระบบ จำนวน 1 ท่าน ด้านชุดการสอน จำนวน 1 ท่าน ด้านดนตรี จำนวน 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นนำร่างแบบจำลองชุดการสอนรายบุคคล มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence (IOC) ของข้อความและเนื้อหา ด้วยการให้คะแนนในข้อความแต่ละข้อนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยกำหนดค่าคะแนนและแปลความหมายดังนี้คือ ให้คะแนน +1 สำหรับข้อความที่เห็นว่าเหมาะสม ให้คะแนน 0 สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจ และให้คะแนน -1 สำหรับข้อความที่เห็นว่าไม่เหมาะสมควรปรับปรุง โดยให้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ซึ่งผลประเมินจากผู้เชี่ยวชาญครั้งนี้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งหมดกับ 1 ซึ่งหมายถึง ชุดฝึกอบรมที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนั้น ผ่านเกณฑ์ทุกข้อ มีความเหมาะสมที่จะนำไปทดลองใช้ในภาคสนาม

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาของการเรียนเป็โนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่

ผลการศึกษาจากผู้เรียนเป็โน จำนวน 30 คน พบว่ามีสภาพปัญหาและความต้องการของการเรียนเป็โนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ จำแนกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการจดจำ

พบว่าผู้เรียนมีปัญหาด้านการอ่านและจดจำลิมกตเป็นโนที่ยาวต่อเนื่องกัน 88 คีย์และตัวโน้ตเป็โนที่ใช้เวลานานกว่าจะจำได้ ผู้เรียนผู้ใหญ่มีความสับสนในการจดจำตำแหน่งตัวโน้ต

เนื่องจากตัวโน้ตเป็นสีเขวดำ ทำให้อากต่อการจดจำ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.1 และมีระดับคะแนนที่สูงมากที่สุด (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 สภาพปัญหาด้านการจดจำที่มีระดับคะแนนสูงที่สุด

ประเด็นสภาพปัญหา	แบบสอบถาม (N=30)	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับคะแนน
1. ด้านการจดจำ		
1.1 ท่านมีปัญหาในการอ่านและจดจำลิมกตเปียโนและตำแหน่งโน้ตในกุญแจซอลและกุญแจฟามากระดับไหน	4.1	มากที่สุด

1.2 ด้านบทเรียน

พบข้อมูลว่าบทเรียนเปียโนที่มีอยู่เป็นเพลงคลาสสิก ยากต่อการจำเนื่องจากไม่มีเนื้อร้องและทำนองที่คุ้นเคย ทำให้ต้องใช้เวลาในการคุ้นเคยละจดจำมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 และมีค่าระดับคะแนนมาก (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 สภาพปัญหาด้านบทเรียนที่มีระดับคะแนนสูงที่สุด

ประเด็นสภาพปัญหา	แบบสอบถาม (N=30)	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับคะแนน
ด้านบทเรียน		
1. ตำราเรียนที่ท่านใช้อยู่เป็นเพลงคลาสสิกไม่คุ้นเคยยากต่อการเรียนและจดจำต้องใช้เวลาาน	3.83	มาก
2. ตำราเรียนที่ท่านใช้อยู่มีบทเพลงเป็นเพลงบรรเลงไม่มีเนื้อร้องทำให้จดจำยาก	3.83	มาก

1.3 ด้านวิธีการสอน

พบว่าผู้เรียนคิดว่าการเรียนเปียโนนั้นไม่สามารถเรียนได้กับอาจารย์ผู้สอนเปียโนทุกท่านต้องเป็นครูที่มีประสบการณ์มากและมีเทคนิคเฉพาะ ทำให้เกิดปัญหาในการสอนผู้ใหญ่และการสื่อสารให้ผู้ใหญ่เข้าใจได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.63 มีค่าคะแนนระดับมากที่สุด (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 สภาพปัญหาด้านการสอนที่มีระดับคะแนนสูงที่สุด

ประเด็นสภาพปัญหา	แบบสอบถาม (N=30)	
	ค่าเฉลี่ย (M)	ระดับคะแนน
1. ด้านการสอน		
ผู้เรียนคิดว่าการเรียนเปียโนนั้นไม่สามารถเรียนได้กับ อาจารย์ผู้สอนเปียโนทุกท่าน ต้องเป็นครูที่มีประสบการณ์ มากและมีเทคนิคเฉพาะ	4.63	มากที่สุด

1.4 ด้านสื่อการสอน

การเรียนการสอนใช้เพียงตำราเพียงอย่างเดียว แต่ไม่มีสื่ออื่น ๆ ที่ช่วยเหลือให้ผู้เรียนได้
เรียนรู้มากขึ้น เช่น แผ่นภาพ ใบงานเสริม สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชันฝึกอ่านโน้ตและลิมกด
เปียโน ที่ช่วยฝึกทักษะในการเรียนของผู้เรียน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.5 ระดับมากที่สุด (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 สภาพปัญหาด้านสื่อการสอนที่มีระดับคะแนนสูงที่สุด

ประเด็นสภาพปัญหา	แบบสอบถาม (N=30)	
	ค่าเฉลี่ย (M)	ระดับคะแนน
ด้านสื่อการสอน		
ในการเรียนผู้เรียนไม่มีการใช้สื่อช่วยสอน เช่น แผ่นภาพ ใบงานเสริม แอปพลิเคชันเกมฝึกอ่านคีย์บอร์ดและตัวโน้ต	4.5	มากที่สุด

1.5 ด้านกิจกรรม

วิธีการจัดกิจกรรมไม่เหมาะสมกับผู้เรียนวัยผู้ใหญ่ ไม่มีกิจกรรมฝึกอ่านอ่านลิมกดเปียโน
และฝึกอ่านโน้ต กิจกรรมฝึกตบจังหวะ กิจกรรมร้องโน้ต-ร้องเพลง เกมฝึกอ่านโน้ตจากสื่อ
แอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ย 4.7 โดยมีค่าคะแนนระดับมากที่สุด (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 สภาพปัญหาด้านกิจกรรมที่มีระดับคะแนนสูงที่สุด

ประเด็นสภาพปัญหา	แบบสอบถาม (N=30)	
	ค่าเฉลี่ย (M)	ระดับคะแนน
ด้านกิจกรรม		
ผู้เรียนเรียนแต่ตำราเรียนเพียงอย่างเดียวไม่มีกิจกรรมเสริม อาทิ กิจกรรมตบจังหวะ-ร้องโน้ต-ร้องเพลง-เกมอ่านโน้ต จากแอปพลิเคชันช่วยอ่านคีย์บอร์ดและอ่านโน้ต	4.7	มากที่สุด

1.6 ด้านเวลาเรียน

ผู้วิจัยพบว่า ผู้เรียนผู้ใหญ่ไม่สามารถเข้าเรียนตามเวลากำหนดของโรงเรียนได้ เนื่องจากต้องมีการกิจหรือทำงานในช่วงเวลาดังกล่าว มีค่าเฉลี่ย 3.66 โดยมีระดับคะแนนระดับมาก

ตารางที่ 6 สภาพปัญหาด้านเวลาเรียนที่มีระดับคะแนนสูงที่สุด (ตารางที่ 6)

ประเด็นสภาพปัญหา	แบบสอบถาม (N=30)	
	ค่าเฉลี่ย (M)	ระดับคะแนน
ด้านเวลาเรียน		
โรงเรียนไม่สามารถจัดเวลาที่ต้องการได้ทำให้ผู้เรียนต้อง สละเวลาที่ไม่สะดวกในการมาเรียน	3.66	มาก

2. การพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี
พร้อมบทเพลงฝึกเปียโนสำเนียงไทย

2.1 องค์ประกอบของชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้
สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเปียโนสำเนียงไทย

ชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อม
บทเพลงเปียโนสำเนียงไทย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ (2) กลุ่มเป้าหมาย (3)
เนื้อหา (4) กิจกรรม (5) สื่อ (6) การประเมินผล (7) การปฏิสัมพันธ์โดยกำหนดโครงสร้างทั้ง 7 องค์ประกอบ
ดังนี้

2.1.1 วัตถุประสงค์

1) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอธิบายความรู้ในการเรียนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการปฏิบัติ
เปียโนได้

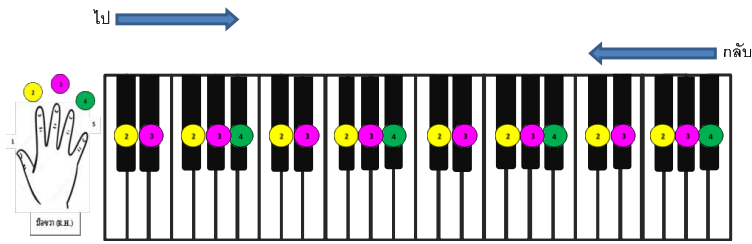
2) เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในการเล่นเปียโนได้

3) เพื่อให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อการเรียนเปียโนได้

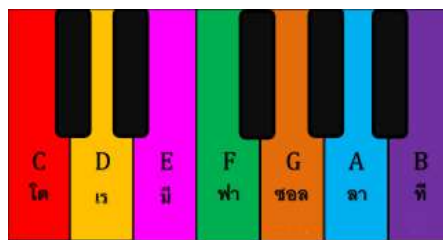
2.1.2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้เรียนเปียโนผู้ใหญ่

2.1.3 เนื้อหา ประกอบด้วยหน่วยการเรียนรู้จำนวน 6 หน่วย ดังนี้คือ

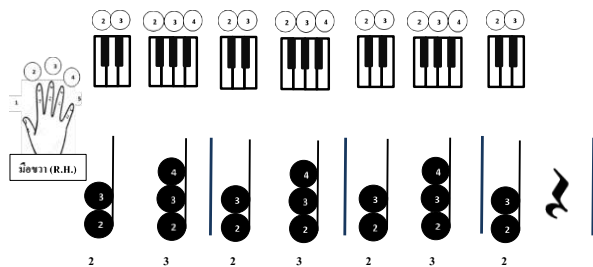
หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นในการเรียนเปียโน



ภาพที่ 1 การกำหนดสีเพื่อช่วยความจำ

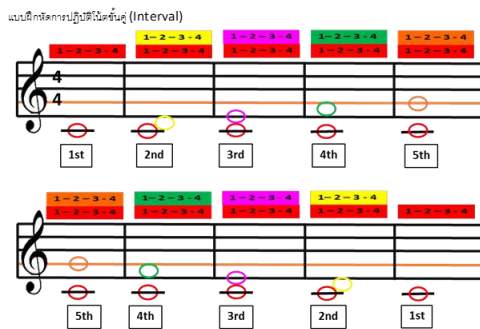


ภาพที่ 2 ตัวโน้ตในระบบโซล-ฟา ซิสเต็มและระบบตัวอักษรที่เพิ่มการใช้สีช่วยการจดจำ

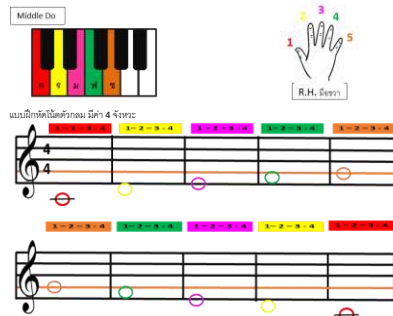


ภาพที่ 3 ตัวโน้ตในระบบโซล-ฟา ซิสเต็มชุดปกติใช้สีขาวดำ

หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นโน้ตสากลและโน้ตในกุญแจซอล (Treble Clef) โดยใช้สีช่วยจำ



ภาพที่ 4 การปฏิบัติโน้ตขั้นคู่ที่เพิ่มสีช่วยความจดจำ



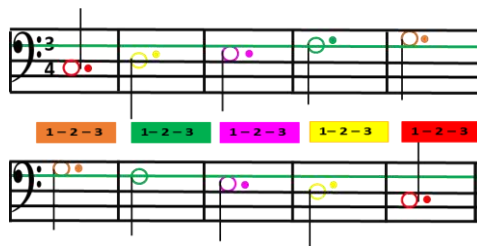
ภาพที่ 5 โน้ตสากลและโน้ตในกุญแจซอล (Treble Clef) ชุดปกติ ขาว - ดำ



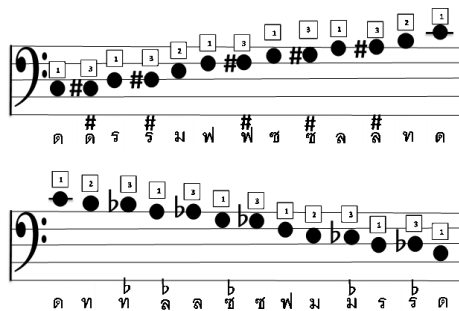
ภาพที่ 6 โน้ตสากลและโน้ตในกุญแจซอล (Treble Clef) ชุดปกติ ขาว - ดำ

หน่วยที่ 3 กุญแจฟา (Bass clef)

แบบฝึกหัดโน้ตตัวขาวประจุดมีค่า 3 จังหวะ



ภาพที่ 7 โน้ตสากลกุญแจฟา (Bass clef) ที่ปรับการใช้สีเพิ่มเติม



ภาพที่ 8 โน้ตสากลกุญแจฟา (Bass clef) ที่แบบเดิมใช้สีขาว - ดำ

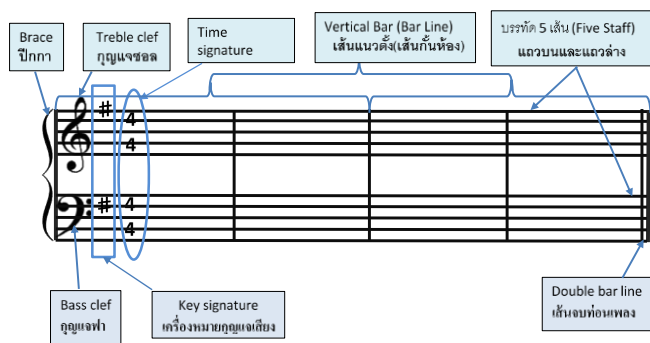
วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

หน่วยที่ 4 โน้ตเปียโน (Grand Staff) เป็นแบบฝึกปฏิบัติลักษณะตัวโน้ต โดยเล่นมือขวาและมือซ้าย



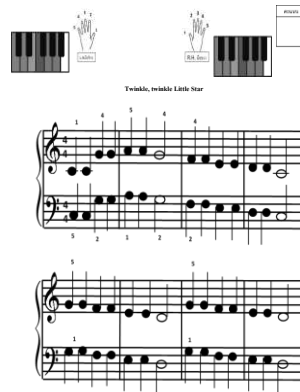
ภาพที่ 9 โน้ตแบบฝึกหัดเปียโน เล่นทั้งมือขวาและมือซ้ายแบบสี่



ภาพที่ 10 โน้ตแบบฝึกหัดเปียโน เล่นทั้งมือขวาและมือซ้ายแบบชาว-ดำ

หน่วยที่ 5 การปฏิบัติบทเพลงหลักในหนังสือเรียนหลักสูตรต้นแบบและบทเพลงเสริมสำเนียงไทย

ภาพที่ 11 โน้ตแบบฝึกหัดเปียโน เล่นทั้งมือขวาและมือซ้ายแบบสี่โดยใช้บทเพลงเสริมสำเนียงไทย



ภาพที่ 12 โน้ตแบบฝึกหัดเปียโน เล่นทั้งมือขวาและมือซ้ายแบบขวา-ดำ โดยใช้บทเพลงสากล

หน่วยที่ 6 การปฏิบัติบทเพลงหลักสูตรต้นแบบและบทเพลงเสริมสำเนียงไทย

ลิขสิทธิ์เพลงและลายมือเขียน: สันติ โสภณศิลป์ (Santi Sornsilp) ผู้ประพันธ์ (ค.ศ. 1981)
 เพลงนี้ เป็นงานลิขสิทธิ์ของ สันติ โสภณศิลป์ (Santi Sornsilp) และสงวนลิขสิทธิ์ โดย
 การนำใช้โดยไม่ขออนุญาต ถือเป็นการผิดกฎหมาย

The image shows the musical score for the song 'I'm A Little Teapot'. It includes two hand diagrams at the top showing finger placement on the piano keys. Below the diagrams are two systems of musical notation, each with a treble and bass clef staff. The first system covers the first two lines of the melody, and the second system covers the next two lines. Fingerings are indicated by numbers 1-5 above or below the notes.

ภาพที่ 13 บทเพลงหลักสูตรต้นแบบและบทเพลงเสริมสำเนียงไทย เมื่อถอดสือออกมาเป็นโน้ตขาว-ดำปกติ

2.1.4 กิจกรรม ประกอบด้วย การทำแบบทดสอบความรู้ก่อนและหลังการอบรม และการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านเว็บ โดยมีขั้นตอนการจัดกิจกรรมดังต่อไปนี้

ก. ปฐมนิเทศ โดยการปฐมนิเทศ เพื่อรับฟังการชี้แจงวัตถุประสงค์ รูปแบบวิธีการและขั้นตอนการลงทะเบียนเรียน การเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรม ระยะเวลาและการประเมินผล ระยะเวลาในการปฐมนิเทศ ใช้เวลา 1 ชั่วโมง

ข. ศึกษาคู่มือการเรียน เพื่อเตรียมทำกิจกรรมในการเรียนด้วยตนเอง ประกอบด้วย การลงทะเบียนเรียนเป็นผู้เข้ารับการอบรม

ค. ทำแบบทดสอบความรู้ก่อนเรียน

ง. การเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนศึกษาโดยใช้ชุดการสอน พร้อมทำแบบฝึกทักษะทุกครั้งหลังสิ้นสุดการเรียนรู้ในแต่ละหน่วย และตรวจคำตอบจากแบบเฉลยกิจกรรม

จ. หลังจากผู้เรียนศึกษาครบ 6 หน่วย ผู้เข้ารับการอบรมทำแบบทดสอบหลังเรียน

2.1.5 สื่อประกอบการสอน ได้แก่ เอกสารในรูปแบบ Pdf.files ppt และกระดานแม่เหล็ก

2.1.6 การปฏิสัมพันธ์ ผู้เรียนและผู้สอนสามารถติดต่อสื่อสารผ่านห้องสนทนาที่อยู่บนระบบแอปพลิเคชันไลน์และโทรศัพท์เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการสอบถามปัญหา การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน ช่องทางการปฏิสัมพันธ์ประกอบด้วยห้องสนทนาบนระบบ Line ได้แก่ (1) Facebook (2) e-mail (3) โทรศัพท์

2.1.7 การประเมินผล ประกอบด้วย (1) การวัดความรู้ โดยใช้แบบทดสอบก่อนและหลังเรียน (2) การวัดทักษะโดยใช้ แบบประเมินทักษะ (ใบกิจกรรมหลังเรียน) และ (3) การวัดความพึงพอใจ โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ก. การวัดความรู้ โดยใช้แบบทดสอบก่อน-หลังเรียนจำนวน 30 ข้อ และสามารถทราบผลการทดสอบทันที

ข. การประเมินทักษะโดยผู้เรียนต้องทำกิจกรรมหลังเรียนทั้ง 6 หน่วย และดูผลการทำกิจกรรมผ่านเฉลยและสามารถทราบผลการฝึกทักษะได้ทันที

ค. การประเมินความพึงพอใจ โดยผู้เรียนทำแบบประเมินความพึงพอใจหลังเรียน

3. ผลการประเมินคุณภาพของชุดการสอนเปียนโป้งต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการทดสอบประสิทธิภาพชุดการสอน โดยผู้เชี่ยวชาญพบว่าชุดการสอนเปียนโป้งต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเปียนโป้งสำเนียงไทย มีประสิทธิภาพในระดับมากปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความเหมาะสมของสื่อการสอน

รายการประเมิน	คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			ผลรวม คะแนน	IOC. = $\frac{\sum R}{N}$
	1	2	3		
1. คำแนะนำในการใช้สื่อการสอนมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	1	1	1	1	1
2. สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้	1	1	1	1	1
3. เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน	1	1	1	1	1
4. กิจกรรมช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความเรียนรู้และจดจำ	1	1	1	1	1
5. ช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาด้านความรู้ทักษะได้อย่างรวดเร็ว	1	1	1	1	1

Σ IOC. = 1.00

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลในบางประเด็นดังนี้

จากผลการวิจัย พบว่า ชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ โดยใช้โดยใช้สัญลักษณ์ตัวโน้ตและสี พร้อมบทเพลงเปียโนสำเนียงไทย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 องค์ประกอบ ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ (2) กลุ่มเป้าหมาย (3) เนื้อหา (4) สื่อการเรียนรู้ (5) กิจกรรม (6) การปฏิสัมพันธ์ (7) การประเมินผล ซึ่งจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าคุณชุดการสอนเปียโนเบื้องต้น โดยใช้สีและสัญลักษณ์โน้ต เป็นสื่อ พร้อมบทเพลงสำเนียงไทยในภาพรวมสอดคล้องกัน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยรวมเท่ากับ 1 ซึ่งถือว่ามี ความสอดคล้องในระดับสูง การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เพราะผู้วิจัยได้ออกแบบชุดฝึกอบรมโดยนำแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบชุดการสอนรายบุคคลของชัยยงค์ พรหมวงศ์ และวาสนา ทวีกุลทรัพย์ (2558) มาเป็นแนวทางในการออกแบบ ตามทฤษฎี แนวคิดในการออกแบบระบบการฝึกอบรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต แสนทวิสุข(2563) วิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนการสอนเมโลเดียน สำหรับชมรมดนตรีโรงเรียน บ้านคำสมอ อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี ที่ผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนการพัฒนาชุดกิจกรรมนั้น ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการเพื่อนำมากำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์ผู้เรียน การออกแบบเนื้อหา กิจกรรม สื่อและการประเมินผล ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบชุดการสอนเปียโนเบื้องต้น โดยใช้สีและ

สัญลักษณ์โน้ต เป็นสื่อ พร้อมบทเพลงสำเนียงไทย อย่างเป็นระบบ จึงส่งผลให้ชุดการสอนที่พัฒนามี
ค่าดัชนีความสอดคล้องในระดับสูง

ข้อเสนอแนะ

ชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนวัยผู้ใหญ่โดยใช้สื่อนวัตกรรมและบทเพลงฝึก
สำเนียงไทย กรณีศึกษาโรงเรียนดนตรีนอกระบบ จะมีความสมบูรณ์ขึ้นถ้านำไปสู่การทดลองใช้หลาย ๆ
ครั้งและปรับปรุงข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้น และควรพัฒนาต่อไปในส่วนของคู่มือครูเพื่อความสะดวก
ในการเป็นหลักสูตรเปียโนแนวใหม่ที่สมบูรณ์สำหรับคนไทย ในการนำชุดการสอนเปียโนเบื้องต้น
สำหรับผู้เรียนวัยผู้ใหญ่โดยใช้สื่อนวัตกรรมและบทเพลงฝึกสำเนียงไทย ไปให้ผู้ใช้งานจะคำนึงถึง
ความแตกต่างของระหว่างผู้เรียนแต่ละคนเพื่อนำชุดการสอนไปใช้ได้เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และวาสนา ทวีกุลทรัพย์. (2558). ชุดการสอนรายบุคคล. ในเอกสารการสอน
ชุดวิชาสื่อการศึกษาพัฒนสรร (หน่วยที่ 5, น.5-1-5-53). นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัย
ธรรมาธิราช.
- ชนกฤต แสนทวีสุข.(2563). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนการสอนเมโลเดียน สำหรับชมรมดนตรี
โรงเรียน บ้านคำสมอ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุบลราชธานี. ปริญญาตรีวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- Campion, J., Pullinger, K., & Stage, S. (1994). *The piano*. Kinowelt Home
Entertainment.
- Dolge, A. (1972). *Pianos and their makers: a comprehensive history of the
development of the piano from the monochord to the concert grand
player piano* (Vol. 1). Courier Corporation.
- Dzulkipli, M. A., & Mustafar, M. F. (2013). The influence of colour on memory
performance: A review. *The Malaysian journal of medical sciences: MJMS*, 20(2), 3.
- Jelen, B. (2015). Current Piano Education of Turkish Music Teacher Candidates
Comparisons of Instructors and Students Perceptions. *Educational Resarch
and Review*, 10(8).
- Ma, R., & Ma, R. (2023). Piano education online: Challenges and solutions. *Education
and information technologies*, 28(2), 1359-1372.

Matthews, S. H. (1987). Provision of care to old parents: Division of responsibility among adult children. *Research on Aging*, 9(1), 45-60.

Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International journal of testing*, 3(2), 163-171.

Yu, X., Ma, N., Zheng, L., Wang, L., & Wang, K. (2023). Developments and Applications of Artificial Intelligence in Music Education. *Technologies*, 11(2), 42.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ
ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี

The Participation in the Conservation of Cultural Environmental and Way of
Life of the Mon Community According to the Perception of School
Administrators in Sam Khok District, Pathum Thani Province

จิตตรี พลทะกุล¹ อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์¹ นิตกร อ่อนโยน² และ จิตเจริญ ศรีขวัญ²
Jittree Palakul^{1*}, Ananya Popradit¹, Nitikorn Onyon² and Jitcharoen Sronkwan²

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี jittree@vru.ac.th

² คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็น
วัดมอญและสภาพวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสสามโคก จังหวัด
ปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและสังเคราะห์รูปแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและ
วิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้
เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต
กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนประถมศึกษาที่ย่านชุมชนมอญจำนวน 6 โรงเรียน
ซึ่งเป็นโรงเรียนที่อยู่ในย่านชุมชนมอญ อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ โรงเรียนวัดท้ายเกาะ
โรงเรียนวัดจันทน์กะพ้อ โรงเรียนวัดสะแก โรงเรียนวัดบางเตยนอก โรงเรียนวัดเมตดารงค์ และ
โรงเรียนวัดสองพี่น้อง ที่ได้มาโดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ
ข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 วิเคราะห์
ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากการแบบบันทึกการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา สรุปผล และ รายงาน
ผลในเชิงบรรยาย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริหารสถานศึกษาทั้ง 6 โรงเรียนนั้นรับรู้และรู้จักแหล่งสิ่งแวดล้อม
ศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญ แต่ละแหล่งส่วนใหญ่อยู่ในสภาพดี และผู้บริหารสถานศึกษาเคย

สัมผัสและรู้จักวิถีชุมชนมอญ อาทิ การแต่งกาย การใช้ภาษา การอาหารมอญ รวมไปถึง ประเพณีและ พิธีกรรมทางศาสนาของคนมอญ

2) การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญของผู้บริหารสถานศึกษา ในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีทั้ง 6 โรงเรียนนั้นมีแนวคิดและแนวทางที่สอดคล้องกัน โดยมุ่งเน้น ให้โรงเรียนเป็นส่วนสำคัญกับการมีส่วนร่วมของนักเรียนโดยใช้แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมประเภทวัด มอญและประเพณีมอญเป็นฐานในการพัฒนานักเรียนและดำเนินการนำปัจจัยภายในที่มีศักยภาพของ ชุมชนมาสร้างและจัดกระบวนการเรียนรู้ให้กับนักเรียนภายในโรงเรียนย่านชุมชนมอญด้วยการใช้ รูปแบบการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญโดยมีหลักการสำคัญคือ การมีส่วนร่วมแบบ “บวร (บ้าน วัด และโรงเรียน)” และสังเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสาม โคก จังหวัดปทุมธานี ได้ 3 ประการหลักคือ 1) การใช้ชุมชนมอญในพื้นที่โดยรอบเป็นฐาน 2) การสร้างกิจกรรมกระบวนการการเรียนรู้ที่วัดมอญ และ 3) การจัดการความรู้ที่โรงเรียนในชุมชน มอญ และทั้ง 3 ประการหลักมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม ชุมชนมอญ ผู้บริหารสถานศึกษา

ABSTRACT

The goals of this study are to: 1) investigate the Mon cultural environmental sites that represent the Mon temple and way of life of the Mon community in Sam Khok District, Pathum Thani Province; and 2) investigate the participation and synthesize the patterns of participation in the conservation of the cultural environment and way of life of the Mon community in Sam Khok. This investigation is a qualitative one. In-depth interviews and observational approaches were used to acquire the data. Six primary school administrators from Mon community regions in Sam Khok District, Pathum Thani Province, made up the target group. Wat Tai Kao School, Wat Chan Kapho School, Wat Sakae School, Wat Bang Toei Nok School, Wat Metarang School, and Wat Song Phee Nuang School were among the institutions covered. Purposive sampling was used to choose the sample. A semi-structured interview with a reliability index of 0.80 to 1.00 was utilized to collect the data, and content analysis was employed to examine the interview recordings to analyze the data. A presentation format was used to summarize and convey the findings.

The study discovered that 1) all 6 schools' administrators recognized and were aware of the Mon cultural environmental sites that point to the Mon temple. The majority of the sites are in good shape, and people who have visited them are familiar with the Mon community's way of life, including its attire, language, cuisine, and religious rituals. 2) The six school administrators in Sam Khok district, Pathum Thani province, participate in the preservation of the cultural environment and way of life of the Mon population with a unified idea and strategy. The administrators of the schools place a strong emphasis on the role that schools may play in encouraging student involvement by using the cultural resources of the Mon festival and temple as a base for student growth. By using a participation model for the conservation of the cultural environment and way of life of the Mon community, with the main principle being "Bowon (House, Temple, and School)" participation, the schools make use of the potential factors within the community to create and organize a learning process for the students within the Mon community.

There are three key components: (1) using Mon communities in the surrounding area as a base, (2) developing learning process activities at Mon temples, and (3) managing knowledge at schools in Mon communities. The community's engagement in the preservation of the cultural environment and way of life of the Mon people depends on all three of the major factors, which are interconnected and significant.

Keywords: Participation, Cultural environment conservation, Mon community, School administrator.

บทนำ

ในปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ถูกยกระดับความสำคัญถึงจุดที่บรรจู่ไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) โดยยุทธศาสตร์ที่ 5 ได้ระบุชัดเจนว่า “การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยมีเป้าหมายอยู่ 4 ประการ ได้แก่ 1) อนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้อย่างยั่งยืน มีสมดุล 2) ฟื้นฟูและสร้างใหม่ฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบทางลบจากการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจของประเทศ 3) ใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโต บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุล ภายในขีดความสามารถของระบบนิเวศ 4) ยกระดับกระบวนทัศน์ เพื่อกำหนดอนาคตประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม บนหลักของการมีส่วนร่วม และ ธรรมภิบาล (สำนักงานงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2558) ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวนำมาเป็นกรอบความคิดสำคัญในการจัดทำแผนการศึกษาแห่งชาติ กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการศึกษา ในยุทธศาสตร์ที่ 5 ของแผนการศึกษาว่าด้วย “การจัดการศึกษาเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” โดยมีเป้าหมาย 3 ข้อคือ 1) คนทุกช่วงวัย มีจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม มีคุณธรรม จริยธรรม และ นำแนวคิดตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ 2) หลักสูตร แหล่งเรียนรู้ และสื่อการเรียนรู้ที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม คุณธรรม จริยธรรม และ การนำแนวคิดตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่ การปฏิบัติ และ 3) การวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการสร้างเสริมคุณภาพชีวิต ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) ย่อมส่งผลให้สถานศึกษาทั่วประเทศ ต้องปรับตัวเพื่อรับกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนการศึกษา 20 ปี ที่กล่าวถึงนี้

คำว่า “สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม” หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้างหรือกำหนดขึ้นทั้งในอดีต และปัจจุบันที่มีคุณค่าทางศิลปกรรมวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ โบราณคดี เทคโนโลยี และรวมถึงศิลปกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมด้วย โดยสิ่งแวดล้อมและศิลปกรรมนั้นมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันทั้งทางตรงและทางอ้อม (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2561) ซึ่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะเป็นสิ่งที่ส่งเสริมและรักษาคุณค่าแหล่งศิลปกรรม หากสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมถูกทำลายหรือเสื่อมโทรมลงไป ย่อมลงผลกระทบต่อคุณค่าของศิลปกรรมด้อยลงและอาจหมดความหมายในที่สุด

ปัญหาสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นอยู่อย่างต่อเนื่องส่วนใหญ่เป็นปัญหาความเสื่อมโทรม ทั้งที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น สัตว์ ฝน แสงแดด ภัยธรรมชาติและ การกระทำของมนุษย์ (Popradit, 2022) เช่น การบุกรุกทำลายพื้นที่แหล่งศิลปกรรม การก่อสร้างทั้งของหน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่ขาดการพิจารณาถึงความสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม และการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยขาดความรู้ทางวิชาการในการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมอย่างถูกต้องและเหมาะสม (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562)

จังหวัดปทุมธานี เป็นจังหวัดหนึ่งรองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้คนจากทั่วสารทิศอพยพเข้ามาพำนักและประกอบอาชีพมากมาย ส่งผลให้สภาพสังคมมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จนมีความเป็นพหุวัฒนธรรม (multi-culture) ผสมกับความทันสมัยของเมืองในยุคปัจจุบัน ที่ทำให้ผู้คนเปลี่ยนวิถีชีวิตจากสังคมชนบทกลายเป็นสังคมเมือง ทำให้เกิดการกร่อนกลืนวิถีชีวิตเดิมอันเป็นรากเหง้าของจังหวัด ซึ่งเดิมปทุมธานีชื่อ บ้านสามโคก ต่อมาขยายเป็นชุมชนใหญ่ขึ้นเพราะมีชาวมอญที่อพยพหนีภัยครั้งใหญ่มาอยู่มากขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 2 จึงเกิดเป็นชุมชนมอญตั้งกระจัดกระจายอยู่ตลอดพื้นที่สองฟากฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้จังหวัดปทุมธานีมีแหล่งศิลปกรรมโบราณสถานในวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของจังหวัด ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นถิ่น แสดงถึงร่องรอยความรู้เรื่องของมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนมอญ (วีรวัฒน์ วงศ์คู่ไทย, 2555) และจังหวัดปทุมธานีก็ประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมเช่นกัน

ดังนั้น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม จึงเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศิลปกรรมควบคู่กันไปอย่างสอดคล้องกัน แม้ในอดีตจะมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมแต่มุ่งเน้นให้ความสำคัญเฉพาะโบราณสถาน ส่งผลให้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนโดยรอบยังไม่ได้รับการอนุรักษ์อย่างจริงจังและดำรงอย่างยั่งยืนได้ แนวทางการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมมีหลายประการเช่น การเร่งรัดและกระตุ้นให้หน่วยงานของรัฐและประชาชนเอาใจใส่ ควบคุม ดูแล และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมอย่างถูกต้องและเหมาะสม การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่

คนในชุมชน เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันในการคุ้มครองและรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีให้แก่แหล่งศิลปกรรมของชาติ รวมไปถึงการส่งเสริมให้มีการอบรมและสร้างสามัญสำนึกให้อาศัยการมีส่วนร่วมของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ประชาชนที่อาศัยในชุมชน เจ้าอาวาส พระสงฆ์ ในฐานะผู้ใกล้ชิดสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม ยังรวมถึงผู้บริหารสถานศึกษา ครูและนักเรียนในสถานศึกษาที่อยู่ใกล้สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและชุมชนมอญ

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี สถานศึกษาจึงควรจัดให้มีการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น และผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะผู้นำสถานศึกษาต้องส่งเสริมให้มีหลักสูตรสถานศึกษาหรือกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาคุณภาพนักเรียนในโรงเรียนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของชาติ ให้นักเรียนมีความรับผิดชอบ ตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม สร้างจิตสำนึกห่วงใยในสิ่งแวดล้อมและวิถีชุมชนอันเป็นภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษา จัดเป็นหนึ่งในบุคคลสำคัญของชุมชนที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ ผ่านการจัดกระบวนการเรียนรู้หรือกิจกรรมให้นักเรียน เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจปลูกฝังคุณลักษณะความรับผิดชอบต่อร่วมกันในการคุ้มครองและรักษา เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาเกี่ยวกับสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญและวิถีชุมชนมอญหรือไม่ และศึกษาการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญโดยมีหลักการ แนวคิดและแนวทางมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญอย่างไร อันจะนำไปสู่การพัฒนาารูปแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญและเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานกระบวนการจัดการเรียนรู้ให้กับนักเรียนในย่านชุมชนมอญต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญและสภาพวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมและสังเคราะห์รูปแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาใน อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาสภาพ แนวคิดและแนวทางการมีส่วนร่วม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้กำหนดขอบเขตด้านต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ทำการศึกษา วิเคราะห์เนื้อหาจากตำรา หนังสือ หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นต่อไปนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ
- 3) แนวคิดการมีส่วนร่วม
- 4) แนวคิดสิ่งแวดล้อมศึกษา

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

1) ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาจากการสัมภาษณ์ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้อำนวยการโรงเรียนย่านชุมชนมอญจำนวน 6 โรงเรียน เพื่อให้ทราบถึงสภาพ แนวคิด และแนวทางการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี

2) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนที่อยู่ในย่านชุมชนมอญและมีแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมอยู่ใกล้โรงเรียนและใกล้วัดมอญ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

โรงเรียนที่อยู่ในย่านชุมชนมอญ อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี จำนวน 6 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนวัดท้ายเกาะ โรงเรียนวัดจันทน์กะพ้อ โรงเรียนวัดสะแก โรงเรียนวัดบางเตยนอก โรงเรียนวัดเมตตาราม และโรงเรียนวัดสองพี่น้อง

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ปฏิบัติการสัมภาษณ์สภาพ แนวคิด และแนวทางการมีส่วนร่วม และสังเคราะห์รูปแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยกำหนดขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมความพร้อม โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจาก เอกสาร ตำรา ข้อมูล รายงาน การวิจัยรายงานของหน่วยงานต่างๆ บทความทางวิชาการ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ 1) สภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ 2) ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ 3) สภาพและปัญหาการจัดการกระบวนการเรียนรู้ของโรงเรียน เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ และ 4) ความต้องการในการจัดการกระบวนการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ นำแบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความแต่ละข้อความกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of congruence : IOC) (Turner & Carlson, 2003) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของข้อความโดยพิจารณาความชัดเจนของการใช้ภาษา และความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการวัด และนำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ถือว่าแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมีคุณภาพสามารถนำไปทดลองใช้ได้ จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์นี้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างก่อนนำไปใช้จริง

3. ขั้นตอนเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ผู้วิจัยดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนย่านชุมชนมอญ จำนวน 6 โรงเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา

4. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนย่านชุมชนมอญ จำนวน 6 โรงเรียน มาดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยจะวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญและสภาพวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

2) วิเคราะห์แนวความคิดมีส่วนร่วมจากการสัมภาษณ์ และสังเคราะห์รูปแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย มีผลดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมประเภทวัด ที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญและสภาพวิถีชุมชนมอญ ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยได้ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก แสดงในตารางที่ 1

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 1 แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึกสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมประเภทวัด ที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญและสภาพวิถีชุมชนมอญ ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อความ	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
1.1 ท่านรู้จักแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในวัดหรือไม่ มีอะไรบ้าง แต่ละแหล่ง มีสภาพอย่างไร	“วิหารที่อยู่ด้านหลังโรงเรียนอยู่ในสภาพดี และมีเจดีย์มอญเก่าๆที่อยู่หน้าโรงเรียน”	“เสาหงส์ตรงตะขาบ อยู่ในสภาพดี สวยงาม ใช้งานได้ดี และมีพิพิธภัณฑสถานของวัดจันทน์กะพ้อ อยู่ในที่กำลังดำเนินการซ่อมแซม”	“มีเจดีย์มอญองค์ใหญ่ที่สุดในจังหวัดปทุมธานี”	“เจดีย์มอญและเสาหงส์ มีสภาพดี”	“ผมพาเด็กเข้าไปดูเจดีย์ ทุกปีอยู่แล้ว เราผูกพันกันอยู่แล้ว เพราะเราเองซื้อวัดมาเป็นชื่อโรงเรียน”	“ที่วัด มีเจดีย์มอญ เสาหงส์ ตรงตะขาบอยู่หน้าเจดีย์”	ผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนรู้จักแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนมอญ และแต่ละแหล่งส่วนใหญ่อยู่ในสภาพดี

ตารางที่ 1 แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึกสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมประเภทวัด ที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญและสภาพวิถีชุมชนมอญ ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี (ต่อ)

ข้อความ	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
1.2 ท่านคิดว่าวิถีชุมชนมอญในชุมชนที่ยังคงอยู่ มีอะไรบ้าง	-ประเพณีสงกรานต์ -การข้าวแช่ -ประเพณีรามัญ -แห่หงส์ตรงตะขาบ - พิธีกวนข้าวทิพย์	-ประเพณีทำบุญกลางบ้าน -แห่เสาหงส์ตรงตะขาบ	-ประเพณีสงกรานต์ -แห่หงส์ตรงตะขาบ - การทำอาหารมอญ ได้แก่ กวนกะละแม ข้าวแช่ใบเตย ข้าวต้มลูกโยนในวันออกพรรษา	- แห่หงส์ตรงตะขาบ -รู้จักวัฒนธรรมของจังหวัดผ่านเพลงนิราศเมืองปทุม	-กิจกรรมผ้ามัดย้อมจากผลมะตาด - การปักสไบมอญ -การทำธงตะขาบ -การทำไข่เค็มเพื่อทำกับข้าวแช่	-ทำอาหารรามัญ ได้แก่ แกงส้มกระเจียว แกงมะตาด -การใช้ภาษามอญ เช่น “คนมอญเวลาพูดจะลงท้ายว่า “.จี” และจะพูดใช้คำกริยาขึ้นก่อน เช่น “พุงนี้เอามีดมาด้วย” พูดเป็น “เอามีด” จะพูดกลับกัน”	ผู้บริหารสถานศึกษา เคยสัมผัสและรู้จักวิถีชุมชนมอญ อาทิ การแต่งกาย การใช้ภาษาอาหารมอญ รวมไปถึงประเพณี และพิธีกรรมทางศาสนาของคนมอญ

จากตารางที่ 1 แปลผลได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษาในทุกโรงเรียนนั้นรับรู้และรู้จักแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญ แต่ละแหล่งส่วนใหญ่อยู่ในสภาพดี และผู้บริหารสถานศึกษาเคยสัมผัสและรู้จักวิถีชุมชนมอญ อาทิ การแต่งกาย การใช้ภาษา การอาหารมอญ รวมไปถึง ประเพณีและพิธีกรรมทางศาสนาของคนมอญ และผู้วิจัยสังเกตและสรุปตัวบ่งชี้ความเป็นวัดมอญ ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงสภาพแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็นมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ตัวบ่งชี้ ชุมชนมอญ	เสาหงส์ธง ตะขาบ	เจดีย์ทรง รามัญ	เจดีย์ย่อมุมไม้ สิบสอง	วิหาร	ชื่อวัด ภาษามอญ
1. วัดเมตดารงค์	✓	✓			
2. วัดสองพี่น้อง	✓	✓			
3. วัดท้ายเกาะใหญ่	✓	✓			✓
4. วัดจันทน์กะพ้อ	✓		✓		
5. วัดบางเตยนอก	✓	✓			
6. วัดสะแก	✓	✓	✓	✓	

จากตารางพบว่า ตัวบ่งชี้ความเป็นวัดมอญที่สำคัญและต้องมีอยู่ในทุกวัดมอญ คือ เสาหงส์ธงตะขาบ และมีตัวบ่งชี้อื่นๆ ได้แก่ เจดีย์ทรงรามัญ เจดีย์ย่อมุมไม้สิบสอง วิหาร และชื่อวัดภาษามอญ โดยมีเจดีย์ทรงรามัญจำนวน 5 วัด มีเจดีย์ย่อมุมไม้สิบสอง จำนวน 2 วัด มีวิหารที่แสดงความเป็นมอญและป้ายชื่อภาษามอญ จำนวน 1 วัด

2. ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในแต่ละประเด็นเกี่ยวกับ 1) ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ดังตารางที่ 3 ส่วน 2) ด้านสภาพปัญหาการจัดการกระบวนการเรียนรู้ของโรงเรียน เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ดังตารางที่ 4 และ 3) ด้านความต้องการในการจัดการกระบวนการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ ดังตารางที่ 5 ดังนี้

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 3 แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและแปลผล การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางในการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
1.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นกับแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญที่ท่านทราบมีอะไรบ้าง	“เราไม่ทราบข้อมูลจริงๆ ของวิหารเจดีย์มอญที่อยู่หน้าโรงเรียนจะบูรณะอย่างไร”	“ศิลปวัฒนธรรมมอญในชุมชนที่โรงเรียนชุมชนวัดจันทน์กะพ้อตั้งอยู่ยังมีร่องรอยให้เห็นอยู่ตามวัด ซึ่งคนมอญก็ยังมีพอเหลือแต่มีจำนวนไม่มากและจะอยู่เป็นกลุ่มก้อน โดยคนมอญรุ่นใหม่จะต้องออกไปทำงานในชุมชนจึงเหลือเพียงผู้สูงอายุเท่านั้นในชุมชน การมารวมตัวกันก็จะเป็นตามงานเทศกาล ทำให้ศิลปวัฒนธรรมมอญจะได้มีโอกาสได้แสดงให้ทุกคนได้ชื่นชมจึงค่อนข้างจำกัดด้วยงานเทศกาลต่างๆ และตามวัดเท่านั้น”	“การทำสีกำแพงรอบเจดีย์มอญด้วยสีที่แตกต่างไปจากเจดีย์” “การบูรณะอาคาร ด้วยไม้ใช้งบประมาณมาก” “เจดีย์รายรอบเจดีย์องค์ใหญ่เนื่องจากประสบภัยธรรมชาติ”	“เด็กก็รู้ว่า เป็นเจดีย์มอญแต่ไม่รู้ประวัติความเป็นมา”	“โดยสรุปก็จะมี 3 จุดใหญ่ วัดชุมชนศาลาแดงเหนือ และวิสาหกิจชุมชนบ้านป่าตาดที่โรงเรียนเข้าร่วมกิจกรรมศึกษาดูงาน ปกติเราไป MOU ที่ได้แก่ อบต.เชียงรากน้อย วัดเมตตารังค์ วัดศาลาแดงเหนือ ชุมชนบ้านป่าตาด และกองทุนไฟฟ้า ล่าสุดักไป ศาลาแดงเหนือและชุมชนรามัญบ้านป่าตาด”	“ในหลักสูตรไม่บังคับให้นักเรียนพูดภาษาถิ่นได้ นั่นก็สะท้อนให้เห็นว่ากระทรวงไม่ให้ความสำคัญแล้วนะ ก็เป็นประเด็น”	ปัญหาที่เกิดขึ้นกับแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ได้แก่ 1. ขาดความรู้เกี่ยวกับประวัติที่มาและความสำคัญของแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชน 2. ขาดความรู้แนวทางในการอนุรักษ์ดูแลโบราณสถานรวมไปถึงแนวทางการบูรณะที่ถูกต้อง 3. บางชุมชนมีครอบครัวคนมอญจำนวนน้อยทำให้ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ 4. นโยบายของกระทรวงไม่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนอย่างจริงจัง

ตารางที่ 3 (ต่อ) แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและแปลผล การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางในการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล	
1.2 แนวทางในการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญเป็นอย่างไร	“เรามีแนวคิดอยากอนุรักษ์การแต่งกายของชาวมอญ เพราะโดยส่วนตัวชอบศิลปวัฒนธรรมเพราะมีเสน่ห์”	“ทางโรงเรียนจะอาศัยความร่วมมือระหว่างชุมชนวัด ตามหลักการ บ้าน วัด โรงเรียน และโรงเรียนยังได้ประสานกับสำนักงานวัฒนธรรมอำเภอในการร่วมกันจัดทำแนวทางในการอนุรักษ์และสนับสนุนช่วยเหลือให้คำแนะนำในด้านต่างๆ”	“ทางโรงเรียนวัด ก็คือไปเจตีย์มอญนักเรียนระดับชั้น ม.3 จะไปทำความสะอาดเจตีย์ทุกสัปดาห์ โดยครูประจำวิชาพาไปครับ นี่ก็สะท้อนถึงจิตสำนึกของคุณครู เพราะว่า ครูชอบพาเด็กไปทำความสะอาดรอบๆเจตีย์ และให้เจ้าอาวาสเห็นว่า วัดกับโรงเรียนผูกพันและแสดงให้เห็นว่า โรงเรียนได้มีส่วนร่วมในการดูแลวัด”	“เด็กจะไปที่วัด ก็คือไปเจตีย์มอญนักเรียนระดับชั้น ม.3 จะไปทำความสะอาดเจตีย์ทุกสัปดาห์ โดยครูประจำวิชาพาไปครับ นี่ก็สะท้อนถึงจิตสำนึกของคุณครู เพราะว่า ครูชอบพาเด็กไปทำความสะอาดรอบๆเจตีย์ และให้เจ้าอาวาสเห็นว่า วัดกับโรงเรียนผูกพันและแสดงให้เห็นว่า โรงเรียนได้มีส่วนร่วมในการดูแลวัด”	“ทางโรงเรียนมีชั่วโมงธรรมะศึกษา ซึ่งคุณครูก็พานักเรียนไปเรียนที่วัดอาทิตย์นึ่ง 2 ชม.ซึ่งครูจะพาไปเฉพาะป.4-6 กิจกรรมที่พาจะเป็นกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนาให้นักเรียนได้เห็นเจตีย์ และโบสถ์ พอทำกิจกรรมเวียนเทียนเสร็จก็ขึ้นโบสถ์”	“นักเรียนจะได้ไปสัมผัสทั้งชุมชนมอญ และมีกิจกรรมที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมมอญ ซึ่งกิจกรรมจะขึ้นอยู่กับชุมชน ว่าช่วงนั้นเค้ามีประเพณีอะไร ทางชุมชนศาลาแดงเหนือก็จะมาเชิญชวนโรงเรียนให้เข้าร่วมกิจกรรม”	“ขออนุญาตเล่ากิจกรรมของนักเรียนในโรงเรียนนะ ครับ ตอนเช้าเรามีกิจกรรมสวดมนต์ นอกจากจะสวดเป็นภาษาบาลี ก็ยังมีการสวดมนต์ภาษามอญ ซึ่งจะมีบางคำที่ออกเสียงแตกต่างจากภาษาบาลี พอถึงช่วงบายนั่งสมาธิ สวดมนต์ แผ่เมตตา และเรียนภาษามอญ ออกเสียงวันละคำ” และ “ในรายวิชา การงานอาชีพที่มีอาหารพื้นบ้านชาวมอญ อย่างเช่น แกงจากมะตาด และแต่ละระดับชั้นจะมีจุดประสงค์การเรียนรู้ เช่น ประถมปลายจะให้ลองทำส่วนประถมต้นให้บอกวิธีการทำ”	แนวทางในการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา มีดังนี้ 1. ส่งเสริมเรื่องการแต่งกายแบบมอญ การใช้ภาษามอญของนักเรียน 2. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง บ้าน วัด โรงเรียนและหน่วยงานราชการ 3. ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ สัมผัสแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมลงมือปฏิบัติในกิจกรรมและได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ด้วยตนเอง

ตารางที่ 3 (ต่อ) แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางในการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี (ต่อ)

ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
1.2. แนวทางในการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนและวิถีชุมชนมอญเป็นอย่างไร						“นั่นละครับ ถ้าจะอนุรักษ์จะต้องมีการสร้างคุณค่าและมีรายได้มาด้วย รวมไปถึงการส่งเสริมการมีตัวตนของคนในชุมชน ผู้กำหนดนโยบายเป็นผู้สำคัญมาก เพราะคนในชุมชนที่เป็นผู้ปฏิบัติสามารถทำได้อยู่แล้ว .. เพราะชุมชนเนี่ย มีความพร้อม เค้ามี่ภูมิปัญญา ชาวบ้านเค้ารู้อยู่แล้ว”	4.ภาครัฐควรมีนโยบายที่ชัดเจนที่จะส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมของคนท้องถิ่น ตลอดจนแหล่งสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่

ตารางที่ 4 แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหาร
สถานศึกษา ด้านสภาพปัญหาในการจัดกระบวนการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถี
ชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
2.1 ท่านคิดว่า โรงเรียนในชุมชนของท่านมีการจัดกิจกรรมโครงการหรือรายวิชาที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญหรือไม่อย่างไร	“เคยสอบถามจากน้องๆ ว่าแต่ก่อนที่อยู่โรงเรียนนี้ มีอะไรที่แสดงความเป็นมอญ ซึ่งก็จะมีน้อยมากที่ผู้บริหารจะเห็นความสำคัญของวัฒนธรรม แล้วหยิบสิ่งที่เป็นวัฒนธรรมมาให้เด็กศึกษา แทบจะไม่มีเลย ซึ่งอาจเป็นเพราะติดช่วงโควิด แต่ปัจจุบันได้มีแนวคิดจะจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นเรื่องปักผ้าสไบมอญ เพราะเราเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมมอญที่กะลั้งจะหายไป ภาษา มอญก็จะหาย ปัจจุบันเด็กที่มีเชื้อสายมอญหายากมาก ก็เกรงว่าวัฒนธรรมมอญจะหายไป”	“เราจะบูรณาการในโครงการลดเวลาเรียนใน รูปแบบชุมชนมอญ ชื่อว่า ชุมชนมอญ เสาสงส์องตะขาบ โดยให้มีการประยุกต์ให้ เกิดประโยชน์มากขึ้นไม่เพียงแค่อสวยงาม เช่น นำมาทำที่คั่นหนังสือ ที่วางปากกา เป็นต้น โดยก่อนเริ่มทำการสอน จะต้องให้ความรู้ให้นักเรียนทราบถึงประวัติความเป็นมา และคุณค่าของเสาสงส์องตะขาบว่า สำคัญอย่างไร สำหรับชาว มอญ และในปีการศึกษาหน้า มีแผนจะเพิ่มในเรื่องของการทำอาหารมอญ ข้าวแช่ และก๋วยเตี๋ยวมอญ”	“หลักสูตรท้องถิ่น ผมยังไม่ได้ทำครับ แต่ผมส่งเสริมเต็มที่ครับ แต่ผมส่งเสริมให้ครูพานักเรียนไปดูเจดีย์มอญครับ”	“ทางโรงเรียนมีชั่วโมงธรรมะศึกษา ซึ่งคุณครูก็พานักเรียนไปเรียนที่วัดอาทิตย์นึ่ง 2 ชม. ซึ่งครูจะพาไปเฉพาะป.4-6 กิจกรรมที่พาจะเป็นกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา ให้นักเรียนได้เห็นเจดีย์และโบสถ์พอทำกิจกรรมเวียนเทียนเสรีจักษ์ขึ้นโบสถ์”	“เราพานักเรียนไปร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนศาลาแดงเหนือ เช่น การทำธงตะขาบ การทำไข่เค็มหมี่กรอบ และชมการรำมอญ”	“ขออนุญาตเล่ากิจกรรมของนักเรียนในโรงเรียนนะ ครับ ตอนเช้าเรามีกิจกรรมสวดมนต์ นอกจากจะสวดเป็นภาษาบาลี ก็ยังมีการสวดมนต์ภาษา มอญ ซึ่งจะมีบางคำที่ออกเสียงแตกต่างจากภาษาบาลี พอถึงช่วงบ่ายครูจะพานร. นั่งสมาธิ สวดมนต์ แผ่เมตตา และเรียนภาษา มอญ ออกเสียงวันละคำ” และ “ในรายวิชา การงานอาชีพ ที่มีอาหารพื้นบ้านชาวมอญ อย่างเช่น แกงจากมะตาด และแต้ละระดับชั้นจะมีจุดประสงค์การเรียนรู้ เช่น ประถมปลายจะให้ลองทำ ส่วนประถมต้นให้บอกวิธีการทำ”	ผู้บริหารสถานศึกษาส่วนใหญ่จัดกิจกรรมหรือโครงการหรือรายวิชาที่ส่งเสริมการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ ได้แก่ ชุมชนเสาสงส์องตะขาบ กิจกรรมสวดมนต์มอญ กิจกรรมการอ่านภาษามอญวันละคำ มีรายวิชา การงานอาชีพ สอนทำอาหารมอญ

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 4 (ต่อ) แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านสภาพปัญหาในการจัดกระบวนการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
2.2 ท่านคิดว่า การมีส่วนร่วมของเด็กในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมและวิถีชุมชนมอญ มีความสำคัญหรือมีความจำเป็นสำหรับเด็กประถมศึกษาในชุมชนของท่านหรือไม่อย่างไร	“ใจจริงๆอยากให้นักเรียนแต่งกายแบบคนมอญแบบสังขละก็ได้ในวันศุกร์”	“มีความสำคัญมากเพราะเด็กเป็นกระบอกเสียงที่สำคัญที่จะช่วยเผยแพร่และสืบสานวัฒนธรรมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญไม่ให้สูญหายไป”	“เด็กจะไปที่วัด ก็คือไปเจดีย์มอญนักเรียนระดับชั้น ม.3 จะไปทำความสะอาดเจดีย์ทุกสัปดาห์ โดยครูประจำวิชาพาไปครับ นี่ก็สะท้อนถึงจิตสำนึกของคุณครู เพราะว่าครูชอบพาเด็กไปทำความสะอาดรอบๆเจดีย์ และให้เจ้าอาวาสเห็นว่า วัดกับโรงเรียนผูกพันและแสดงให้เห็นว่า โรงเรียนได้มีส่วนร่วมในการดูแลวัด”	“ทางโรงเรียนมีชั่วโมงธรรมะศึกษา ซึ่งคุณครูก็พานักเรียนไปเรียนที่วัดอาทิตย์นี้ 2 ชม.ซึ่งครูจะพาไปเฉพาะป.4-6 กิจกรรมที่พาจะเป็นกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนาให้นักเรียนได้เห็นเจดีย์และโบสถ์พอทำกิจกรรมเวียนเทียนเสร็จก็ขึ้นโบสถ์”	“เราพานักเรียนไปร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนศาลาแดง เช่นการทำธงตะขาบ การทำไข่เค็ม หมี่กรอบ และชมการรำมอญ”	“สำหรับวัฒนธรรมมอญ ผมเองก็ให้ครูบูรณาการไปกับรายวิชาภาษาไทย บ้าง การงานอาชีพ ภาษาอังกฤษก็ได้ หรือการทำอาหารผ่านการชั่งตวง ก็เป็นวิชาคณิตศาสตร์ เพื่อให้ให้นักเรียนได้เรียนรู้”	ผู้บริหารสถานศึกษามีแนวคิดว่าการมีส่วนร่วมของเด็กในชุมชนมีความสำคัญมาก เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมและวิถีชุมชนมอญ เพราะเด็กนักเรียน จะเป็นผู้ที่ จะอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมและสืบสานวิถีชุมชนมอญต่อไปได้

ตารางที่ 4 (ต่อ) แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านสภาพปัญหาในการจัดกระบวนการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
2.3 ท่านคิดว่า โรงเรียนในชุมชนของท่านมีปัญหาในการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม และวิถีชุมชนมอญ หรือไม่ อย่างไร ถ้ามี ปัญหาท่านคิดว่า สาเหตุมาจากอะไร	1. “ปัจจุบันเด็กที่มีเชื้อสายมอญแถวนี้หายากมาก ก็เกรงว่าวัฒนธรรมมอญจะหายไป” 2. “จะต้องถามผู้ปกครองก่อนเพื่อวางแผนให้นักเรียนใส่ผ้าถุงมอญเพื่อให้เป็นจุดเด่น” 3. “ที่นี่โรงเรียนมีเครื่องดนตรีมอญ ซึ่งการเล่นปี่พาทย์จะเรียนยาก เพราะไม่มีคนรู้จริงๆ หาปี่พาทย์ที่โรงเรียนมีครูดนตรี มีแต่น้องที่ถนัดขนาด ก็เลยต้องพักไว้ก่อน”	“เด็กในโรงเรียนเกือบร้อยละ 100 ไม่ใช่เด็กในชุมชน ทำให้การจัดทำกิจกรรมในการอนุรักษ์ศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญไม่สามารถเผยแพร่กระจายลงไปสู่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งปัญหาในเรื่องการปลูกฝังให้นักเรียนเห็นคุณค่า เพราะเด็กชาวมอญในโรงเรียนมีจำนวนน้อย	“ในส่วนเด็กผมยังไม่มีโอกาสพาเด็กไปชมเจดีย์มอญที่อื่น เพราะผมยังไม่เป็นผู้บริหาร”	“เนื่องจากวัดอยู่ริมน้ำ ถ้าจะพานักเรียนป.1-3 ลงไปเนี่ยจะเล็กเกินไป และกลัวว่าจะดูแลนักเรียนไปทั่วถึง มันอันตราย ...ก็เลยกังวล...”	“เรามีบางวิชาที่สอนตามวิชาเอก เช่น วิชาภาษาไทย วิทยาศาสตร์ ส่วนวิชาสังคมศึกษา เราจะให้ครูประจำชั้นก็รับผิดชอบไป วิชาที่ครูไม่ถนัด เราจะใช้ DLTV ช่วย เพราะครูเราไม่ครบทุกรายวิชา	1.“ถ้าเมื่อก่อนเด็กที่นี้จะแต่งกายแบบมอญ แต่การแต่งกายมีเครื่องประดับหรือมีองค์ประกอบค่อนข้างเยอะ...ทำให้มีปัญหาความไม่พร้อมของครอบครัวที่จะหาเสื้อผ้าและสไบ ปัจจุบันเลยปรับให้มีการแต่งกายง่ายด้วยผ้าไทยสีเขียวแทน” 2. “นี่ผมมองว่า เมื่อยุคสมัยมันเปลี่ยนไปและในหลักสูตรก็ไม่บังคับให้ครูพูดภาษาถิ่นได้ มันก็สะท้อนให้เห็นว่ากระทรวงก็ไม่บังคับ แต่ก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนั้นะครับ อาจมองว่าเด็กไม่ใช่อะไรนอกจากใช้กับคนในครอบครัว กระทรวงเน้นไปที่ภาษาอังกฤษจีน ญี่ปุ่น”	1. ปัญหาในการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา มีดังนี้ 1.ขาดบุคลากรที่สืบเชื้อสายมาจากชนชาติมอญ 2. ขาดงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจัง ทำให้เป็นการระดมของผู้ปกครอง 3. ขาดบุคลากรครูที่มี ความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และความสำคัญของแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญได้ 4. ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเครื่องดนตรีมอญ 5. ไม่ได้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการสืบสานวิถีชุมชนอย่างจริงจัง

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 5 แสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านความต้องการในการจัดกระบวนการเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อคำถาม	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	แปลผล
3.1 ท่านต้องการให้โรงเรียนในชุมชนของท่าน มีการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน/โครงการ/กระบวนการเรียนรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม และวิถีชุมชนมอญหรือไม่อย่างไร	“เราว่า การเรียนรู้การปักสไบมอญ จะทำให้เด็กมีความรู้ติดตัวไปประกอบอาชีพได้ เราวางแผนให้นักเรียน/ป.4-ป.6 มีวิชาชุมนุม วิชาเลือกที่เกี่ยวกับการปักผ้า หรือปักสไบมอญ”	“เราต้องการเพราะคนในชุมชนโดยเฉพาะผู้สูงอายุมีความต้องการและยินดีที่ทางโรงเรียนจะการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ เพราะไม่อยากให้สูญสลายไป และชุมชนก็พร้อมที่จะสนับสนุนด้านวิทยากรในการสอนเป็นอย่างดี”	“เรื่อง การส่งเสริมหลักสูตรท้องถิ่น ผมเต็ม 100 อยู่ละ”	“ทางโรงเรียนพร้อมที่จะส่งเสริมและสนับสนุน ถ้ามีกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”	“เราพานักเรียนไปทำกิจกรรม แล้วก็ให้เรียนรู้ไปในตัว พาไปทำบุญ พาไปดูเจดีย์ ถ่ายรูป อ่านป้ายต่างๆ สำหรับทางชุมชนบ้านป่าตาด ผมอยากได้อะไร ผมก็โทรหาตอนนี้ผมก็ยังเก็บไม่ครบเลย ตั้งแต่ตัดกิ่งไม้ ที่จะมาย้อมเสื่อย้อมสีมะตาดให้นักเรียน	“ผมเองก็มีแนวคิดในปีการศึกษาหน้า เด็กนักเรียนน่าจะ ทำอาหารพื้นเมืองได้ บอกส่วนประกอบได้ และพร้อมส่งเสริมหากมีหนังสือแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมวิถีชุมชนมอญ”	ผู้บริหารสถานศึกษามีความต้องการให้โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน/โครงการ/กระบวนการเรียนรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ เช่น หลักสูตรปักผ้าสไบมอญ หลักสูตรย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ จากต้นมะตาด หลักสูตรอาหารมอญ

และจากการศึกษาการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาใน อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ทำให้ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์รูปแบบได้ 3 ประการหลัก คือ 1) การใช้ชุมชนมอญในพื้นที่โดยรอบเป็นฐาน 2) การสร้างกิจกรรมกระบวนการการเรียนรู้ที่วัดมอญ และ 3) การจัดการความรู้ที่โรงเรียนในชุมชนมอญ โดยผู้วิจัยพบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมมีทั้งปัจจัยภายในชุมชน และปัจจัยภายนอกชุมชน ดังนี้

1.1 ปัจจัยภายในชุมชนต้องมีปัจจัยภายในที่เข้มแข็งเป็นทุนอย่างเห็นได้ชัดเจน ประกอบด้วย 1) เจ้าอาวาส และปราชญ์ชาวบ้านที่เป็นผู้นำที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ 2) ภูมิปัญญาชาวบ้าน 2) ชื่อเสียงความเป็นเอกลักษณ์ชุมชน 4) ถิ่นฐาน 5) กลุ่มเครือข่าย 6) การจัดระเบียบชุมชน 7) วัฒนธรรมของท้องถิ่น

1.2 ปัจจัยภายนอกชุมชน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทและเป็นแกนสำคัญในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ ได้แก่หน่วยงานราชการระดับตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล โรงเรียน และวัด เป็นปัจจัยภายนอก ที่มีส่วนส่งเสริมสนับสนุนและกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้บริหารสถานศึกษาทุกโรงเรียนรับรู้สภาพและรู้จักแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมที่บ่งชี้ความเป็นวัดมอญ อีกทั้งยังเคยสัมผัสและรู้จักวิถีชุมชนมอญอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับแหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรม สามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ของท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ศาสนา ขนบธรรมเนียมและความเจริญของชุมชน อีกทั้งผู้บริหารสถานศึกษายังให้ความสำคัญกับวิถีชุมชนมอญ ซึ่งเป็นแหล่งสร้างและอนุรักษ์รากฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

2. การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีทั้ง 6 โรงเรียนนั้นมีแนวคิดและแนวทางที่สอดคล้องกัน พบว่า โรงเรียนควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของนักเรียน โดยใช้แหล่งสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมประเภทวัดและวิถีชุมชนมอญเป็นฐานในการพัฒนานักเรียน โดยดำเนินการนำปัจจัยภายในที่มีศักยภาพของชุมชนมาสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับนักเรียนภายในโรงเรียนย่านชุมชนมอญ โดยต้อง มีการดำเนินการด้วยรูปแบบความร่วมมือของ 3 ส่วนหลักที่สำคัญ ได้แก่ บ้าน วัด และโรงเรียน ซึ่งพบว่า การดำเนินงานพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาให้นักเรียนที่ขาดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญให้เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบนั้น โรงเรียนต้องดำเนินการสร้างองค์ความรู้ความเข้าใจให้กับนักเรียน และการสร้างความตระหนักแก่นักเรียน ว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความดีงาม ความเชื่อพิธีกรรมที่สอดคล้องกับศาสนา การสนับสนุนให้นักเรียนเข้าร่วมพิธีกรรม วันสำคัญต่าง ๆ การใช้สิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งต้องปลูกฝังแนวคิดการปฏิบัติตามขนบธรรมเนียม

ประเพณีแก่นักเรียนในการนำไปใช้ให้ถูกต้อง มีการเชื่อมโยงความรู้อย่างต่อเนื่อง เพิ่มเติมความรู้ใหม่ในระหว่างการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาได้ตลอดเวลาและสามารถกระทำได้อย่างซ้ำ ๆ โดยมีวัดมอญในพื้นที่เป็นฐานสำคัญในการพัฒนารูปแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ ที่ต้องได้รับความร่วมมือจากปราชญ์ชาวบ้าน เป็นผู้ให้ความรู้ ผู้นำชุมชนชนให้การสนับสนุน ผู้ปกครองให้ความยอมรับ และมีผู้บริหารโรงเรียนส่งเสริม สนับสนุน สอดคล้องกับนุชา สระสม. (2560). ศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารแบบบ้านวัด โรงเรียน ของโรงเรียนวัด สังกัด กรุงเทพมหานคร พบว่า การบริหารแบบบ้านวัด โรงเรียน หรือ “บวร” นั้น มีผลให้เกิดโรงเรียนวัดพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาของโรงเรียน โรงเรียนผ่านเกณฑ์มาตรฐานการประกันคุณภาพโรงเรียน ทั้งด้านนักเรียน ด้านกระบวนการจัดการศึกษา ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ด้านอัตลักษณ์ของสถานศึกษา และยังเป็นไปตามความคาดหวังของชุมชน

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญตาม การรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาใน อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้ 3 ประการหลัก อันได้แก่ 1) การใช้ชุมชนมอญในพื้นที่โดยรอบเป็นฐาน 2) การสร้างกิจกรรมกระบวนการการเรียนรู้ที่วัดมอญ และ 3) การจัดการความรู้ที่โรงเรียนในชุมชนมอญ และทั้ง 3 ประการหลักมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ และจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สามารถนำรูปแบบที่เชื่อมโยงระหว่าง ชุมชน สถานที่ เข้าสู่ระบบการเรียนการสอนของโรงเรียน สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยอิงสถานที่ (Place based Learning) ของ Sobel (2013) กล่าวว่า การเรียนรู้อิงสถานที่เป็นการใช้ชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมเป็นจุดเริ่มต้นของการสอนในรายวิชาต่างๆที่อยู่ในหลักสูตร โดยเน้นให้นักเรียนได้เรียนรู้ลงมือปฏิบัติและมีประสบการณ์การเรียนรู้จากโลกจริง โดยแนวคิดนี้จะช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนและช่วยให้นักเรียนเกิดความผูกพันที่แน่นแฟ้นกับชุมชนท้องถิ่น ช่วยเสริมสร้างความตระหนัก ห่วงใยต่อโลกธรรมชาติ และสร้างความมุ่งมั่นในการเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมอย่างในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนอย่างแท้จริง เพื่อให้การดำรงอยู่ของชุมชนและคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีได้รับการพัฒนาผ่านการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น องค์กรของชุมชน และบุคลากรในโรงเรียน ซึ่งการเรียนรู้อิงสถานที่ จะได้มีกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่ไม่ได้อยู่แต่ในห้องเรียนและสาระที่มีในหนังสือ แต่นักเรียนควรได้รับประสบการณ์ตรงทั้งกับผู้คน และสถานที่ในบริบทจริงของท้องถิ่น สร้างห้องเรียนให้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้ตามบริบทธรรมชาติ (Knapp (2007) ที่จะมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เห็นคุณค่าของท้องถิ่นโดยการเชื่อมโยงความรู้และ

ประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมขึ้นเป็นวัฒนธรรมของโลกให้เข้าสู่กระบวนการรับรู้ (Senses) และชีวิต (Lives) ของนักเรียน (Gruenewald and Smith (2007, อ้างถึงใน พัชรภรณ์ พุทธิกุล, 2558)

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนย่านชุมชนมอญมีดังนี้

1. ด้านนโยบายและแผนปฏิบัติการ โรงเรียนควรมีการกำหนดเป็นนโยบายและมีแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ
2. ด้านพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นหรือกิจกรรมการเรียนรู้และควรต้องมีการกำหนดประเด็นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญให้อยู่ใน หลักสูตรท้องถิ่น
3. ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ ควรเน้นการจัดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการโดยใช้แหล่งการเรียนรู้ สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนเป็นฐานในการบูรณาการเรียนการสอน
4. ด้านความรู้ความเข้าใจ จิตสำนึก และความร่วมมือ โดยการส่งเสริมให้ครู บุคลากรทางการศึกษาและนักเรียนมีการพัฒนาตนเอง โดยจัดให้มีการอบรมและประชาสัมพันธ์ให้ครู บุคลากรและนักเรียนในโรงเรียนได้เกิดความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญในการจัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชุมชน วัด โรงเรียน
5. ด้านสภาพแวดล้อมของโรงเรียน โดยการจัดสภาพแวดล้อมด้านกายภาพให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ธเนศ สุนทรพจน์. ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดท้ายเกาะใหญ่. (27 มีนาคม 2566). สัมภาษณ์.
 ธีรพล ทวี. ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดบายเตยนอก. (27 มีนาคม 2566). สัมภาษณ์.
 นุชา สระสม. (2560). การมีส่วนร่วมใน "การบริหารแบบบ้าน วัด โรงเรียน" ของโรงเรียนวัด
 สังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
 การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- พัชราภรณ์ พุทธิกุล. (2558). *การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนสิ่งแวดล้อมศึกษาตามแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้หลักฐานและการอิงสถานที่ เพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของเด็กอนุบาล*. ปรินญาตฤณีบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หลักสูตรและการสอน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรา นพคุณ. ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดจันทน์กะพ้อ. (29 มกราคม 2566). สัมภาษณ์.
- โยธิน สุดาจันทร์. ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดสองพี่น้อง. (1 กุมภาพันธ์ 2566). สัมภาษณ์.
- วีรวัฒน์ วงศ์ศุภไทย. (2555). *ปทุมธานี: องค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี*. มอญ. ปทุมธานี: องค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี.
- สตกฤช วิชิตพันธ์. ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดเมตดาราม. (27 มีนาคม 2566). สัมภาษณ์.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2561). *การดำเนินงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรมในระดับท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ : กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). *โครงการจัดทำ Roadmap การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรมแห่งชาติระยะ 20 ปี (2561-2580)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2558). *ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (อัดสำเนา)
- สุทธิลักษณ์ สายนาค. ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดสะแก. (2 กุมภาพันธ์ 2566). สัมภาษณ์.
- Knapp, C. (2007). *Place-based curricular and pedagogical models: My adventures in teaching through community contexts*. In D. A. Gruenewald & G. A. Smith (Eds.), *Place-Based Education in an Era of Globalization: Local diversity*, New Jersey, NJ: Erlbaum
- Popradit, A. (2022). Variation of Moisture Accumulation of Ancient Remains in the Early Ayutthaya Period, The Residence of the Patriarch of Wat Bhudthaisawan, Pranakorn Sri Ayutthaya Province, Thailand. *Thai Environmental Engineering Journal*, 36(3), 65-71.

Sobel, D. (2013) *Place-based education: Connecting classroom & communities*.

(2nd ed.) USA: The Orion Society.

Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International journal of testing*, 3(2), 163-171.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566
วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินหลังยุคโควิด 19

Adjustment of aviation industry after covid-19 pandemic

อมรรักษ์ สวนชุมพล¹ ปรัชญพัชร วันอุทา² สิริ ندا คลีสุนทร² และ หวัง เทียนซง²
Amonlux Shounchupon¹ Prachayapachara Wan-uta² Sirinada Kleesunthorn² and Wang Tiansong²

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล amonlux.shoun@vru.ac.th

² อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน (หลักสูตรนานาชาติ)
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

บทคัดย่อ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของอุตสาหกรรมการบินเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินหลังยุคโควิด 19 เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับการปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยและการปรับตัวด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของสายการบิน เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการและสร้างความอยู่รอดของอุตสาหกรรมการบินต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การปรับตัว อุตสาหกรรมการบิน หลังยุคโควิด 19 การเดินทางในอนาคตแบบชีวิตวิถีใหม่

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had a significant impact on airline operations. Therefore, it is important for all parties involved to understand how the aviation business has changed since the COVID-19 epidemic, including specific details concerning Thailand's aviation sector. Additionally, the airline epidemic is impeding future changes needed to manage guidelines and ensure the sustainability of the aviation business.

Keywords: Adjustment, Aviation Industry, Post COVID-19 pandemic, Travel in the future with a new way of life

บทนำ

ธุรกิจการบินเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะคนส่วนใหญ่เลือกใช้การเดินทางทางอากาศเนื่องด้วยความสะดวกรวดเร็ว และการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีความรุนแรงกระจายวงกว้างเพราะมีการเดินทางระหว่างประเทศของผู้โดยสารจำนวนมาก อีกทั้งทางองค์การอนามัยโลกได้ออกมาประกาศว่าโควิด-19 ได้เป็นการระบาดใหญ่ครอบคลุมทั่วโลก เป็นเหตุให้สายการบินต่าง ๆ ต้องมีการประกาศ ยกเลิก และหยุดกิจการบินทั้งการบินระหว่างประเทศและในประเทศ ทำให้ธุรกิจสายการบินเกิดภาวะขาดทุน และบางสายการบินรุนแรงถึงขั้นต้องปิดสายการบิน และเหตุการณ์นี้ทำให้สายการบินจำเป็นต้องมีการปลดพนักงานบางส่วนลงเพื่อลดภาระรายจ่ายของสายการบิน เกิดภาวะตกงานของพนักงาน มีการปลดระวางเครื่องบิน (รัชตะ จันท์พาณิชย์, 2564) โดยเฉพาะในภาคส่วนของการให้บริการผู้โดยสารทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งทำให้บริษัทสายการบินต้องมีการปรับตัว รูปแบบการทำงาน รวมไปถึงปรับโครงสร้างขององค์กรให้มีขนาดเล็กลงแต่ยังคงประสิทธิภาพทางการให้บริการและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล ทำให้บุคลากรจำเป็นต้องมีการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ นอกเหนือจากสิ่งที่เคยปฏิบัติมาก่อนจึงจำเป็นต้องมีผู้นำที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในการทำงานขององค์กร ความเป็นผู้นำในการเรียนรู้สิ่งใหม่รวมถึงสามารถเป็นผู้นำเชิงจิตวิญญาณที่จะนำพาให้บุคลากรในองค์กรนั้นเป็นหนึ่งในเดียวกันและก้าวผ่านสภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนี้ได้ เพื่อให้เข้าใจและเห็นภาพสถานการณ์ในอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยในปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำมาพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรทางการบินให้ดียิ่งขึ้น (กฤษสกุล เจตนะวิบูลย์, วุทธิชัย ลีมอรุณทัย, จาริตรา เจตนะวิบูลย์ และครองขวัญ เถววงษ์, 2565) จึงเห็นได้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของทั่วโลก อาทิเช่น การให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพอนามัย การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน การเว้นระยะห่างในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน การปรับรูปแบบการเดินทาง รวมถึงการปรับเปลี่ยนระบบการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินหลังยุคโควิด 19 จึงเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความอยู่รอดได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน ซึ่งคณะผู้เขียนได้ดำเนินการรวบรวมเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นบทความวิชาการ โดยมีรายละเอียด 2 ประเด็น ดังนี้

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย

การฟื้นฟูธุรกิจการบินขนส่งทางอากาศปี 2564-2566 จะเป็นไปอย่างช้า ๆ อันเป็นผลมาจากสถานะเศรษฐกิจของโลกที่เริ่มทยอยดีขึ้น จากความคืบหน้าในการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มากขึ้น ส่งผลต่อการผ่อนคลายมาตรการ การเดินทางระหว่างประเทศและความต้องการในการเดินทางมากขึ้นตามมา สำหรับการขนส่งสินค้าทางอากาศในปี 2564 มีการคาดการณ์ว่าปริมาณขนส่งสินค้าโดยภาพรวมจะมีแนวโน้มการขยายตัวอยู่ที่ประมาณ 2.0-3.0 % ต่อปี โดยการขนส่งสินค้าทางอากาศในประเทศจะมีปริมาณใกล้เคียงกับปี 2562 ผลจากการปรับตัวของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในประเทศรูปแบบใหม่ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนนและทางรางทำให้ผู้บริโภคมียากเลือกในการขนส่งมากขึ้นและมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า ส่วนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศจะมีแนวโน้มการฟื้นตัวเร็วกว่าขนส่งสินค้าในประเทศ อันเป็นผลจากการเติบโตของเศรษฐกิจและการค้าโลก จากปัจจัยการขนส่งวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากต่างประเทศ อีกทั้งการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ซึ่งผู้ให้บริการบนแอปพลิเคชันเพื่อบริการขนส่งผู้โดยสาร (Ride-Hailing Delivery) มีแนวโน้มเร่งขนส่งพัสดุจนถึงมือผู้บริโภคในวันเดียวมากขึ้น (ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี, 2564) ซึ่งประเทศไทยเองได้มีมาตรการต่าง ๆ ทางสาธารณสุขในการควบคุมการแพร่ระบาด โควิด-19 หลายมาตรการเพื่อจำกัดการแพร่ระบาด ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ประเทศไทยได้นำร่องการเปิดประเทศอย่างเป็นทางการ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีต้นทางจาก 63 ประเทศที่กำหนดสามารถเดินทางเข้าประเทศโดยได้รับการยกเว้นการเข้ารับการกักตัว 14 วัน โดยนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องพักอยู่ที่โรงแรมที่กำหนดอย่างน้อย 6 ชั่วโมงเพื่อรอผลตรวจโควิด-19 ก่อนที่ สามารถเดินทางภายในประเทศได้อย่างอิสระ (Test & Go) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศต้นทางที่ไม่อยู่ใน 63 ประเทศที่กำหนดยังสามารถเดินทางเข้าประเทศไทย ได้ผ่านโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) และโครงการสมุยพลัส (Samui Plus) ได้ตามปกติโดยการ ผ่อนคลายมาตรการการกักตัว ดังกล่าวช่วยกระตุ้นการเดินทางทางอากาศระหว่างประเทศโดยประเทศไทยมี ผู้โดยสารระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น 562,840 คน หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 187.9 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 187.9 ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมายการฉีดวัคซีน 100 ล้านโดส หรือคิดเป็นการฉีดวัคซีนที่ครอบคลุมประชากรภายในประเทศที่มากกว่าร้อยละ 70 ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 ส่งผลให้ มีอัตราการติดเชื้อภายในประเทศลดลง และมีอัตราการเติบโตของผู้โดยสารทางอากาศที่สูงขึ้น ทำให้ธุรกิจการบิน ต้องมีการเตรียมตัว วางแผนเพื่อที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดการณ์ว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวทางประเทศไทยที่มี จำนวนมากขึ้น (The Civil Aviation Authority of Thailand, 2022)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ทั้งนี้ สายการบินมีการปรับรูปแบบของการบริการ เช่น มีการบรรทุกสินค้าบนที่นั่งผู้โดยสาร มีการถอดที่นั่งในชั้นโดยสารเพื่อบรรทุกสินค้าได้มากขึ้นเพื่อเป็นการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด หรือบางสายการบินมีการตัดแปลงเครื่องบินโดยสารเป็นเครื่องบินขนส่งสินค้าอย่างถาวร แม้ว่าจะมีการผ่อนปรนทางการบินหลังจากเริ่มมีการควบคุมเชื้อไวรัสโควิด-19 สายการบินก็ยังไม่สามารถดำเนินการบินได้ในลักษณะเดิม โดยสายการบินได้มีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ New Normal กล่าวคือ ในการทำการบินสายการบินยังคงต้องมีการรักษาระยะห่าง (Social Distancing) โดยเว้นที่นั่งผู้โดยสารตามประกาศจากมาตรการรัฐ พนักงานมีการสวมใส่เครื่องแบบพร้อมชุด PPE หรือมีการสวมใส่อุปกรณ์เพื่อเน้นย้ำให้เห็นถึงด้านสุขอนามัย ผู้โดยสารจะต้องสวมใส่หน้ากากอนามัย ตลอดเวลาการเดินทาง รวมถึงการงดเว้นการบริการอาหารบนเครื่อง เป็นต้น นอกจากนี้สายการบินก็ ยังมีมาตรการอื่น ๆ ที่นำเสนอบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อจะเป็นการหารายได้สู่บริษัท เช่น การจัดส่ง อาหารเดลิเวอรี่ ถึงบ้านผู้บริโภค การเปิดเที่ยวบินพิเศษแบบไร้จุดหมายปลายทาง และการขายชุดเซ็ตของใช้บนเครื่องบิน อย่างไรก็ตามการปรับตัวนี้เป็นการปรับตัวในระยะสั้น ซึ่งเชื่อว่าการแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโควิด-19 ยังคงส่งผลกระทบต่อธุรกิจการบินต่อเนื่องไปอีกระยะเวลาหนึ่ง ดังนั้นธุรกิจการบิน จึงต้องมีการเรียนรู้ ปรับตัว และมองหากลยุทธ์ใหม่เพื่อให้สายการบินอยู่รอดได้ต่อไป (รัชตะ จันทรพาณิชย์, 2564) ซึ่งอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยได้มีการปรับตัวหลายประการ โดย รัชตะ จันทรพาณิชย์ (2564) ได้อธิบายตัวอย่างการปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยว่าการบินไทยเปิดโครงการเที่ยวบินพิเศษ “บินรับมงคลบนฟ้าฟ้า” ผ่าน 99 สถานีที่ศักดิ์สิทธิ์ในประเทศไทย บินวันไม่ลงจอด 3 ชั่วโมง ครอบคลุม 31 จังหวัดในประเทศไทย การขยายการให้บริการอาหาร เดลิเวอรี่อาหาร และการขายเบเกอรี่ Puff & Pie ผ่านช่องทางทั้งของร้านค้าและออนไลน์ สายการบินแอร์เอเชียก็ใช้วิธีการคล้าย ๆ กัน มีการนำเสนอตัวแบบบุฟเฟต์ การนำสินค้าที่บริการบนเครื่องบินมาจำหน่ายให้กับบุคคลทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น ขนมหรือชานมไข่มุก รวมทั้งยังเปิดหลักสูตรสอนพนักงานทำการค้าออนไลน์ให้พนักงาน เปิดเส้นทางเที่ยวทั่วไทยโดยลดราคาตั๋วเดินทาง เป็นต้น นอกเหนือจากวิธีการที่กล่าวมาแล้ว สายการบินยังมีการใช้มาตรการอื่น ๆ ประกอบ เช่น การปรับลดเงินเดือนของผู้บริหาร การขอความร่วมมือนักบินในการใช้สิทธิ์สมัครใจลางานโดยไม่รับเงินเดือน รวมทั้งการเลิกจ้างนักบิน ลูกเรือ และพนักงานต่าง ๆ รวมทั้งการปรับลดสวัสดิการของผู้บริหารและพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ในขณะที่สายการบินนกแอร์ก็ได้ใช้วิธีการจัดโปรโมชั่น “ซื้อก่อน บินทีหลัง” ซึ่งเป็นการขาย voucher ล่วงหน้า

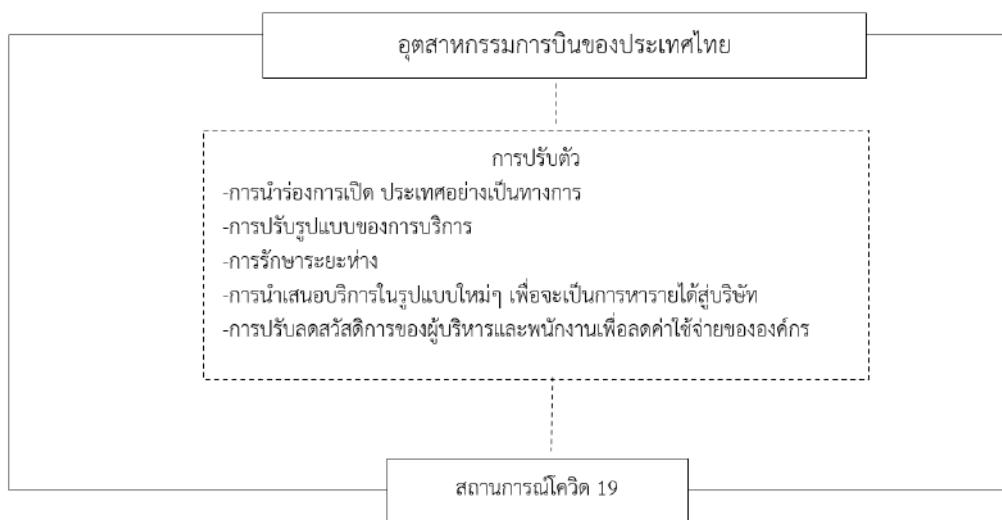
ดังนั้นอาจกล่าวสรุปได้ว่า การปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยนั้นได้มีหลายประการ เช่น การนำร่องการเปิดประเทศอย่างเป็นทางการ การปรับรูปแบบของการบริการ การรักษาระยะห่าง การนำเสนอบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อจะเป็นการหารายได้สู่บริษัท รวมถึง

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การปรับลดสวัสดิการของผู้บริหารและพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ซึ่งเป็นดำเนินการเพื่อให้ธุรกิจการบินอยู่รอดท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วโลก โดยสามารถสรุปดังปรากฏรายละเอียด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย

การปรับตัวด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของสายการบิน

การลดการติดต่อและการสัมผัสระหว่างบุคคล (Social distancing) เป็นมาตรการที่สำคัญในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับทุกคน แต่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในอากาศยานที่มีหน้าที่ให้บริการและดูแลความปลอดภัยแก่ผู้เดินทางโดยสารทางอากาศ ยังคงมีความจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่อยู่ ซึ่งนับได้ว่าเป็นบุคลากรที่เป็นเสมือนด่านหน้าของการดูแลและสัมผัสใกล้ชิดกับผู้เดินทาง ดังนั้นมาตรการการรับมือโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับผู้ปฏิบัติหน้าที่ในอากาศยาน เพื่อป้องกันสุขอนามัยของบุคลากร ผู้ปฏิบัติงานและป้องกันการแพร่กระจายของโรค จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งการจัดหาอุปกรณ์ในการป้องกันที่มีประสิทธิภาพอย่างเพียงพอ เช่น หน้ากากอนามัย ถุงมือยาง เจลแอลกอฮอล์ เป็นต้น การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อลดการสัมผัสโดยตรงกับผู้โดยสาร การคัดกรองทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้โดยสารให้มีสุขภาพที่ดีพร้อมเดินทาง การรักษาความสะอาดของอุปกรณ์ภายในเครื่องบินและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานและการบริการ เป็นต้น (ธรวานนท์ ปรีดา, อภริดา นามแสง และวารภรณ์ เต็มแก้ว, 2564) ปัจจุบันธุรกิจการบินของประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมในการรับการเปิดประเทศรองรับนักท่องเที่ยว ที่จะเดินทางมายังประเทศไทย การเพิ่มความสามารถในการรองรับของสนามบินโครงสร้างพื้นฐานของท่าอากาศยาน โดยการเดินทางในบริบทใหม่สิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นใหม่สำหรับการเดินทางทางอากาศ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

นอกจากเรื่อง ความปลอดภัย (Safety) และการรักษาความปลอดภัย (Security) สิ่งใหม่ที่ต้องนำมาพิจารณานั้นคือเรื่อง “สุขอนามัย” (Health) และในอนาคตธุรกิจการบินของประเทศไทยต้องมีการเตรียมความพร้อมที่จะรองรับ อากาศยานขนาดเล็กหรือโดรน และโดรนจะเป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนโครงสร้างของ ระบบของธุรกิจการบินในประเทศ การได้ทราบถึงทิศทางและมาตรการรองรับธุรกิจการบินให้สามารถฟื้นตัวได้ โดยเร็ว ภายหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 รวมทั้งขับเคลื่อนให้ประเทศไทยก้าวสู่การบินบริบท ใหม่ในอนาคต ภายใต้รูปแบบวิถีชีวิตการเดินทางแบบวิถีชีวิตวิถีใหม่ เพื่อส่งเสริมให้การบินของไทยกลับมาเติบโตอย่างยั่งยืน โดยวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอให้เห็นถึงสิ่งที่ธุรกิจการบินในประเทศไทยต้องดำเนินการปฏิบัติในปัจจุบัน รวมถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจการบินในอนาคตความท้าทาย และโอกาสของธุรกิจการบินในประเทศไทยภายหลังจากการระบาดของโรคโคโรนา-19 (ณัฐพล มหาทรัพย์, ชเนตติ พิพัฒนางกูร และสุนันทา พาสุนันท์, 2565) ทั้งนี้ ผลกระทบของอุตสาหกรรมการบินจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 นั้นมีผลต่อผลรายได้ที่ ลดลง รวมถึง ประเด็นความปลอดภัยทางสุขภาพและสภาพวิถีใหม่ (New Normal) ที่จำเป็นต้องนำมาเป็นแนวทางใน การบริหารจัดการองค์กร แนวปฏิบัติงานของบุคลากรหรือพนักงาน และการให้บริการผู้โดยสาร ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กับอุตสาหกรรมการบินทั่วโลกต้องเผชิญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และได้รับผลกระทบไม่มากก็น้อย (สุภัทสร จำหอม อมรรักษ์ สวนชุมพล ปรัชญพัชร วันอุทา สิริจินดา คลี่สุนทร และหวัง เทียนขง 2565) ซึ่งการปรับตัวด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของสายการบิน สามารถแบ่งได้ 2 ส่วน ดังนี้

การป้องกันการแพร่ระบาดของผู้ปฏิบัติงาน

ธรวานนท์ ปรีดา อภิตดา นามแสง และวราภรณ์ เต็มแก้ว (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับผู้ปฏิบัติหน้าที่ในอากาศยาน พบว่า แนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับผู้ปฏิบัติหน้าที่ในอากาศยานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดจำเป็นต้องประกอบด้วยแนวปฏิบัติหลัก ดังนี้ 1.การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล อาทิ การรักษาความสะอาดในร่างกายด้วยการล้างมืออย่างสม่ำเสมอด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ การลดการสัมผัสใกล้ชิด 2. การจัดเตรียมสถานที่ทำงาน อาทิ การดูแลรักษาและหมั่นทำความสะอาดอุปกรณ์และสถานที่ที่ใช้ในการทำงาน การติดตั้งจุดล้างมือในทุกส่วนของที่ทำงานและในห้องน้ำทุกห้อง 3. การปฏิบัติงานและการให้บริการ อาทิ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ ในอากาศยานสวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมืออย่างขณะให้บริการผู้โดยสารอยู่ตลอดเวลา กำหนดบริเวณประตูทางเข้าของอากาศยาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่แจกแอลกอฮอล์เจลใส่มือผู้โดยสารทุกคนก่อนเข้ามาในพื้นที่ห้องโดยสาร และ 4. ข้อปฏิบัติกรณีพบผู้ติดเชื้อในระหว่าง

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

เที่ยวบิน อาทิ ใช้อุปกรณ์ป้องกันตนเองที่อยู่ในชุดทำความสะอาดทางชีวภาพเพื่อใช้ในการป้องกัน
สารคัดหลั่งที่ปนเปื้อนเชื้อโรค

การป้องกันการแพร่ระบาดของห้องโดยสารเครื่องบิน

การออกแบบด้านกายภาพทางสายการบินสำหรับป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19
ถือเป็นเรื่องที่เราเริ่มได้มีการให้ความสำคัญมากขึ้น ซึ่ง Voathai (2020) ได้อธิบายว่า ในช่วงนี้มีนัก
ออกแบบที่ได้ออกแบบห้องโดยสารในเครื่องบินแห่งอนาคตเพื่อรองรับการเดินทางในอนาคตแบบ
ชีวิตวิถีใหม่ โดยออกแบบห้องโดยสารในเครื่องบินแห่งอนาคตเพื่อรองรับการเดินทางที่เน้นเรื่อง
“สุขอนามัย (Healthy)” ทีมงานบริษัท Priestman Goode จากประเทศอังกฤษ ได้มีแนวคิดในการ
ออกแบบห้องโดยสารชั้นประหยัดเปลี่ยนชื่อเป็น Pure Skies Zones โดยมีแถวที่นั่งแบบสลับพื้น
ปลาพร้อมแผงกั้นในแต่ละแถว เพื่อให้การรักษาระยะห่างระหว่างผู้โดยสารเป็นไปได้ง่ายขึ้น
ทีมออกแบบได้ทำการถอดระบบความบันเทิงบนเครื่องบินออกไปหมด เพื่อให้ผู้โดยสารใช้อุปกรณ์
ส่วนตัวได้สะดวกยิ่งขึ้น

ในส่วนของชั้นธุรกิจนั้น ทีมออกแบบได้ตั้งชื่อใหม่ว่า Pure Skies Rooms ที่ต่อยอดความ
สะดวกสบายภายใต้พื้นที่ส่วนตัวที่เต็มรูปแบบมากขึ้น ด้วยม่านกันระบบไฟและระบบควบคุมอุณหภูมิ
พร้อมด้วยที่เก็บเสื้อผ้า และกระเป๋า รวมทั้งระบบความบันเทิงส่วนบุคคล ที่สามารถควบคุมโดยง่าย
ผ่านอุปกรณ์สื่อสารของผู้โดยสารเอง นอกเหนือจากความสะดวกสบายแล้ว ทีมงานยังมั่นใจในระบบ
สุขอนามัยของงานออกแบบใหม่นี้ที่ใช้วัสดุที่มีสารยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ และการใช้
ระบบความร้อน แสงอัลตราไวโอเล็ต รวมทั้งระบบการฟ่นละอองหมอกเพื่อทำความสะอาดห้อง
โดยสารก่อนที่ผู้โดยสารจะขึ้นเครื่อง พร้อม ๆ กับระบบการส่งการบนเครื่องบินไม่ต้องสัมผัสด้วย
งานออกแบบนี้ได้คิดถึงสถานการณ์ต่างๆ ในอนาคตและพฤติกรรมผู้โดยสารที่จะเปลี่ยนไปเพราะ
การระบาดใหญ่ของโควิด-19 เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบที่ผู้ผลิตเครื่องบินสามารถดัดแปลงมาติดตั้ง
ภายในไม่กี่ปีจากนี้ ขณะที่ตอบรับกับความต้องการของทั้งผู้โดยสารและสายการบินในอนาคต
อันใกล้นี้ด้วย (Voathai, 2020)

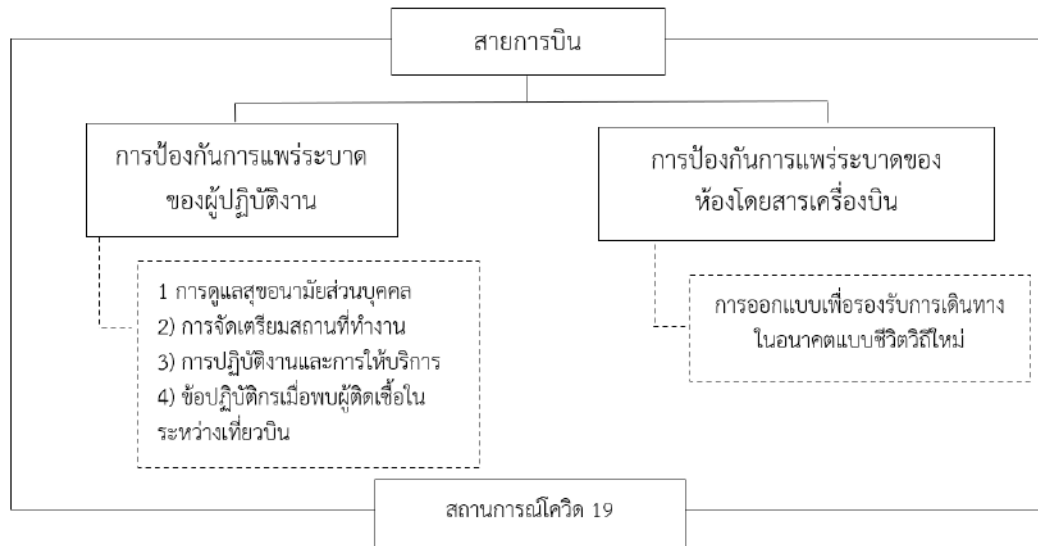
อาจกล่าวสรุปได้ว่า การปรับตัวด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของธุรกิจการบินนั้นเป็น
การมุ่งเน้นการลดการติดต่อและการสัมผัสระหว่างบุคคล (Social distancing) ซึ่งสามารถแบ่งได้
2 ส่วน คือ 1. การป้องกันการแพร่ระบาดของผู้ปฏิบัติงาน ที่ประกอบด้วยแนวปฏิบัติหลักเรื่องการ
ดูแลสุขอนามัยส่วนบุคคล การจัดเตรียมสถานที่ทำงาน การปฏิบัติงาน การให้บริการ และข้อปฏิบัติ
หากพบผู้ติดเชื้อในระหว่างเที่ยวบิน 2. การป้องกันการแพร่ระบาดของห้องโดยสารเครื่องบิน ที่เน้น
การออกแบบห้องโดยสารในเครื่องบินแห่งอนาคตเพื่อรองรับการเดินทางในอนาคตแบบชีวิตวิถีใหม่

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

เช่น การรักษาระยะห่างระหว่างผู้โดยสารเป็นไปได้สะดวกสบายมากขึ้น การถอดระบบความบันเทิงบนเครื่องบินออกทั้งหมด โดยสามารถสรุปรายละเอียดดังปรากฏ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การปรับตัวด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของสายการบิน

สรุป

การบินเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม "ระดับโลก" ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด การเชื่อมโยงผู้คน วัฒนธรรม และธุรกิจต่าง ๆ ทั่วทั้งทวีป อุตสาหกรรมการบินมีความสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจโลก และสร้างผลประโยชน์ทางสังคมผ่านกระบวนการการขนส่งทางอากาศสายการบินให้บริการเครือข่าย การขนส่งทั่วโลกที่รวดเร็ว ซึ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจระดับโลก สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมถึงการสร้างงาน การอำนวยความสะดวกด้านการค้า และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และอุตสาหกรรมการบินที่มีความพร้อมการใช้งานของบริการขนส่งทางอากาศที่เชื่อถือได้นั้น จะช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึงสิ่งที่ต้องการ มาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาหาร การดูแลสุขภาพ การศึกษาชุมชนที่ปลอดภัย และการบินเป็นเส้นทางการขนส่งระยะยาวที่ปลอดภัยที่สุดและมีประสิทธิภาพที่สุดของโลก ทำหน้าที่เป็นวิธีการขนส่งเพื่อให้การดูแลสุขภาพและเสปียงอาหารให้กับชุมชนที่ห่างไกลจำนวนมาก และเป็นวิธีที่รวดเร็วและเชื่อถือได้ในการให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมอย่างเร่งด่วนในยามฉุกเฉินที่เกิดจากภัยธรรมชาติ (Industry High Level Group ,2019) การระบาดของ COVID-19 ถือเป็นเรื่องที่มีความกังวลอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการบิน และแสดงถึงความท้าทายที่เฉพาะเจาะจงสำหรับธุรกิจ สนามบินในแง่ของปริมาณ การจราจร รายได้ การเชื่อมต่อและข้อกำหนดต่าง ๆ ผู้ให้บริการสนามบินยังคงเป็นอันดับแรกและสำคัญที่สุดที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องสุขภาพและสวัสดิการของนักเดินทาง

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

พนักงาน และประชาชน รวมถึงการลดโอกาสในการแพร่กระจายของโรคติดต่อ การสูญเสียผู้โดยสาร และการขนส่งสินค้า การสูญเสียรายได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถของสนามบินในการกู้เงินทุน และต้นทุน การดำเนินงาน และการสูญเสียการให้บริการจากการยกเลิกเที่ยวบิน ล้วนสร้างภัยคุกคามต่อการดำเนินงานของสนามบิน (ACI Advisory-Bulletin, 2020) ดังนั้น อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยได้มีการปรับตัวหลากหลายรูปแบบ เช่น การนำร่องการเปิดประเทศอย่างเป็นทางการ การปรับรูปแบบของการให้บริการ การรักษาระยะห่าง การนำเสนอบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อจะเป็นการหารายได้สู่บริษัท การปรับลดสวัสดิการของผู้บริหารและพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร รวมทั้ง มีการลดการติดต่อและการสัมผัสระหว่างบุคคล (Social distancing) เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ทั้งในส่วนของผู้ปฏิบัติงานและห้องโดยสารเครื่องบิน ด้วยเหตุนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินหลังยุคโควิด 19 เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการและสร้างความอยู่รอดขององค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษสกุล เจตนะวิบูลย์, วุทธิชัย ลีมอรุณทัย, จาริตรา เจตนะวิบูลย์ และครองขวัญ เถววงษ์ (2565). ภาวะผู้นำเชิงจิตวิญญาณกับการให้บริการผู้บริโภคในธุรกิจสายการบิน. *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบิน (ครั้งที่ 2) เรื่อง ยุคใหม่แห่งการจัดการการคมนาคมทางอากาศ. 21 เมษายน 2565.* กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต. 98-106.
- ณัฐพล มหาทรัพย์, ชเนตตี พิพัฒนางกูร และสุนันทา พาสุนันท์. (2565). ความท้าทายและโอกาสของธุรกิจการบินในประเทศไทยสู่ชีวิตวิถีใหม่หลังการระบาดของโรคโควิด-19. *วารสารวิชาการการบิน การเดินทาง และการบริการ. 1 (1).* มกราคม-มิถุนายน. 1-19.
- ธรวานนท์ ปรีดา, อภริดา นามแสง และวราภรณ์ เต็มแก้ว. (2564). แนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับผู้ปฏิบัติหน้าที่ในอากาศยาน. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 5 (2) :* พฤษภาคม- สิงหาคม. 29-42.
- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี. (2564). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2564-2566: บริการขนส่งทางอากาศ.* สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/logistics/air-transport/IO/io-Air-Transport-21>

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

-
- รัชตะ จันทร์พานิชย์. (2564). ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจการบินจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19). *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*. 13 (1). มกราคม – มิถุนายน. 1-20
- สุภัทสร จำหอม, อมรรักษ์ สวนชุมพล, ปรัชญพัชร วันอุทา, สิริินดา คลี่สุนทร และ หวัง เทียนชง. (2565) อุตสาหกรรมการบินกับการแพร่ระบาดของโควิด-19. *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบิน (ครั้งที่ 2) เรื่อง ยุคใหม่แห่งการจัดการการคมนาคมทางอากาศ*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต. 155- 162.
- ACI Advisory-Bulletin. (10 March 2020). *The Impact of COVID-19 On The Airport Business*. Retrieved November 11, 2022, from <https://aci.aero/wp-content/uploads/2020/03/ACI-COVID19-Advisory-Bulletin-2020-03-10.pdf>.
- Industry High Level Group. (2019). *Aviation Benefits Report 2019*. Canada: n.p.
- The Civil Aviation Authority of Thailand (2022). *Air transport statistics report for the 4th quarter of the year 2021*. , Retrieved November 11, 2022, from <https://www.caat.or.th/th/archives/62873>
- Voathai (2020). *British designers unveil the look of a futuristic aircraft cabin*., Retrieved November 11, 2022, from <https://www.voathai.com/a/air-travel-passenger-cabin-covid-19-coronavirus/ 5527621.html>

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

แนวคิดองค์กรธุรกิจยุคความปกติใหม่

Concept of business organization in new normal

พัชร พิธิ๊ก¹ อมรรักษ์ สอนชุมพล¹ รวีพรรณ กาญจนวัฒน์¹ ลลิตา แก้วฉาย¹ และ ปาพจน์ ต้นสุวรรณ¹
Patchara Piluk¹ Amonlux Shounchupon¹ Raweepon Kanjanawat¹ Lalida Kawshai¹ and Papot Tansuvan¹

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการนวัตกรรมการค้า วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล Patchara.Pi@vru.ac.th

บทคัดย่อ

องค์กรธุรกิจในยุคความปกติใหม่นั้น จำเป็นต้องมีการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ การรักษาสุขอนามัยและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ ความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วและเหมาะสม รวมถึงการบูรณาการการปฏิบัติงานทั้งระบบ ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจกับยุคความปกติใหม่และการจัดองค์กรสมัยใหม่ยุคความปกติใหม่ เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการและสร้างความอยู่รอดขององค์กรต่อไป

คำสำคัญ: แนวคิด องค์กรธุรกิจ ความปกติใหม่

ABSTRACT

Businesses in the New Normal should develop competitive advantages, be ready for social and economic change, practice good hygiene and the prevention of communicable diseases, be operationally flexible, use technology effectively, and quickly and effectively respond to customer needs that include system integration. In order to follow management policies and ensure the organization's survival, stakeholders need to grasp how business organizations interact with one another and how modern businesses fit into the New Normal.

Keywords: Concept Business Organization New Normal

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลง เศรษฐกิจระดับโลก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้การดำเนินธุรกิจทุกประเภท จะต้อง ใช้การสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบใหม่โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ให้เหมาะสมกับเหตุการณ์ แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดขึ้น เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ในภาวะวิกฤต จึงทำให้เกิด “New Normal” หรือ “ความปกติใหม่” ในหลายอุตสาหกรรม ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การวางแผน ในการดำเนินธุรกิจและการประเมินผลกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจต่อไปในช่วงหลัง ไวรัสโควิด-19 นับต่อนี้ไป การปรับตัวให้ธุรกิจอยู่รอดของผู้ประกอบการ อาจจะต้องมีความเป็นผู้นำ ด้านเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์การจัดการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับตัวของธุรกิจมากขึ้น (Kostić & Šarenac, 2020) ทั้งนี้ การใช้ชีวิตภายใต้สถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความจำเป็นจะต้องปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่จะต้องเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต อีกทั้งจำเป็นต้องมองหา กลุ่มตลาดเฉพาะด้าน (Niche Market) ที่เหมาะสมกับธุรกิจ เนื่องจากการใช้ชีวิตภายใต้สถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยครั้งนี้จะเกิดความ ต้องการใหม่ของผู้บริโภค ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับ การทำการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีรายได้ต่อไป (Liu, S., 2020) ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้อง ให้ความสำคัญกับการจัดองค์กรสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับยุคความปกติใหม่ โดย O'Reilly III,

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

Chatman and Caldwell (1991) ได้อธิบายว่า องค์กรสมัยใหม่มีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีนั้นจะช่วยส่งเสริมให้องค์กรสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ช่วยดึงดูดพนักงานที่มีพรสวรรค์สูงเข้ามาในองค์กร ช่วยเก็บพนักงานที่มีพรสวรรค์สูงไว้กับองค์กร สามารถสร้างพลังและขับเคลื่อนองค์กรสมาชิกในองค์กรสามารถมองงานของตนในภาพรวมได้ในหลากหลายรูปแบบ และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้ คณะผู้เขียนได้ดำเนินการรวบรวมเอกสารทางวิชาการ แล้วนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นบทความวิชาการเกี่ยวกับแนวคิดองค์กรธุรกิจยุคความปกติใหม่ โดยได้มีการแบ่งการอธิบายไว้เป็น 2 ประเด็น คือ 1) ความสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจกับยุคความปกติใหม่ และ 2) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์กรสมัยใหม่ยุคความปกติใหม่ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ความสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจกับยุคความปกติใหม่

จากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมและวิถีชีวิตของคนไทยเปลี่ยนไป เนื่องจากต้องปรับตัวให้อยู่รอดในสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ให้ได้ ไม่ว่าจะเป็น ด้านการทำงาน ด้านการเรียน และด้านธุรกิจ ที่จะถูกกระตุ้นให้เกิดการก้าวกระโดดต่อการใช้งานเทคโนโลยี (ทงศักดิ์ แสงสว่างวัฒน์ นิชนันทน์ ศิริไสยาสน์ และโชติ บดีรัฐ 2563) โดยบริษัทต่าง ๆ จะหันมาลงทุนทางด้านเทคโนโลยีในภาคแรงงานมากขึ้น ดังนั้น การใช้พื้นที่สำนักงานจะเปลี่ยนรูปแบบจากพื้นที่การทำงานส่วนตัว เป็นพื้นที่ทำงานรวม (common spaces) เพราะคนสามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ ซึ่งจะเห็นได้จากช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่หลายธุรกิจได้เริ่มทำงานจากที่บ้าน (work from home) กันมาแล้ว ซึ่งจะส่งผลให้การเข้าพื้นที่สำนักงานลดลง และมีการเข้าพื้นที่ในระยะสั้น นอกจากนี้จะเห็นแนวโน้มของ Talent Pool คือ การจ้างงานข้ามประเทศมากขึ้น จากเดิมที่คนเก่งจะไปทำงานให้กับบริษัทต่างชาติ แต่ด้วยเทคโนโลยีการทำงานจากที่ไหนก็ได้คนเก่ง ๆ จะอยู่ในประเทศของตนและสามารถรับงานจากทั่วโลกได้ (ซีพี อี-นิวส, 2563)

การปรับตัวขององค์กรธุรกิจในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วและเหมาะสม จึงเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างความอยู่รอดให้องค์กร โดย ธันยรัตน์ สมบูรณ์รัตน์โชค, สันต์ ลมไธสง (2564) ได้อธิบายว่าองค์กรธุรกิจยุคใหม่ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตแบบ New normal จะมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้ 1) มีการกระจายอำนาจในองค์กรสูง โดยพนักงานสามารถที่จะกำหนดรูปแบบและวิธีการทำงานได้ด้วยตนเองสอดคล้องกับแนวทางการรักษาระยะห่างทางสังคม โดยพนักงานแต่ละคนสามารถลดขั้นตอน การติดต่อ สื่อสารกับผู้อื่นแบบเผชิญหน้าโดยตรง 2) มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและกระบวนการทำงานที่ ชัดเจน สอดคล้องกับแนวทาง

การทำงานนอกสำนักงาน เช่นเดียวกับการเรียนออนไลน์ที่ลดการติดต่อสัมผัสแบบเผชิญหน้า

3) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยงานบริหาร สอดคล้องกับแนวทางการทำธุรกรรมแบบออนไลน์ ซึ่งจะช่วยลดการเดินทางและกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกับคนอื่น 4) ความรับผิดชอบต่อสังคม การวัดผลที่ดี โปร่งใส และ ตรวจสอบได้ สอดคล้องกับแนวทางการกักตัวในระยะปลอดภัยอย่างเคร่งครัด มีระเบียบวินัยในตนเองและมีความ ซื่อสัตย์ และ 5) มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และเคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับแนวทางการคัดกรอง การสวมใส่หน้ากากอนามัยและการล้างมือบ่อย ๆ โดยองค์กรจะต้องสร้างความรับผิดชอบต่อเหล่านี้ให้วัฒนธรรมองค์กรที่เป็นปกติและต้องปฏิบัติภายใต้สำนึกรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน รวมถึง จิตกร วิจารณ์รงค์, วิสิษฐ์ สมบูรณ์, วันชัย มีศิริ (2565) ได้อธิบายว่าการให้องค์กรประสบผลสำเร็จและมีความมั่นคง ยุค New Normal ควรต้องมีประเด็นที่ต้องนำมาบูรณาการ คือ 1) ด้านการวางแผน องค์กรหรือหน่วยงานต้องตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน เป็นการตั้งเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นการเตรียมความพร้อมที่จะรับความ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดังนั้น การวางแผนสำหรับองค์กรในยุค New Norma นี้จำเป็นต้องวางแผนพัฒนาทักษะของบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของงานในยุคปัจจุบัน และจะทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ดีขึ้น เพราะทุกคนมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างชัดเจน 2) การจัดองค์กร คือ ในยุค New Normal เป็นการกำหนดโครงสร้างองค์กรกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง กำหนดบทบาท ตลอดจนการทำงานของทุกภาคส่วนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และยังรวมถึงการจัดระเบียบในการทำงานที่จะทำให้การทำงานไม่สะดุด จัดสรรคนให้เหมาะสมกับงาน จัดการงานให้เป็นระบบระเบียบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด 3) การนำ หมายถึง ภาวะการเป็นผู้นำ คือ ภาวะในการควบคุมการทำงานให้สำเร็จลุล่วง โดยต้องสามารถสร้างแรงจูงใจให้ทุกคนอยากร่วมทำงานได้ ต้องบริหารงาน บุคคลได้ดี ต้องเข้าใจการทำงานของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชา รวมถึงมีทักษะในการแก้ไขปัญหาได้ดี และมีการตัดสินใจที่รอบคอบ ฉับไว ดีเยี่ยมสามารถที่จะนำพาทุกคนบรรลุเป้าหมายไปสู่ความสำเร็จได้เป็นการวางแผนนโยบาย วิสัยทัศน์ และการตัดสินใจของผู้บริหาร 4) การควบคุม คือ การดูแลบุคลากรตลอดจนการทำงานต่างๆ ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ ตลอดจนการติดตามประเมินผลว่าการปฏิบัติงานนั้น เป็นไปตามที่วางไว้หรือไม่ บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ มีความสำเร็จมากน้อยเพียงไร การควบคุมนั้นยังหมายถึงการจัดการกับปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลกระทบกับการทำงานน้อยที่สุดอีกด้วย

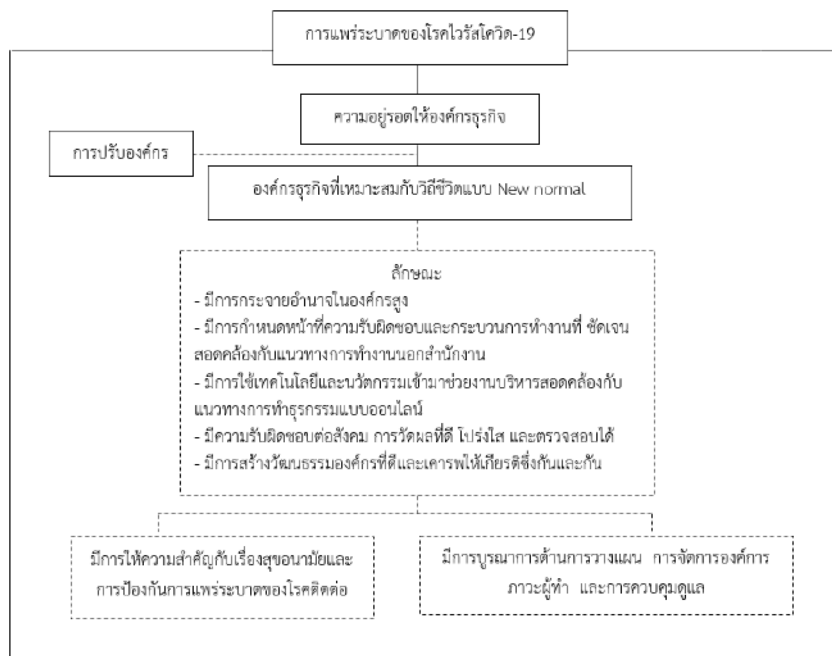
พอสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจกับยุคความปกติใหม่นั้น เป็นการปรับตัวด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านวิถีการดำเนินชีวิตที่มีผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัส

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

โควิด-19 ซึ่งหนึ่งในการสร้างความอยู่รอดให้องค์กรธุรกิจ คือ การปรับองค์กรธุรกิจให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตแบบ New normal โดยให้ความสำคัญกับลักษณะองค์กรที่มีการกระจายอำนาจในองค์กรสูง มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและกระบวนการทำงานที่ชัดเจนสอดคล้องกับแนวทางการทำงานนอกสำนักงาน มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยงานบริหารสอดคล้องกับแนวทางการทำธุรกรรมแบบออนไลน์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม การวัดผลที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ และมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีและเคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยอยู่บนพื้นฐานของเรื่องสุขอนามัยและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ รวมทั้งการบูรณาการด้านการวางแผน การจัดการองค์การ ภาวะผู้นำ และการควบคุมดูแล เพื่อให้การทำงานสอดคล้องกับบริบทของยุค New normal และบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสรุปความสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กรธุรกิจกับยุคความปกติใหม่ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจกับยุคความปกติใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์กรสมัยใหม่ยุคความปกติใหม่

การจัดองค์กรสมัยใหม่ ถือเป็นหนึ่งแนวคิดสำคัญในการเตรียมความพร้อมและการปรับตัวขององค์กรต่อความผันผวนที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา โดย McLaughlin & Sheridan (2016) ได้อธิบายว่า องค์กรสมัยใหม่นั้นจะต้องเป็นองค์กรที่ทำงานเป็นทีม ใช้การสื่อสารที่เป็นรูปแบบและมีการจัดการความขัดแย้งในทีม มีความใส่ใจในรายละเอียดและมีระบบที่ดี มุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับองค์กร มุ่งเน้นที่บุคคลและลูกค้าเป็นหลักมีนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอและสามารถเผชิญหน้ากับความเสี่ยงถ้าได้ถ้าเสีย มีการทำงานอย่างขยันขันแข็งและมีความเป็นผู้นำ และที่สำคัญจะต้องมีเสถียรภาพและมั่นคง โดยจะต้องมีความชอบธรรมชัดเจนในทุกกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับปรัชญาและค่านิยมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและบรรทัดฐานขององค์กร

ทั้งนี้ มุมมองการจัดองค์กรสมัยใหม่ยุค New Normal เป็นการบริหารจัดการองค์กรภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งองค์กรจะดำรงอยู่รอดได้นั้น ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับทุกๆ สถานการณ์ แม้แต่กระบวนการทำงานต้องมีการออกแบบให้เหมาะสมมีพร้อมที่จำเป็นปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการจัดองค์กรสมัยใหม่จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีกลยุทธ์การจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพและมีความยืดหยุ่น และประยุกต์กับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวกใน การทำงานและการบริหารงาน โดยองค์กรต้องมีการปรับสภาพองค์กรตามสถานการณ์ ปัจจุบัน โดยเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้การจัดโครงสร้าง องค์กรยุคใหม่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งการบริหารจัดการยุคใหม่นี้ผู้บริหารต้องมีความรู้ รอบด้าน ทั้งในการการสร้างระบบการทำงาน การสร้างกระบวนการทำงาน และการติดตามประเมินผลที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เมื่อผู้บริหารมีความรู้ด้านการจัดองค์กรในยุคใหม่นี้ องค์กรย่อมดำเนินไปสู่เป้าหมายที่กำหนดในสถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงหรือในยุค COVID-19 (จิตกร วิจารณรงค์, วิศิษฐ์ สมบูรณ์, วันชัย มีศิริ, 2565) ซึ่ง (สุปราณี วรรณรณ, 2565) ได้อธิบายรูปแบบการจัดการแนวใหม่ในยุค New Normal ว่าควรมี 4 องค์ประกอบที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการพัฒนาองค์กร คือ 1) การดำเนินชีวิตในยุค New Normal เป็นรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น โดยมีเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทโดยเฉพาะการดำเนินธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าผ่านออนไลน์ การเรียนรู้ผ่านออนไลน์และการทำงานจากที่บ้าน เป็นต้น 2) การทำงานเป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานของผู้คนและวิธีการดำเนินธุรกิจ โดยเป็นการทำงานจากที่บ้านและมุ่งเน้นไปที่การช่วยส่งเสริมการทำงานร่วมกัน เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานร่วมกันเพื่อ

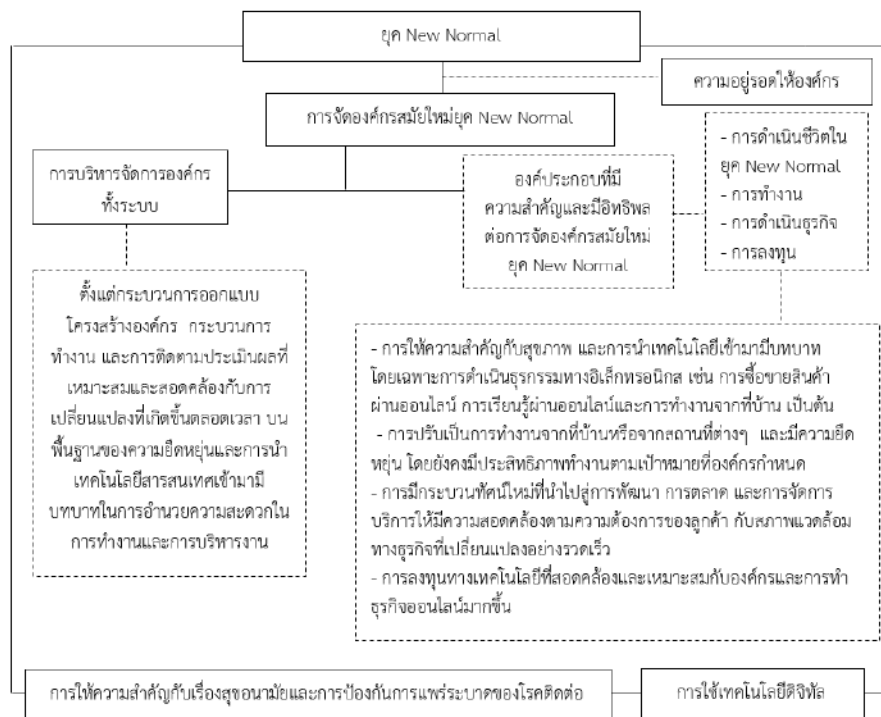
การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า ทำให้องค์กรค้นพบและเข้าถึงกลุ่มคนที่มีความสามารถใหม่ ๆ ได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ แต่ต้องนำกระบวนการที่เป็นนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มผลผลิตและสร้างวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง อีกทั้งการที่บุคลากรทำงานจากที่บ้านได้นั้นจะทำให้องค์กร ลดต้นทุนและประหยัดค่าใช้จ่ายคงที่ได้มาก ซึ่งรูปแบบการทำงานในอนาคตหลังจากยุค New Normal นี้ จะมีความ “ยืดหยุ่น” มากขึ้น เพราะสามารถจ้างงานคนที่มีความรู้ ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญได้จากทั่วทุกมุมโลกโดยที่บุคลากรไม่จำเป็นต้องปฏิบัติงานที่สำนักงาน 3) ธุรกิจเป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กรเพื่อนำเสนอประโยชน์ให้กับลูกค้า และเพื่อสร้างความรู้ใหม่ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกแก่อุตสาหกรรมในการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานตามความต้องการของลูกค้าโดยมีกระบวนการทัศน์ใหม่ที่น่าไปสู่การพัฒนา การตลาดและการจัดการบริการให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และ 4) การลงทุน จะมุ่งเน้นการลงทุนทางเทคโนโลยีที่สอดคล้องและเหมาะสมกับองค์กร ภาคเอกชนจะเน้นในการทำธุรกิจออนไลน์มากขึ้น และในหลาย ๆ องค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ บุคลากร อุตสาหกรรม ลูกค้า เทคโนโลยี ผู้บริโภค สภาพแวดล้อม และสังคม เป็นต้น โดยทั้ง 4 องค์ประกอบ มีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาองค์กร โดยเทคโนโลยีดิจิทัลที่องค์กรจะนำมาใช้นั้นต้องมีความสอดคล้องกับอุตสาหกรรม วิสัยทัศน์ ลูกค้า เทคโนโลยี ผู้บริโภค และสังคม ซึ่งทำให้องค์กรสามารถสร้างจุดแข็งในการดำเนินงาน เพิ่มทักษะด้านดิจิทัลที่จะนำมาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรบนพื้นฐาน ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาองค์กรให้ก้าวทันกับนวัตกรรมในอนาคต สร้างความสามารถในการปรับตัวขององค์กรให้มีความยืดหยุ่นและบูรณาการการดำเนินงานในกระบวนการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานขององค์กรให้มีความเข้มแข็งรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างมั่นคงพอสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์กรสมัยใหม่ยุคความปกติใหม่นั้น ถือเป็นหนึ่งแนวคิดสำคัญด้านการเตรียมความพร้อมและด้านการปรับตัวขององค์กรเพื่อความอยู่รอดให้องค์กรธุรกิจ โดยมีการให้ความสำคัญกับเรื่องสุขอนามัยและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อและ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นการบริหารจัดการองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคไวรัสโควิด-19 ทั้งระบบตั้งแต่กระบวนการออกแบบโครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงาน และการติดตามประเมินผลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาบนพื้นฐานของความยืดหยุ่นและการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวกในการทำงานและการบริหารงาน โดยองค์ประกอบที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการจัดการองค์กรสมัยใหม่ยุค New Normal จะประกอบด้วย 1) การดำเนินชีวิตในยุค New Normal ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ

และการนำเทคโนโลยีเข้ามาแก้ปัญหา โดยเฉพาะการดำเนินธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าผ่านออนไลน์ การเรียนรู้ผ่านออนไลน์ และการทำงานจากที่บ้าน เป็นต้น 2) การทำงานที่มีการปรับเป็นการทำงานจากที่บ้านหรือจากสถานที่ต่าง ๆ และมีความยืดหยุ่น โดยยังคงมีประสิทธิภาพทำงานตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด 3) การดำเนินธุรกิจ ที่มีกระบวนการขั้นตอนใหม่ที่น่าไปสู่การพัฒนาการตลาด และการจัดการบริการให้มีความสอดคล้องตามความต้องการ ของลูกค้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 4) การลงทุน ที่จะมุ่งเน้นการลงทุนทางเทคโนโลยีที่สอดคล้องและเหมาะสมกับองค์กรและการทำธุรกิจออนไลน์มากขึ้น โดยสามารถสรุปความสัมพันธ์แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์กรสมัยใหม่ยุค New Normal ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์กรสมัยใหม่ยุคความปกติใหม่

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

สรุป

ความปกติใหม่ หรือ New Normal นั้น เป็นการปรับตัวด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านวิถีการดำเนินชีวิตที่มีผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-19 ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงในเศรษฐกิจระดับโลก ดังนั้น เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดองค์กรสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับยุค New Normal โดยเน้นการสร้างองค์กรให้มีลักษณะที่มีการกระจายอำนาจในองค์กรสูง มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและกระบวนการทำงานที่ชัดเจนสอดคล้องกับแนวทางการทำงานนอกสำนักงาน มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยงานบริหารสอดคล้องกับแนวทางการทำธุรกรรมแบบออนไลน์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม การวัดผลที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ และมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีและเคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยอยู่บนพื้นฐานของการรักษาสุขอนามัยและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ ความยืดหยุ่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวกในการทำงาน และการบริหารงาน รวมถึงการบูรณาการทั้งระบบตั้งแต่กระบวนการออกแบบโครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงาน และการติดตามประเมินผลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อให้การทำงานสอดคล้องกับบริบทของยุค New normal และบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- จิตกร วิจารณ์รงค์, วิสิษฐ์ สมบูรณ์, วันชัย มีศิริ. (2565). NEW NORMAL: การบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. 11(1). 392 – 400.
- ซีพี อี-นิวส์ (CP e-News). (2563). *บทเรียนเปิดเมืองจากจีน รู้จัก New consumers กับ 7 เทรนด์เปลี่ยนโลกธุรกิจหลังCovid-19*. สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2565, จาก <http://www.cp-eneews.com/news/details/cpnews/4143>.
- ทงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนันท์ ศิริไสยาสน์, และโชติ บดีรัฐ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19 : การงาน การเรียน และธุรกิจ. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*. 4(3). 371 – 386.
- ธันยรัตน์ สมบูรณ์รัตนโชค, สันต์ ลมไธสง. (2564). การบริหารแบบไร้ผู้บริหาร : รูปแบบองค์กรธุรกิจยุควิถีชีวิตแบบ NEW NORMAL. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*. 7(3). 1-13.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

สุปราณี วรรณรณ. (2565). รูปแบบการจัดการแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรในประเทศไทยในยุค. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*. 18(3). 181-192.

Kostić, S. C., & Šarenac, J. G. (2020). "New Normal" Strategic Communication. In *Business Management and Communication Perspectives in Industry 4.0*. IGI Global. 71-92.

Liu, S. (2020). *The Inevitability of the New Normal*. In *China's Economic New Normal*. Springer, Singapore. 13-19.

McLaughlin, K. A., & Sheridan, M. A. (2016). Beyond cumulative risk: A dimensional approach to childhood adversity. *Current Directions in Psychological Science*, 25(4), 239 - 245.

O'Reilly III, C. A., Chatman, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of management journal*, 34(3), 487 - 516.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21

Business transformation leadership development method in the 21st century

สุขสกล วลัยตะกุล¹ และ จิรัฏฐ์ สินธุอารีย์²

Sookkhasakon Valantagul¹ and Jeerath Sintuaree²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล sukasakon6324@gmail.com

²นักวิชาการอิสระ อีเมล jitareehouse@hotmail.com

บทคัดย่อ

การบริหารธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจประสบกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่ง “ผู้นำ” เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ ดังนั้นผู้นำจึงจำเป็นต้องพัฒนา “ภาวะผู้นำ” ขึ้นมาเพื่อเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน ตามทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass & Avolio (1994) สามารถบูรณาการองค์ความรู้สู่การพัฒนาคุณลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่พึงประสงค์ได้ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตามหลักการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของ Kouzes and Posner (2014) พบว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการคือ 1) ปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่าง 2) สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วม 3) สร้างความท้าทายต่อกระบวนการ 4) แนะนำให้ผู้อื่นสามารถปฏิบัติได้ และ 5) กระตุ้นพลังความกล้าหาญ ดังนั้นวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21 สามารถดำเนินการได้จากสมการ “SCIRM” โดยมีรายละเอียดดังนี้ S (Self awareness = การตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง), C (Communication= การติดต่อสื่อสารกับผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม), I (Innovation= การสร้างนวัตกรรมใหม่ในการดำเนินงานธุรกิจ), R (Relationship= การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม) และ M (Moral= การสร้างขวัญและกำลังใจ (Moral) สู่ “องค์กรแห่งความสุขทางธุรกิจ”

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ การพัฒนา ศตวรรษที่ 21

ABSTRACT

Business administration of the 21st century has very rapid changes according to the economy, society, culture, politics, and technology. Then, the businesses must to intense competition. "leader" is a person who plays an important role that affects the success or failure of the business. Therefore, leaders must develop "leadership" to drive business growth and sustainable progress. According to this reason, the transformational leadership theory of Bass & Avolio (1994) should be able to integrate knowledge for developing in business and building desirable transformational leadership traits too. According to the principles of business transformational leadership development of Kouzes and Posner (2014) found that it was 5 important components such as 1) acting as a model, 2) inspiring a shared vision, 3) creating a challenge to the process, 4) recommending enabling others to act, and 5) stimulating of courageous power. Then, how to develop business transformational leadership in the 21st century can be executed from this equation "SCIRM" and the details follow; S (Self-awareness = recognizing one's self-worth), C (Communication =Communicating with colleagues and followers), I (Innovation = creating new innovation to business operation), R (Relationship= having a good relationship with colleagues and followers) and M (Moral= creating morale and encouragement) to "Happiness Business Organization"

Keywords: Business Transformational Leadership, Development, The 21stcentury

บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์แห่งศตวรรษที่ 21 ประเทศไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การเมืองและเทคโนโลยีซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของบุคคล ชุมชน องค์กรและสังคม ธุรกิจก็เป็นองค์กรหนึ่งในสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเช่นกัน ทำให้ธุรกิจตระหนักและปรับตัวด้านการบริหารจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ดังนั้นผู้นำและภาวะผู้นำทางธุรกิจจึงเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญในการนำองค์กรให้ผ่านวิกฤติจากสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ ซึ่งผู้นำและภาวะผู้นำทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะต้องผ่านการบ่มเพาะทางด้านความรู้ สติปัญญา ประสบการณ์และการปฏิบัติเพื่อสะท้อนความคิดสู่การบริหารจัดการธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ผู้นำและภาวะผู้นำทางธุรกิจควรมีทักษะที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้การบริหารจัดการสามารถประสบความสำเร็จครอบคลุมบริบทของธุรกิจ เช่น ทักษะการตระหนักรู้ตนเอง (Self-awareness skill) ทักษะการปรับตัว (Adaptability skill) ทักษะคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจ (Sense of business purpose skill) ทักษะการตัดสินใจ (Decision making skill) ทักษะการสร้างความร่วมมือ (Collaboration skill) ทักษะการสื่อสาร (Communication skill) และทักษะดิจิทัล (Digital skills)

วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำทางธุรกิจนั้นเป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะต้องมีการบ่มเพาะภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสมจึงจะสามารถนำองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งภาวะผู้นำทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในยุคแห่งศตวรรษที่ 21 คือ ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายคือ ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation Leadership) ของ Bass & Avolio (1994: p.7) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญที่สามารถนำมาบูรณาการสู่วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำทางธุรกิจได้และสอดคล้องกับหลักการพัฒนาภาวะผู้นำทางการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของ M. Kouzes & Barry Z. Posner (2014: p.35-46) ทำให้วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำทางธุรกิจสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริงทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมครอบคลุมทุกบริบทของธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำและภาวะผู้นำ

ผู้นำ (Leader) เป็นบุคคลที่มีอิทธิพล อำนาจ สร้างพลัง สร้างแรงจูงใจและกระตุ้นบุคคลและองค์กรให้เกิดพลังขับเคลื่อนการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดเอาไว้ (สนุก สิมหัตถ, พิภูล มีมานะและดุชฎีวิวัฒน์ แก้วอินทร์, 2560: p.488) ทำให้ผู้นำจำเป็นจะต้องพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของธุรกิจ ดังนั้นผู้นำที่ได้รับการยอมรับและยกย่องจากองค์กรจึงเป็นบุคคลต้นแบบในการริเริ่ม ส่งเสริมและ

สนับสนุนให้เกิดการยกระดับของความตระหนัก (Awareness) และการรับรู้ (Perception) แก่บุคคลอื่น ทำให้สามารถกำหนดทิศทาง แนวทางและจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการดำเนินงานธุรกิจได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550: p.1) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าผู้นำเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวทางธุรกิจ

ภาวะผู้นำ (Leadership) เป็นพื้นฐานด้านความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถและทักษะที่สำคัญในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อความอยู่รอด ความเจริญเติบโต ความมั่นคงและความยั่งยืน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550: p.194) ซึ่งการพัฒนาภาวะผู้นำมีแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการคือ 1) เพื่อบรรลุความสำเร็จด้วยคนอื่น ซึ่งเป็นความสามารถของผู้นำที่จะเชิญชวนและประสานความร่วมมือเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความปรารถนาที่จะดำเนินงานร่วมกันให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ และ 2) เพื่อการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคตที่ดีกว่า ซึ่งผู้นำจะสร้างสถานการณ์ที่ทำห้ายแก่บุคคลอื่นเพื่อนำไปสู่สถานการณ์ใหม่ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น (พระครูปลัดธรรมจริยวัฒน์และคณะ, 2558: p.215) ทำให้ภาวะผู้นำจะทำให้ผู้นำและบุคคลอื่นเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง การปฏิรูปและการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจเสมอ (มนต์รัก วงศ์พุทธะ, ณัฐวรรณ พุ่มตียิ่งและพิชญาดา ยืนยาว, 2564: p.182) ดังนั้นภาวะผู้นำจึงเป็นกระบวนการที่ผู้นำบูรณาการองค์ความรู้ ความสามารถและทักษะที่หลากหลายเพื่อโน้มน้าวให้บุคคลอื่นในธุรกิจดำเนินงานตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และมุ่งสู่ความเป็นเลิศที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (สิงห์ ศรีแก้ว, 2556: p.2) โดยเฉพาะยุคโลกาภิวัตน์แห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งธุรกิจไม่สามารถที่จะบูรณาการองค์ความรู้ศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นธุรกิจจึงให้ความสำคัญกับศาสตร์ด้านอื่น ๆ เพื่อสร้างโอกาสทำให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดเอาไว้มากขึ้น เช่น ทักษะการคิด 10 ทักษะ ทักษะการเจรจาต่อรอง ทักษะดิจิทัลและการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำทางธุรกิจให้สามารถบริหารจัดการครอบคลุมทุกบริบทของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม (ฐิตวดี เนียมสุวรรณและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์สินาวิน, 2555: p.36)

ทฤษฎีภาวะผู้นำทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21

ศตวรรษที่ 21 เป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่สถานการณ์โลกเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันทางธุรกิจสูง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจนั้นสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) การเปลี่ยนแปลงภายในของธุรกิจ (Internal Change) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในของธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน เช่น วิสัยทัศน์ ปรัชญา นโยบาย โครงสร้าง แผนงาน ทรัพยากร ทุน การบริหารจัดการและระบบสารสนเทศของธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงภายในธุรกิจนี้สามารถที่จะควบคุมได้ และ 2) การเปลี่ยนแปลงภายนอกของธุรกิจ (External Change)

เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายนอกของธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน เช่น ระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎหมาย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นโยบายของภาครัฐบาลและเอกชน คู่แข่งขัน พันธมิตรและเครือข่ายทางการค้า ซึ่งการเปลี่ยนแปลงภายนอกธุรกิจนี้ไม่สามารถที่จะควบคุมได้ (ชัยยุทธ์ ชินกุลและชนินทร์ ชุณหัพพัทธ์, 2557: p.9-11) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ภาวะผู้นำทางธุรกิจสามารถที่จะสร้างหรือพัฒนาตนเองได้และภาวะผู้นำทางธุรกิจที่เหมาะสมกับยุคโลกาภิวัตน์แห่งศตวรรษที่ 21 คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation Leadership) ซึ่งการพัฒนาภาวะผู้นำทางธุรกิจให้เกิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้นั้นจำเป็นต้องมีแนวคิดจากทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation leadership theory) ร่วมด้วยเพื่อใช้เป็นแนวทางในดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นทฤษฎีภาวะผู้นำที่ได้รับคามนิยมอย่างแพร่หลายและนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550: p.35)

ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation leadership theory) ของ Bass & Avolio (1994, p.7) เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่แสดงถึงความสามารถในการการกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้มองเห็นมุมมองใหม่ๆ ในการทำงานเพื่อนำไปสู่การตระหนักถึงภารกิจ (Mission) และวิสัยทัศน์ (Vision) ของธุรกิจให้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้การพัฒนาศักยภาพและความสามารถของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามมีระดับที่สูงขึ้น โดยผู้นำที่ได้รับการพัฒนาให้เกิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงแล้วนั้นจะสามารถเชิญชวนให้ผู้ร่วมงานและผู้ตามมองการณ์ไกลเกินกว่าความสนใจของตนเอง ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่สิ่งที่ดีและมีประโยชน์ต่อธุรกิจมากขึ้น ทำให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามสามารถทำงานได้ผลงานมากกว่าที่ตนเองคาดหวัง ซึ่งผู้นำการเปลี่ยนแปลงมักจะสร้างความท้าทายแก่ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดเอาไว้ในระดับที่สูงขึ้น (พระครูวินัยธรสุวรรณ สุวรรณโณ(เรื่องเดช), 2565: p.48) ดังนั้นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงกระตุ้นความเชื่อและทัศนคติของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้เป็นระบบ ทำให้ดำเนินงานมีความสมบูรณ์ถูกต้อง เหมาะสมและประสบความสำเร็จมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (จิตรา ทรัพย์โถม, 2556: p.19)

องค์ประกอบที่สำคัญของทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมี 4 ประการ (พระครูวินัยธรสุวรรณ สุวรรณโณ (เรื่องเดช), 2565: p.49) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence: II) เป็นการที่ผู้นำประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี นำเคารพนับถือ นำยกย่องจนนำไปสู่การเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน โดยผู้นำมีตั้งใจ เชื้อมั่นและแนวทางที่แน่นอนตามอุดมการณ์ที่กำหนดเอาไว้

2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) เป็นการจูงใจให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงานอย่างกระตือรือร้น มีเจตคติที่ดีและมีความคิดเชิงบวกเพื่อทุ่มเทสู่การบรรลุเป้าหมาย

3) การกระตุ้นทางสติปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) เป็นการกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามตระหนักถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์หรือการแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองอย่างถูกต้องและเหมาะสม

4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) เป็นการที่ผู้นำกระทำต่อผู้ร่วมงานหรือผู้อื่นด้วยความเอาใจใส่จนเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งผู้นำจะเป็นโค้ช (Coach) และเป็นที่ปรึกษา (Advisor) ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเองและผู้ร่วมงานอื่นให้มีระดับที่สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้นำยังเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรีและ การยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล

ส่วนคุณสมบัติของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนั้นมีนักวิชาการที่หลากหลายได้รวบรวมข้อมูลเอาไว้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (สนุก สิ่งหมาตวร,พิกุล มีมานะและดุชฎีวัฒน์ แก้วอินทร์ ,2560,P.490-491.และพระพลากร สุ่มงคล (อนุพันธ์), พระครูปริยัติ วรเมธี,พระมหาไทยน้อย สलगสิงห์และสยามพร พันธไชย,2561: p.204)

1) ความรู้ (Knowledge) เป็นองค์ความรู้ด้านศาสตร์ต่างๆ ของผู้นำที่จะนำมาบูรณาการกับการดำเนินงานของธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจตามที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งองค์ความรู้มีหลากหลายศาสตร์ เช่น การตลาด การขาย การผลิต การเงินและการบัญชี จิตวิทยา สุขภาพและอนามัย สิ่งแวดล้อม ทักษะทางความคิด 10 คิดทักษะด้านดิจิทัลและการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น ซึ่งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะแสดงคุณสมบัติด้านความรู้यरังนั้นขึ้นอยู่บริบทของธุรกิจที่แตกต่างกัน

2) อุดมการณ์ (Ideology) เป็นพฤติกรรมความเชื่อ ทศนคติ แนวความคิดและความศรัทธาของผู้นำทางธุรกิจที่แสดงออกมาและมีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามและธุรกิจให้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ความซื่อสัตย์ ความอ่อนน้อม ความกล้าหาญและการยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรมที่พึงประสงค์ของสังคม ดังนั้นอุดมการณ์จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กำหนดภาพลักษณ์ของธุรกิจ

3) ความทันสมัย (Modern) เป็นผู้ที่มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอ เช่น 1. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ 2. ความก้าวหน้าของระบบสารสนเทศเทคโนโลยีและดิจิทัล 3. การบริหารความเสี่ยงแห่งยุคโลกาภิวัตน์ และ 4. แนวโน้มสถานการณ์ต่างประเทศและของโลก ซึ่งความทันสมัยมีบทบาทสำคัญต่อการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงทิศทางของธุรกิจให้สามารถอยู่รอด การเจริญเติบโตก้าวหน้าและความมั่นคงของธุรกิจในอนาคต

4) การมองการณ์ไกล (Foresight) เป็นความสามารถและทักษะในการคาดการณ์ในอนาคตสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อนำไปสู่การแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้สานฝันให้เป็นจริงแก่ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามและบุคคลอื่น ซึ่งเป็นความคิดสร้างสรรค์และความท้าทายของธุรกิจ

5) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลาในโลกธุรกิจ ซึ่งผู้นำทางธุรกิจจะต้องพัฒนาศักยภาพของตนเองด้านนี้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

6) ความกล้าหาญ (Courage) เป็นการกล้าเผชิญกับปัญหา ความซับซ้อน ความคลุมเครือ และความไม่แน่นอนทางธุรกิจ ทำให้ผู้นำทางธุรกิจมีการบ่มเพาะประสบการณ์ภายใต้เงื่อนไขและสถานการณ์ต่างๆ ของธุรกิจ

7) การตัดสินใจที่ดี (Good Decision Making) เป็นความแม่นยำในการกระทำเพื่อที่จะดำเนินงานของธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งการตัดสินใจที่ดีของผู้นำภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ทางธุรกิจจะนำไปสู่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

8) มีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ (Strategy for management) เป็นเทคนิค วิธีการและทักษะในการจูงใจ การโน้มน้าว การสื่อสาร ความร่วมมือและการประสานงานผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้ดำเนินงานของธุรกิจในทิศทางเดียวกันเพื่อการประสบความสำเร็จในอนาคต เช่น การบริหารจัดการงานด้วยระบบ PDCA เป็นต้น

9) ยึดมั่นจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Ethic) เป็นพฤติกรรมหรือการแสดงออกของผู้นำในการดำเนินงานทางธุรกิจให้เป็นที่พึงประสงค์ต่อสังคม เช่น ความซื่อสัตย์ ความอดทน ความเสียสละ ความรับผิดชอบต่อสังคมและความจริงใจต่อสัญญาระหว่างธุรกิจและเครือข่าย

10) การใฝ่บริการ (Service Mind) เป็นการแสดงออกตามธรรมชาติของผู้นำที่มีต้องการที่ให้บริการด้วยความเต็มใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามและบุคคลอื่นที่มาใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า คุณสมบัติของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจนั้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจส่วนบุคคล อันจะนำไปสู่การเชื่อมโยงกับการดำเนินงานของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามบริบทของธุรกิจที่แตกต่างกัน

วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ

ภาวะผู้นำทางธุรกิจที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการเตรียมความพร้อมหรือผ่านการบ่มเพาะภายใต้เวลาและเงื่อนไขทางธุรกิจที่เหมาะสมจึงจะสามารถพัฒนาศักยภาพความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในการรู้จักตนเอง การสร้าง ปรับปรุงและสะท้อนความคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่ได้อย่างแท้จริงออกมาให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพ บริบทของธุรกิจได้อย่างสมบูรณ์และพึงประสงค์ของสังคม สำหรับวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำ

การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจนั้นสอดคล้องกับหลักการแนวคิดของ James M. Kouzes & Barry Z. Posner, 2014: p.35-46) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ปฏิบัติตนให้เป็นตัวอย่าง (Acting as a model)

ความมุ่งมั่น ความเชื่อและการยึดหลักในสิ่งที่ผู้นำปฏิบัติและแสดงออกเป็นที่ประจักษ์แก่ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ เช่น ผู้นำมีความเชื่อว่างานทุกอย่างล้วนมีความสำคัญและทำงานนั้นให้ดีที่สุด ซึ่งผู้ร่วมงานหรือผู้ตามจึงเกิดความศรัทธา ความมุ่งมั่นและความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานตามแบบอย่างของผู้นำ

2) สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วม (Inspiring a shared vision)

การสร้างผลงานที่มีคุณภาพและแตกต่างจากเดิมด้วยความตั้งใจ ความเต็มใจและความท้าทายที่จะสร้างผลงานนั้นอย่างดีที่สุดจนเป็นที่ยอมรับ ยกย่องและเกิดความภาคภูมิใจของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามจนเกิดความคาดหวังที่อยากจะมีส่วนร่วมของส่วนหนึ่งในความสำเร็จของผลงานนี้ ทำให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเกิดแรงบันดาลใจและมีวิสัยทัศน์ร่วมกับผู้นำเพื่อทำงานให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพและตามเกณฑ์มาตรฐานที่สูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีความสุขในระหว่างการทำงานร่วมกับ

3) สร้างสรรค์ความท้าทายต่อกระบวนการ (Creating a challenge to the process)

ความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและริเริ่มนวัตกรรมใหม่ด้วยกระบวนการที่ท้าทายต่อความสามารถ ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของธุรกิจ ทำให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเกิดความมั่นใจที่เรียนรู้ ปรับเปลี่ยนจากการดำเนินงานเดิมไปสู่การดำเนินงานใหม่ที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งผู้นำ ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามสามารถที่จะพัฒนาการเรียนรู้จากความล้มเหลวในอดีตสู่ความสำเร็จในอนาคตได้ด้วยตนเอง

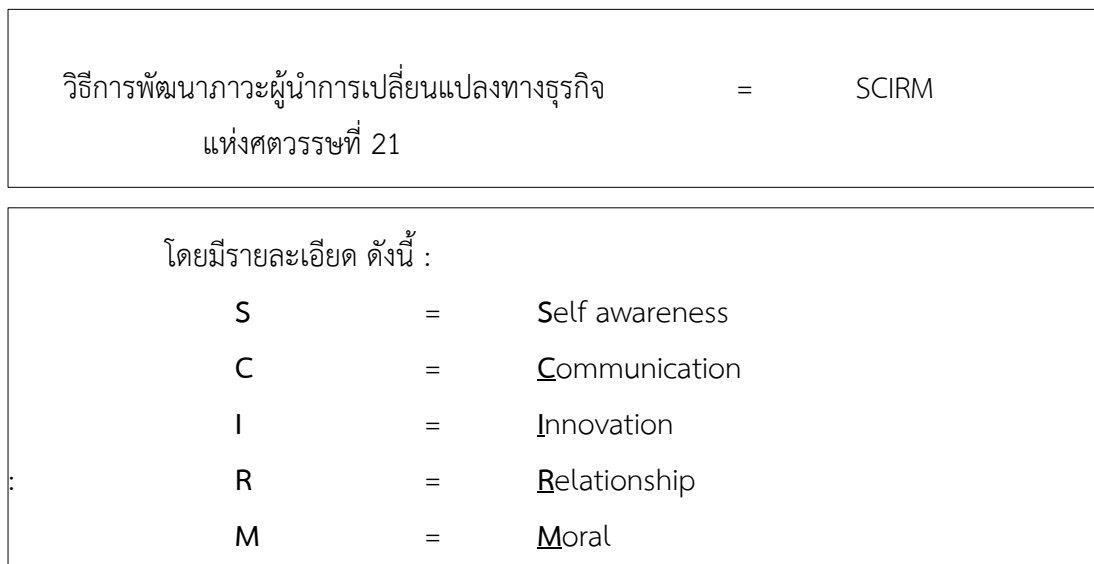
4) แนะนำให้ผู้อื่นสามารถปฏิบัติได้ (Recommending for enable others to act)

การแนะนำ ช่วยเหลือและให้คำปรึกษาแก่ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเพื่อให้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ถึงแม้ว่าการดำเนินงานนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ โดยผู้นำจะส่งเสริม สนับสนุนและสร้างขวัญ กำลังใจแก่ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามก่อนเสมอจนกระทั่งการดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จ ทำให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเกิดความพร้อมและความคาดหวังที่จะส่งมอบผลงานที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

5) กระตุ้นพลังความกล้าหาญ (Stimulating for encourage power)

การที่ผู้นำส่งเสริม สนับสนุนและแสดงความยินดีแก่ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเมื่อดำเนินงานสำเร็จหรือบรรลุอยู่เสมอ ทำให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเกิดขวัญ กำลังใจและความกล้าหาญที่เป็นพลังขับเคลื่อนในการเผชิญกับการดำเนินงานทุกรูปแบบเพื่อให้การดำเนินงานนั้นให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นอยู่เสมอ

จากหลักการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจดังกล่าวมาแล้วข้างต้นสามารถนำไปสู่วิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21 ได้ด้วยสมการ “SCIRM” ดังปรากฏรายละเอียดตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สมการวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21

จากภาพที่ 1 แสดงให้ทราบว่าวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21 มีรายละเอียด ดังนี้

1. การตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง (Self awareness)

เป็นการที่ผู้นำตระหนักและประเมินตนเองอย่างสม่ำเสมอด้านความรู้ ความสามารถ ศักยภาพและสมรรถนะของตนเอง ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาตนเองให้ทันสมัยและประสบความสำเร็จเป็นที่ประจักษ์สมควรที่จะเป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามทางธุรกิจเช่น ความขยัน ความเพียรพยายาม ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) กับผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม

เป็นการที่ผู้นำจะต้องมีการติดต่อสื่อสารที่ดีกับผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม ทั้งนี้เพื่อความชัดเจนของวัตถุประสงค์ เป้าหมายและความสำเร็จในทิศทางเดียวกัน และเป็นการสร้างการร่วมคิด ร่วมทำและร่วมสร้างงานให้เกิดความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การสร้างนวัตกรรมใหม่ (Innovation) ในการดำเนินงานธุรกิจ

เป็นการที่ผู้นำสร้างสรรค์และริเริ่มนวัตกรรมใหม่ขึ้นมาในการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อให้เกิดความทันสมัย ทันเหตุการณ์และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคโลกาภิวัตน์

4. การมีสัมพันธภาพที่ดี (Relationship) กับผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม

เป็นการที่ผู้นำจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานหรือผู้ตามและบุคคลอื่น เช่น พันธมิตรทางการค้าและเครือข่าย ทั้งนี้เพื่อความความสะดวกและความราบรื่นในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. การสร้างขวัญและกำลังใจ (Moral) สู่อำนาจแห่งความสุขทางธุรกิจ”

เป็นการที่ผู้นำเอาใจใส่ จริงใจและจริงจังต่อสภาพร่างกาย จิตใจและสังคมของผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม โดยปรารถนาที่จะให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเกิดความผูกพัน ความมั่นใจ ความศรัทธาและความเชื่อมั่นในการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่ขวัญและกำลังใจในการทำงานที่มีดี ได้รับการยอมรับ มีภาคภูมิใจและการมีส่วนร่วมในความสำเร็จของงาน อันจะนำไปสู่วัฒนธรรม “องค์การแห่งความสุขทางธุรกิจ”

สรุป

“ผู้นำ” เป็นบุคคลที่มีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยเฉพาะในยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและเทคโนโลยี นอกจากนี้ธุรกิจยังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ดังนั้นผู้นำทางธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาตนเองให้มี “ภาวะผู้นำ” ซึ่งเป็นสมรรถนะส่วนบุคคลที่แสดงพฤติกรรมออกถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจให้ครอบคลุมบริบทต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงแห่งยุคศตวรรษที่ 21 “ผู้นำ” ควรที่จะต้องมีการปรับตัวให้เกิด “ภาวะผู้นำ” ที่เหมาะสมเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต ซึ่งทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation leadership theory) ของ Bass & Avolio (1994 : p.7) นั้นได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในการนำองค์ความรู้มาบูรณาการเพื่อปฏิบัติกับสถานการณ์จริงทางธุรกิจ ซึ่งทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนี้มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการคือ 1). การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence: II) 2). การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) 3). การกระตุ้นทางสติปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration : IC) (พระครูวินัยธรสุวรรณ สุวรรณโณ(เรืองเดช), 2565: p,49) โดยองค์ความรู้ที่ได้รับจะนำไปสู่การพัฒนา “ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง” ทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21 ตามลำดับ และปรับเปลี่ยนสู่คุณสมบัติของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่พึงประสงค์ของสังคม เช่น 1) ความรู้ (Knowledge) 2) อุดมการณ์ (Ideology) 3) ความทันสมัย (Modern) 4) การมองการณ์ไกล (Foresight) 5) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) 6) ความกล้าหาญ (Courage) 7) การตัดสินใจที่ดี (Good Decision Making) 8) มีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ

(Strategy for management) 9) ยึดมั่นจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Ethic) และ 10) การให้บริการ (Service Mind) (สนุก สิ่งที่มาตรา, พิภพ มีมานะและดุขวิวัฒน์ แก้วอินทร์, 2560: p.490-491 และพระพลากร สุ่มงโคล (อนุพันธ์), พระครูปริยัติ วรเมธี, พระมหาไทยน้อย สलगสิ่งและสยามพร พันธุ์ไชย, 2561: p.204) แต่อย่างไรก็ตามภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการเตรียมความพร้อมและผ่านการบ่มเพาะภายใต้เวลาและเงื่อนไขทางธุรกิจที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจากแนวคิดของ James M. Kouzes & Barry Z. Posner, 2014: p.35-46) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ คือ 1) ปฏิบัติตนให้เป็นตัวอย่าง (Acting as a model) 2) สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วม (Inspiring a shared vision) 3) สร้างสรรค์ความท้าทายต่อกระบวนการ (Creating a challenge to the process) 4) แนะนำให้ผู้อื่นสามารถปฏิบัติได้ (Recommending for enable others to act) และ 5) กระตุ้นพลังความกล้าหาญ (Stimulating for encourage power) ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นวิธีการการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21 จากสมการ “SCIRM” โดย S (Self awareness = การตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง), C (Communication = การติดต่อสื่อสารกับผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม), I (Innovation = การสร้างนวัตกรรมใหม่ในการดำเนินงานธุรกิจ R (Relationship = การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม และ M (Moral = การสร้างขวัญและกำลังใจ (Moral) สู่ “องค์การแห่งความสุขทางธุรกิจ”

เอกสารอ้างอิง

- จิตรา ทรัพย์โณม.(2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียน กับประสิทธิผลการบริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สกลนคร เขต 2*. วิทยานิพนธ์บริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ชัยยุทธ์ ชีโนกุลและชนินทร์ ชุณหัพพัทธ์.(2557). *หน่วยที่ 2 : การกลั่นกรองสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฐิตวดี เนียมสุวรรณและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน.(2554). *รูปแบบภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล.การประชุมวิชาการระดับชาติระดับชาติ SPUC National Conference 2012*. (4 พฤษภาคม 2555). (หน้า 487-493).ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พระครูปลัดธรรมจริยวัฒน์และคณะ.(2558). *ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม : แนวคิด ทฤษฎีและการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด(มหาชน).

- พระพลากร สุ่มงคล (อนุพันธ์), พระครูปริยัติ วรเมธี,พระมหาไถยน้อย สलगสิงห์และสยามพร พันธุ์ไชย.(2561). ภาวะผู้นำท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21 : Local leadership in the 21 Century. *วารสารแพรวากาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*. 5(1),(มกราคม – เมษายน), 194-213.
- พระครูวินัยธรสุวรรณ สุวรรณโณ(เรืองเดช).(2565). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงยุคใหม่. *วารสารการบริหารการศึกษา มจร.วิทยาเขตร้อยเอ็ด*,2(2),(พฤษภาคม – สิงหาคม),42-52.
- มนต์รัก วงศ์พุทธะ,ณัฐวรรณ พุ่มตียิ่งและพิชญาดา ยืนยาว.(2564). ทักษะภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักในการปฏิบัติของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรีเขต 2. *วารสารการสรีนทรปริทรรศน์*,22(2),180-192.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2550). *ทฤษฎีองค์การ:Organization Theory*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สิงห์ สีแก้ว.(2556). ความสัมพันธ์ระหว่างแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานีเขต 5. *วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*.
- สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์.(2550). *ภาวะผู้นำ : ทฤษฎีและปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ:บุคส์ลิงค์.
- สนุก สิงห์มาตฺร,พิกุล มีมานะและดุขฎิวัฒน์ แก้วอินทร์.(2560). คุณลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรในศตวรรษที่ 21. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 2*. (หน้า 487–493). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Bass, B.M., & B.J. Avolio. (1994). *Transformational Leadership Development*. Pola Alto, California : Consulting Psychologists Press.
- James M. Kouzes & Barry Z. Posner. (2014). *The Leadership Challenge : How to Make Extraordinary Things Happen in Organization*. New Jersey : John Wiley & Sons Inc.,

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

สุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว

Psychology well-being towards thai undergraduate students in The hospitality and tourism management

พงศ์เสวก เอนกจํานงค์พร¹ พรรษภักข สุทธิเวทิน¹ เยาวลักษณ์ เอกไพฑูรย์²
ธัญญลักษณ์ เอนกจํานงค์พร³ และ กฤศวรรณ ประเสริฐสิทธิ์⁴

Pongsavake Anekjumnongporn¹ Paskrich Sutthiwetin¹ Yaowaluk Aekphitoon²
Tunyaluk Anekjumnongporn³ and Krisawan Prasertsith⁴

¹ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อีเมล pongsavake.a@bu.ac.th

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อีเมล yaowaluk.a@bu.ac.th

³ นักวิชาการอิสระ อีเมล tanekjumnongporn.a@gmail.com

⁴ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อีเมล krisawan.p@bu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับสุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว และ 2) เปรียบเทียบสุขภาวะจิตกับภูมิหลังของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักศึกษาไทย สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว จำนวน 1,112 คน เลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนพร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติอ้างอิง ผลการวิจัย พบว่า 1) นักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวมีสุขภาวะทางจิตระดับปานกลาง และ 2) นักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวที่มีผลการเรียนต่างกันมีสุขภาวะทางจิตด้านความสามารถจัดการกับสถานการณ์แตกต่างกัน ($p < 0.01$)

คำสำคัญ : สุขภาวะทางจิต นักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี การจัดการการบริการและการท่องเที่ยว

ABSTRACT

This study article aims to 1) investigate the level of psychological well-being among Thai undergraduate students in hospitality and tourist management, and 2) compare that level with other backgrounds among Thai undergraduate students in hospitality and tourism management. Using a multi-stage sampling technique, 1,112 surveys were acquired from Thai undergraduate students studying hospitality and tourism management. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics. The following are the research findings: 1) The psychological well-being of Thai undergraduate students in hospitality and tourism management was found to be moderate, and 2) there were differences in psychological well-being, which is environmental mastery, among Thai undergraduate students in hospitality and tourism management based on learning achievement ($p < 0.01$).

Keywords: Psychological Well-Being, Thai Undergraduate Students, Hospitality and Tourism Management

บทนำ

สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ตั้งแต่ธันวาคม 2562 ส่งผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการอย่างมาก ทำให้จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติลดลงมากกว่าร้อยละ 83.20 (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2565) จนกระทั่งปี 2565 เริ่มเกิดการฟื้นตัวของธุรกิจต่าง ๆ จึงทำให้การจ้างงานเพิ่มขึ้น แต่กลับพบว่า มีผู้เสมือนว่างงานมากกว่า 3,800,000 คน และมีจำนวนชั่วโมงการทำงานน้อยกว่า 50 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ประชาชาติ, 2565) แม้ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการจะฟื้นตัวแต่ส่งผลกระทบต่อบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว เพราะจะเป็นกำลังหลักของธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกทำงาน และการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะสภาพการณ์จ้างงานของธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการลดลงมากกว่าร้อยละ 1.10 ส่งผลให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีอัตราการว่างงานมากกว่าร้อยละ 3.10 หรือมากกว่า 610,000 คน (กรุงเทพธุรกิจ, 2565; เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์, 2565) ประกอบกับสถานการณ์ความผันผวนทางเศรษฐกิจ

คือ ภาวะเงินเฟ้อที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและความมั่นคงทางการเงินกับนักศึกษาเป็นจำนวนมาก (เมธา พันธุ์ราทร, 2565) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพทางจิตของนักศึกษาแต่ละราย

สุขภาพทางจิต (Psychology well-being) เป็นคุณลักษณะเชิงบวกของจิตใจ ซึ่งประเมินจากอารมณ์ ความคิด ความรู้สึก ความสามารถเรียนรู้ พัฒนาการต่าง ๆ ที่เกิดจากประสบการณ์และความสามารถทางปัญญาของบุคคล เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ความเป็นตัวของตัวเอง ความสามารถจัดการสภาวะแวดล้อมของตน การพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ สัมพันธภาพที่ดีกับคนอื่น ๆ มีเป้าหมายในการดำรงชีวิต เข้าใจด้านดีและไม่ดี ตลอดจนความพึงพอใจในชีวิตของตนเอง (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2554; Huppert, 2009) ซึ่งผลการวิจัยที่ผ่านมาทั้งในและต่างประเทศ เช่น Cinalioğlu and Gazioğlu (2022) Kokkinos, Tsouloupas and Voulgaridou (2022) Mondri and Reynolds (2022) Park, Kim and Kim (2021) และ Turana, Singh and Shikha (2022) พบว่า นักศึกษามีสุขภาพทางจิตระดับค่อนข้างสูง และองค์ประกอบของสุขภาพทางจิต คือ ความเป็นตัวของตัวเอง ความสามารถจัดการกับสถานการณ์ต่าง ๆ ความเจริญงอกงามในตน สัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น จุดมุ่งหมายในชีวิต และการยอมรับตนเองมีค่าคะแนนอยู่ในระดับค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน แต่ Brillyanda, Chuniyah, Primastio and Wulandari (2021) และ Shah, Memon, Qureshi, Soomro, Kemal and Shah (2022) พบว่า สุขภาพทางจิตอยู่ในระดับปานกลาง ส่วน Duckering (2022) พบว่า สุขภาพทางจิตของนักศึกษาในระดับต่ำ จากข้อมูลข้างต้นแสดงว่าระดับสุขภาพจิตของนักศึกษามีตั้งแต่ระดับต่ำถึงสูงซึ่งแตกต่างกันตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา เช่น การเคลื่อนไหวทางสังคม การแพร่ระบาดของโรค สภาวะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ทั้งนี้สุขภาพทางจิตของนักศึกษาแต่ละรายต้องพิจารณาจากความแตกต่างของภูมิภาค หลัง อาทิ เพศ ชั้นปี ผลการเรียน รายได้ต่อเดือน และภูมิฐานะของครอบครัว ประกอบด้วย

การเปรียบเทียบสุขภาพทางจิตกับภูมิภาคต่าง ๆ เช่น Mondri and Reynolds (2022) พบว่านักศึกษาในสหรัฐอเมริกาเพศหญิงและมีรายได้ของครอบครัวสูงจะมีสุขภาพทางจิตสูง ส่วน Park et al. (2021) และ Sharma et al. (2022) พบว่า ชั้นปีของนักศึกษาที่แตกต่างกันสุขภาพทางจิตแตกต่างกัน Cinalioğlu and Gazioğlu (2022) ศึกษาในประเทศตุรกี Diyana and Jatnika (2022) ศึกษาในประเทศอินโดนีเซีย และ Rasmussen, Hutchinson, Lowe, Wynter, Redley, Holton, Manias, Phillips, McDonall, McTier and Kerr (2022) ศึกษาในประเทศออสเตรเลีย พบว่า แม้ว่านักศึกษาจะมีเพศและชั้นปีการศึกษาในมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน แต่สุขภาพทางจิตไม่แตกต่างกัน ส่วน Chang et al. (2022) และ Park et al. (2021) พบว่า ชั้นปีและรายได้ต่อเดือนของนักศึกษาแตกต่างกันมีสุขภาพทางจิตต่างกัน ในขณะที่ Davis and Hadwin (2021) พบว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับสุขภาพทางจิต ส่วน Kokkinos et al. (2022)

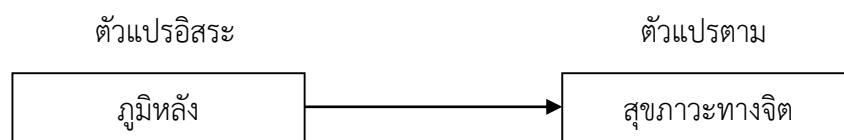
พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ ผลการเรียน รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตแตกต่างกัน ในขณะที่งานวิจัยในประเทศซาอุดีอาระเบีย ของ Dardara and Al-Makhalid (2022) พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ ชั้นปี และภูมิฐานะของครอบครัวแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตต่างกัน แต่ Shah et al. (2022) ศึกษาในประเทศปากีสถาน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ ชั้นปี และภูมิฐานะของครอบครัวแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตไม่แตกต่างกัน

จากข้อมูลข้างต้นจึงจูงใจให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาสุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวในสภาวะการณ์ปัจจุบันเป็นอย่างไร มีความแตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิหลังด้านเพศ ชั้นปี ผลการเรียน รายได้ต่อเดือน และภูมิฐานะของครอบครัวหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษาเพื่อพัฒนาสุขภาวะทางจิตให้แก่นักศึกษาที่ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวให้พร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว
2. เพื่อเปรียบเทียบสุขภาวะจิตกับภูมิหลังของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณนี้เพื่อศึกษาระดับสุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวในระดับใด ความแตกต่างของภูมิหลังมีผลต่อระดับสุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวหรือไม่

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว และตัวอย่าง จำนวน 1,112 คน โดยใช้โปรแกรมกำหนดขนาดตัวอย่างสำเร็จรูป

กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95, $\alpha = 0.05$, Effect Size = 0.25, Power = 0.95 (Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009) ได้ขนาดตัวอย่างสูงสุด เท่ากับ 305 คน และทดขนาดตัวอย่าง เป็น 1,120 คน

การเลือกตัวอย่างใช้หลายขั้นตอน คือ 1) สุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ แบ่งพื้นที่ศึกษาเป็น 6 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ 2) สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ใช้จับสลากจากสถาบันการศึกษาที่สอนสาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยวภาคละ 3 แห่ง และ 3) เลือกแบบเจาะจง เก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่กำหนด คือ นักศึกษาไทย ระดับปริญญาตรีและศึกษาศาษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการบริการและการท่องเที่ยว

ตัวแปรในการวิจัย แบ่งเป็น ตัวแปรอิสระ คือ ภูมิภาค ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี ผลการเรียน รายได้ต่อเดือน และภูมิฐานะของครอบครัว ส่วนตัวแปรตาม คือ สุขภาวะทางจิตของนักศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งมี 2 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่ 1 ภูมิภาค แบบเลือกตอบจำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 2 แบบวัดสุขภาวะทางจิต จำนวน 42 ข้อ โดยพัฒนาจากข้อคำถามของ Ryff & Keyes (1995) มีลักษณะแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ จาก 1 ถึง 5 คะแนน สำหรับคำถามเชิงบวกและกลับค่าคะแนนสำหรับคำถามเชิงลบ มีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 คะแนน คือ สุขภาวะทางจิตระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 คะแนน คือ สุขภาวะทางจิตระดับค่อนข้างต่ำ

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 คะแนน คือ สุขภาวะทางจิตระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 คะแนน คือ สุขภาวะทางจิตระดับค่อนข้างสูง

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 คะแนน คือ สุขภาวะทางจิตระดับสูง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องสำหรับตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน คัดเลือกข้อคำถามที่มีคะแนนความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ปรับปรุงตามคำแนะนำแล้วนำไปทดลองใช้กับนักศึกษาที่มีคุณสมบัติเดียวกับตัวอย่าง จำนวน 33 คน (Chakrapani, 2011) พร้อมทั้งหาค่าความเที่ยงจากสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค ได้ค่าความเที่ยงของสุขภาวะทางจิตทั้งฉบับ เท่ากับ 0.981 เมื่อจำแนกตามมิติต่าง ๆ ได้ค่าความเที่ยงตามลำดับ คือ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง เท่ากับ 0.928 2) ความสามารถจัดการกับสถานการณ์ต่าง ๆ เท่ากับ 0.916 3) ความเจริญงอกงามในตน เท่ากับ 0.915 4) สัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น เท่ากับ 0.854 5) จุดมุ่งหมายในชีวิต เท่ากับ 0.873 และ 6) การยอมรับตนเอง เท่ากับ 0.925 แสดงว่าคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยทั้งฉบับและจำแนกตามมิติต่าง ๆ ผ่านเกณฑ์อย่างน้อย 0.70 (Cronbach, 1990)

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 1) ข้อมูลทุติยภูมิ คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการพัฒนางานวิจัย และ 2) ข้อมูลปฐมภูมิ คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี ที่ศึกษาสาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยวในสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ โดยชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดของการวิจัยให้ตัวอย่างทราบ เพื่อให้ตัวอย่างยินยอมและสมัครใจตอบแบบสอบถาม ใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล ประมาณ 7 สัปดาห์ ได้แบบสอบถามกลับคืน จำนวน 1,118 ชุด คิดเป็นร้อยละ 99.82 คัดเลือกแบบสอบถามที่สามารถนำมาใช้ได้ จำนวน 1,112 ชุด คิดเป็นร้อยละ 99.29

การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสถิติด้านสังคมศาสตร์ ใช้สถิติพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติอ้างอิง คือ ค่าสถิติทดสอบทีที่เป็นอิสระต่อกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาไทย สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว จำนวน 1,112 คน แสดงผลว่า นักศึกษาไทย สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง 838 คน คิดเป็นร้อยละ 75.40 เพศชาย 274 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 ส่วนใหญ่ศึกษาชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 43.40 มีผลการเรียนระหว่าง 3.01-3.50 คะแนน ร้อยละ 33.30 นอกจากนี้ยังมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 20,001-40,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 35.60 และมีภูมิลำเนาของครอบครัวของครอบครัวอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 62.40

2. การวิเคราะห์ระดับสุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทย สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว

ตัวแปร	M	SD	ระดับ
- ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy: AU)	3.26	0.623	ปานกลาง
- ความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ (Environmental Mastery: EM)	3.10	0.613	ปานกลาง
- ความเจริญงอกงามในตน (Personal Growth: PG)	3.14	0.550	ปานกลาง
- การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (Positive Relations with Others: PR)	3.31	0.562	ปานกลาง

ตัวแปร	M	SD	ระดับ
- การมีจุดมุ่งหมายในชีวิต (Purpose in Life: PL)	3.25	0.578	ปานกลาง
- การยอมรับตนเอง (Self-Acceptance: SA)	3.27	0.587	ปานกลาง
สุขภาพทางจิตโดยรวม (PWB)	3.22	0.484	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 แสดงผลว่า นักศึกษาไทย สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว มีสุขภาวะทางจิตในภาพรวมทุกมิติระดับปานกลาง ($M = 3.22$, $SD = 0.484$) เมื่อพิจารณาตามมิติต่าง ๆ ทั้งการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ($M = 3.31$, $SD = 0.562$) การยอมรับตนเอง ($M = 3.27$, $SD = 0.587$) ความเป็นตัวของตัวเอง ($M = 3.26$, $SD = 0.623$) การมีจุดมุ่งหมายในชีวิต ($M = 3.25$, $SD = 0.578$) ความเจริญงอกงามในตน ($M = 3.14$, $SD = 0.550$) และความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ ($M = 3.10$, $SD = 0.613$) พบว่านักศึกษาไทย สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบสุขภาวะจิตกับภูมิภาคหลังด้านเพศ ชั้นปี ผลการเรียน รายได้ ต่อเดือน และภูมิฐานะของครอบครัว ของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว แสดงผลว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกสุขภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบสุขภาวะทางจิตกับเพศของนักศึกษา

สุขภาวะทางจิต	เพศ	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ	
					t	p
AU	1) ชาย	274	3.26	0.646	0.234	0.815
	2) หญิง	838	3.25	0.616		
EM	1) ชาย	274	3.09	0.624	-0.203	0.839
	2) หญิง	838	3.10	0.610		
PG	1) ชาย	274	3.12	0.571	-0.695	0.487
	2) หญิง	838	3.14	0.543		
PR	1) ชาย	274	3.28	0.546	-1.112	0.266
	2) หญิง	838	3.32	0.567		
PL	1) ชาย	274	3.24	0.608	-0.304	0.761
	2) หญิง	838	3.25	0.568		
SA	1) ชาย	274	3.28	0.611	0.217	0.828
	2) หญิง	838	3.27	0.579		

สุขภาวะทางจิต	เพศ	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ	
					t	p
PWB (รวม)	1) ชาย	274	3.21	0.491	-0.356	0.722
	2) หญิง	838	3.22	0.482		

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

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบสุขภาวะทางจิตกับชั้นปีของนักศึกษา

สุขภาวะทางจิต	ชั้นปี	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ		เปรียบเทียบรายคู่
					F	p	
AU	1) ปีที่ 1	200	3.33	0.687	2.161	0.091	
	2) ปีที่ 2	240	3.21	0.583			
	3) ปีที่ 3	188	3.19	0.614			
	4) ปีที่ 4	484	3.27	0.615			
EM	1) ปีที่ 1	200	3.13	0.707	1.610	0.185	
	2) ปีที่ 2	240	3.03	0.561			
	3) ปีที่ 3	188	3.07	0.626			
	4) ปีที่ 4	484	3.13	0.589			
PG	1) ปีที่ 1	200	3.15	0.656	0.960	0.411	
	2) ปีที่ 2	240	3.08	0.487			
	3) ปีที่ 3	188	3.16	0.520			
	4) ปีที่ 4	484	3.14	0.543			
PR	1) ปีที่ 1	200	3.35	0.610	0.356	0.785	
	2) ปีที่ 2	240	3.30	0.513			
	3) ปีที่ 3	188	3.29	0.560			
	4) ปีที่ 4	484	3.30	0.567			
PL	1) ปีที่ 1	200	3.30	0.650	1.573	0.194	
	2) ปีที่ 2	240	3.23	0.559			
	3) ปีที่ 3	188	3.30	0.563			
	4) ปีที่ 4	484	3.22	0.560			
SA	1) ปีที่ 1	200	3.28	0.652	0.074	0.974	
	2) ปีที่ 2	240	3.28	0.583			
	3) ปีที่ 3	188	3.27	0.545			
	4) ปีที่ 4	484	3.26	0.578			
PWB (รวม)	1) ปีที่ 1	200	3.26	0.562	0.736	0.531	

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

สุขภาวะทางจิต	ชั้นปี	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ		เปรียบเทียบรายคู่
					F	p	
	2) ปีที่ 2	240	3.19	0.428			
	3) ปีที่ 3	188	3.22	0.459			
	4) ปีที่ 4	484	3.22	0.486			

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

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบสุขภาวะทางจิตกับผลการเรียนของนักศึกษา

สุขภาวะทางจิต	ผลการเรียน	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ		เปรียบเทียบรายคู่
					F	p	
AU	1) 2.00 หรือต่ำกว่า	27	3.17	0.703	1.780	0.130	
	2) 2.01-2.50	210	3.33	0.639			
	3) 2.51-3.00	335	3.26	0.629			
	4) 3.01-3.50	370	3.25	0.583			
	5) 3.51-4.00	170	3.17	0.653			
EM	1) 2.00 หรือต่ำกว่า	27	3.01	0.643	4.098**	0.003	2), 3), 4) > 5)
	2) 2.01-2.50	210	3.16	0.642			
	3) 2.51-3.00	335	3.12	0.613			
	4) 3.01-3.50	370	3.12	0.559			
	5) 3.51-4.00	170	2.93	0.660			
PG	1) 2.00 หรือต่ำกว่า	27	3.03	0.615	2.108	0.078	
	2) 2.01-2.50	210	3.18	0.561			
	3) 2.51-3.00	335	3.13	0.526			
	4) 3.01-3.50	370	3.16	0.543			
	5) 3.51-4.00	170	3.04	0.582			
PR	1) 2.00 หรือต่ำกว่า	27	3.28	0.687	1.821	0.123	
	2) 2.01-2.50	210	3.34	0.557			
	3) 2.51-3.00	335	3.35	0.565			
	4) 3.01-3.50	370	3.31	0.551			
	5) 3.51-4.00	170	3.21	0.560			
PL	1) 2.00 หรือต่ำกว่า	27	3.18	0.701	0.579	0.678	
	2) 2.01-2.50	210	3.26	0.575			
	3) 2.51-3.00	335	3.26	0.578			
	4) 3.01-3.50	370	3.26	0.559			
	5) 3.51-4.00	170	3.20	0.603			
SA	1) 2.00 หรือต่ำกว่า	27	3.26	0.625	0.733	0.569	
	2) 2.01-2.50	210	3.29	0.552			
	3) 2.51-3.00	335	3.30	0.590			
	4) 3.01-3.50	370	3.27	0.581			

สุขภาวะทางจิต	ผลการเรียน	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ		เปรียบเทียบ รายคู่
					F	p	
	5) 3.51-4.00	170	3.20	0.628			
PWB (รวม)	1) 2.00 หรือต่ำกว่า	27	3.15	0.589	2.244	0.062	
	2) 2.01-2.50	210	3.26	0.502			
	3) 2.51-3.00	335	3.24	0.468			
	4) 3.01-3.50	370	3.23	0.465			
	5) 3.51-4.00	170	3.13	0.509			

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

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบสุขภาวะทางจิตกับรายได้ต่อเดือนของนักศึกษา

สุขภาวะทางจิต	รายได้ของครอบครัวต่อ เดือน	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ		เปรียบเทียบ รายคู่
					F	p	
AU	1) ไม่เกิน 20,000 บาท	240	3.23	0.643	1.177	0.317	
	2) 20,001-40,000 บาท	396	3.23	0.610			
	3) 40,001-60,000 บาท	211	3.25	0.671			
	4) มากกว่า 60,000 บาท	265	3.32	0.582			
EM	1) ไม่เกิน 20,000 บาท	240	3.08	0.624	1.185	0.314	
	2) 20,001-40,000 บาท	396	3.13	0.616			
	3) 40,001-60,000 บาท	211	3.04	0.670			
	4) มากกว่า 60,000 บาท	265	3.11	0.546			
PG	1) ไม่เกิน 20,000 บาท	240	3.14	0.554	1.019	0.383	
	2) 20,001-40,000 บาท	396	3.12	0.554			
	3) 40,001-60,000 บาท	211	3.10	0.598			
	4) มากกว่า 60,000 บาท	265	3.18	0.499			
PR	1) ไม่เกิน 20,000 บาท	240	3.30	0.586	1.165	0.322	
	2) 20,001-40,000 บาท	396	3.33	0.549			
	3) 40,001-60,000 บาท	211	3.25	0.603			
	4) มากกว่า 60,000 บาท	265	3.33	0.523			
PL	1) ไม่เกิน 20,000 บาท	240	3.26	0.620	0.369	0.775	
	2) 20,001-40,000 บาท	396	3.27	0.524			
	3) 40,001-60,000 บาท	211	3.22	0.617			
	4) มากกว่า 60,000 บาท	265	3.25	0.586			
SA	1) ไม่เกิน 20,000 บาท	240	3.29	0.583	0.466	0.706	
	2) 20,001-40,000 บาท	396	3.25	0.578			
	3) 40,001-60,000 บาท	211	3.25	0.642			
	4) มากกว่า 60,000 บาท	265	3.30	0.559			
PWB (รวม)	1) ไม่เกิน 20,000 บาท	240	3.22	0.507	0.663	0.575	
	2) 20,001-40,000 บาท	396	3.22	0.455			

สภาวะทางจิต	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ		เปรียบเทียบรายคู่
					F	p	
	3) 40,001-60,000 บาท	211	3.19	0.548			
	4) มากกว่า 60,000 บาท	265	3.25	0.451			

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

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบสภาวะทางจิตกับภูมิลำเนาของครอบครัวของนักศึกษา

สภาวะทางจิต	ภูมิลำเนาของครอบครัว	n	M	SD	ค่าสถิติทดสอบ	
					t	p
AU	1) กรุงเทพฯ	418	3.25	0.767	-0.206	0.837
	2) จังหวัดอื่น ๆ	694	3.26	0.589		
EM	1) กรุงเทพฯ	418	3.11	0.659	0.374	0.708
	2) จังหวัดอื่น ๆ	694	3.09	0.584		
PG	1) กรุงเทพฯ	418	3.12	0.585	-0.552	0.581
	2) จังหวัดอื่น ๆ	694	3.14	0.528		
PR	1) กรุงเทพฯ	418	3.31	0.560	0.143	0.886
	2) จังหวัดอื่น ๆ	694	3.31	0.538		
PL	1) กรุงเทพฯ	418	3.29	0.627	1.726	0.085
	2) จังหวัดอื่น ๆ	694	3.23	0.545		
SA	1) กรุงเทพฯ	418	3.27	0.626	-0.189	0.850
	2) จังหวัดอื่น ๆ	694	3.27	0.563		
PWB (รวม)	1) กรุงเทพฯ	418	3.22	0.539	0.263	0.793
	2) จังหวัดอื่น ๆ	694	3.21	0.448		

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

จากตารางที่ 2 แสดงผลว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีสภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในตารางที่ 3 แสดงผลว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีแตกต่างกันมีสภาวะทางจิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกสภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีแตกต่างกันมีสภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ในตารางที่ 4 แสดงผลว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีสภาวะทางจิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกสภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนแตกต่างกันมีสภาวะทางจิตมิติความสามารถจัดการกับสถานการณ์แตกต่างกัน ($p < 0.01$) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนที่ระดับ 2.01-2.50, 2.51-3.00 และ 3.01-3.50 มีสภาวะทางจิตมิติความสามารถจัดการกับสถานการณ์

มากกว่านักศึกษาที่มีผลการเรียนระดับ 3.51-4.00 ส่วนในตารางที่ 5 แสดงผลว่า นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือนแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกสุขภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน และ ในตารางที่ 6 แสดงผลว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาของครอบครัวแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกสุขภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาของครอบครัว แตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตมิติต่าง ๆ ไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

นักศึกษาไทย สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวมีระดับสุขภาวะทางจิตปานกลาง และนักศึกษาที่มีผลการเรียนต่างกันมีสุขภาวะทางจิตมิติความสามารถจัดการกับสถานการณ์แตกต่างกัน ($p < 0.01$) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนที่ระดับ 2.01-2.50, 2.51-3.00 และ 3.01-3.50 มีสุขภาวะทางจิตมิติความสามารถจัดการกับสถานการณ์ มากกว่านักศึกษา ที่มีผลการเรียนระดับ 3.51-4.00 จากข้อมูลข้างต้นอภิปรายผลการวิจัย ตามลำดับ ดังนี้

1. นักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวมีระดับสุขภาวะทางจิตปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ ที่ผ่านมา เช่น Brillyanda et al. (2021) และ Shah et al. (2022) พบว่า สุขภาวะทางจิตอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาคลี่คลายส่งผลให้สถานการณ์ต่าง ๆ ดีขึ้นแต่มีบางสถานการณ์ที่ยังกระทบ สุขภาวะทางจิต เช่น การจ้างงาน ภาวะเงินเฟ้อ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครอบครัว ความกลัว เป็นต้น จึงทำให้นักศึกษามีสุขภาวะทางจิตที่ทรงตัว แต่ Cinalioğlu and Gazioğlu (2022) Kokkinos et al. (2022) Mondri and Reynolds (2022) Park et al. (2021) Salvarani et al. (2020) และ Turana et al. (2022) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยมีสุขภาวะทางจิตระดับสูง และ องค์ประกอบของสุขภาวะทางจิต คือ ความเป็นตัวของตัวเอง ความสามารถจัดการกับสถานการณ์ ต่าง ๆ ความเจริญงอกงามในตน สัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น การมีจุดมุ่งหมายในชีวิต และการยอมรับ ตนเองอยู่ในระดับสูง เพราะสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย การเกื้อหนุนทางสังคม การสนับสนุนทางสังคม ของนักศึกษา (Brillyanda et al., 2021) ส่วน Duckering (2022) พบว่า สุขภาวะทางจิตของ นักศึกษาอยู่ในระดับต่ำ เพราะเกิดจากความเครียด ไม่ยืดหยุ่น และไม่พร้อมปรับตัวกับสถานการณ์ ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน ดังนั้นแม้ว่านักศึกษามีสุขภาวะทางจิตระดับใดควรส่งเสริม สุขภาวะทางจิตให้ได้อย่างสม่ำเสมอ เช่น การให้คำปรึกษา การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านสุขภาวะ ทางจิต เป็นต้น (Syahidah & Farida, 2021; Widha, Rahmat & Basri, 2021)

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบภูมิหลังด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี ผลการเรียน รายได้ ต่อเดือน และภูมิฐานะของครอบครัว ของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการ และการท่องเที่ยวกับสุขภาวะทางจิต แสดงผลว่า นักศึกษาที่ผลการเรียนแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิต ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกมิติต่าง ๆ ของสุขภาวะทางจิต พบว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียน แตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตในมิติความสามารถจัดการกับสถานการณ์แตกต่างกัน ($p < 0.01$) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนที่ระดับ 2.01-2.50, 2.51-3.00 และ 3.01-3.50 มีสุขภาวะทางจิตมิติความสามารถจัดการกับสถานการณ์มากกว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนระดับ 3.51-4.00 แตกต่างกับ Davis and Hadwin (2021) และ Kokkinos et al. (2022) พบว่า ผลการเรียนสัมพันธ์เชิงบวกกับสุขภาวะทางจิตของนักศึกษา กล่าวคือ หาก นักศึกษามีผลการเรียนสูงจะมีสุขภาวะทางจิตสูง ซึ่งแตกต่างกับผลการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่มี ผลการเรียนที่ไม่สูงมากมีสุขภาวะทางจิตด้านความสามารถจัดการสถานการณ์มากกว่า ซึ่งเป็นเพราะ ประสบการณ์ในชีวิต หรือการสนับสนุนจากครอบครัวและ/หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งอาจจะไม่ได้ ถูกกดดันหรือความหวังจากครอบครัวและ/ หรือ บุคคลอื่น ๆ จึงทำให้แก้ปัญหา และจัดการสถานการณ์ ต่าง ๆ ตามศักยภาพ (Brillyanda et al., 2021) ในขณะที่นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีสุขภาวะทาง จิตในภาพรวมและมิติต่าง ๆ ของสุขภาวะทางจิตไม่ต่างกันเช่นเดียวกับ Cinalioğlu and Gazioğlu (2022) Diyana and Jatnika (2022) Rasmussen et al. (2022) และ Shah et al. (2022) เพราะ ผลกระทบของการระบาดของโรค ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัว การจ้างงานที่ลดลง จึงส่งผลให้นักศึกษา เพศต่าง ๆ ได้รับผลกระทบ แต่ Dardara and Al-Makhalid (2022) ศึกษาในประเทศซาอุดีอาระเบีย และ Mondri & Reynolds (2022) ศึกษาในสหรัฐอเมริกา พบว่า นักศึกษาเพศหญิงมีสุขภาวะทางจิต สูง ส่วน Kokkinos et al. (2022) ศึกษาในประเทศกรีซ และ Park et al. (2021) ศึกษา ในประเทศเกาหลีใต้ พบว่า นักศึกษาเพศชายมีสุขภาวะทางจิตสูง อาจเป็นเพราะบริบททางวัฒนธรรม ทำให้คาดหวังแต่ละเพศแตกต่างกัน

นักศึกษาที่มีชั้นปีแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตในภาพรวมและมิติต่าง ๆ ของสุขภาวะทางจิต ไม่แตกต่าง สอดคล้องกับ Cinalioğlu and Gazioğlu (2022) Diyana and Jatnika (2022) Kokkinos et al. (2022) Rasmussen et al. (2022) และ Shah et al. (2022) ทั้งนี้เพราะการ ระบาดของโรคที่ผ่านมาทำให้นักศึกษาแต่ละชั้นปีได้รับผลกระทบกับสุขภาวะทางจิต เช่น การปรับตัว ในการเรียน การใช้ชีวิตประจำวัน การเตรียมความพร้อมในการทำงาน เป็นต้น จึงต้องหาแนวทาง ส่งเสริมสุขภาวะให้กับนักศึกษาทุกชั้นปี เช่น การให้คำปรึกษา การติดตามรายกรณี เป็นต้น ในทาง กลับกัน Chang et al. (2022) Dardara and Al-Makhalid (2022) Park et al. (2021) และ Sharma et al. (2022) พบว่า ชั้นปีของนักศึกษาสัมพันธ์กับสุขภาวะทางจิต จึงกล่าวได้ว่า

นักศึกษาที่มีชั้นปีที่สูงจะมีสุขภาวะทางจิตสูง เพราะปัจจัยเกื้อหนุนอื่น ๆ เช่น การมีส่วนร่วมทางสังคม ทักษะคิดของสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น จึงเข้าใจต่อสถานการณ์ สามารถปรับตัว จนมีสุขภาวะทางจิตที่ดี (Salvarani et al., 2020) ส่วนรายได้ต่อเดือนของนักศึกษาแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิต ในภาพรวมและมิติต่าง ๆ ของสุขภาวะทางจิตไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ Dardara and Al-Makhalid (2022) จึงอภิปรายว่า นักศึกษาจะมีรายได้ต่อเดือนหรือเศรษฐกิจของครอบครัวเป็นอย่างไรต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การจ้างงานที่ลดลง ภาวะเศรษฐกิจถดถอย เป็นต้น ต่างกับ Chang et al. (2022) Kokkinos et al. (2022) และ Park et al. (2021) พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนสูงมีสุขภาวะทางจิตสูง ทั้งนี้เพราะครอบครัวของนักศึกษามีทุนหรือกำลังทรัพย์สำรองจำนวนหนึ่ง หรือมีรายได้จากงานพิเศษต่าง ๆ ซึ่งสามารถบริหารความเสี่ยงด้านรายได้ แม้ว่าจะมีเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อสุขภาวะทางจิต ในทางกลับกันหากนักศึกษามีรายได้ต่อเดือนไม่มากอาจส่งผลต่อสุขภาวะทางจิต เพราะความเครียด อีกทั้งนักศึกษาที่มีภูมิฐานะของครอบครัวแตกต่างกันมีสุขภาวะทางจิตในภาพรวมและมิติต่าง ๆ ของสุขภาวะทางจิตไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ Shah et al. (2022) เนื่องจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาส่งผลกระทบกับทุกภูมิฐานะของครอบครัวของนักศึกษาที่อาศัยอยู่ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการใช้ชีวิตประจำวัน แต่ Dardara and Al-Makhalid (2022) พบว่านักศึกษาที่อาศัยนอกเขตเมืองหลวงมีสุขภาวะทางจิตสูงกว่า เพราะนักศึกษาที่อาศัยนอกเขตเมืองหลวงมีทรัพยากรต่าง ๆ ที่ได้ภายในท้องถิ่น อาทิ สินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันที่ไม่สูงมากนัก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ ผลการวิจัยครั้งนี้นักวิชาการ และหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการบริการและการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนากิจกรรมสนับสนุนทางสังคม กิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิต เช่น ให้คำปรึกษา การจัดกิจกรรมส่งเสริมเจริญสติภาวนา โยคะ เป็นต้น ให้เหมาะสมกับความแตกต่างของภูมิหลังของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป บุคคลที่สนใจทำวิจัยด้านสุขภาวะทางจิตสามารถต่อยอดโดยเปรียบเทียบกับนักศึกษาสาขาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น เอเชีย เอเซีย ยุโรป อเมริกา เป็นต้น หรือเปรียบเทียบกับนักศึกษาสาขาอื่น ๆ อีกทั้งยังศึกษาความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ เช่น ความเครียด ความเหงา ทักษะคิด ความพึงพอใจในชีวิต เป็นต้น ต่อสุขภาวะทางจิต โดยใช้ระเบียบวิธีที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถขยายองค์ความรู้การวิจัยด้านสุขภาวะทางจิตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิ่งแก้ว พรพย์พระวงศ์. (2554). *จิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
กรุงเทพธุรกิจ. (2565). 'สภาพัฒน์'เผยจ้างงานไตรมาส1ฟื้นตัว หวังท่องเที่ยว – เด็กจบใหม่ว่างงานสูง.
สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565, จาก
https://www.bangkokbiznews.com/business/1005886?anm&fbclid=IwAR1W7yPdjJo7gvmY6x3ZTnXeJQNzSoyWjf_EwVtXz9vqZNH8SJCmNblB37I
- ประชาชาติ. (2565). *ไตรมาสแรกว่างงาน 6.1 แสนคน “สภาพัฒน์” หวังเด็กจบใหม่-ท่องเที่ยว*.
สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2565, จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-937754>
- เมธา พันธุ์ราทร. (2565). *เพราะเป็นผู้ใหญ่จึงเจ็บปวด? ทำไม ‘เงินเฟ้อ’ ถึงทำให้ Gen Z กำลังตกที่นั่งลำบากมากกว่าใคร*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2565, จาก
<https://thestandard.co/gen-z-and-inflation/?fbclid=IwAR0yWyK5RbjhU8vjoHulhhHboYUr9kt6mQIGdwVXQU1hBppiikNTaKhVUwl>
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ). (2564). *วิเคราะห์ผลกระทบของของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2565, จาก
<https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>
- เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (2565). *เปิดตัวเลข ไตรมาสแรก ว่างงาน 6.1 แสนคน จบ ป.ตรี เตะฝุ่น 3.1%*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2565, จาก
https://www.sentangsedtee.com/today-news/article_213384?fbclid=IwAR3BU7cC2Nq wz9CT67YsmAJMB53xt8z1jlzaSFtkF2dVvYdoSDny8hh_bRU
- Brillyanda, I. S. C., Chuniyah, T., Primastio, G. D., & Wulandari, M. D. (2021). Attitude towards life and spiritual health as predictors of psychological well-being in State University of Malang students who work part-time. In *Proceedings of International Conference of Psychology 2021 (ICoPsy 2021)*. (pp. 42-54). KnE Social Sciences.
- Chakrapani, C. (2011). Statistical reasoning vs. magical thinking: shamanism as statistical knowledge: Is a sample size of 30 all you need?.
<http://www.chuckchakrapani.com/articles/pdf/0411chakrapani.pdf>

-
- Chang, T. F., Ley, B. L., Ramburn, T. T., Srinivasan, S., Hariri, S., Purandare, P., & Subramaniam, B. (2022). Online Isha Upa Yoga for student mental health and well-being during COVID-19: A randomized control trial. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1-21.
- Cinalioğlu, E. A., & Gazioğlu, E. İ. (2022). Psychological well-being in emerging adulthood: The role of loneliness, social support, and sibling relationships in Turkey. *Canadian Journal of Family and Youth/Le Journal Canadien de Famille et de la Jeunesse*, 14(1), 102-123.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essential of psychological testing*. New York: Harper & Row.
- Dardara, E., & Al-Makhalid, K. A. (2022). Procrastination, negative emotional symptoms, and mental well-being among college students in Saudi Arabia. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 38(1), 17-24.
- Davis, S. K., & Hadwin, A. F. (2021). Exploring differences in psychological well-being and self-regulated learning in university student success. *Frontline Learning Research*, 9(1), 30-43.
- Diyana, K. P., & Jatnika, R. (2022). Meta-analysis studies: The relationship between social support and psychological well-being among adolescents in Indonesia. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 64-71.
- Duckering, A. M. (2022). *The relationship between COVID-19 stress, psychological inflexibility, and psychological well-being*. [Master's thesis, California State University].
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G* Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160.
- Huppert, F. A. (2009). Psychological well-being: Evidence regarding its causes and consequences. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 1(2), 137-164.
- Kokkinos, C. M., Tsouloupas, C. N., & Voulgaridou, I. (2022). The effects of perceived psychological, educational, and financial impact of COVID-19 pandemic on Greek university students' satisfaction with life through Mental Health. *Journal of Affective Disorders*. 300(1), 289-295.

-
- Mondi, C. F., & Reynolds, A. J. (2022). Psychological well-being in midlife following early childhood intervention. *Development and Psychopathology*, 1-26.
- Park, J., Kim, H., & Kim, Y. (2021). Factors related to psychological well-being as moderated by occupational class in Korean self-employed workers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(1), 141.
- Rasmussen, B., Hutchinson, A., Lowe, G., Wynter, K., Redley, B., Holton, S., Manias, E., Phillips, N., McDonall, J., McTier, L., & Kerr, D. (2022). The impact of COVID-19 on psychosocial well-being and learning for Australian nursing and midwifery undergraduate students: a cross-sectional survey. *Nurse Education in Practice*, 58, 103275.
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727.
- Salvarani, V., Ardenghi, S., Rampoldi, G., Bani, M., Cannata, P., Ausili, D., Di Mauro, S., & Strepparava, M.G. (2020). Predictors of psychological distress amongst nursing students: A multicenter cross-sectional study. *Nurse Education in Practice*, 44, 102758.
- Shah, S. S., Memon, F. A., Qureshi, F., Soomro, A. B., Kemal, A. A., & Shah, A. A. (2022). Mental well-being during COVID-19 pandemic: the role of fear, social isolation and psychological resilience. *Cogent Psychology*, 9(1), 2006993.
- Sharma, A., Singh, T. P., Sharma, R., Dhakar, J. S., & Bharti, A. (2022). Psychological well-being among college students: A study from Central India. *Asian Journal of Medical Sciences*, 13(1), 46-51.
- Syahidah, F. A., & Farida, I. A. (2021). The impact of academic stress and spiritual intelligence on subjective well-Being in students during the pandemic period. In *Proceedings of International Conference of Psychology 2021 (ICoPsy 2021)* (pp. 132-145). KnE Social Sciences.
- Thailand Development Research Institute. (2021). *Analysis the impact of COVID-19 to the tourism business*. <https://tdri.or.th/2021/02/covid-112/>. [in Thai]

- Turana, Singh, S., & Shikha. (2022). Psychological well-being of youth: The role of gratitude and hope. *Journal of Psychology and Behavior Studies*, 2(1), 1-4.
- Widha, L., Rahmat, H. K., & Basri, A. S. H. (2021). A review of mindfulness therapy to improve psychological well-being during the COVID-19 pandemic. *Proceeding International Conference on Science and Engineering*, 4, 383-386.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่

The main factors of tourism related to modern natural tourism behavior

กัญญาพัชร วุฒิยา

Kanyaphach Woothiya

¹ สังกัด หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Email: gramkanyaphach@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่และเพื่อศึกษาปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และใช้วิธีการหากลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบสะดวก จำนวน 385 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จากการศึกษาวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใช้ช่องทางที่ทำให้รู้จักการท่องเที่ยวทางธรรมชาติผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชันต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 86.23 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเป็นวันธรรมดา (จำนวนคนเดินทางน้อย) คิดเป็นร้อยละ 44.42 ระยะทางการเลือกเดินทางท่องเที่ยว 1 วัน (ไม่ค้างคืน) คิดเป็นร้อยละ 67.01 พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวคือรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 60.26 ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ญาติ/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 37.92 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันไม่เกิน 300 บาทต่อวัน และต่อคนคิดเป็นร้อยละ 72.21 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยว เน้นความปลอดภัยคิดเป็นร้อยละ 93.25 และปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด (\bar{X} 4.22, S.D.=0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าสิ่งดึงดูดใจมีผลต่อความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่มากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.30, S.D.=0.77) และพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับด้านสิ่งดึงดูดใจในเชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์กันสูง ($r = 1.00$) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์กับด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์กันต่ำ ($r = 0.177$) และมีความสัมพันธ์กับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์กันต่ำ ($r = 0.140$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยว พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่

ABSTRACT

The purposes of this research study were to study the behavior of tourists in modern nature tourism and to study the main factors of tourism related to modern nature tourism behavior. The tools used in this research study were a questionnaire and a convenient random sampling method was used for 385 people. The samples used in the research were Thai tourists who traveled for nature tourism. From the research study, it was found that the tourism behavior of tourists who use natural tourism through the internet and various applications through channels that make them aware of natural tourism, accounted for 86.23%, the travel times are weekdays (the number of people traveling less) representing 44.42 percent, the distance to choose to travel 1 day (not overnight) representing 67.01 percent, the vehicles used for tourism are private cars, accounting for 60.26 percent, the participation in traveling with relatives/family representing 37.92 percent, the travel expenses per day, not more than 300 baht per day and per person, 72.21 percent, the change in tourism behavior emphasis on safety representing 93.25 percent and the main factors of tourism related to modern natural tourism behavior overall, it was at the highest level($\bar{x}=4.22$, $S.D.=0.74$). In addition, it was found that modern nature tourism behaviors had a high correlation with positive attraction ($r=1.00$). It was followed by a positive relationship with tourist attraction access at a low correlation level ($r = 0.177$) and a positive relationship with facilities at a low correlation level ($r = 0.140$) was statistically significant at 0.05.

Keywords: Main factors of tourism, Behavior, Modern nature tourism

บทนำ

ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศท่องเที่ยวที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต หัวหิน ซึ่งนับได้ว่าสถานที่เหล่านี้มีชื่อเสียง มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม จึงทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจุดเด่นหลายด้าน และยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาไทย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงเกษตร เชิงอุตสาหกรรม เชิงพาณิชย์ เชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงการแพทย์ เชิงสุขภาพ เชิงกิจกรรมและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นกว่าในอดีต และนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจต่อประเทศไทยมากขึ้นโดยปัจจัยดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงทำให้พฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวการเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจะต้องเน้นการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์รายบุคคลมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ รวมถึงความใส่ใจในสุขภาพและอนามัย รวมถึงภูมิทัศน์ของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในขณะนี้ด้วย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) เนื่องจากอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทยถือเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีบทบาทชัดเจนต่อกลไกเศรษฐกิจไทยอย่างมากมาโดยตลอด โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม สปา ถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีบทบาทชัดเจนต่อกลไกเศรษฐกิจไทยอย่างมากมาโดยตลอด จึงทำให้ผู้ประกอบการจะต้องตื่นตัวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยวสมัยใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้มากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงมาตรการการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยที่ไม่ก่อให้เกิดการรบกวน หรือความเสียหายต่อธรรมชาติ หรือระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันยังเป็นการช่วยส่งเสริมวิถีชุมชนโดยรอบให้มีคุณภาพชีวิต หรือคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดียิ่งขึ้น นับเป็นกระแสการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน โดยมีจุดเด่นตรงที่นอกจากจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวลักษณะหนึ่งแล้ว ยังช่วยส่งเสริมให้คุณภาพชีวิตและคุณภาพสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น ให้มีความมั่นคง และยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงสาเหตุหรือปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาดำเนินการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยตัวแปรต้น ใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็น และ ใช้ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยว 3As ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สำหรับตัวแปรตามใช้ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านประชากรผู้วิจัยได้กำหนดประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือเขตลาดกระบังซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นพื้นที่ในการเก็บกลุ่มเป้าหมาย
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ เดือนเดือน ธันวาคม 2564-เมษายน 2565

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ในเชิงบวก

ทบทวนวรรณกรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 องค์ประกอบหรือ 3As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ ของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการ และความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม

2. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างประทับใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากท่องเที่ยววนวันขึ้น หรือ กลับมา เที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมที่สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

พฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h

Philip Kotler (อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552) 6W1H คือทฤษฎีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาด ตามหากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจให้ยอดขายเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหลักการวิเคราะห์ของทฤษฎีนี้ประกอบไปด้วย 6 W คือ Who What Where Why When Whom และ 1H คือ How ดังนี้

Who : ใครคือกลุ่มเป้าหมายที่คุณต้องการ เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในเชิงประชากร เพื่อให้ได้ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ที่ต้องการประกอบด้วยทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือ จิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์

What : กลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร เป็นการหาว่าสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) คืออะไร โดยการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าว่าพวกเขาต้องการอะไร ยกตัวอย่างเช่น พวกเขาต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) อย่างไร โดยอาจจะดูจากพฤติกรรมไลฟ์สไตล์ ความชอบต่างๆ ประกอบด้วย

Where : กลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ไหน เป็นการหาช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่กลุ่มเป้าหมายใช้ซื้อหรือเห็นสินค้าและบริการของคุณ ซึ่งอาจจะไม่ใช่แค่หน้าร้านที่คุณเปิด แต่ยังรวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ที่คุณมีอยู่ด้วย

When : กลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าหรือใช้บริการคุณเมื่อไหร่ เป็นการหาโอกาสการซื้อ (Occasions) ของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น หากกลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าหรือใช้บริการของคุณในช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน เพื่อนำมาวางแผนการตลาดในช่วงที่ลูกค้าต้องการได้มากที่สุด

Why : ทำไมกลุ่มเป้าหมายถึงต้องเลือกซื้อสินค้าและบริการจากคุณ เป็นการหาวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) โดยวิเคราะห์ว่าสินค้าหรือบริการของคุณตอบโจทย์หรือแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่

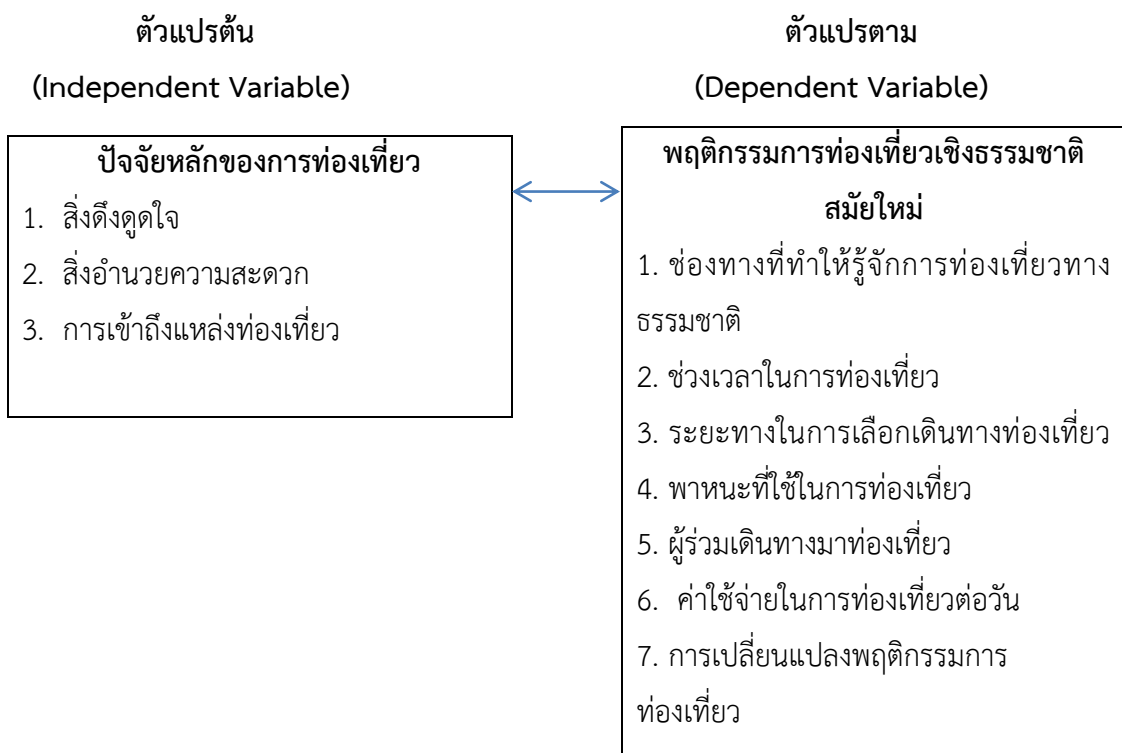
(1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และ (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล

Whom : ใครที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสำหรับกลุ่มเป้าหมายบ้าง เป็นการหาบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยนำมาใช้ปรับปรุงกลยุทธ์การโฆษณา กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาดโดยใช้กลุ่ม Influencer ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะในบางครั้งลูกค้าไม่ได้เชื่อในประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเชื่อในคำบอกเล่าหรือการรีวิวจากผู้ใช้งานจริงด้วย

How : กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการอย่างไร เป็นการหาขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

วิจัยเรื่อง ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยการเลือกตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (spearman rank correlation) (ไพศาล หวังพานิช. 2526 : 168-169) โดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีรายละเอียดดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
0.71-1.00	ความสัมพันธ์กันสูง
0.31-0.70	ความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.01-0.30	ความสัมพันธ์กันต่ำ
เท่ากับ 0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดของงานวิจัย โดยตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และผลการตรวจสอบค่า IOC ในทุกข้อเกิน 0.66 และนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน คือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงธรรมชาติเพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อความของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา Cronbach's Alpha ทั้งฉบับได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานกำหนดไว้ (ละเอียด ศิลาน้อย, 2558, หน้า 91)

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

นักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ดังนี้ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean, μ) และผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้นจึงได้ใช้สูตรในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการหาค่าเฉลี่ย ของประชากร (Population Mean, μ) ของคัสซานี (Khazanie) โดยมีการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ $(1 - \alpha)$ 100% โดยมีค่าประมาณจากกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง (n) จะไม่มีความต่างจาก ค่าเฉลี่ยด้านประชากร (μ) มากเกินกว่าปริมาณ E ที่กำหนดไว้ สูตรของ คัสซานี ได้ตัวอย่างจำนวน 385 ราย (Khazanie, 1996)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถาม ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ในเวลา 08.00-17.00น. และวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ในเวลา 08.00-17.00น. ในพื้นที่เขตลาดกระบัง ได้แก่ บริเวณชุมชนตลาดเก่าหัวตะเข้ ตลาดหลวงแพ่ง 108 ปี บ้านสวนอัมพร สวนวนาภิรมย์ร่มเกล้า จำนวน 385 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2564-เมษายน 2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อผลกระทบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (spearman rank correlation) (ไพศาล หวังพานิช. 2526 : 168-169) โดยเกณฑ์สำหรับการแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีรายละเอียดดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
0.71-1.00	ความสัมพันธ์กันสูง
0.31-0.70	ความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.01-0.30	ความสัมพันธ์กันต่ำ
เท่ากับ 0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 แสดงค่าร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 มีอายุ 20-29 ปีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.16 สถานภาพเป็นโสดจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 70.65 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.01 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 19,999 บาทจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.79 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลางจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.97

ส่วนที่ 2 แสดงค่าร้อยละ เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีรายละเอียดดังนี้

พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใช้ช่องทางที่ทำให้รู้จักการท่องเที่ยวทางธรรมชาติผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชันต่าง ๆ จำนวน 332 คนคิดเป็นร้อยละ 86.23 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเป็นวันธรรมดา (จำนวนคนเดินทางน้อย) จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.42 ระยะทางในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว 1 วัน (ไม่ค้างคืน) จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 67.01 พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวคือรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.26 ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ญาติ/ครอบครัว จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.92 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันไม่เกิน 300 บาทต่อวันและต่อคนจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ

72.21 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เน้นความปลอดภัยจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 93.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เกี่ยวกับปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยรวมทุกด้าน

ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อผลกระทบ พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. สิ่งดึงดูดใจ	4.30	0.77	มากที่สุด
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	4.11	0.62	มาก
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.26	0.82	มากที่สุด
รวม	4.22	0.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.22, S.D.=0.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าสิ่งดึงดูดใจมีผลต่อความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่มากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30, S.D.=0.77$) รองลงมาคือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.26, S.D.=0.74$) และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11, S.D.=0.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เกี่ยวกับปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ ในทุกด้าน

ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่	\bar{X}	S.D	แปลผล
สิ่งดึงดูดใจ			
ต้องการสัมผัสบรรยากาศ ความเป็นธรรมชาติของทรัพยากรของ แหล่งท่องเที่ยว	4.42	0.76	มากที่สุด
อยากลองสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ใหม่จากการท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	4.39	0.84	มากที่สุด

ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่	\bar{X}	S.D	แปลผล
มีกิจกรรมที่เหมาะสม ให้ทำระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	4.14	0.65	มาก
เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ มีการบริหารจัดการที่ดี สามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจ	4.25	0.82	มากที่สุด
รวมด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.30	0.77	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวก			
มีระบบสาธารณูปโภคไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา จุดบริการน้ำดื่ม	4.15	0.66	มาก
มีจุดประชาสัมพันธ์สำหรับให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	4.10	0.59	มาก
มีพื้นที่จอดรถไว้รองรับนักท่องเที่ยว	4.09	0.63	มาก
รวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.11	0.62	มาก
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว			
มี เว็บไซต์สามารถสืบค้นข้อมูลการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย	4.29	0.75	มากที่สุด
มีป้ายบอกทางชัดเจนในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	4.23	0.81	มากที่สุด
มีเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง	4.34	0.80	มากที่สุด
สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะ รถเช่า	4.18	0.91	มาก
รวมด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.26	0.82	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ คือสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30, S.D.=0.77$) โดยด้านที่มีผลต่อปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่มากที่สุด คือต้องการสัมผัสบรรยากาศ ความเป็นธรรมชาติของทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.42, S.D.=0.76$) รองลงมาคืออยากลองสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ใหม่

จากการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.39, S.D.=0.84$) เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ มีการบริหารจัดการที่ดี สามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.25, S.D.=0.82$) และมีมีกิจกรรมที่เหมาะสม ให้ทำระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14, S.D.=0.65$) ตามลำดับ

รองลงมา คือด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.26, S.D.=0.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทางอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34, S.D.=0.80$) มี เว็บไซต์สามารถสืบค้นข้อมูลการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.29, S.D.=0.75$) มีป้ายบอกทางชัดเจนในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23, S.D.=0.81$) และสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะ รถเช่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18, S.D.=0.91$) ตามลำดับ

และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11, S.D.=0.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา จุดบริการน้ำดื่มอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15, S.D.=0.66$) มีจุดประชาสัมพันธ์สำหรับให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10, S.D.=0.59$) มีพื้นที่จอดรถไว้รองรับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09, S.D.=0.63$) ตามลำดับ

ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ ด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน

ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่		
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (r_s)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	1.000	0.006*	มีความสัมพันธ์กันสูง
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	0.140	0.000*	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.177	0.018*	มีความสัมพันธ์กันต่ำ

* สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

** สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับด้าน
สิ่งดึงดูดใจในระดับมีความสัมพันธ์กันสูง ($r = 1.00$) รองลงมาคือด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใน
ระดับมีความสัมพันธ์กันต่ำ ($r = 0.177$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมีความสัมพันธ์กันต่ำ
($r = 0.140$)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง
ธรรมชาติสมัยใหม่ สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายได้ดังนี้

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.96
มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.16 สถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 70.65 มีระดับการศึกษา
ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.30 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 47.01 มีรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 19,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.79 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง
คิดเป็นร้อยละ 25.97 สอดคล้องกับงานวิจัยของประสิทธิ์ รัตนพันธ์, 2559 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
ทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศหญิงร้อยละ 51.75 ชาวไทยร้อยละ 57.50
ส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 33.00) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.50) เป็นพนักงาน
บริษัทเอกชน (ร้อยละ 26.25) มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท (ร้อยละ 34.25)

โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใช้ช่องทางที่
ทำให้รู้จักการท่องเที่ยวทางธรรมชาติผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชันต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ
86.23 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเป็นวันธรรมดา (จำนวนคนเดินทางน้อย) คิดเป็นร้อยละ 44.42
ระยะทางในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว 1 วัน (ไม่ค้างคืน) คิดเป็นร้อยละ 67.01 พาหนะที่ใช้ในการ
ท่องเที่ยวคือรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 60.26 ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ญาติ/ครอบครัว
คิดเป็นร้อยละ 37.92 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันไม่เกิน 300 บาทต่อวันและต่อคน คิดเป็นร้อย
ละ 72.21 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยว เน้นความปลอดภัยคิดเป็นร้อยละ 93.25
สอดคล้องกับงานวิจัยของสถาพร เกียรติพิริยะ, 2563 และคณะ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
เดินทางมักเดินทางไปกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 228 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.00 เดินทางท่องเที่ยว
โดยเฉลี่ยต่อปี 3 -4 ครั้ง จำนวน 163 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.80 นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวในการ
เดินทางท่องเที่ยวจำนวน 357 คน คิดเป็น ร้อยละ 89.20 ช่วงเวลาที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวทั้ง
วันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่อง จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 สถานที่ท่องเที่ยวที่
เดินทางไปเที่ยวบ่อยเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวน 234 คน คิดเป็น ร้อยละ 58.50 เดินทาง
ท่องเที่ยวในประเทศ จำนวน 324 คน คิดเป็น ร้อยละ 81.00 โดยมากครอบครัวหรือญาติเป็น

ผู้ตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องจำนวน 233 คนคิดเป็น ร้อยละ 58.20 และค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวต่าง ๆ จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์จำนวน 223 คน คิดเป็น ร้อยละ 55.80 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเอง จำนวน 285 คน คิดเป็น ร้อยละ 71.20

ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.22, S.D.=0.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าสิ่งดึงดูดใจมีผลต่อความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่มากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30, S.D.=0.77$) รองลงมาคือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.26, S.D.=0.74$) และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11, S.D.=0.62$) และพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับด้านสิ่งดึงดูดใจในเชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์กันสูง ($r = 1.00$) รองลงมาคือมีความสัมพันธ์กับด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์กันต่ำ ($r = 0.177$) และมีความสัมพันธ์กับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเชิงบวกที่ระดับมีความสัมพันธ์กันต่ำ ($r = 0.140$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของอรชร มณีสงฆ์ และพัชรา ตันติประภา, 2561 พบว่าด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและบรรยากาศการตลาดแบบยั่งยืน ในระดับปานกลาง ผู้ตอบส่วนมากมีความตั้งใจกลับมาซ้ำ ผลการศึกษาชี้ว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ด้านบวกกับความตั้งใจในการมาซ้ำ ส่วนด้านบรรยากาศของการตลาดแบบยั่งยืน ไม่มีความสัมพันธ์ด้านบวกกับความตั้งใจในการมาซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยพบว่าปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ มีดังนี้

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรร่วมมือกันวางแผนในเรื่องของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว
2. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรจัดทำรายการนำเที่ยว รวมไปถึงการบริการที่สร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยมีมาตรการในการรักษาความสะอาดและความปลอดภัยในระหว่างที่มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
2. ควรทำการศึกษาปัจจัยหลักของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ต่อผลกระทบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่ในรูปแบบของเชิงคุณภาพ
3. ควรศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในแต่ละสถานที่

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2564). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2564 (Tourism Statistics 2017) สืบค้นเมื่อวันที่20 มิถุนายน 2564 จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2564). ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ สืบค้นเมื่อวันที่20 มิถุนายน 2564 จาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/factors-affecting-chinese-tourist-behavior/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.).(2565).โครงการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยจากสถานการณ์โควิด-19 สืบค้นเมื่อวันที่20 มีนาคม 2565 <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/12311>
- กรมการท่องเที่ยว.(2565). NEO Tourism ท่องเที่ยวมิติใหม่ เจาะอินไซด์นักเดินทาง. สืบค้นเมื่อวันที่23 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://tatacademy.com/th/articles/article/e88576e6-df87-4256-ac57-141ddb36f01c>
- ณิชา พิษัยวรุฒมะและคณะ. (2564). รูปแบบการท่องเที่ยวภายในประเทศหลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. สืบค้นเมื่อวันที่23 กุมภาพันธ์ 2565 จาก การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 13 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์.(2556).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา. ปีที่ 30 ฉบับพิเศษ ตุลาคม - ธันวาคม 2559. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- ไพศาล หวังพานิช.(2526). สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (spearman rank correlation) สืบค้นเมื่อวันที่22 มีนาคม 2566 จาก <https://www.geocities.ws/nincoo/mainb6.5.htm>

ละเอียต ศิลาณ้อย. (2558) *การทดสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วย IOC และ Reliability Analysis* กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลูพริ้นต์

ละเอียต ศิลาณ้อย. (2558) *การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงสำรวจ และเชิงทดลอง* กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลูพริ้นต์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

อรุณี อินทรไพโรจน์. (2564). *ธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ (E-TOURISM)* สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2564 จาก <http://www.blog.rmutt.ac.th/?p=76>

อรชร มณีสงฆ์ และพัชรา ตันติประภา.(2561).ความพึงพอใจต่อบรรยากาศการตลาดกับความตั้งใจในการมาซ้ำของผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ* 14(1) .

Khunnaiver. (2564). *น่ารู้กับ 10 รูปแบบการท่องเที่ยวยอดนิยม ที่คนชอบกันมากที่สุด แล้วคุณล่ะชอบการท่องเที่ยวแบบไหน*. เข้าถึงได้จาก คุณนายเวอร์เทอร์ชอบเที่ยวกินนอน: <https://khunnaiver.blogspot.com/2019/10/10-type-of-tourism-popular.html>

Khazanie, R. (1996). *Statistics in a world of applications (4th ed.)*. New York: HarperCollins.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาพฤติกรรมและอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ในพื้นที่เคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี

The study of Consumer Behavior and the Effect of Marketing Mix on Customer Satisfaction
of 7-Eleven Convenience Stores in Navavakorn Kheha and Navanakorn Villa, Pathumthani

รุ่งทิwa ถึงสุข¹ ศิริชัย จุ้ยประชา¹ และ สลิดา แก้วฉาย¹

Rungthiwa Thuengsook¹ Sirichai Chuipracha¹ and Lalida Kaewshai¹

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการค้า วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล Rungthiwa.Thung@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อของ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในพื้นที่เคหะนครและนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี โดยการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร จังหวัดปทุมธานี จำนวน 426 คน ส่งผ่านช่องทางออนไลน์ โดยทางผู้จัดทำวิจัยจะเจาะจงไปกลุ่มที่เข้าร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นประจำวางแผนโดยการช่วยกันแนะนำ Google Form แบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มคนที่สนใจให้ข้อมูลจริงๆ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คือตนเอง ความถี่ในการตัดสินใจซื้อสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า คือช่วง 12.01-18.00 น. จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า คือ 101-200 บาท วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการ คือ เงินสด และประเภทสินค้าที่เลือกคือ สินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร จังหวัดปทุมธานีมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.97 เท่ากับระดับมาก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 เมื่อพิจารณาผลแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่า 3.95 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่า 3.94 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 นอกจากนี้ การพิจารณาอิทธิพลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ต่อความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมแสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร จังหวัดปทุมธานีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายความตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร จังหวัดปทุมธานี ร่วมกันได้ร้อยละ 68.0

(Adjusted R = 0.680) ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยด้านราคาไม่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ความตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมผู้บริโภคร้านสะดวกซื้อ

ABSTRACT

The objectives of this study were as follows: 1) to investigate consumer behavior in convenience stores 2) to investigate the impact of marketing mix on customer satisfaction in the KhehaNava Nakorn district and Navanakorn Villa in Pathum Thani Province. Data were acquired online from 426 consumers in Kheha Navanakorn district and Navanakorn Villa, Pathum Thani Province, using a questionnaire. Frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation were the statistical processes employed for data analysis.

According to the demographic characteristics survey, the majority of respondents were female, aged 18-25 years old, single, education level Vocational/Diploma/Diploma, business owner, monthly income 10,001 - 20,000 baht. Respondents buy products from 7-Eleven convenience stores for themselves and visit the store 3-4 times each week between 12.01 and 18.00 p.m., spending an average of 101-200 baht.

The most popular promotion is point or stamp collection. The overall average rating from the overall opinion level test on the influence of the 4Ps marketing mix on customer satisfaction was strong, at 3.97, with a standard deviation of 0.56. The findings of each aspect were at a high level in four aspects; the mean of the product was 4.06, followed by the price aspect with a mean of 3.95, and place and promotion with a mean of 3.94. Furthermore, the study discovered an influence of marketing mix comprising product, place, and promotion on customer satisfaction at the significant level of 0.05, which can explain customer satisfaction for 68.0 percent, while there is no price effect on customer satisfaction at the significant level of 0.05. Cash is accepted as payment for products and services. Food and beverages are commonly purchased at the store.

Keywords: marketing mix (4Ps), purchasing decision, convenience store consumer Behavior

บทนำ

ปัจจุบันมนุษย์ได้วิวัฒนาการและพัฒนาสิ่งต่างๆ เพื่อความสะดวกสบายและเพิ่มขีดความสามารถของตนเองในทุก ๆ ด้าน ด้วยเหตุผลที่เราต้องการดำรงอยู่ต่อหรือเอาชีวิตรอด จากอันตรายต่าง ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ด้วยอาหารที่ถูกสุขลักษณะ และได้รับสารอาหารที่ครบถ้วนในปริมาณที่พอเหมาะ รวมถึงข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน จะทำให้มนุษย์นั้น สามารถที่จะเจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์ แข็งแรงและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ส่งผลให้มีร่างกายที่แข็งแรงและสูงกว่าคนในยุคก่อน ๆ และดูดีทั้งภายในและภายนอกและใน จากความต้องการความสะดวกสบายที่เพิ่มมากขึ้นของมนุษย์ทำให้มีร้านค้า ภายใต้ชื่อเซเว่น-อีเลฟเว่นเกิดขึ้น ซึ่งเป็นแฟรนไชส์ของร้านสะดวกซื้อจำหน่ายสินค้า เครื่องใช้ ทั่วไปในชีวิตประจำวัน มีสาขาอยู่ทั่วโลกถือกำเนิดขึ้นซึ่งในระยะแรกเปิดให้บริการ ตั้งแต่เวลา 07.00-23.00 น. หรือ 07:00 AM.-11:00 PM. ของทุกวัน อันเป็นที่มาของชื่อเซเว่นอีเลฟเว่นนั่นเอง ในประเทศไทย บริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน) ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นร้านค้าปลีกที่มีเครือข่ายมากโดยมียอดขายเฉลี่ย 65,019 บาท ต่อวันต่อสาขา (กฤตพร เมฆแมน, 2561, น. 2-4)

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้า และบริการในร้านสะดวกซื้อโดยคำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การมีแบรนด์ดีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายประเภท เช่น อาหารปรุงสุกพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว อาหารเสริม น้ำดื่ม และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเรือนร่าง เป็นต้น เนื่องจากสินค้าในแต่ละแบรนด์และแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันทางคุณสมบัติทางการใช้งาน ด้านราคา สินค้าในร้านมักเป็นราคาที่สามารถจับต้องได้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการ วางขายที่ร้าน 7-11 ที่มีจำนวนสาขามากกว่าร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ ทุกประเภท รวมถึงอยู่ในทำเลที่เหมาะสมด้านการส่งเสริมการตลาด มักมีการจัดโปรโมชั่นสินค้า

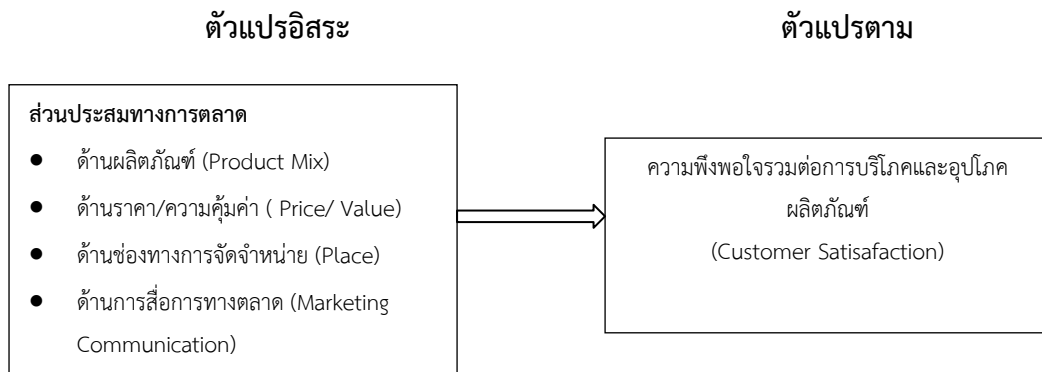
จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาพฤติกรรมและอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจของลูกค้าในร้านสะดวกซื้อ 7-11 ในพื้นที่เคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี โดยข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษา สามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์สำหรับธุรกิจค้าปลีก ในการปรับปรุงการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และครอบคลุมเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค ในพื้นที่เคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้านสะดวกซื้อของ ผู้บริโภค ในพื้นที่เคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจของลูกค้าในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ในพื้นที่เคหะนคร และนวนครวิไล จังหวัดปทุมธานี” มีกรอบแนวความคิดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้



วิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น ของสาขาเคหะนคร และนวนครวิไล จังหวัดปทุมธานี จำนวน 426 คน

2. การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจากพื้นที่นวนคร ในตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จากจำนวน 2 พื้นที่ ซึ่งสามารถกำหนดขนาดตัวอย่าง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 จำนวนผู้บริโภคในพื้นที่ในนวนคร ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามพื้นที่ในนวนคร

เขตพื้นที่	ขนาดตัวอย่าง(คน)
เซเว่นแพลตเคหะนคร	200
เซเว่นนวนครวิไล จุด2	200
รวม	400

3. แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 426 ชุด สามารถเก็บมาได้จำนวน 426 ชุด นอกจากนี้ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ และจะใช้ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่าง ไม่สะดวกหรือไม่มีเวลามากพอต่อการให้ข้อมูล จากแบบสอบถามแผ่นกระดาษ ตามแนวทฤษฎีทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญาจิตานนท์, และ ศุภร เสรีรัตน์ (2542) โดยทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ตามเทคนิค Index of Item Objective Congruence (IOC) ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีการทำการทดสอบแบบสอบถามด้วยการทำ

ลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย โดยแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ค่าความน่าเชื่อถือได้ของสัมประสิทธิ์แอลฟา จากการดำเนินการทดสอบข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 40 ชุด ได้ผลการวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha รวมมีค่า 0.962 โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) ในแต่ละข้อให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ย ระดับการศึกษา สถานภาพวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการของผู้บริโภค สาขาเคหะนคร จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดในแต่ละข้อให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ได้แก่ ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ ความถี่ในการซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า จำนวนเงินโดยเฉลี่ย วิธีการชำระค่าสินค้า เหตุผลส่วนใหญ่ของผู้บริโภคที่ขอซื้อสินค้าในแต่ละประเภท เหตุผลของ(บริโภคที่เข้าใช้บริการเซเว่น อีเลฟเว่น และเหตุผลการเข้าใช้บริการเซเว่น อีเลฟเว่น ของผู้บริโภค วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 3 ความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการ ร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร ใช้มาตรวัดระดับความถี่แบบ Likert Scales ประเมินค่าแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 100 – 103) โดยใช้ความกว้างของอันตรภาคชั้น 0.80 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร จังหวัดปทุมธานี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.1 มีช่วงอายุ 18 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 29.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.2 ระดับการศึกษาสูงสุด ปวช./ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 36.5 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 56.7

2. ลักษณะทางพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร จังหวัดปทุมธานี ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 46.6 ความถี่ในการตัดสินใจซื้อ สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.1 ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า ช่วง 12.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.8 จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.5 วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการเงินสด คิดเป็นร้อยละ 63.5 ประเภทสินค้าที่เลือกคือ สินค้า

หมวดอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 41.9 เหตุผลการเข้าใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น คุณภาพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 35.8 ส่วนใหญ่ของการสะสมแต้ม/คะแนน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.60) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.64) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.63) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้านมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ สินค้ามีความแปลกใหม่และทันสมัย มีการจำหน่ายสินค้าตามฤดูกาล สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สินค้ามีคุณภาพ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการ และผู้ให้บริการมีความพร้อมในการแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ท่าน

3.2 ด้านราคา สามารถเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีป้ายบอกราคาชัดเจน ราคาสินค้าถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่น และมีสินค้าหลากหลายระดับราคา

3.3 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย สามารถเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความสะดวกแก่ลูกค้า ความเหมาะสมของสถานที่จัดจำหน่าย มีความปลอดภัยแก่ลูกค้า มีความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย และทำเลที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีการแจ้งข่าวสารทางไลน์เซเว่นอีเลฟเว่น หรือแผ่นพับเกี่ยวกับโปรโมชั่นของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น มีบัตร 7-Card หรือ บัตร All Member เป็นช่องทางในการชำระสินค้าและสะสมคะแนนหลังการซื้อ มีการส่งเสริมการขายโดยใช้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าร่วมกับสินค้าที่เป็นโปรโมชั่น เช่น ซื้อกาแฟร้อนคู่กับเค้กโรล ลด 7 บาท

4. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน และสามารถเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านคุณภาพวัตถุดิบ/สินค้า ความพึงพอใจการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงาน ความพึงพอใจต่อราคาสินค้า และความพึงพอใจโดยรวมต่อร้านสะดวกซื้อ

5. ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า สาขาเคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ด้านราคา (Sig. = 0.265) ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยด้านราคาไม่สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้า จากค่า Beta Coefficient ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.437$) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.208$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.206$) ซึ่งสามารถอธิบายความตัดสินใจซื้อของลูกค้า ร่วมกันได้ร้อยละ 68.0 (Adjusted R = 0.680) และอีกร้อยละ 32 เกิดจากอิทธิพลจากตัวแปรอื่น และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.114 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 10 ทำให้ไม่เกิด Multicollinearity (ดังรายละเอียดในตารางที่ 2) ซึ่งผู้วิจัยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y(\text{ความพึงพอใจ}) = 0.760 + 0.405(\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด}) + 0.192(\text{ด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.186(\text{ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย})$$

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

Dependent Variable: ความพึงพอใจ, ค่าคงที่ 0.760, SE _{est} = 0.324, R = 0.827, R ² = 0.683, Adjusted = 0.680 F = 226.992, p-value < 0.001							
Independent Variables	B	Beta	Std Error	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	0.760		0.114	6.646	<0.001		
ด้านผลิตภัณฑ์	0.192	0.208	0.037	5.204	<0.001	0.472	2.121
ด้านราคา	0.500	0.057	0.045	1.116	0.265	0.291	3.436
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.186	0.206	0.061	3.053	0.002	0.165	6.051
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.405	0.437	0.053	7.629	<0.001	0.230	4.356

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่นสาขาเคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 18 - 25 ปี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับการศึกษาสูงสุด ปวช./ปวส./อนุปริญญา สถานภาพโสด

2. พฤติกรรมการเข้าใช้บริการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ตนเอง ความถี่ในการตัดสินใจซื้อสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า ช่วง 12.01 - 18.00 น. จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า 101-

200 บาท วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการเงินสด ประเภทสินค้าที่เลือกคือสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่ม เหตุผลการเข้าใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่น คุณภาพสินค้า และชื่นชอบการสะสมแต้ม/สะสมคะแนน แถม ทั้งนี้พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการร้านเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนวนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษากลุ่มลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ลูกค้าไปซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (คนเดียว) ประเภทสินค้าที่ซื้อส่วนมากเป็นสินค้าบริโภค(ของกิน) (กฤตพร เมฆแมน, 2561)

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเคหะนวนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความแปลกใหม่และทันสมัยของสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือมีการจำหน่ายสินค้าตามฤดูกาล สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สินค้ามีคุณภาพ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการ และผู้ให้บริการมีความพร้อมในการแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ท่าน ด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีป้ายบอกราคาชัดเจน ราคาสินค้าถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้านอื่น และมีสินค้าหลากหลายระดับราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ต้องให้ความสะดวกแก่ลูกค้า มีความเหมาะสมของสถานที่จัดจำหน่าย มีความปลอดภัยแก่ลูกค้า มีความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย และทำเลที่ตั้งเดินทางไป-มาสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีการแจ้งข่าวสารทางไลน์ 7-11 หรือผ่านพับเกี่ยวกับโปรโมชั่นของร้านเซเว่น อีเลฟเว่น มีบัตร 7-Card หรือ บัตร All Member เป็นช่องทางในการชำระสินค้าและสะสมคะแนนหลังการซื้อ มีการส่งเสริมการขายโดยใช้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้านร่วมกับสินค้าที่เป็นโปรโมชั่น ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย (2556) ที่พบว่าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่นเด่นมีความเด่นในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด เช่น การมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตรงตามความต้องการลูกค้า มีการติดป้ายราคาชัดเจน ที่ตั้งสะดวกแก่การพบเห็น พนักงานมีการให้บริการที่ดีและยินดีให้คำแนะนำ

4. ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด(4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า สาขาเคหะนวนคร และนวนครวิลล่า จังหวัดปทุมธานี พบว่าปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด เนื่องจากร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีการจัดโปรโมชั่นใหม่ทุกรายสัปดาห์ และทุกเดือน สลับสับเปลี่ยนกันไป ทั้งการลดราคาสินค้า ราคาพิเศษสำหรับสินค้าที่ซื้อคู่ หรือแลกซื้อเมื่อมียอดซื้อสินค้าถึงยอดที่กำหนด และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ลูกค้าให้ความสนใจและชื่นชอบมากที่สุดคือ การสะสมแต้มเพื่อแลกของพรีเมียมและสะสมคะแนนเพื่อใช้เป็นส่วนลดแทนเงินสด ดังนั้นร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ควรที่ดำเนินกิจกรรมนี้ตลอดทุกปี ทั้งนี้การสะสมแต้มมีการขยับยอดกำหนดการซื้อขั้นต่ำขึ้นทุกปี (Brand Buffet, 2021) ดังนั้นร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น

ควรคำนึงถึงความน่าสนใจและคุณภาพของสินค้าพรีเมียมด้วย (กฤณากร กิตติศิลปสาร, อารีรัตน์ จันทร์ดี, และ ลลิตา แก้วฉาย, 2564, น. 10)

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเซเว่นอิเลฟเว่น ในพื้นที่เคหะนวนคร จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคให้ความสนใจสินค้าและบริการเซเว่นอิเลฟเว่น ตรงตามความต้องการและมีคุณภาพที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเซเว่นอิเลฟเว่น ในพื้นที่เคหะนวนคร จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก คือด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการจัดวางกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มุ่งส่งเสริมการวิจัยตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างตรงจุด

3. ข้อเสนอแนะในด้านอื่นๆ ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและเห็นควรให้มีการปรับปรุง แก้ไขโดยเร่งด่วนได้แก่ ด้านการให้บริการของพนักงาน เนื่องจากการให้บริการและการตอบสนองข้อซักถามของแต่ละพนักงานยังขาดความรู้ความเข้าใจไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับนโยบายการพัฒนาบุคลากร เช่น การอบรมเรื่องมาตรฐานการให้บริการ และการเป็นผู้ให้บริการที่ดี

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเซเว่นอิเลฟเว่น ในพื้นที่เคหะนวนคร จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรได้มีการศึกษาปัจจัยอื่น นอกเหนือจากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาด(7P's) ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อในพื้นที่เคหะนวนคร จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำผลที่ได้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาการให้บริการร้านสะดวกซื้อให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษา ภาพลักษณ์ และความภักดีที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าใช้บริการเซเว่นอิเลฟเว่น ของผู้บริโภค

3. การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการร้านสะดวกซื้อในพื้นที่เคหะนวนคร จังหวัดปทุมธานีเท่านั้น ควรดำเนินการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อซ้ำอีกครั้งโดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น ทั้งในเขตนวนคร จังหวัดปทุมธานี เพื่อยืนยันการศึกษาผลการวิจัยที่ได้ดำเนินการไว้แล้ว

เอกสารอ้างอิง

- Brand Buffet. (2018). แคมเปญแสตมป์ช่วยเพิ่มยอดขายได้อย่างไร!? จนทำให้เซเว่นฯ ตัดใจ ถึงต้องจัดหนักทุกปี . สืบค้นเมื่อวันที่ 04/04/2023, จากเว็บไซต์: [https:// www.brandbuffet.in.th/2018/07/stamp-collection-signature-campaign-7eleven](https://www.brandbuffet.in.th/2018/07/stamp-collection-signature-campaign-7eleven)
- กฤตพร เมฆแมน. (2561). ปัจจัยวิถีชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิชาเอกการตลาด. กรุงเทพมหานคร (หัวหมาก)
- กฤดากร, อารีรัตน์, และ ลลิตา. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Tops Online ของลูกค้า Tops Market ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. สังกัดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการนวัตกรรมการค้า คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
- ธีรศักดิ์ พลพันธ์. (ม.ม.ป.). บทความวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าสำหรับผู้ชาย ผ่านร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. ภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ทั่วไป สำนักการศึกษาทั่วไป. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
- พรรณวดี แก้วสีเคน. (ม.ม.ป.). พฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในพื้นที่เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. สาขาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิมลศิริ ศรีสมุทร. (2556). “การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- สิริพร บุชบงค์. (2558). ปัจจัยความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าเซเว่นแคตตาล็อก ของกลุ่มวัยทำงาน เขตสาทร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- เมขลา สังตระกูล. (2558). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมในการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money
Wallet ของผู้ใช้บริการในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

The Relationship of Behaviour through Payment Application Usage True Money
Wallet in Khlong Luang Pathum Thani

เดวิดย์ โชคขวัญยืน¹ อารักษ์ ภูเสื่อ¹ สุทธิพงษ์ คณาธรรม¹ และพัชร พิสิก¹

Dewit Chokkhwanyuen¹ Arak Phsuse¹ Sutthiphong Khanatham¹ and Patchara Piluk¹

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการค้า วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล davidchokkhwanyuen@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของผู้ใช้บริการในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก รวมทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของตัวแปร ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศชาย อายุระหว่าง 16-24 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ส่วนใหญ่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ส่วนใหญ่การชำระมูลค่าครั้งละ 101-500 บาท โดยใช้ทางการชำระค่าสินค้า/บริการผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet รูปแบบบริการซื้อ ได้แก่ ซื้อประกัน สมัคร Netflix ซื้อของบน Google Play Store มากที่สุด โดยใช้บริการเติมเงิน และชำระมูลค่าที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในช่วงเวลาระหว่าง 06:01-12:00 น. โดยมีเป้าหมายการชำระมูลค่าสินค้าเป็นหลัก และตัดสินใจในการใช้บริการด้วยตัวเอง

ตัวแปรเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน ยกเว้นด้านรูปแบบการให้บริการ และช่องทางในการฝากเงิน ส่วนตัวแปรอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน รวมถึงตัวแปรอาชีพระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน ยกเว้นด้านรูปแบบการให้บริการ

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค ชำระมูลค่า แอปพลิเคชัน True Money Wallet

ABSTRACT

The goal of the study was to examine consumer behavior and the connection between demographic factors and consumer behavior in the Khlong Luang district, Pathumthani Province, using the payment application usage of true money wallets. The sample was made up of a group of users from the Khlong Luang District in Pathumthani Province who made transactions using the True Money Wallet app. A convenience sampling technique employing a questionnaire was used to get the 400-person sample size. Utilizing frequency distributions, percentages, arithmetic means, standard deviations, and chi-squares, statistical analysis of the data was performed.

The findings revealed that males between the ages of 16 and 24 who were high-school or vocational students and made an average income of less than 10,000 baht made up the majority of the sample. When utilizing the True Money Wallet app to buy insurance, sign up for Netflix, or (most frequently) make purchases from the Google Play Store, these individuals always paid between 101 and 500 Baht for each transaction. They independently decided to utilize the service between the hours of 6:00 a.m. and 12:00 p.m., used top-up, and paid for goods and services at 7-Eleven convenience stores.

All aspects of purchase decisions made using the True Money Wallet program were connected with gender, with the exception of service use and deposit methods. In addition to occupational factors, educational attainment, and monthly income, age factors are also connected to purchasing-decision behavior through the True Money Wallet application in all dimensions with the exception of service consumption.

Keywords: Consumer behavior, payment, True Money Wallet Application

บทนำ

ปัจจุบัน (2566) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีความสำคัญต่อมนุษย์ โดยเป็นการนำความรู้ทางด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง และอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันได้มากขึ้น เช่น การค้นหา การจัดเก็บข้อมูล การทำธุรกรรมต่าง ๆ ตลอดจนติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานที่ทำอย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว รวมถึงอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนทั่วโลกโดยสามารถสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้งาน จึงเกิดการพัฒนาและการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ตโฟน

ของคนไทย คิดเป็น ร้อยละ 70 ของประชากรทั้งประเทศ (อริสรา วรวัฒน์อมรชัย, 2560) ซึ่งเป็นผลดีเมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาท ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น สามารถสั่งซื้อของออนไลน์ สั่งอาหารผ่านเดลิเวอรี่ โดยไม่จำเป็นต้องออกจากบ้าน (สุทิพย์ ประทุม และสร้อยณี อุเส็นยาง, 2565) เพราะใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารระหว่างกัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย (ศุภย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2562)

เทคโนโลยีที่ขยายวงกว้างขึ้นอย่างรวดเร็วในวงการต่าง ๆ ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมีการนำดิจิทัลเทคโนโลยีทางด้านอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการ แทนเงินสดและแทนบัตรเครดิต เรียกว่า เงินอิเล็กทรอนิกส์หรือ Electronic Money (E-Money) ซึ่งผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้าแก่ผู้ให้บริการ E-Money และสามารถใช้จ่ายชำระค่าสินค้าบริการได้ตามร้านค้าที่รับชำระ ซึ่งทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสด และไม่เสียเวลารอเงินทอน ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเลือกเติมเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เติมเงินกับร้านค้าที่มีสัญลักษณ์เติมเงินทำรายการผ่านตู้ ATM หรือ ผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการหรือผ่านระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือบัญชีธนาคาร หรือ บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการที่ได้ผูกบัญชีไว้ และผู้ให้บริการ E-Money จะบันทึกมูลค่าของเงินที่เติมลงในบัตรโดยผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบการเติมเงินได้จากใบเสร็จรับเงินหรือ SMS บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ e-mail ซึ่งในปัจจุบันเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้ชำระได้หลายรูปแบบ เช่น บัตรโดยสารรถไฟฟ้า กระเป๋าเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ บัญชีเงินสดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับการซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น (ทัชชกร สัมมะสุต งามสิริ วิชญ์พันธ์, 2564)

สังคมไร้เงินสดคือสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวสำหรับยุคนี้ กระเป๋าเงินออนไลน์ (E-Wallet) จึงเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในสังคม ตอบโจทย์กับความสะดวกสบายทุกการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันทั้งการทำธุรกรรมต่าง ๆ เช่น เติมเงินมือถือ จ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ จองตั๋วหนัง ซื้อบัตรเติมเงินเกมส์ ซอปปิงออนไลน์การชำระสินค้า การโอนเงิน ดังนั้น กระเป๋าเงิน จึงถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการใช้จ่ายสินค้าและบริการต่าง ๆ สำหรับประเทศไทยยุคปัจจุบันและในอนาคต (กรุงเทพฯ เวิร์ทแคร์, 2561) การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ True Money Wallet เกิดจากผู้ที่ชื่นชอบการเล่นเกมส์ออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษาเพศชายมีพฤติกรรมใช้ระบบการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านทรูมันนี่ วอลเล็ตซึ่งเป็นระบบการชำระเงินออนไลน์ที่สามารถใช้จ่ายแทนเงินสดในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven และนอกจากนี้ยังสามารถใช้สำหรับชำระการใช้จ่ายเกี่ยวกับการเติมเงินมือถือทุกระบบเติมซื้อสินค้าเพื่อรอการชำระภายในเกมส์และจองบัตรดูหนังคอนเสิร์ต (สมชาย เล็กเจริญ และธิภพ เจริญผล, 2565) ซึ่งผู้ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet สามารถเรียกดูประวัติการชำระเงินค่าใช้จ่ายทั้งหมดผ่านแอปพลิเคชันเดียวผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบการใช้บริการได้ตลอดเวลา

เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากความเชื่อเชิงบวกซึ่งจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีในการใช้บริการ ก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการตลอดจนในที่สุดกลายเป็นความตั้งใจซื้อ (Salam, Iyer, Palvia and Singh, 2005) ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญแรก ๆ ที่ต้อง

ทำการศึกษา ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคในบริบททางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา โดย Kotler, Keller, Ang, Tan, and Leong (2018) กล่าวว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสำคัญต่อการตลาดเนื่องจากเกี่ยวข้องกับความต้องการตัวผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย ซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ร่วมกับพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่กระตุ้นต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้า ไม่ว่าจะเป็นประเภทของสินค้าที่ซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขายเพื่อใช้บริการ ความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง และช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้า

ดังนั้นจากความสำคัญและเหตุผลที่กล่าวในข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและในการใช้บริการการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของผู้ใช้บริการในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากคลองหลวง เป็นอำเภอที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากในพื้นที่มีสถานที่สำคัญและที่ตั้งองค์กรสำคัญทั้งสถาบันการศึกษา สถานที่ราชการหลายแห่งเป็นอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดของจังหวัด รวมถึงเป็นแหล่งงานของจังหวัด เนื่องจากมีนิคมอุตสาหกรรมตั้งอยู่ ส่งผลให้เกิดความหนาแน่นในส่วนของบ้านจัดสรรชุมชนและประชากร (วิกิพีเดีย, 2566) โดยในการศึกษาครั้งนี้ในผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการจนสามารถนำไปสู่การให้บริการที่ความปลอดภัย สะดวกและรวดเร็วในการใช้แอปพลิเคชันเพื่อชำระมูลค่าสินค้า

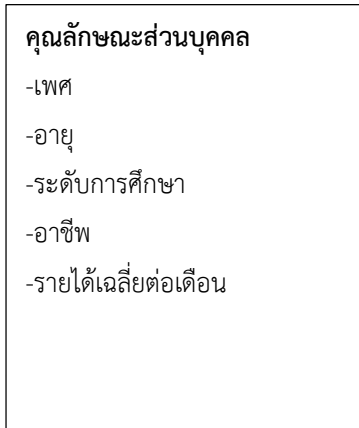
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของผู้ใช้บริการในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของผู้ใช้บริการในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

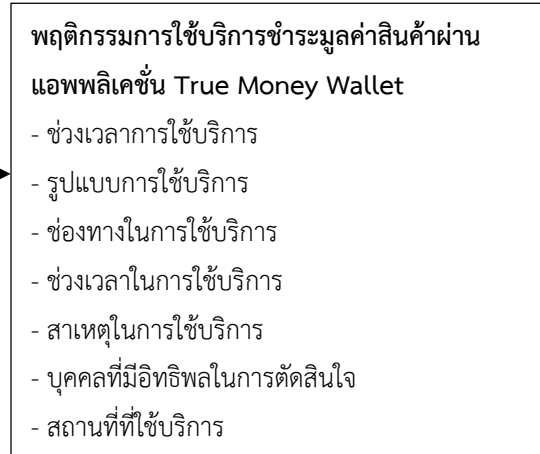
กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์, 2560; อัคริยา รณศิริ และคณะ, 2564, วรวัลย์ชัช วิวรรณนินิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2565; Kotler and others, 2018) และพฤติกรรมผู้บริโภค (วรรณพร หวลมานพ, 2558; ณัฐรุจา พงศ์สุพัฒน์, 2561; วรลักษณ์ เจริญผล และคณะ, 2564; วรวัลย์ชัช วิวรรณนินิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2565) นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1963) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้เพื่อความไม่สมบูรณ์ และการสูญหายของข้อมูลจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มเติมอีก 15 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 คน ใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสอบถามใน 5 ประเด็น ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ต่อเดือน เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของกลุ่มตัวอย่าง 7 ประเด็น ได้แก่ ช่วงเวลาการใช้บริการ รูปแบบการใช้บริการ ช่องทางในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ สาเหตุในการใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ และสถานที่ที่ใช้บริการ เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 7 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ใช้ข้อมูลที่จำแนกตามแหล่งที่มา 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธีคือ ผู้วิจัย ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และทางช่องทางออนไลน์

1. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมผู้บริโภคและลดข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ และระยะเวลา ด้วยโปรแกรม Google form ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ 2 ประเภท คือ LINE และ Facebook โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ดำเนินการยื่นเรื่องกับทางหลักสูตรการจัดการนวัตกรรมการค้าเพื่อออกจดหมายขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

2.2 นำใบขออนุญาตที่ผ่านการลงนาม ไปยื่นให้แก่ผู้ให้ข้อมูลเพื่อขอเก็บข้อมูลการวิจัย

2.3 ขอความร่วมมือผู้ให้ข้อมูลในการให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

2.4 รวบรวมข้อมูลทั้งดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และรวบรวมข้อมูลด้วยช่องทางออนไลน์

2.5 ประเมินความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้กลับมาว่ามีความสมบูรณ์และจำนวนครบตามที่ได้ออกแบบไว้หรือไม่

2.6 ลงลำดับและรหัสของผู้ให้ข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เอกสารและบทความทางวิชาการ หนังสือ วารสาร นิตยสาร วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่น ๆ เกี่ยวกับผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของตัวแปร ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไคสแควร์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ .01 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตามลำดับ

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	270	57.50
หญิง	130	42.50
อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	34	8.50
16-24 ปี	211	52.75
25-34 ปี	101	25.25
35-44 ปี	40	10.00
45-54 ปี	10	2.50
55 ปีขึ้นไป	4	1.00
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	186	13.75
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	72	33.75
พนักงานบริษัทเอกชน	78	15.00
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	31	33.00
อาชีพอิสระ	33	4.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	55	13.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	135	33.75
อนุปริญญา/ ปวส.	60	15.00
ปริญญาตรี	132	33.00
สูงกว่าปริญญาตรี	18	4.50
รายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	164	41.00
10,001 - 15,000 บาท	119	29.75
15,001 - 20,000 บาท	68	17.00
20,001 - 25,000 บาท	35	8.75
25,001 - 30,000 บาท	9	2.25
30,001 บาทขึ้นไป	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุระหว่าง 16-24 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ส่วนใหญ่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการชำระมูลค่า		
- 100 บาท	94	23.50
- 101-500 บาท	203	50.75
- 501-1,000 บาท	78	19.50
- มากกว่า 1,000 บาท	25	6.25
ช่องทางการชำระค่าสินค้า/บริการ		
- บริการจ่าย ได้แก่ จ่ายที่ 7-11 จ่ายบิลทรู จ่ายที่ร้านค้าชั้นนำ จ่ายที่ร้านทรูพอยท์แอนด์เพย์	162	40.50
- บริการซื้อ ได้แก่ ซื้อประกัน สมัคร Netflix ซื้อของบน Google Play Store	168	42.00
- บริการเติม/อื่นๆ ได้แก่ เติมเกม เติมแพ็คเกจเน็ต เติม/ซื้อ Easy Pass เติมเงินมือถือ	70	17.50
สถานที่/บริการ		
- เติมเงินแอปพลิเคชันธนาคาร Mobile Banking	105	26.25
- เติมงานผ่าน 7-11	112	28.00
- ตู้บุญเติม	42	10.50
- บัตรเติมเงิน True Money Wallet	58	14.50
- วิธีผูกบัตรเครดิต/เดบิต กับทรูมันนี่ วอลเล็ต	33	8.25
- Pay Next (วงเงินสะดวกพร้อมใช้)	12	3.00
- Smart Pay (ช่องทางชำระเงินอัตโนมัติ)	38	9.50
ช่วงเวลา		
- ช่วงเวลา 00:01-06:00 น.	78	19.50
- ช่วงเวลา 06:01-12:00 น.	142	35.50
- ช่วงเวลา 12:01-18:00 น.	107	26.75
- ช่วงเวลา 18:01-00:00 น.	73	18.25
สาเหตุ (เหตุผลที่ใช้)		
- สะดวกสบาย	133	33.25
- ประหยัดระยะเวลา	120	30.00

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
- ไม่ต้องพกเงินสด	106	26.50
- ไม่ต้องรอรอเงินทอน	41	10.25
ผู้มีอิทธิพล		
- เพื่อน	43	10.75
- ครอบครัว	65	16.25
- คนรัก	40	10.00
- รีวิวจากอินเทอร์เน็ต	90	22.50
- พนักงานขาย	47	11.75
- ตัวเอง	115	28.75
สถานที่		
- ตลาดนัด	24	6.00
- ที่ทำงาน	59	14.75
- ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ/บาร์	82	20.50
- ร้านสะดวกซื้อ 7-11	194	48.50
- ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้า	41	10.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ส่วนใหญ่มีรูปแบบการชำระมูลค่าครั้งละ 101-500 บาท โดยใช้ทางการชำระค่าสินค้า/บริการผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet รูปแบบบริการซื้อ ได้แก่ ซื้อประกัน สมัคร Netflix ซื้อของบน Google Play Store มากที่สุด โดยใช้บริการเติมเงิน และชำระมูลค่าที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในช่วงเวลาระหว่าง 06:01-12:00 น. โดยมีเป้าหมายการชำระมูลค่าสินค้าเป็นหลัก และตัดสินใจในการใช้บริการด้วยตัวเอง

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ) กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระมูลค่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet

พฤติกรรมของผู้บริโภค	เพศ			อายุ			อาชีพ		
	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value
จำนวนเงินที่ฝากเข้าในแอปพลิเคชัน ต่อครั้ง	3.882	3	.275	84.696	15	.000	80.418	12	.000
รูปแบบการให้บริการ	9.883	2	.007**	36.418	10	.000	11.278	8	.186
ช่องทางในการการฝากเงิน	30.766	6	.000**	73.057	30	.000	76.729	24	.000**
ช่วงเวลาในการใช้บริการ	5.778	3	.123	26.794	15	.030	31.452	12	.002**

พฤติกรรมของผู้บริโภค	เพศ			อายุ			อาชีพ		
	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value
เป้าหมายในการใช้งานแอปพลิเคชัน	4.138	3	.247	56.883	15	.000	76.689	12	.000**
บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ	9.919	5	.078	93.373	25	.000	116.644	20	.000**
สถานที่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน	1.643	4	.801	72.666	20	.000	79.743	16	.000**

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet พบว่า ตัวแปรเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ด้านรูปแบบการให้บริการ และช่องทางในการฝากเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านจำนวนเงินที่ฝากเข้าในแอปพลิเคชันต่อครั้ง ช่วงเวลาในการใช้บริการ เป้าหมายในการใช้งานแอปพลิเคชัน บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ และสถานที่ในการใช้บริการแอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมถึงตัวแปรอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านรูปแบบการให้บริการ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน) กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระมูลค่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet

พฤติกรรมของผู้บริโภค	ระดับการศึกษา			รายได้ต่อเดือน		
	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value
จำนวนเงินที่ฝากเข้าในแอปพลิเคชันต่อครั้ง	80.071	12	.000**	94.601	15	.000**
รูปแบบการให้บริการ	12.473	8	.131	15.537	10	.114
ช่องทางในการฝากเงิน	62.678	24	.000**	78.486	30	.000**
ช่วงเวลาในการใช้บริการ	84.048	12	.000**	34.627	15	.003**
เป้าหมายในการใช้งานแอปพลิเคชัน	47.549	12	.000**	88.219	15	.000**
บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ	61.618	20	.000**	103.848	25	.000**
สถานที่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน	71.942	16	.000**	61.298	20	.000**

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet พบว่า ตัวแปรระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคในการชำระมูลค่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านรูปแบบการใช้บริการ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุระหว่าง 16-24 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ส่วนใหญ่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ส่วนใหญ่ชำระมูลค่าครั้งละ 101-500 บาท โดยใช้ทางการชำระค่าสินค้า/บริการผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet รูปแบบบริการซื้อ ได้แก่ ซื้อประกัน สมัคร Netflix ซื้อของบน Google Play Store มากที่สุด โดยใช้บริการเติมเงิน และชำระมูลค่าที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในช่วงเวลา ระหว่าง 06:01-12:00 น. โดยมีเป้าหมายการชำระมูลค่าสินค้าเป็นหลัก และตัดสินใจในการใช้บริการด้วยตัวเอง

สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet

ตัวแปรเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นรูปแบบการใช้บริการ และช่องทางในการการฝากเงิน ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมถึงตัวแปรอาชีพระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านรูปแบบการใช้บริการ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 16-24 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ส่วนใหญ่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ วรวัลย์ วิวรรณนิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม ในปี 2565 ก็ได้ผลการวิจัยในแนวทางเดียวกัน คือ ส่วนใหญ่เป็น อายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน (วรวัลย์ วิวรรณนิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ 2565) รวมถึง ชิชณพงษ์ สุกก่า ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในปี 2560 ก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท (ชิชณพงษ์ สุกก่า, 2560) แสดงถึงว่าการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุน้อย และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทำให้มีความรู้ความเข้าใจ และพื้นฐานความรู้ที่สามารถสอดคล้องกับพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี แต่เนื่องจากอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา จึงมีรายได้ไม่สูงมากนัก

พฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ส่วนใหญ่การชำระมูลค่าครั้งละ 101-500 บาท โดยใช้ทางการชำระมูลค่า/บริการผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet รูปแบบบริการซื้อ ได้แก่ ซื้อประกัน สมัคร Netflix ซื้อของบน Google Play Store มากที่สุด โดยใช้บริการเติมเงิน และชำระมูลค่าที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ในช่วงเวลาระหว่าง 06:01-12:00 น. โดยมีเป้าหมายการชำระมูลค่าสินค้าเป็นหลัก และตัดสินใจในการใช้บริการด้วยตัวเอง สอดคล้องกับ กนกวรรณ หงษ์เอี่ยม (กนกวรรณ หงษ์เอี่ยม, 2563) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมซื้อสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง ในปี 2563 พบว่า มักจะซื้อมูลค่าครั้งละ 100-500 บาท โดยเป็นการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองเช่นกัน เนื่องจากขณะที่ใช้บริการมักจะต้องใช้เครื่องมือสื่อสารของตนเองเพียงลำพัง จึงต้องทำการตัดสินใจด้วยตนเอง แต่พบความแตกต่างในเรื่องเวลา โดยพบว่าไม่มีเวลาในการเข้าใช้บริการที่แน่นอน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet พบว่า ตัวแปรเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ประเภทของรูปแบบการให้บริการ และช่องทางในการฝากเงิน ตัวแปรอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน รวมถึงตัวแปรอาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน True Money Wallet ทุกด้าน ยกเว้นด้านรูปแบบการให้บริการ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับวรรณพร หวลมานพ ซึ่งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า อาชีพ และรายได้สัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส (วรรณพร หวลมานพ, 2558)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการให้สอดคล้องกับผู้บริโภคที่มีอายุน้อยหรืออยู่ในช่วงวัยรุ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการยอมรับเทคโนโลยีได้รวดเร็วกว่ากลุ่มคนช่วงอายุอื่น และเป็นกลุ่มที่แนวโน้มจะใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
2. ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันชำระมูลค่า ควรปรับปรุงรูปแบบการใช้งานให้สอดคล้องกับอาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการใช้บริการให้สูงขึ้น
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูล พฤติกรรมของผู้บริโภค ไปกำหนดแนวทางการปรับปรุง พัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป นักวิจัย และนักวิชาการควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในด้านอิทธิพลของทัศนคติต่อการชำระมูลค่าสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการผู้บริโภคในยุคดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. นักวิจัย และนักวิชาการควรศึกษาวิจัยถึงแอปพลิเคชันอื่น ที่ให้บริการชำระมูลค่าเช่นเช่นเดียวกัน เพื่อเปรียบเทียบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ อันนำไปสู่การสร้างรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับบริบทของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ หงส์เอี่ยม (2563). พฤติกรรมซื้อสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- กรุงไทย เวลท์ แครี. (2561). กระเป๋าเงินของคนยุค 4.0. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://aisdc.ais.co.th/blog/trend/e-wallet.html>.
- ชิษณุพงศ์ สุกก่า. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐรุจา พงศ์สุพัฒน์ (2561). การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทัชชกร สัมมะสุตและ งามสิริ วิฑูรย์พันธุ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ True Money Wallet ในเขตเมืองพัทยา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12(2), 296-308.

- วรรณพร หวลมานพ (2558). *พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์ กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรลักษณ์ เจริญผล นีรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง นิยม กำลังดี และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2564). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ. ก. ส. A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. Journal of Kanchanaburi Rajbhat University, 10(1), 58-72.*
- วรวัลย์ วิวรรณนิธิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์. (2565). *ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม. วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 3(1), 11-25.*
- วิชาดา ไม้เงินงาม. (2562). *พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์ (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมชาย เล็กเจริญ และธิดา เจริญผล. (2565). *ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินบนแอปพลิเคชันทรูมันนี่ วอลเล็ตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 5(3).*
- สุทิพย์ ประทุม และสร้อยณี อุเสินยาง. (2565). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในยุควิถีชีวิตใหม่. วารสารลวะศรี, 6(1), 1-18.*
- อริสรา วรวัฒน์อมรชัย. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- อัศรียา รณศิริ พุฒิธร จิรายุส และอรชร อิงคานูวัฒน์. (2564). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ (6Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของผู้บริโภคบนช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ในกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 5(2), 99-110.*
- Cochran, W.G. (1963). *Sampling Technique*. 2nd Edition, John Wiley and Sons Inc., New York.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong. S. M. (2018). *Marketing Management, An Asian Perspective (7th ed.)*. Harlow, United Kingdom : Pearson Education limited.
- Salam, A. F., Iyer, L., Palvia, P., & Singh, R. (2005). Trust in e-commerce. *Communications of the ACM, 48(2), 72-77.*

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery

The Consumer Behavior in Buying Decision of Products Through The Convenience Store
7Delivery Application

สมเกียรติ ธนอมวงศ์ศรี¹ ตะวัน วิสุทธิกุลชัย¹ และ พัชร พิธิ๊ก¹

Somkiaet Thanomwongsi¹ Tawan Wisuttikulchai¹ and Patchara Piluk¹

¹หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมการค้า วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล Somkiaet.tha@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 7Delivery โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวกรวมทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของตัวแปร ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น นักเรียนนักศึกษา เพศหญิง อายุเฉลี่ยระหว่าง 16-24 ปี รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน โดยผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องครัว โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อการบริโภคด้วยตนเองภายในครอบครัว โดยตัดสินใจด้วยตนเองเป็นหลัก ใช้ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขายโดยผ่านทางแอปพลิเคชัน 7 Delivery รวมถึงมีความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีมูลค่าในการซื้อต่อครั้งไม่เกิน 150 บาท ส่วนใหญ่มักจะสั่งซื้อในช่วงเวลาระหว่าง 07.00-09.00 น. โดยเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7-Delivery ทุกด้าน ส่วนอายุ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7-Delivery ทุกด้านยกเว้นช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขาย

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อ แอปพลิเคชัน 7Delivery

ABSTRACT

The purpose of the research was to examine, using the 7Delivery application, the relationship between customer demographic characteristics and consumer purchasing decision behavior. The sample of 400 customers who bought things using the True Money Wallet app was gathered using a convenience sampling technique and a questionnaire. The data were statistically analyzed using frequency distributions, percentages, arithmetic means, standard deviations, and chi-squares.

The findings revealed that the majority of the sample consisted of female students between the ages of 16 and 24, with an average monthly salary of under 10,000 baht. Products for the kitchen were the most often bought things, with the idea being that the family would use them for self-consumption. The female students used the 7Delivery application's channels to communicate with sellers and obtain information for self-determination. They made purchases 1-2 times per week between the hours of 7:00 and 9:00, seldom spending more than 150 baht each time. Gender, occupation, and educational level all connected with all facets of purchase decision-making behavior using the 7Delivery program. Age and monthly income are connected with the behavior of purchasing decisions made through the 7Delivery application in all phases, with the exception of information gathering and contacting merchants.

Keywords: Consumer Behavior, Buying Decisions, 7Delivery Application

บทนำ

ปัจจุบัน (2566) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การค้าขายบนอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญของทั้งผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2562) ส่งผลให้ผู้ใช้งานที่อยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลกสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างไร้ขีดจำกัด จนกลายเป็นโลกไร้พรมแดนเมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้นและมีผลทำให้ตลาดในการซื้อขายสินค้าเปลี่ยนแปลง โดยใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตเพิ่ม จึงเป็นส่วนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนไปส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น

เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากทัศนคติซึ่งเกิดจากประสบการณ์โดยตรงและทัศนคติที่เกิดจากครอบครัวและคนรอบข้างตลอดจนความไว้วางใจ (Schiffman and Kanuk, 2010) โดยความไว้วางใจในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางดิจิทัลนั้น จะเกิดจากความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า โดยเริ่มต้นจากประสบการณ์ที่เป็นส่วนบุคคลต่อการใช้เว็บไซต์ที่จะสร้างการรับรู้ต่อผู้ใช้บริการ โดยผู้ซื้อจะพัฒนาประสบการณ์ที่ได้รับเป็นความเชื่อของตนที่มีต่อเว็บไซต์ในเรื่องต่างๆขึ้นมา ซึ่งความเชื่อเชิงบวกจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีในการใช้บริการ ก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการตลอดจนในที่สุดในกลายเป็นความตั้งใจซื้อ (Salam, Iyer, Palvia and Singh, 2005)

สอดคล้องกับวิกฤตการณ์จากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทำให้หลายภาคส่วนรณรงค์ อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ เช่น การทำงานที่บ้านทดแทนภาวะปกติ เพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อในสถานที่ที่มีประชาชนใช้บริการจำนวนมากไม่ให้ขยายวงกว้าง (We are CP, 2563) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้คนนิยมที่จะทำงานที่บ้านและไม่กล้าที่จะออกมาซื้อสินค้าและนิยมซื้อสินค้าทางออนไลน์ โดยมีหลายธุรกิจที่ประสบปัญหาจากเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ประสบปัญหาอย่างหนัก เนื่องจากการลดการออกมาซื้อสินค้าของผู้บริโภคส่งผลให้ยอดขายสินค้าลดน้อยลง ส่งผลให้มีการริเริ่มใช้บริการแอปพลิเคชัน 7Delivery ที่จะจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อที่ลูกค้าได้ทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery

สินค้าในแอปพลิเคชัน 7Delivery และสินค้าในร้านเป็นสินค้าชนิดเดียวกันโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงสินค้า ซึ่งมีการอำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้าในด้านการจัดส่งถึงที่บ้านแล้วสามารถเลือกชำระได้ไม่ว่าจะชำระเป็นเงินสดหรือจะชำระผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet เพื่อลดการสัมผัสสิ่งของร่วมกัน เช่น ธนบัตรเงินสด และได้เกิดโปรโมชั่นต่าง ๆ จากการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน 7Delivery ไม่ว่าจะเป็นโปรโมชั่นรายเดือนที่ทางร้านสะดวกซื้อ 7-11 จัดขึ้นทุกเดือนเพื่อลดราคาสินค้าหรือโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 โดยระยะทางในการจัดส่งสินค้านั้น ได้กำหนดอยู่ที่รัศมี 1 กิโลเมตรโดยวัดจากที่ตั้งร้านเป็นจุดศูนย์กลาง ซึ่งโปรโมชั่นที่จัดขึ้น คือเมื่อซื้อสินค้าครบ 300 บาท จะมีโค้ดส่วนลด 30-40 บาทต่อการสั่ง 1 ครั้ง และมีการสะสมจำนวนครั้งที่สั่งซื้อผ่าน 7-Delivery จะมีเป็นคูปองส่วนลดเก็บไว้ใช้ในการสั่งครั้งต่อไปได้ การสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งลูกค้าสามารถเข้ารับบริการด้วยตัวเองได้ตลอดเวลาและยังสามารถฝากเป็นข้อความถึงร้านปลายทางได้ ซึ่งข้อมูล

ทั้งหมดของลูกค้าจะเก็บความเป็นความลับทางพนักงานหรือ 7-Eleven ไม่สามารถเผยแพร่ได้ แต่ในแอปจะมีข้อจำกัด คือ การจัดส่งสินค้าประเภทที่มีแอลกอฮอล์และบุหรี

พระปิ่น 7 เป็นหมู่บ้านในโครงการมีทั้งคนไทยและต่างชาติอาศัยอยู่ร่วมกันโดยชุมชนนี้ถูกล้อมรอบไปด้วยตลาดไทและตลาดสดไทรบุรี จึงเป็นบริเวณที่มีความหนาแน่นประชากรค่อนข้างสูงรวมถึงมีความต้องการ และพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าหรือบริการที่หลากหลาย โดยในบริบทของร้านสะดวกซื้อซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภค มีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญแรก ๆ ที่ต้องทำการศึกษา ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคในบริบททางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา โดย Kotler, Keller, Ang, Tan, and Leong (2018) กล่าวว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสำคัญต่อการตลาดเนื่องจากเกี่ยวข้องกับความต้องการตัวผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย ซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ร่วมกับพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่กระตุ้นต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้า ไม่ว่าจะเป็นประเภทของสินค้าที่ซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขายเพื่อใช้บริการ ความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง และช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้า

ดังนั้นจากความสำคัญและเหตุผลที่กล่าวในข้างต้น การศึกษานี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาและวางแผนการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven สาขาพระปิ่น 7 อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

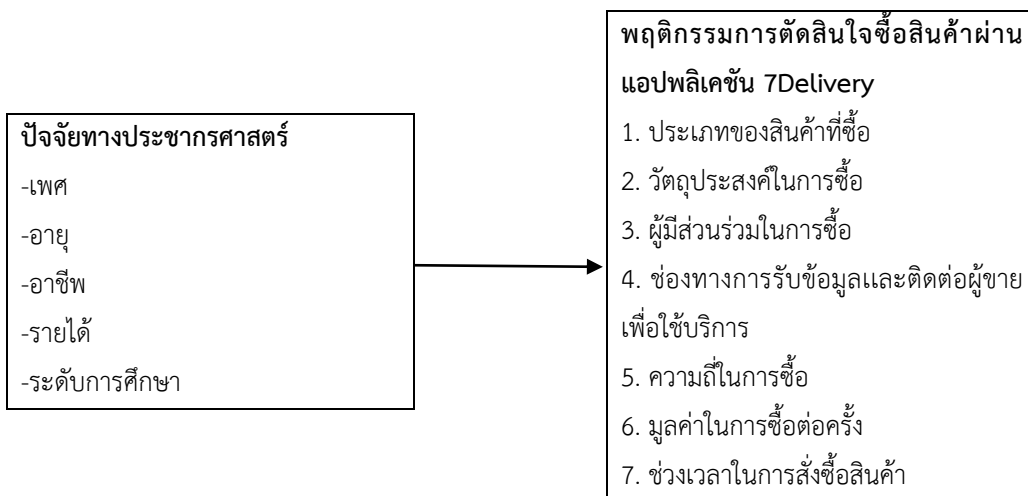
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 7Delivery สาขาพระปิ่น 7
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery สาขาพระปิ่น 7

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2550; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภร เสรีรัตน์, 2560; อัคริยา รณศิริ และคณะ, 2564, วรวิญญูช วิวรรณนินิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2565; จุติมา พ่วงขวัญ ยุทธนาท บุญยะชัย, 2565; Kotler and others, 2018) และพฤติกรรมผู้บริโภค (วรวิญญูช วิวรรณนินิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์, 2565) นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery กับทางร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven สาขาพระปิ่น 7 อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1963) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้เพื่อความไม่สมบูรณ์ และการสุ่มหายของข้อมูลจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มเติมอีก 15 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 คน ใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสอบถามในตัวแปรต้น ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ต่อเดือน เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประเภทของสินค้าที่ซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขายเพื่อใช้บริการ ความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง และช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้า เป็นแบบเลือกตอบจำนวน 7 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ใช้ข้อมูลที่จำแนกตามแหล่งที่มา 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธีคือ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และทางช่องทางออนไลน์

1. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยพื้นที่ในการเก็บข้อมูล คือ ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven สาขาพระปิ่น 7 อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

2. เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมผู้บริโภคและลดข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ และระยะเวลา ด้วยโปรแกรม Google form ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ 2 ประเภท คือ LINE และ Facebook โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ดำเนินการยื่นเรื่องกับทางหลักสูตรการจัดการนวัตกรรมการค้าเพื่อออกจดหมายขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

2) นำใบขออนุญาตที่ผ่านการลงนาม ไปยื่นให้แก่ผู้ให้ข้อมูลเพื่อขอเก็บข้อมูลการวิจัย

3) ขอความร่วมมือผู้ให้ข้อมูลในการให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

4) รวบรวมข้อมูลทั้งดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และรวบรวมข้อมูลด้วยช่องทางออนไลน์

5) ประเมินความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้กลับมาว่ามีความสมบูรณ์และจำนวนครบตามที่ได้ออกแบบไว้หรือไม่

6) ลงลำดับและรหัสของผู้ให้ข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เอกสารและบทความทางวิชาการ หนังสือ วารสาร นิตยสาร วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่น ๆ เกี่ยวกับผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของตัวแปร ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไคสแควร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	140	35.00
2. หญิง	260	65.00
อายุ		
1. ไม่เกิน 15 ปี	29	7.25
2. 16-24 ปี	254	63.50
3. 25-34 ปี	77	19.25
4. 35-44 ปี	30	7.50
5. 45-54 ปี	10	2.50
6. 55 ปีขึ้นไป	0	0.00
อาชีพ		
1. นักเรียน / นักศึกษา	235	58.75
2. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	62	15.50
3. พนักงานบริษัทเอกชน	57	14.25
4. ช่างของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	39	9.75
5. อื่น ๆ	7	1.75
ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
การศึกษา		
1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	43	10.75
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	57	14.25
3. อนุปริญญา / ปวส.	71	17.75
4. ปริญญาตรี	227	56.75
5. สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.50
รายได้ต่อเดือน		
1. ไม่เกิน 10,000 บาท	206	51.50
2. 10,001-15,000 บาท	76	19.00
3. 15,001-20,000 บาท	75	18.75
4. 20,001-25,000 บาท	34	8.50
5. 25,001-30,000 บาท	8	2.00
6. 30,000 บาทขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 มีอายุระหว่าง 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 โดยมีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 7Delivery สาขา พระปิ่น 7 ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมผู้บริโภค	ความถี่	ร้อยละ
ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด		
1. ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องครัว	178	44.50
2. ผลิตภัณฑ์กลุ่มทำความสะอาด	35	8.75
3. ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง	45	11.25
4. ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารและน้ำ	134	33.50
5. ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	8	2.00
วัตถุประสงค์ในการซื้อ		
1. ซื้อเพื่อการบริโภคด้วยตนเองภายในครอบครัว	292	73.00
2. ซื้อเพื่อต้องการใช้คุ้มครองส่วนลดที่มีเวลาจำกัด	58	14.50
3. ซื้อเพื่อนำไปเป็นของขวัญ	33	8.25
4. ซื้อเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเชิงพาณิชย์	11	2.75
5. อื่น ๆ	6	1.50
ผู้มีส่วนสนับสนุนในการสั่งซื้อ		
1. ตัวเอง	248	62.00
2. ครอบครัว	98	24.50
3. เพื่อน	51	12.75
4. อื่น ๆ	3	8.00
ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขายเพื่อใช้บริการ		
1. ผ่านทางแอปพลิเคชัน 7-Delivery	292	73.00
2. ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์	38	9.50
3. ผ่านทางพนักงานหน้าร้าน	63	15.75
4. อื่น ๆ	7	1.75
ความถี่ในการซื้อ		
1. 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	198	49.50
2. 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	110	27.50
3. 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	79	19.75

พฤติกรรมการบริโภค	ความถี่	ร้อยละ
4. 7 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป	13	3.25
มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง		
1. ไม่เกิน 150 บาท	189	47.25
2. 151-200 บาท	88	22.00
3. 201-250 บาท	59	14.75
4. 251-300 บาท	42	10.50
5. 301 บาทขึ้นไป	22	5.50
ระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้า		
1. 07.00-09.00 น.	152	38.00
2. 10.00-12.00 น.	63	15.75
3. 13.00-15.00 น.	75	18.75
4. 16.00-18.00 น.	64	16.00
5. 19.00-22.00 น.	46	11.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 7Delivery สาขาพระปิ่น 7 ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องครัว จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อการบริโภคด้วยตนเองภายในครอบครัว จำนวน 292 คนคิดเป็นร้อยละ 73.00 ผู้มีส่วนสนับสนุนในการสั่งซื้อคือตัวเอง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขายเพื่อใช้บริการ ผ่านทางแอปพลิเคชัน 7Delivery จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 ความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง ไม่เกิน 150 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.25 ระยะเวลาในการสั่งซื้อ 07.00-09.00 น. 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ อาชีพ) กับ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery

พฤติกรรมของผู้บริโภค	เพศ			อายุ			อาชีพ		
	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value
ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	80.854	16	.000	64.517	4	.000	99.319	16	.000
วัตถุประสงค์ในการซื้อ	72.787	16	.000	21.444	4	.000	90.791	16	.000
ผู้มีส่วนสนับสนุนในการซื้อ	42.756	12	.000	35.213	3	.000	96.457	12	.000
ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขาย	33.920	12	.001	3.058	3	.383	69.015	12	.000
ความถี่ในการซื้อ	43.875	12	.000	61.393	3	.000	93.909	12	.000
มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง	62.836	16	.000	46.660	4	.000	148.867	16	.000
ระยะเวลาในการสั่งซื้อต่อครั้ง	86.338	16	.000	67.670	4	.000	142.543	16	.000

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery พบว่า ตัวแปรเพศและตัวแปรอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนตัวแปรอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีส่วนสนับสนุนในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง และระยะเวลาในการสั่งซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนช่องทางการรับรู้ข้อมูลและติดต่อผู้ขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน) กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery

พฤติกรรมของผู้บริโภค	ระดับการศึกษา			รายได้ต่อเดือน		
	χ^2	df	p-value	χ^2	df	p-value
ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	80.854	16	.000	101.022	20	.000
วัตถุประสงค์ในการซื้อ	72.787	16	.000	53.521	20	.000
ผู้มีส่วนสนับสนุนในการซื้อ	42.756	12	.000	102.417	15	.000
ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขาย	33.920	12	.001	19.644	15	.186
ความถี่ในการซื้อ	43.875	12	.000	115.640	15	.000
มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง	62.836	16	.000	168.767	20	.000
ระยะเวลาในการสั่งซื้อต่อครั้ง	86.338	16	.000	119.602	20	.000

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery พบว่า ตัวแปรระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนตัวแปรรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีส่วนสนับสนุนในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง และระยะเวลาในการสั่งซื้อต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนช่องทางการรับรู้ข้อมูลและติดต่อผู้ขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุเฉลี่ยระหว่าง 16-24 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องครัว โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อการบริโภคด้วยตนเองภายในครอบครัว โดยตัดสินใจด้วยตนเองเป็นหลัก ใช้ช่องทางการรับ

ข้อมูลและติดต่อผู้ขายโดย ผ่านทางแอปพลิเคชัน 7 Delivery รวมถึงมีความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีมูลค่าในการซื้อต่อครั้ง ไม่เกิน 150 บาท ส่วนใหญ่มักจะสั่งซื้อในช่วงเวลาระหว่าง 07.00-09.00 น.

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการ 7-Delivery สาขาพระปิ่น 7 พบว่า เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7-Delivery ทุกด้าน ส่วนอายุ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7-Delivery ทุกด้านยกเว้นช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขาย

อภิปรายผลการวิจัย

คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุเฉลี่ยระหว่าง 16-24 ปี อาชีพนักเรียน / นักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับ วรวัสส์ วิวรรณนินิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ ที่ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนครปฐม ในปี 2565 ก็ได้ผลการวิจัยในแนวทางเดียวกัน คือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน (วรวัสส์ วิวรรณนินิ และชิตพงษ์ อัยสานนท์ 2565) รวมถึง ชิษณุพงษ์ สุกก่า ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในปี 2560 ก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุระหว่าง 20-25 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท (ชิษณุพงษ์ สุกก่า, 2560) แสดงถึงบริบทของการวิจัยที่ใกล้เคียงกันของงานวิจัยดังกล่าว โดยคาดว่าการศึกษาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุน้อย และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทำให้มีความรู้ความเข้าใจ และพื้นฐานความรู้ที่สามารถสอดคล้องกับพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี แต่เนื่องจากอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา จึงมีรายได้ไม่สูงมากนัก

แต่ผลการวิจัยดังกล่าว ขัดแย้งกับการศึกษาของธนาธิป สอดส่อง ในปี 2564 ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน ซ้อปปีของ พนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาพลับพลาไชย กรุงเทพมหานคร กลับพบว่าถึงแม้ส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุของผู้บริโภคระหว่าง 21-30 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ก็ตาม แต่มีรายได้ต่อเดือนสูงถึง 20,001-30,000 บาท (ธนาธิป สอดส่อง, 2564) เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวศึกษากลุ่มคนที่ประกอบอาชีพพนักงานธนาคาร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้พื้นฐานค่อนข้างสูง จึงส่งผลให้ผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกัน

พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องครัว โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อการบริโภคด้วยตนเองภายในครอบครัว โดยตัดสินใจด้วยตนเองเป็นหลัก ใช้ช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขายโดยผ่านทางแอปพลิเคชัน 7 Delivery รวมถึงมีความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีมูลค่าในการซื้อต่อครั้ง ไม่เกิน 150 บาท ส่วนใหญ่มักจะสั่งซื้อในช่วงเวลาระหว่าง 07.00-09.00 น. สอดคล้องกับ กนกวรรณ หงษ์เอี่ยม (กนกวรรณ หงษ์เอี่ยม, 2563) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวก

ซื้อ ในอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง ในปี 2563 พบว่า มักจะซื้อมูลค่าครั้งละ 100-500 บาท โดยเป็นการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง แต่พบความแตกต่างในประเภทของสินค้าที่ซื้อโดยนิยมซื้อสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม โดยไม่มีเวลาในการเข้าใช้บริการที่แน่นอน ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่าจะบริหารวิจัยที่เป็นทำเลที่ตั้งในต่างจังหวัด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง ไม่ได้มีความรู้พื้นฐานในการใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน จึงต้องเดินทางเข้าไปซื้อด้วยตนเอง ส่งผลให้มักจะได้รับข้อมูลจากคนที่รู้จักหรือเพื่อนเป็นหลัก

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการ 7Delivery สาขาพระปิ่น 7 พบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ทุกด้าน ส่วนเพศ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ทุกด้าน ยกเว้นช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขาย สิ่งที่น่าสนใจ คือ เพศ และรายได้ ถึงแม้จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ในเกือบทุกด้าน แต่กลับไม่มีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขาย เนื่องจากในบริบทของการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางได้ถูกกำหนดจากบริบทของงานวิจัยว่าต้องผ่านทางแอปพลิเคชัน ทำให้การติดต่อผู้ขายจะดำเนินการผ่านระบบอัตโนมัติ โดยไม่คำนึงถึงเพศ รวมถึงความแตกต่างจากรายได้เนื่องจากปริมาณในการซื้อต่อครั้งไม่ได้มีมูลค่าสูง จึงไม่มีนัยสำคัญที่จะเห็นความแตกต่างอันได้รับผลกระทบจากรายได้ของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อควรปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบของสินค้าโดยเพิ่มสินค้าที่ผลิตเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันของเพศหญิงมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการซื้อซ้ำ ราคาในระดับสูง และการแนะนำ บอกต่อโดยให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

2. ผู้ให้บริการในร้านสะดวกซื้อควรกำหนดแนวทางการวางแผนปรับกลยุทธ์ในการนำเสนอ โปรโมชันทางการค้าของร้าน โดยใช้การเชื่อมโยงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ และระดับการศึกษา เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป นักวิจัย และนักวิชาการควรทำการศึกษาวิจัยในด้านการพัฒนากลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการรับข้อมูลและติดต่อผู้ขาย เพื่อพัฒนารูปแบบการติดต่อสื่อสารจากร้านสะดวกซื้อไปยังผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. นักวิจัย และนักวิชาการควรศึกษาวิจัยถึงร้านสะดวกซื้อประเภทอื่น ที่ให้บริการ เดลิเวอรี่เช่นเดียวกัน เพื่อเปรียบเทียบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ อันนำไปสู่การสร้างรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับบริบทของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ หงส์เอี่ยม (2563). พฤติกรรมซื้อสินค้าที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ ใน อำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศิษณุพงศ์ สุกก่า. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐิติมา พ่วงขวัญ. (2565). การซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคผ่านเฟซบุ๊ก โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ในจังหวัดนนทบุรี: วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, 15(2), 225-237.
- ธนาธิป สอดส่อง (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน ข้อปฏิบัติของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาพลับพลาไชย กรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการจัดการ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรลักษณ์ เจริญผล นีรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง นิยม กำลั้งดี และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2564). ทศนคติและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ธ. ก. ส. A-Mobile ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. *Journal of Kanchanaburi Rajbhat University*, 10(1), 58-72.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์ (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ซีระฟิล์ม และไซ เท็ก จำกัด.
- อัศรียา รณศิริ พุฒิธร จิรายุส และอรชร อิงคานูวัฒน์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ (6Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของผู้บริโภคบนช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 5(2), 99-110.
- Cochran, W.G. (1963). *Sampling Technique*. 2nd Edition, John Wiley and Sons Inc., New York.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong. S. M. (2018). *Marketing Management, An Asian Perspective (7th ed.)*. Harlow, United Kingdom : Pearson Education limited.
- Salam, A. F., Iyer, L., Palvia, P., & Singh, R. (2005). Trust in e-commerce. *Communications of the ACM*, 48(2), 72-77.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior, Global Tenth Edition*. United State of America: Pearson Education, Inc.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อ
เซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี

A study of factors influencing decision-making to purchase products via online
channels of 7-eleven convenience stores in pathum thani

ปิยพงษ์ แซ่ลี¹ ศุภชัย อัสวัชรเจริญโชติกุล¹ และ ลลิตา แก้วฉาย¹

Piyaphong Sealee¹ Supachai Asawacharoenchotikul¹ and Lalida Kaewshai¹

¹สังกัด หลักสูตรธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี อีเมล Piyaphong.sea@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการยอมรับความเสี่ยงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ทางผู้บริโภครู้จักใช้บริการช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 401 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 15-23 ปีนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมประยุกต์ (Application) 7-Delivery เป็นช่องทางซื้อของออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีความถี่ในการซื้อ 1-5 ครั้งต่อเดือน และซื้อในระดับราคาน้อยกว่า 500 บาท ต่อครั้ง

ผลการทดสอบอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี พบว่าส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับจากมากไปน้อยส่งผลอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีโดยสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 64.60 และปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยงทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านการรับรู้ความไว้วางใจด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน ตามลำดับ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของ เซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีโดยสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ได้ร้อยละ 69.80

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับความเสี่ยงการซื้อสินค้าออนไลน์

ABSTRACT

In this study, perceived risk and the marketing mix (4Ps) were examined as factors influencing consumers' decisions to make purchases at a 7-Eleven convenience store in Pathumthani using internet channels. Online questionnaires were used as a data collection technique and disseminated to 401 respondents in the Pathumthani Province. The frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis were the statistical techniques used to evaluate the data.

The study's findings showed that the majority of the sample groups were made up of males between the ages of 15 and 23, students or students, with an annual salary between 10,000 and 20,000 baht. The most common online application was 7-Delivery, with purchasing habits of 1–5 times per month and payment amounts of less than 500 baht.

The findings of the influence of the marketing mix and perceived risk on consumers' decisions to purchase goods through 7-11's online channels in Pathumthani were strong at a significant level of 0.05. Price, product, place, and promotion—the four components of the marketing mix—influence consumers' decisions to buy things online and can be used to account for 64.60 percent of those decisions. Additionally, perceived risk, which includes financial risk, security risk, and trust, influences consumers' decisions to buy goods online and can account for 69.80 of those decisions.

Keywords: Shopping Behavior, Marketing Mix (4Ps), Perceived Risk of Online Purchasing

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันทำให้รูปแบบการขายและกลยุทธ์การตลาดในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มีอัตราสูงขึ้นทั่วโลกนั้นดึงดูดความสนใจของนักลงทุนบริษัทและผู้บริโภคมากขึ้นเช่นกันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามาเปลี่ยนเศรษฐกิจและวิถีการทางธุรกิจสิ่งนี้ผลักดันให้บริษัทต่างๆ ต้องหาหนทางใหม่ในการขยายตลาด โดยการปรับสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด รวมไปถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอย่างที่ Rust and Kannan (2002) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จของบริษัทนั้นขึ้นอยู่กับความคุ้มครองอินเทอร์เน็ตให้กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดการบริการที่ดีขึ้นสามารถส่งเสริมและเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคได้ ดังนั้นบริษัทต้องตระหนักถึงมุมมองของลูกค้าและสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

ผลสำรวจของ ETDA ยังพบว่า อัตราการเติบโตของมูลค่าอีคอมเมิร์ซปี2560 เมื่อเทียบกับปี2559 พบว่ามูลค่าอีคอมเมิร์ซของไทยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีมูลค่ารวมประมาณ 2,812,592.03 ล้านบาทในปี2560 เติบโตเพิ่มขึ้น 9.86% ซึ่งมูลค่าขายนั้นส่วนใหญ่ยังเป็น

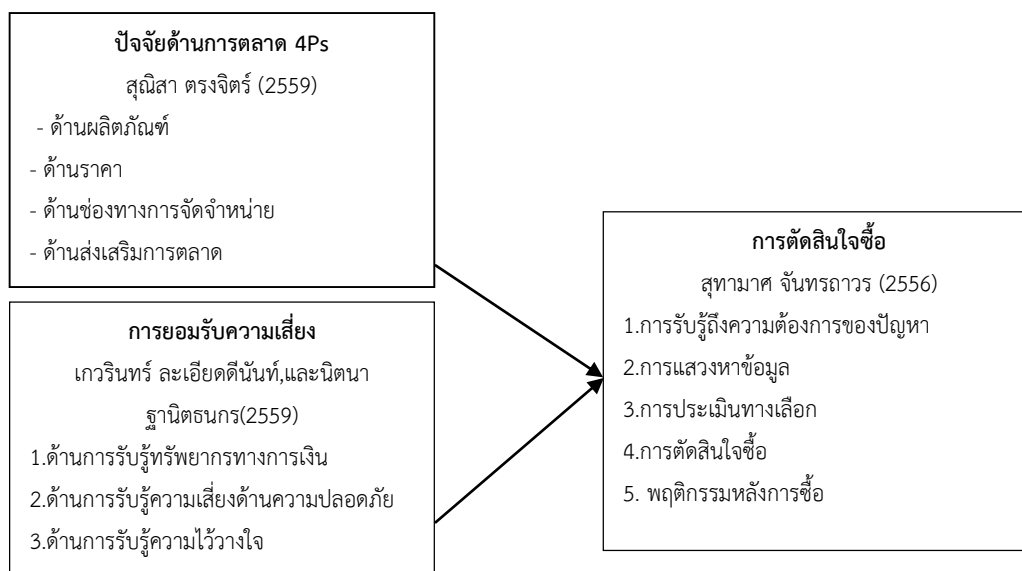
มูลค่าอีคอมเมิร์ซประเภท B2B จำนวนทั้งสิ้น 1,675,182.23 ล้านบาท (59.56%) เพิ่มขึ้น 8.63% ส่วนมูลค่าอีคอมเมิร์ซประเภท B2C ของปี 2560 จำนวน 812,612.68 ล้านบาท (28.89%) เพิ่มขึ้น 15.54% และมูลค่าอีคอมเมิร์ซประเภท B2G จำนวน 324,797.12 ล้านบาท (11.55%) เพิ่มขึ้น 3.24%

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของเมืองไทยในปีพ.ศ. 2559 ได้พัฒนาขึ้นอย่างมากสืบเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น รวมไปถึงการเข้าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจมากขึ้น ส่งผลให้ระบบชำระเงินออนไลน์ของไทยพัฒนาความสามารถมากขึ้น สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคที่สื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรจับจ่ายสินค้าและบริการ โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือก็กลายเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการซื้อสินค้าของลูกค้า เช่น การเริ่มตั้งแต่การหาข้อมูลของสินค้าและร้านค้าก่อนซื้อ เปรียบเทียบราคา อ่านรีวิวของลูกค้าคนอื่น แม้กระทั่งถ่ายรูปสินค้าขึ้นสื่อออนไลน์เพื่อขอความเห็นจากญาติหรือเพื่อนสนิท ศิระ อินทรกำธรชัย (2559) เนื่องจากปัจจุบันมีธุรกิจออนไลน์อยู่เป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ระหว่างผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ระหว่างผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิด



แนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจ (The Act of Making Decision)

ก่อนผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจะมีขั้นตอนที่เกิดขึ้น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักในความต้องการของผู้บริโภค (Need Recognition). อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 74) อธิบายว่านี่คือขั้นแรกของกระบวนการตัดสินใจ คือ การรับรู้ถึงความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการและสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งสามารถกระตุ้นทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ และการรับรู้นี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคมีปัญหาใน 2 ลักษณะ คือ

1.1 มีปัญหากับสินค้าที่เคยใช้อยู่ซึ่งผู้บริโภคไม่พอใจในสินค้านั้นอีกต่อไป

1.2 มีความต้องการสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นอยู่โดยสินค้าใหม่เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจตามมา

2. การหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ (Pre-Purchase Search) ผู้บริโภคจะเริ่มหาข้อมูลเมื่อตระหนักถึงความจำเป็นนี้ (ผู้บริโภคจะหาข้อมูลจากที่ต่างๆ เช่น ประสบการณ์ และความจำเป็นเกี่ยวกับสินค้าที่เคยรับรู้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้คือข้อมูลภายใน ถ้ามีข้อมูลภายในมากข้อมูลภายนอกจะส่งผลน้อยลง แต่ถ้าผู้บริโภคไม่เคยรู้จักสินค้านั้นมาก่อนเลย การหาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวความสัมพันธ์กับสินค้านั้นๆ ระดับความเสี่ยงจะมีผลต่อขั้นตอน คือ ถ้ามีความเสี่ยงสูง ผู้บริโภคจะหาข้อมูล ประเมินหลายขั้นตอน แต่ถ้ามีความเสี่ยงต่ำการหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกจะไม่ซับซ้อนมากนัก

3. ผลจากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Output) เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ หลังจากผ่านขั้นตอนต่างๆ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่ต้องการมากที่สุดจากหลายๆ ทางเลือกศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และศุภร เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่า ขั้นตอน ในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) ผู้บริโภคจะผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

3.1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึงผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการและความจำเป็นในสินค้า นักการตลาดกระตุ้นความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางจัดจำหน่ายหรือการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า

3.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา หมายถึง การเกิดความต้องการขั้นที่หนึ่ง หลังจากนั้นเข้าสู่การค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ งานของนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในขั้นนี้ก็คือ พยายามจัดข้อมูลข่าวสารให้ผ่านแหล่งการค้า และแหล่งบุคคลให้มีประสิทธิภาพทั่วถึง

3.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) จากข้อมูลที่ได้ในขั้นที่สองนำมาพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น รูปร่าง รูปทรง การให้ประเมินความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ได้แก่ เรื่องของราคาเหมาะสม คุณภาพและความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า นำมาเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ หน้าที่ของนักการตลาดที่ในขั้นนี้คือ การสร้างความเหมาะสมในส่วนประสมด้านต่างๆ

3.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อันใดอันหนึ่งหลังจากมีการประเมินผลทางการเลือกต่าง ๆ มาแล้วผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมากที่สุด

3.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความพอใจขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ถ้าผู้บริโภคพึงพอใจก็จะมีโอกาสที่จะซื้อซ้ำ ในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภคไม่พอใจก็จะมีแนวโน้มที่จะไม่ซื้อซ้ำก่อนข้างสูงจากทฤษฎีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าดังกล่าวพบว่าผู้บริโภคมีการหาข้อมูลหลายๆด้านก่อนที่จะเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดยมีปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกในการซื้อสินค้าจากส่วนประสมทางการตลาดเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

สุดา ดวงเรืองรุจิระ (2543) ได้กล่าวถึง ส่วน ประสมการตลาด(Marketing Mix) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่ายการกำหนดราคาและการส่งเสริมทางการตลาด หรือสามารถเรียกส่วนประกอบทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4Ps มีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมที่จะทำธุรกิจได้กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด ที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

การจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใด ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถจะตอบสนองความต้องการได้ของผู้บริโภคได้ นักการตลาดต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไหร่ และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายนั้นแบ่งกิจกรรม 2 ส่วนคือ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการแจกจ่ายตัวสินค้าการกระจายสินค้าเข้าสู่ผู้บริโภค

การกำหนดราคา (Price) คือการกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปขาย ก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า

การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดกลุ่มเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีที่จะบอกลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

แนวความคิดทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยง

Ariffin, Mohan และ Goh (2017) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเวลา ความเสี่ยงด้านการขนส่ง ด้านสังคม และ ด้านความปลอดภัยของข้อมูล

ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) หมายถึงความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตและการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ (Product risk) คือการรับรู้ว่าคุณค่าที่ซื้ออาจไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ (Kim et al., 2008) ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการสูญเสียต่อแบรนด์หรือสินค้าได้ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อไม่สามารถประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง (Bhatnagar, Misra, & Rao, 2000) เนื่องจากการซื้อสินค้าออนไลน์ไม่มีหน้าร้านทำให้ยากต่อการตรวจสอบสินค้าทางกายภาพผู้บริโภคอาจต้องพึ่งพาข้อมูลและรูปภาพที่ปรากฏบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ (Jarvenpaa & Tractinsky, 1999)

ความเสี่ยงด้านเวลา (Time risk) คือ การรับรู้ว่าเวลา ความสะดวกสบาย หรือความพยายามอาจสูญเปล่าเมื่อซื้อสินค้า (Ko, Jung, Kim, & Shim, 2004) ซึ่งรวมถึงความไม่สะดวกที่เกิดขึ้นระหว่างการทำธุรกรรมออนไลน์ที่มักเกิดจากความยากลำบากในการนำทาง หรือการส่งคำสั่งซื้อหรือความล่าช้าในการรับสินค้า (Forsythe & Shi, 2003)

ความเสี่ยงด้านการขนส่ง (Delivery Risk) คือ ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดส่งสินค้า เช่น สินค้าสูญหาย สินค้าเสียหาย หรือสินค้าถูกส่งไปยังสถานที่ที่ไม่ถูกต้องหลังจากการซื้อสินค้าออนไลน์ (Dan, Taihai, & Ruiming, 2007) ซึ่งผู้บริโภคมักกังวลว่า การจัดส่งสินค้ามีความล่าช้าหรือบริษัทไม่สามารถจัดส่งและส่งมอบภายในระยะเวลาที่ตกลงไว้ หรือสินค้าอาจเสียหายเมื่อได้รับการจัดการและขนส่งหรือไม่มีบรรจุภัณฑ์และการจัดการที่เหมาะสมระหว่างการขนส่ง (Claudia, 2012)

ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) คือ การรับรู้ว่าคุณค่าที่ซื้อมานั้นอาจส่งผลให้ครอบครัวหรือเพื่อนไม่พอใจ (Li & Zhang, 2002) นอกจากนี้ยังหมายถึงการสูญเสียสถานะในกลุ่มสังคมของผู้บริโภคเนื่องจากความไม่เหมาะสมของสินค้า หรือการไม่ยินยอมในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการซื้อขาย (Stone & Gronhaug, 1993) โดยปกติผู้บริโภคจะพยายามขอคำแนะนำหรือความยินยอมจากผู้อื่นในกลุ่มสังคมเพื่อลดความเสี่ยงทางสังคม

ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว (Privacy Risk) คือ ความกังวลของผู้บริโภคถึงความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว ซึ่งเกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอนของวิธีการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลโดยสถานประกอบการออนไลน์และผู้ที่สามารถเข้าถึงได้ (Young, 2009) โดยผู้บริโภคสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านคุณสมบัติเว็บไซต์เช่น คุณภาพข้อมูลผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการทำธุรกรรมและการจัดส่งและคุณภาพบริการที่มีประสิทธิภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์จำนวน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านบุคลิกภาพและคุณภาพของสินค้า ด้านราคาด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและร้านค้า และด้านข้อมูลร้านค้า ข้อมูลสินค้าและกระบวนการให้บริการ ทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์

ศิวา บุญเทพ (2561) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเซเว่น อีเลฟเว่น ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

อำพล นววงศ์เสถียร (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านการตลาดควรสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจให้มีความน่าเชื่อถือ นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่อย่างต่อเนื่อง เว็บไซต์ต้องมีความสวยงามและเข้าใจง่าย ผู้ซื้อในร้านค้าออนไลน์ส่วนใหญ่มักได้รับคำแนะนำและบอกต่อจากคนรู้จัก และผู้บริหารร้านค้าออนไลน์ควรใช้กลยุทธ์สร้างสื่อสังคมออนไลน์ขึ้นมาเพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านร้านค้าออนไลน์ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

สุรัชดา เขิตบุญเมือง จิรวิทย์ หลอมประโคน และวิสุทธ์ กล้าหาญ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยของลูกค้า ด้านความสะดวก ความทันสมัยของสินค้า ด้านคุณภาพสินค้า ด้านสื่อโฆษณา และปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัญหาที่พบจากปัจจัยการตลาดคือได้รับสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ลูกค้าไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัย ได้รับสินค้าล่าช้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี มี 487 สาขาในแต่ละสาขาเก็บข้อมูลอย่างน้อย 1-2 คนกลุ่มเป้าหมายกลุ่มคนที่อายุระหว่าง 18-35 ปี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (survey research method) และใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (self-administration) แล้วนำผลข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัย โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่เคยซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี เดือนตุลาคม พ.ศ. 2565

ผู้วิจัยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1963) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย ดังนี้

$$n = \frac{P(1-p)Z^2}{d^2}$$

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \sim n = 385$$

n แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 P แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ (0.5)
 Z แทนความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 005 มีค่าเท่ากับ 1.96)
 d แทนสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามผ่านทางช่องทางออนไลน์โดยใช้ Google Form เก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งสิ้นจำนวน 401 คน แบบสอบถามและสถิติที่ใช้สำหรับการแปรผลประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง ในจังหวัดปทุมธานีเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก จำนวน 3 ข้อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (percentage) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด(4Ps) จำนวน 22 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนการยอมรับเทคโนโลยี เป็นข้อคำถามแบบปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 15 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อ จำนวน 11 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) และการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ระหว่างผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี มีรายละเอียดดังนี้ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 15-23 ปีนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ 10,001-20,000บาท ส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมประยุกต์ 7- Delivery Application เป็นช่องทางซื้อของ

ออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่นมีความถี่ในการซื้อ 1-5 ครั้งต่อเดือน และซื้อสินค้าต่อครั้ง น้อยกว่า 500 บาท

2. ผลการศึกษาอิทธิพลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี รายละเอียดดังนี้

2.1 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 3.72) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.699 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 3.55) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.607 ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 3.54) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.618 และด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 3.43) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.580 ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี

Dependent Variable: การตัดสินใจซื้อ $R = 0.805, R^2 = 0.648, \text{Adjusted} = 0.644, F = 181.897, p\text{-value} < 0.001$							
Independent Variables	B	Beta	Std Error	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	0.256		0.126	2.080	0.043		
ด้านผลิตภัณฑ์	0.280	0.262	.049	5.682	<0.001*	0.419	2.388
ด้านราคา	0.270	0.269	.045	6.062	<0.001*	0.452	2.210
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.246	0.240	.046	5.306	<.001*	0.435	2.301
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.151	0.169	.036	4.183	<.001*	0.543	1.843

ผลการศึกษาความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากค่า Beta Coefficient ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านราคา ($\beta = 0.269$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.262$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.240$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.169$) ซึ่งสามารถอธิบายส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานีร่วมกันได้ร้อยละ 64.6 (Adjusted R = 0.644) และอีกร้อยละ 35.6 เกิดจากอิทธิพลจากตัวแปรอื่น และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.126 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 10 ทำให้ไม่เกิดภาวะตัวแปรอิสระซ้ำซ้อน (Multicollinearity) ซึ่งผู้วิจัยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y(\text{การตัดสินใจซื้อ}) = 0.256 + 0.270(\text{ด้านราคา}) + 0.280(\text{ด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.246(\text{ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.151(\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$$

3. ผลศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ระหว่างผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี

3.1 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และการรับรู้ความไว้วางใจ สามารถสรุปได้ดังนี้ การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.52$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.694 การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.65$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.598 การรับรู้ความไว้วางใจของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.62$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.636

3.2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี

Dependent Variable: การยอมรับเทคโนโลยี R = 0.837, R ² = 0.701, Adjusted = 0.698, F = 181.897, p-value < 0.001							
Independent Variables	B	Beta	Std Error	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	0.359		0.110	3.258	0.001		
ด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน	0.273	0.305	.037	7.299	<0.001	0.431	2.322
ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	0.324	0.312	.045	7.177	<0.001	0.398	2.512
ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ	0.305	0.312	.044	6.971	<0.001	0.376	2.663

ผลการศึกษาความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 ด้านได้แก่ ด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงินด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านการรับรู้ความไว้วางใจ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากค่า Beta Coefficient ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.312$) ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ ($\beta = 0.312$) ด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน ($\beta = 0.305$) ซึ่งสามารถอธิบายการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานีร่วมกันได้ร้อยละ 69.8 (Adjusted R = 0.698) และอีกร้อยละ 30.2 เกิดจากอิทธิพลจากตัวแปรอื่น และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.110 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 10 ทำให้ไม่เกิดภาวะตัวแปรอิสระซ้ำซ้อน Multicollinearity ซึ่งผู้วิจัยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y(\text{การตัดสินใจซื้อ}) = 0.359 + 0.324 (\text{ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย}) + 0.305 (\text{ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ}) + 0.273 (\text{ด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน})$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 15-23 ปีนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมประยุกต์ 7-Delivery Application เป็นช่องทางซื้อของออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีความถี่ในการซื้อ 1-5 ครั้งต่อเดือน และซื้อน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ที่อธิบายว่า แม้ผู้บริโภคมีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องด้วยสังคมในยุคปัจจุบันเป็นสังคมออนไลน์ ทำให้เข้าถึงเครือข่ายออนไลน์ได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกันในชีวิตประจำวัน

การศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี พบว่าส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงาน ศิวา บุญเทพ (2561) ที่ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเซเว่น อีเลฟเว่น ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา

ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และอำพล นววงศ์เสถียร (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร พบว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่อย่างต่อเนื่องมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ร้านค้าลูกค้ายังให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้าและชื่อเสียงของร้านค้าอีกด้วย

การศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตปทุมธานี พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ความไว้วางใจ และการรับรู้ทรัพยากรทางการเงินตามลำดับ ตามลำดับ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานของสุรัชดา เขติบุญเมือง จิรวุฒิ หลอมประโคน และวิสุทธ์ กล้าหาญ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากลูกค้ามักพบปัญหาการได้รับสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าและได้รับสินค้าล่าช้า ลูกค้าจึงไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยของการส่งซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ โดยขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังต่างจังหวัดอื่นๆ หรือเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อผลการศึกษาที่ได้จะเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรระหว่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัด
2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมโดยใช้เครื่องเชิงปริมาณในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม หรือการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดปทุมธานี
3. ในการศึกษาครั้งถัดไปแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆ เช่น การใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งอาจมีต่อการตัดสินใจซื้อและการซื้อซ้ำสินค้าออนไลน์

ผู้วิจัยขอเสนอแนะประเด็นสำหรับผู้บริหารร้านค้าสะดวกซื้อดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารร้านค้าสะดวกซื้อควรวางแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอยู่อย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดความสนใจ อีกทั้งจากผลการศึกษาวิจัยนี้พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคา ซึ่งปัจจุบันนี้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าของแต่ละร้านค้าได้ง่ายขึ้น ซึ่งช่วงการจัดกิจกรรมลดราคาสินค้า หรือใช้คะแนนแทนส่วนลดจะสามารถแข่งขันกับร้านค้าคู่แข่งได้
2. เนื่องจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น หมายถึงช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์ ดังนั้นผู้บริหารร้านค้าสะดวกซื้อควรให้ความสำคัญกับหน้าตาของโปรแกรมประยุกต์ (Application) ที่ควรใช้งานง่ายและมีความสวยงามดึงดูดความสนใจ

เอกสารอ้างอิง

- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ และ นิตนา ฐานิตธนกร.(2559) *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.*การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ปิยมารณ์ ช่วยชูหนู. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์.* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิวา บุญเทพ. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านสะดวกซื้อ 7-11 ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.* เข้าถึงได้จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mmm24-1/6014133087.pdf>
- ศิระ อินทรกำจรชัย. (2559). *ผลสำรวจแนวโน้มธุรกิจค้าปลีกทั่วโลกประจำปี 2559.* Retrieved from <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000039294>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.* กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, & ศุภกร เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- สุนิสา ตรงจิตร (2559) *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*
- สุทมาศ จันทราวาร. (2556). *ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด.* (Vol. พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: ยงพลเทรดดิ้ง.
- สุรัชดา เชิดบุญเมือง, จิรวุฒิ หลอมประโคน, & วิสุทธ์ กล้าหาญ.(2557). *ปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.*วารสารปัญญาภิวัฒน์, 5(ฉบับพิเศษ). 76-91.
- อำพล นววงศ์เสถียร.(2557). *พฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร.* วารสารปัญญาภิวัฒน์.5(2). 134- 149.
- Ariffin, S. K., Mohan, T., & Goh, Y.N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309-327

- Bhatnagar, A., Misra, S., & Rao, R. (2000). *On risk, convenience, and Internet shopping behavior*. *Communications of the ACM*, 43(11), 98-105.
- Dan, Y., Taihai, D., & Ruiming, L., (2007). Study of Types, Resources and Their Influential Factors of Perceived Risks in Purchase Online. *Journal of Dalian University of Technology*, 28 (2), 13-19.
- Forsythe, Sandra M and Bo Shi (2003). "Consumer Patronage and Risk Perceptions in Internet Shopping,". *Journal of Business Research*, 56 (11), 867–875.
- Jarvenpaa, S.L., & Tractinsky, N. (1999) Consumer Trust in an Internet Store: A CrossCultural Validation. *Journal of Computer Mediated Communication*, 5, 1-35.
- Li, Na & Zhang, Ping. (2002). *Consumer Online Shopping Attitudes and Behavior: An Assessment of Research*.
- Rust, & Kannan. (2002). *E-service: New Directions in Theory and Practice*. New York: Armonk.
- STONE, Robert N.; GRØNHAUG, Kjell. Perceived risk: Further considerations for the Marketing discipline. *European Journal of marketing*, 1993, 27.3: 39-50.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ
ของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี

A Study on the Relationship of Marketing Mix on Repurchase Intention of
7-Eleven convenience store, Soi Tha Khlong Municipality Branch, Pathumthani

พัชรินทร์ แซ่หว้า¹ อรปรีญา รัตนวิการณ¹ และ ลลิตา แก้วฉาย¹

Patcharin Saewa¹ Onpreeya Rattanawikan¹ and Lalida Kaewshai¹

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการค้า วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล patcha.sae@vru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของร้านสะดวกซื้อ
เซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาล
เมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี โดยการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคร้านสะดวกซื้อ
เซเว่นอีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 416 คน ส่งผ่านช่องทาง
ออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุต่ำกว่า 20 ปี อาชีพนักเรียน
และนักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรีรายได้ต่อเดือน 9,000 – 15,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อ
สินค้าประเภทเครื่องดื่ม ความถี่ในการใช้บริการสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ชำระเงินผ่านช่องทางทรูมันนี่ วอล
เล็ต เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลเมืองท่าโขลงเป็นประจำ
เพราะความสะดวกของทำเลที่ตั้ง ขอบการส่งเสริมการขายประเภทการสะสมแต้ม/สะสมคะแนน
การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4Ps) ต่อการเลือกซื้อสินค้าจากร้าน
สะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ
0.32 เมื่อพิจารณาผลแต่ละด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ปัจจัยด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และระดับความคิดเห็น

เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อซ้ำพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.28 ในระดับมากที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 นอกจากนี้การพิจารณาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายความตั้งใจซื้อซ้ำได้ร้อยละ 51.6 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ความตั้งใจซื้อซ้ำ พฤติกรรมผู้บริโภคร้านสะดวกซื้อ

ABSTRACT

The goal of this study is to (1) investigate convenience store consumer behavior at 7-Eleven in Soi Tha Khlong Municipality Branch, Pathumthani. (2) to investigate the marketing mix factors impacting the repurchase intention of a 7-Eleven convenience shop in Pathumthani's Soi Tha Khlong Municipality Branch. A questionnaire was used to collect data from 416 consumers in Soi Tha Khlong Municipality, Pathumthani, via online means. Frequency, mean, percentage and standard deviation were the statistical processes used to evaluate data.

According to the study, the majority of respondents were females under the age of 20, enrolled in bachelor's degree programs, and earning between 9,000 and 15,000 baht per month. The majority of respondents buy drinks and beverages from 7-Eleven convenience stores and visit them 1-2 times per week. True Money Wallet is used by the majority of responders to make payments. The location and convenience of a 7-Eleven convenience store, Soi Tha Khlong Municipality Branch, are the reasons for purchasing there.

The most popular promotions are point or stamp gathering and redemption. The overall average rating was 4.29, with a standard deviation of 0.32. The findings of each aspect were quite high in all four aspects; the mean of the promotion aspect was 4.36, followed by the product aspect with a mean of 4.31, place or distribution channel with a mean of 4.29, and price aspect with a mean of 4.28.

The overall opinion level of repurchase intention was scored as very high, with a mean of 4.28 and a standard deviation of 0.60. Furthermore, the study

discovered a positive influence of marketing mix comprising promotion, place, and product on repurchase intention at the significant level of 0.05, which can explain repurchase intention for 51.6 percent, while there is no price effect on the decision to use online service at the significant level of 0.05.

Keywords: 4Ps Marketing Mix, Repurchase Intention, Convenience Store Consumer Behavior

บทนำ

ผู้บริโภคย่อมสร้างความสะดวกสบายได้เปรียบในการแข่งขัน ร้านค้าร้านสะดวกซื้อเกิดขึ้นจากการยอมรับความคิดการค้าปลีกสมัยใหม่แบบสะดวกซื้อ มีจุดแข็งในเรื่องทำเลที่ตั้งตามวัฒนธรรมตะวันตกที่ว่า ร้านค้าที่ติดต้องให้บริการที่อยู่ในแหล่งชุมชน เน้นการให้ความสะดวกสบายต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากกระแสลูกค้า และเปิดบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ในปัจจุบันโลกาภิวัตน์ทำให้มนุษย์มีวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันที่มีการแข่งขันเกี่ยวกับธุรกิจร้านสะดวกซื้อมากขึ้น ทั้งนี้เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนใช้ชีวิตประจำวันในช่วงกลางคืนกันก็เพื่อตอบสนองความต้องการความสะดวกสบายของมากขึ้นอาจเป็นเพราะปัจจัยที่เกิดจากการทำงานและผู้บริโภค ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เน้นการเที่ยวพักผ่อนหลังเลิกงาน อีกทั้งการที่ผู้คนต่างใช้ชีวิตสะดวกรวดเร็วบวกกับความทันสมัย จึงนำไปสู่ความนิยมอย่างเร่งรีบและแข่งขันกับเวลาการจัดทำเลที่ตั้งที่ใกล้เลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านสะดวกซื้อเพิ่ม มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ภายในบ้านอุปกรณ์เครื่องเขียนต่างๆ หรือแม้แต่เครื่องสำอางสินค้าเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น เป็นร้านสะดวกซื้อที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ที่มีสาขามากที่สุดในโลก ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการบริการของพนักงาน ด้านสถานที่ตั้ง และด้านโปรโมชั่นตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภรา เจริญภูมิ (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค

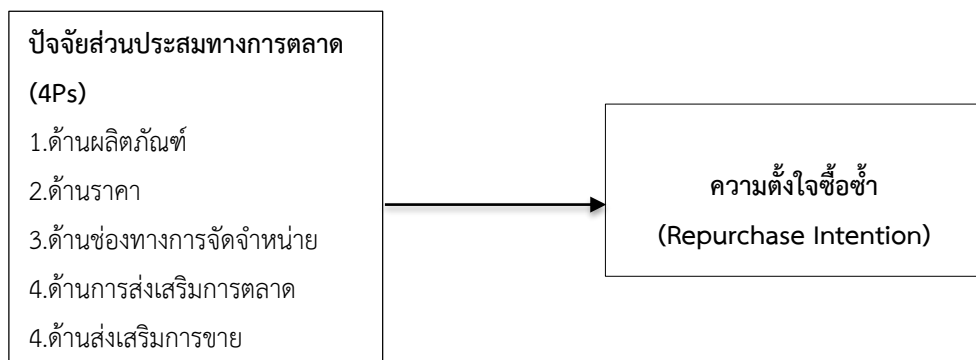
ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงทำการศึกษารองการศึกษาค้นคว้าวิจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานีซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการจากข้อมูลและผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ และผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพ ดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลงจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบในการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งนำเสนอตามกรอบแนวคิดและหัวข้อดังต่อไปนี้



แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักการตลาด เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งเป้าหมายของการตลาดในปัจจุบัน การเข้าถึงและการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค แบลคเวลล์ และคณะ (Blackwell & et al. 2006, p.735) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การได้รับ (Obtaining) การใช้ (Using) และการดำเนินการภายหลังการบริโภค (Disposing) สินค้าและบริการ คอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler & Keller. 2009, p.190) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มคนหรือองค์กร ชิฟแมนและคานุก (Schiffman & Kanuk. 2007) พฤติกรรมหมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นคว้า (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การ

ประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการโดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การตัดสินใจของแต่ละคนในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่

ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด

เป็นองค์ประกอบทางการตลาดแบบใหม่ที่ประยุกต์ใช้องค์ประกอบการตลาดดั้งเดิม (4P) ร่วมกับความสามารถพิเศษของเทคโนโลยี ที่เพิ่มด้านการให้บริการแบบเจาะจง และการรักษาความเป็นส่วนตัว (อณัฐพล ชังเขตต์, 2553) ซึ่งมีส่วนประกอบดังนี้

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์สินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าสินค้าต้องมีคุณภาพ มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม
- 2) ด้านราคา (Price) การสำรวจพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตนั้น พบว่า ราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการเลือกซื้อ ผู้ประกอบการจึงควรเน้นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจัดทำเว็บไซต์ต้องมีโดเมนที่จดจำง่ายใช้งานง่าย และสวยงาม รวมถึงต้องสะดวกสบายในการสั่งซื้อ
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการทำธุรกิจควรมีการส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ และการกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้

ทฤษฎีด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repurchase Intention)

รัสสิญา ศุภธนโชติพงษ์ (2563) กล่าวว่า การกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการใช้บริการครั้งแรกของลูกค้า หากเกิดความพึงพอใจเมื่อใช้สินค้าหรือบริการจะทำให้เกิดความรู้สึกจงรักภักดี มีความสมัครใจที่จะกลับมาบริโภคซ้ำ และเต็มใจที่จะใช้สินค้าหรือบริการเดิม ๆ ซึ่งความสัมพันธ์และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการจะเป็นสิ่งที่สร้างผลกำไร และการเติบโตให้กับธุรกิจผ่านการซื้อที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ชัชฎาภา ศักดิ์ศรี (2561) กล่าวว่าความสำเร็จในการขาย อาจจะสามารถชี้วัดได้จากการที่ลูกค้ามีการซื้อซ้ำ หรือทำให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้มาใช้สินค้าหรือบริการ และอยากกลับมาใช้สินค้าหรือบริการมากขึ้นแค่นั้นองค์กรไม่ควรที่จะสัญญาอะไรที่ไม่สามารถทำได้ เพื่อไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจจากการใช้สินค้าหรือบริการ กระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการมีทั้งหมด 5 ขั้นตอนซึ่งไม่จำเป็นที่ผู้บริโภคทุกคนจำเป็นที่จะต้องผ่านกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอน หรือเรียงลำดับจากขั้นตอนแรกถึงขั้นตอนสุดท้ายซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นทั้งหมดจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นในอนาคต (Kotler and Keller, 2012) อ่างโน (วรกร จันทรากรณ์ 2559) โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภครู้สึกว่าตัวเองพบเจอกับปัญหา และเกิดความต้องการสินค้าเพื่อไปตอบสนองปัญหานั้น ๆ
- 2) การจัดการข้อมูล (Information Search) จากที่ผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหานั้นๆแล้วจะทำ ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากบุคคลใกล้ตัว สื่อต่างๆ หรือการทดลองซื้อสินค้า
- 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการนั้นๆ แล้ว ผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกที่มีจากคุณสมบัติต่างๆ เช่น ราคาสินค้า ราคา บริการ และคุณค่าจากการได้รับสินค้าหรือบริการนั้นๆ เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบและตัดสินใจว่าสินค้าหรือบริการที่เหมาะสมตามเกณฑ์ของแต่ละบุคคล
- 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกจากตัวเลือกที่ตนเองพอใจมากที่สุด ซึ่งตัวแปรด้านทัศนคติ หรือ เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด อาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อ
- 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) หลังจากที่ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการที่ซื้อมากับสิ่งที่คาดหวังก่อนที่ซื้อ ว่าตอบสนองความต้องการที่เกิดก่อนการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นได้หรือไม่ ซึ่งถ้าหากผู้บริโภคพอใจ สินค้าหรือบริการสามารถตอบสนองได้มากกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ ก็จะนำไปสู่การซื้อซ้ำหรือการบอกต่อ ถ้าหากสินค้าหรือบริการนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังที่มีได้ ผู้บริโภคก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าหรือบริการอื่น ๆ ในครั้งถัดไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกรัตน์ ดวงพิกุล และวิมลวิภา คำอ้าย (2564) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในจังหวัดน่าน พบว่า ประเภทสินค้าที่มีการมากที่สุดคือ เครื่องดื่ม ด้วยความถี่ในการเข้าใช้บริการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และเหตุผลที่ซื้อสินค้าเพราะทำเลที่ตั้งสะดวกและใกล้ที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้สะดวกต่อการใช้บริการ อีกทั้งสถานที่มักอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ที่พักอาศัย รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เหตุผลจากกิจกรรมการลดราคาสินค้าตามโอกาส การสะสมแต้ม และการแลกซื้อ

ดวงใจ เครือทอง นิยม สุวรรณเดช และวิมลศรี แสนสุข (2565) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ในจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และเลือกใช้บริการเนื่องจากความสะดวกของช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก

ภิญญาดา รื่นสุข และศิริรัตน์ สัยวุฒิ (2565) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น ของประชาชน สาขาโคกมะลิ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และจัดลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

ศิวา บุญเทพ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านสะดวกซื้อ 7-11 ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ขนาดและสภาพของร้านมีผลต่อความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะเป็นสินค้ามีตัวตนหรือเป็นบริการซึ่งไม่มีตัวตนก็ได้ 2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง 3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือหรือพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสาร

วิธีการวิจัย

กลุ่มประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการและมีการกลับมาซื้อซ้ำ ไม่ต่ำกว่า 1 ครั้งต่อ 1 เดือน ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งไม่ทราบขนาดที่แน่ชัด กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1963) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ดังนี้

$$n = \frac{P(1-p)Z^2}{d^2}$$

n แทนจำนวนกลุ่ม

d^2

P แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ (0.5)

Z แทนความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 005

มีค่าเท่ากับ 1.96)

d แทนสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \sim n=385$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามผ่านทางช่องทางออนไลน์โดยการใช้ Google Form เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2566 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งหมดจำนวน 416 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ที่ผู้วิจัยพัฒนาจากตำรา เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาเป็นลักษณะคำถามแบบให้เลือกรับ (check list) ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ประเภทของสินค้าหรือบริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่องทางการชำระเงิน เหตุผลที่เลือกใช้บริการ และการส่งเสริมการขาย เป็นลักษณะคำถามแบบให้เลือกรับ (check list) ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำนวน 16 ข้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และส่วนที่ 4 ความตั้งใจซื้อซ้ำและซื้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ จำนวน 4 ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 40 ชุดในเรื่องความเที่ยงด้วยวิธีการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงรายฉบับเท่ากับ .914 ซึ่งเป็นที่ยอมรับตามค่ามาตรฐานที่กำหนดควรมากกว่า 0.7 (Sekaran & Bougie, 2010)

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานีมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลงจังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.9) ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 59.9) สถานภาพโสด (ร้อยละ 91.50) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 68.00) อาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน (ร้อยละ 52.50) และมีรายได้ต่อเดือน 9,000 -15,000 บาท (ร้อยละ 37.7) พฤติกรรมการใช้บริการของร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานีจำนวนทั้งสิ้น 416 คน ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย

ที่สุดเป็นเครื่องดื่ม (ร้อยละ 23.1) ความถี่ในการใช้บริการสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 25.0) วิธีชำระเงินทรมันนี้ วอลเล็ต (ร้อยละ 45.9) เหตุผลที่เลือกใช้บริการทำเลที่ตั้งสะดวก (ร้อยละ 27.9) ชอบการส่งเสริมแบบการสะสมแต้ม/สะสมคะแนน (ร้อยละ 36.3)

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ใช้บริการ ให้ความคิดเห็นโดยภาพรวมต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 จากการสำรวจเป็นรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามที่ว่า มีสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้า ทราบถึงโปรโมชั่นต่างๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.38$) และรองลงมามีส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิกของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.36$) มีการแนะนำสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.35$) และมีการส่งเสริมการตลาด ที่น่าสนใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.31$) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด

ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 จากการพิจารณาและสำรวจเป็นรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามว่าชื่อเสียงของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ($\bar{X} = 4.54$) และรองลงเป็นข้อคำถามการให้บริการที่เป็นมาตรฐานของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.27$) ข้อคำถามการวางสินค้าบนชั้นวางสินค้าอย่างระเบียบและสะดวกต่อการหาสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.25$) และคำถามขนาดและสภาพของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.15$) มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 จากการสำรวจเป็นรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามที่ว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.32$) และรองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ให้บริการในพื้นที่ที่ท่านอยู่อาศัยและมีการจองและจัดจำหน่ายสินค้า All online อำนวยความสะดวกต่อลูกค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.29$) และร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีการโทรติดต่อกลับลูกค้าอย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.23$) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด

ด้านราคา ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 จากการสำรวจเป็นรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามว่ามีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.30$) และรองลงมาคือราคาสินค้าได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.28$) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.27$) และข้อคำถามว่ามีสินค้าหลากหลายระดับราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.20$) เป็นค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด

การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อซ้ำ ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อซ้ำ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 จากการสำรวจเป็นรายข้อแล้วพบว่า ท่านจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งถ้ามีโอกาสมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมาท่านจะยังเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มากกว่าร้านค้าปลีกมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.31$) ท่านจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งเพราะความประทับใจและในอนาคตท่านยินดีที่จะแนะนำเพื่อนคนรอบข้างมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.20$) ซึ่งมีความเฉลี่ยที่ต่ำที่สุด

2. ผลศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

Dependent Variable: ความตั้งใจซื้อซ้ำ, ค่าคงที่ 1.255, R = 0.722, $R^2 = 0.521$, Adjusted $R^2 = 0.516$, F = 111.721, p-value < 0.001							
Independent Variables	B	Beta	Std Error	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.255		.151	8.307	<.001		
ด้านผลิตภัณฑ์	.190	.203	.046	4.148	<.001*	.486	2.058
ด้านราคา	-.015	-.017	.045	-.328	.743	.425	2.353
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.204	.234	.054	3.795	<.001*	.306	3.270
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.323	.381	.047	6.871	<.001*	.379	2.637

ผลการศึกษาความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ด้านราคา (Sig. = 0.743) ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาจากค่า Beta Coefficient ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.381$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.234$) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.203$) ซึ่งสามารถอธิบายความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี ร่วมกันได้ร้อยละ 51.6 (Adjusted R = 0.516) และอีกร้อยละ 48.4

เกิดจากอิทธิพลจากตัวแปรอื่น และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.151 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 10 ทำให้ไม่เกิด Multicollinearity ซึ่งผู้วิจัยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y (\text{ความตั้งใจซื้อซ้ำ}) = 1.255 + 0.323 (\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด}) + 0.204 (\text{ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.190 (\text{ด้านผลิตภัณฑ์})$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี มีรายละเอียดสามารถสรุปได้ ดังนี้

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญคือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของของกลุ่มตัวอย่าง (4Ps) และปัจจัยความตั้งใจซื้อซ้ำ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 416 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษาและมีรายได้ต่อเดือน 9,000-15,000 บาท

ผู้บริโภคที่ใช้บริการของร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี มีพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุดเป็นเครื่องดื่ม ความถี่ในการใช้บริการสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีชำระเงินทึมนี่ วอลเล็ต เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะทำเลที่ตั้งสะดวก และชอบการส่งเสริมแบบการสะสมแต้ม/สะสมคะแนน

การศึกษาระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ใช้บริการ ให้ความคิดเห็นโดยภาพรวมต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อซ้ำ ระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อซ้ำ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ทั้งนี้การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมี 3 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถอธิบายความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี ร่วมกันได้ร้อยละ 51.6 และอีกร้อยละ 48.4 เกิดจากอิทธิพลจากตัวแปรอื่น

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

การอภิปรายผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำมากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากซึ่งทุกครั้งที่มาโปรโมชั่นใหม่ ๆ ทางร้านค้ามีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับรู้ได้อย่างดีมากที่สุด โดยร้านค้ามีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหลายช่องทาง เช่น ป้ายโฆษณาหน้าร้านค้า ป้ายประกาศตามชั้นสินค้า เซเว่น อีเลฟเว่น แอปพลิเคชัน มีการแนะนำสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายโดยพนักงาน และมีการส่งเสริมการตลาด ที่น่าสนใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สโรชา นนทร์รักษานกุล (2560) ได้ทำการศึกษาการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ในร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ในจังหวัดนนทบุรี พบว่าการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการขายโดยบุคคล ด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ในร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ทั้งนี้ผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ชื่นชอบการส่งเสริมแบบการสะสมสะสมแต้ม/สะสมคะแนนมากที่สุด

ด้านรองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งชื่อเสียงของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น เป็นประเด็นแรกที่ลูกค้าเลือกใช้บริการ รวมถึงลูกค้ามีความคิดเห็นที่ดีต่อมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวา บุญเทพ (2561) ซึ่งพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ขนาดและสภาพของร้านมีผลต่อความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อสินค้าในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคเห็นด้วยมากที่สุดคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการชำระเงิน ร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น ให้บริการในพื้นที่ที่อยู่อาศัย มีการจองและจัดจำหน่ายสินค้า All Online อำนวยความสะดวกต่อลูกค้า และร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีการโทรติดต่อกลับลูกค้าอย่างรวดเร็ว ตามลำดับ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลสิริ ศรีสมุทร (2556)

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี มากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะการสะสมแต้มและการสะสมคะแนน ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ควรดำเนินการจัดกิจกรรมนี้ไว้และควรเพิ่มความน่าสนใจให้กิจกรรมเพิ่มขึ้น เช่น การได้คะแนนหรือแต้มเพิ่มเติมพิเศษในการซื้อสินค้าในช่วงเวลาที่กำหนด หรือสินค้าที่ร่วมรายการ หรือยอดการซื้อตามที่ร้านค้ากำหนด

2. ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาเรื่องความหลากหลายของสินค้าและบริการ การมีสินค้าจำหน่ายตามเทศกาลและการมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดวางกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ มุ่งส่งเสริมการวิจัยตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

3. ความต้องการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคเกิดจากปฏิกิริยาในการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจต่อสินค้าและการให้บริการของพนักงาน จึงเกิดเป็นความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค และในระยะยาวส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ผู้วิจัยเสนอว่าควรศึกษาเรื่องความจงรักภักดีต่อตราสินค้าเพิ่มเติมในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กนกรัตน์ ดวงพิกุล และวิมลพิภา คำอ้าย.(2564). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่นของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.น่าน. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ราชชมงคลล้านนา*.9(1), 35-45
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2555). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา และฐิตา วาณิชย์บัญชา. (2558). *การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สามลดา.
- เขมลัทธ์ พัฒนสิน. (2552). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้ากลุ่ม Counter Fast Food ในร้าน 7-ELEVEN ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชัชฎาภา ศักดิ์ศรี .(2561). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีผลต่อความภักดีต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง* (สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ดวงใจ เครือทอง นิยม สุวรรณเดช และวิมลศรี แสนสุข. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในจังหวัดนครปฐม. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*. 8(4), 209 -216
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2540). *พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อร้าน 7-11 กรณีศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารการตลาด), กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

- ภิญญาดา รื่นสุข และศิริรัตน์ สัยวุฒิ. (2565). พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของประชาชนในร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น สาขาโคกมะลิ. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 16(3), 255-267
- มณฑิรา กิตติศักดิ์นาวิน. (2545). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ กรณีศึกษา กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สารนิพนธ์ คศ.ม. (พัฒนาลังคม) กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- รสสิญา ศุภธนโชติพงศ์ (2563) ญาณวรุฒม์, & ธน พัฒน์ เจริญ. (2021). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินภายในประเทศเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโควิด 19* (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัย มหิดล). สืบค้น (25 กุมภาพันธ์ 2566) เข้าถึงได้จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4010/1/TP%20MS.030%202564.pdf>
- วกร จันทราภรณ์ (2559). *ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming gear(4P)*. สืบค้น (25 กุมภาพันธ์ 2566) เข้าถึงได้จาก <http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/>
- วิมลสิริ ศรีสมุทร. (2556). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ (บริหารธุรกิจ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, สำนักห้องสมุดกลาง (13 มีนาคม 2566)
- ศิวา บุญเทพ. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านสะดวกซื้อ 7-11 ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. เข้าถึงได้จาก <https://mmm.nu.ac.h/MMM/IS/mmm24-1/6014133087.pdf>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) *ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)*. สืบค้น (24 กุมภาพันธ์ 2566) เข้าถึงได้จาก http://www.me-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2560-5-1_1594614044.pdf
- ไพรัตน์ แก้วดี, ฉันทนันท์ สมบูรณ์รัตน์โชค และอนุรักษ์ เรืองรอบ. (2564). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำและความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อร้านสะดวกซื้อ. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*, 18(3), 121-132
- Kotler & Keller. 2009, p.190). *ทฤษฎีด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ*. สืบค้น (26 มกราคม 2566) เข้าถึงได้จาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1844/1/Mekkhala_Sang.pdf
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill-building approach* (5th ed.). Haddington: John Wiley & Sons.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

The capability of service innovation to domestic airlines with aging society customer in Thailand

Tanawaporn Chartdee¹ Kittayada Aunsopa¹ Thanyapron Sanmat¹ and Kitsakul Jatanaviboon¹

¹International Aviation Business Management Collage of Innovation Management
Valaya Alongkorn Rajabhat University Tanawaporn.chart@vru.ac.th

Abstract

This qualitative study investigates the impact of service innovation on domestic airlines in Thailand's aging society. The aviation business has altered after the COVID-19 incident. Offering new technological offerings to airline clients, such as contactless technology apps for mobile phones. In order to get complete research data and meet the goal, this study is a qualitative research study on the influence of service innovation on domestic airlines with aging society customers in Thailand. As a result, the study rules were specified by the researcher as an in-depth interview and research scope. There is a sample group of Thailand domestic airline passengers aged up to or over 60 years old.

Open-ended questions were used to obtain data from a sample group specified for the research approach. Using this qualitative study methodology, the researcher designated the target audience as people aged 60 and up who fly domestically in Thailand. Due to the short duration of the investigation, the sampling was chosen using a purposive random method. As a result, the method of data collection from Key Informant Interviews is an interview with selected respondents. It is a versatile and adaptable research methodology.

Keywords: Service, Innovation, Airline, Aging Society

Introduction

The effect of COVID – 19 situation makes airline customer through new normal and new technology for the convenience routine life. If we are look in the positive way about COVID 19 situation. It's make many new technology for airline industry. The new airline technology that make customer convenience for Thailand local domestic airlines. Because of COVID-19, people have to enter a new normal lifestyle. And there are various technologies to make people live more conveniently because technology has been used in the modern era, most people change their behavior and conduct online transactions through various communication tools. Aviation is another business. It introduces technology to help passengers do things conveniently, quickly, and safely during COVID-19. This is still an epidemic.

Technology today has great advantages and benefits, but it also has the same disadvantages. Because technology cannot meet the needs of people of all ages. The elderly are one of the groups whose technology is not conducive to those who may encounter problems in using modern technology. Not familiar with the form and function of difficult and complex technology in application or technology use.

During COVID-19 all the airlines have developed technologies to facilitate passengers and Thailand domestic airlines. But technology has also had a significant impact on the services of elderly customers. How will airlines develop and solve the technical problems in the service for the elderly?

From 1994 to 2014, the National Bureau of Statistics conducted five surveys of the elderly population. The number and proportion of the elderly in Thailand have increased rapidly, accounting for 6.8%. They were 9.4, 10.7, 12.2 and 14.9% respectively. According to the above statistics, the number of elderly people has increased significantly. Therefore, most customers of airlines are elderly people. It is one of the customers who have made a lot of money for airlines and has spread COVID-19. Therefore, airlines use technology to serve customers. Technology is a problem for elderly customers or people over 60 years old. Due to technology's form, difficulty, and complexity, this study aims to provide solutions for domestic airlines. How to make technology and services suitable for elderly customers?

Objective

1. Study Thailand 's domestic airline technology providing service to aging customer.
2. The efficiency of marketing mix 7Ps airline customer service.
3. The efficiency of the 4c model of market to airline customer service.
4. Study domestic airline application technology service problems for aging customer.

Conceptual Framework

Independent variable

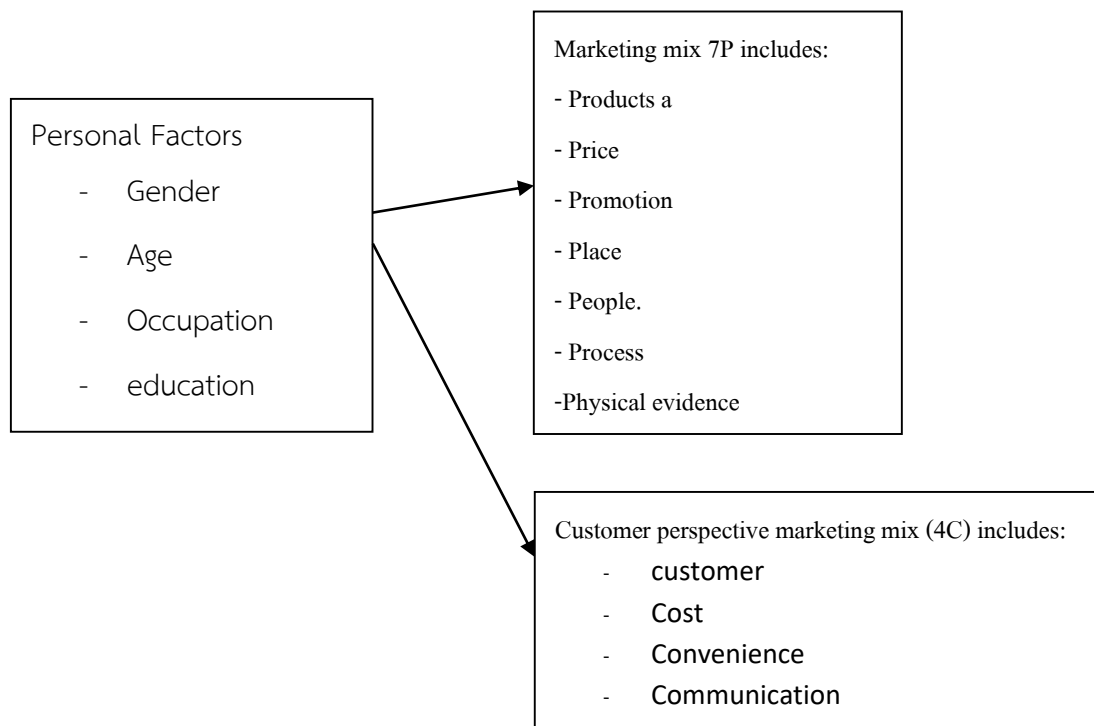


Figure 1 Conceptual Framework

Service Innovation

Service innovation is a strategy that combines business processes with information and communication technology knowledge. applied to create organizational innovation under the concept of Co-creation to achieve tangible results This leads to the design of a process that creates new offers (Offering) and creates value (Value) to consumers or customers.

Makoto Yusui (2012: 141) summarized the meaning of service committee innovation as a new service that has the characteristics of reform from the original. It was born from the idea that there are living people as the starting point. and taking into account the social factors, structure of the existing system From the aforementioned meaning, it can be concluded that service committee innovation means bringing ideas, operational guidelines, or new technology used to meet the needs and satisfy customers. It is also Efficiency enhancement, increase the effectiveness of service and create added value for the business.

Methodology

This research used a qualitative research approach. The researcher used a method called phenomenological research. Because it is guidelines for studies on the impact of service innovation on domestic airlines with an aging society in Thailand. After the COVID-19 situation, the aviation industry has changed. Therefore, the researcher has established an in-depth interview method for collecting data by using open-ended questions from a specified sample. Research method as follows, guidelines for seeking answers to the research questions that have been set. By choosing a qualitative research approach, this research will focus on the cause of the impact of technology on servicing the aging in Thailand domestic airline. The researcher therefore chose to use a qualitative study to gain in-depth information to answer this research question.

Results

In the study "The effect of service innovation to domestic airlines with aging society customers in Thailand" sample group in the study is elderly people using domestic airlines in Thailand the researcher used a data collection tool to conduct in-depth interviews with 24 subjects. The presentation of the data analysis results was divided into 3 parts as follows: Part 1 Interview about booking technology, Part 2 Interview about technology at check-in, Part 3, an interview about in-flight service technology.

Interviewer's general status information

Table 1 shows the results of the analysis of general condition data of the interviewers.

General information	Number(people)	Percentage	No.
1.Sex			
Male	11	45.83	2
Female	13	54.16	1
total	24	100	
2.age			
60-65 years	11	45.84	1
66-70 years	3	12.5	3
71-75 years	4	16.66	2
76-80 years	3	12.5	3
81-84 years	2	8.33	4
85-90 years	1	4.16	5
91 years or older	-	-	-
total	24	100	
3.Educational qualifications			
-elementary level	5	20.83	3
-junior high school	2	8.33	4
-upper secondary level	8	33.33	1
	-	-	-

General information	Number(people)	Percentage	No.
-Diploma	1	4.16	5
-Advanced Vocational Certificate	6	25	2
-Bachelor's degree	1	4.16	5
-Master's degree	-	-	-
-Doctorate level	1	4.16	5
- Department of Non-Formal Education	-	-	-
total	24	100	
4. occupation			
general employee	3	12.5	3
government official	1	4.16	4
trade	3	12.5	3
personal business	11	45.83	1
retire	1	4.16	4
housewife	5	20.83	2
total	24	100	

From Table 1, it can be concluded that the analysis of general information for interviewers by showing the number and percentage, which is a sample of 24 people

It was that 11 males accounted for 45.84 percent of the sample group and 13 females accounted for 54.16 percent of the sample group.

From the interviews, it was found that most of the sample's age was between 60-65 years old, accounting for 45.84% of the sample group.

From the interviews, it was found that most of the sample's education level elementary school graduates, representing 33.33% of the sample group.

From the interviews, it was found that most of the sample's occupations were self-employed, accounting for 45.83% of the sample group.

Conclusion and Discussion

From the research on the capability of service innovation to domestic airlines with aging society customer in Thailand. The spread of the COVID-19 virus, people have to adapt to a new way of life (New Normal), causing the service innovation of airlines in Thailand to change dramatically. There is technology to help make life, travel and daily transactions easier. The aviation industry is another business that uses technology to help customers do things conveniently, quickly and safely during the COVID-19 situation. Technology has both great advantages and benefits. But there are some disadvantages because technology does not meet the needs of people of all ages, one of them is the elderly customer group. unfamiliarity incomprehension new applications or technologies from the COVID-19 situation. Every airline develops various technologies to facilitate customers. The researcher collected data by in-depth interview with a sample of 24 elderly customers who used domestic airlines in Thailand and the interview was divided into 3 parts as follows: Part 1 Interview about with booking technology Part 2 Interview about check-in technology Part 3 Interview about in-flight service technology The researcher concluded from the analysis of marketing mix 7Ps and Customer perspective marketing mix (4C) as follows:

Analyze marketing mix 7Ps from in-depth interviews with 24 samples.

Products

- Booking technology - Book through the airline's website.

- Check-in technology - check-in counter Self check-in kiosk machine and online check-in

- In-flight service technology - modern seats screen that can watch movies Listen to songs that are always updated.

Price

Most customers choose to use low-cost airlines because they are cheap and elderly customers tend to travel with their families.

Promotion

Mostly in terms of ticket prices, customers often choose to book from the website. Applications or agencies that are not directly from the airline because they have more discount deals.

Place

Most customers say that domestic airlines in Thailand have a lot and a lot of routes, both domestic and international.

People

Personnel of airlines in Thailand have their own identity, management, service, speed, care for customers at every level. Including the technology that airlines use for customer service.

Process

Most customers are of the opinion that the work process or work according to the procedures of domestic airlines in Thailand may be delayed. non-process There needs to be some improvement in this section.

Physical evidence

The image and identity of each airline in Thailand is different and clear according to their own airline. Arrangement of check-in counters to match the image of the airline itself. Analyze the Customer perspective marketing mix (4C) from the in-depth interviews of all 24 samples.

Customer

Most customers give the answer that the various technologies that the airline has made it easy to access, easy to use, convenient, fast, no hassle, making it possible for elderly customers to use.

Cost

Most customers answered that they mainly use domestic airlines in Thailand because of the variety of routes and affordable prices. suitable for family travel If traveling within the country, will choose to fly with a low-cost airline because it only takes about 1-2 hours, but if traveling abroad, will use Thai Airways as the main choice.

Convenience

Of course, there is still an outbreak of the COVID-19 virus. in terms of safety not exposed to germs Technology is one thing that is very convenient.

Communication

Of course, using a domestic airline in Thailand makes communication easier because it's in Thai that we communicate and understand each other the most.

Suggestion

The effect of COVID – 19 situation makes airline customer through new normal and new technology for the convenience routine life. If we are look in the positive way about COVID 19 situation. It's make many new technologies for airline industry. The new airline technology that makes customer convenience for Thailand local domestic airlines.

Reference

Siriwan Sereerat. (1995). *Consumer Behavior Basic Edition*. Bangkok: Development Studies Publishing.

Nisarath Krachangsi. (2017). A Study of Trust, Risk Perception, and Attitude towards Traditional Insurance Distribution Channels Affecting Consumers' Life Insurance Purchase Intent through Insurance Agent Service in Bangkok. Master's Degree Independent Study, Bangkok University

Phongthon Rungsupakij. (2015). *A study of personal factors, purchasing factors and marketing factors for 7P services*. Affecting decision to buy AIA life insurance

via iPos+ system in Bangkok. Master's degree independent study, Bangkok University.

Ruangporn Nucharoen. (2019). *Strategies for successful life insurance sales*. Master's thesis, Silpakorn University.

Ms.Ha Pueso Wangma Narathiwat Primary Educational Service Area Office 2 Office of the Basic Education Commission Ministry of Education Satisfaction with information technology services of personnel in the Narathiwat Primary Educational Service Area Office, Region 2, 2019

Institute for Population and Social Research Mahidol University (2016). Population of Thailand (2017). [Electronic format]. Population Message, Mahidol University.

Teerawut Matrong.(2020). A study of sales presentation methods and marketing mix factors (7Ps) selling life insurance policies through digital media and traditional sales, Pathum Thani, Bangkok University.

Wannaporn Inthamusik(2016) a study on behavior of And the effect on life and mind from the online application of the elderly group Ban Pan Rak Association, Pathum Thani, Bangkok University

Chayanin Khanom, Marketing Ingredients (7Ps) for Service Businesses Affecting Service Satisfaction of The Siam Commercial Bank Public Company Limited, Khao Peep Branch, Chumphon Province

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

The potential of airline business in management and competencies success

Krongkwan Theawwong Supatsorn Champahom and Rattaphon Srijan

Curriculum Bachelor of Business Administration Faculty College of Innovative Management
Valaya Alongkorn Rajabhat University
Email krongkwan.theaw@vru.ac.th

ABSTRACT

The objectives of this research : (1) To study the working process of MRO that affects Thai Airways' profits, and (2) To study the working skills of technicians affecting profit.

The research employed the research methodology. A qualitative data were collected through in-depth interview with informants. The research finding showed that the working process and working skill had an influence on their potential by balanced scorecard as follow:

The goals of this research are as follows: (1) to investigate the working process of MRO that impacts Thai Airways' profits, and (2) to investigate the working abilities of technicians that affect profit. The research methodology was used in the study. In-depth interviews with informants were used to acquire qualitative data. The research findings revealed that the working process and working competence had an impact on their potential as measured by the balanced scorecard, as follows:

At the moment, the aviation mechanic department has issues that need to be addressed in HR (Human Resources), which affects the department in a variety of ways, so the researcher applied the POSDCORB system administration theory, which consists of Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting, and Managers. Planning and competency theory is critical in the creation of the Thai Airways organization itself for optimal efficiency. The organizer has prepared and described the following information when applying these two theories to solve problems in order to accomplish the Balanced Scorecard (BSC), the concept and theory of the balanced Scorecard:

According to those interviewed, some costs may be lower than the market. To keep up with the times and compete in the business, the marketing department should constantly seek clients. Because service aircraft technicians must have licensed staff and tools, if there are not enough flights, it may be unable to react to business. The storage space for the equipment fulfills Ministry of Aviation specifications, which are highly expensive. Seek competent management professionals, isolate technical personnel organizations from airlines, and engage in active business operations. Repair one of the gears that is thought to efficiently grind the large gear. Even if the equipment is not damaged, it must be maintained in a circular fashion. Increase employee pay to keep up with rising living costs.

Keywords : Maintenance, repair and overhaul (MRO), Thai Airways, Maintenance, Suvarnabhumi International Airport and Donmueang International Airport.

Introduction

In 2021, Thailand's aviation industry continues to suffer from the past epidemic. It has a huge impact on the economic sector of this industry. In total that year, passengers dropped 90.2 percent in international travel from last year and 54.0% domestically. As a result, all flights were reduced accordingly. In which the freight forwarder has increased flights it is very different from the airlines that travel by passengers.

Table showing Thailand air transport statistics in 2021

Road Transport	Passenger		Flight		Product	
	Million People	YOY	Travel	YOY	Ton	YOY
All	20.92	↓ 64.1%	257,948	↓ 48.5%	1,161,929	↑ 21.7%
International	1.59	↓ 90.2%	71,484	↓ 46.6%	1,141,452	↑ 23.8%

Road Transport	Passenger		Flight		Product	
Domestic	19.33	↓ 4.0%	186,464	↓ 49.1%	20,476	↓ 36.4%

Source : AOT's commercial aircraft movements 2021

If you look at the overall picture, it is considered that it does not cause much damage in the aviation industry. Because the transport has more flights to replace with reduced passengers in the journey instead. But the passenger airline in the economy is expected to improve. When thinking about the aviation industry in the aircraft maintenance unit (MRO) is very important. Because every flight has to go through a condition check and repair the plane before the plane takes off, which in the maintenance part is not affected by this epidemic, but has turned the crisis into an opportunity in the aviation industry. Because all other parts are affected but the maintenance unit (MRO), which generates a fair amount of income.

From the above information has initiated a development policy of transport in Thailand, and in particular, the increase in the capability of providing air transport service.(Juntong.P , 2021). There are two projects as follows;

1. Development of Donmuang Airport Project.
2. Development of Aviation Industrial Estate Project

All of these projects would affect the air service capability 1) to serve 10-90 million passengers at the airports in Bangkok, 2) to serve 800,000-3,000,000 passengers at U-Tapao Airport, and 3) to increase air traffic management from 600,000 to 1,400,000 flights per year within 10 years (2023 A.D.)

About aviation industrial estates and Maintenance, Repair, and Overhaul (MRO) Centers, manufacturers of aviation spare parts are privately owned, with sites in different industrial parks along the eastern coast of Thailand, for example, Amata City Industrial Park and Pin Thong Industrial Park, which are OEM on Tier 1 and Tier 2. However, Singapore is the major center of aviation spare part manufacturers, making it highly competitive for the Thai industry. It is, therefore, deemed essential that the Thai government push MRO as a regional center for ASEAN and Asia.

At present, U-Tapao Airport is the MRO for Thai Airways International Co. Ltd. to provide services to its fleets and other airlines. However, several low-cost airlines, such as Thai Air Asia, Nok Air, and Thai Lion Air have to rely on services from abroad because there are inadequate services from inside the country. The value of MRO in foreign countries is 23,000,000 million baht per year. Regarding services provision for airlines, it will be a beneficial alternative if Thailand could provide proximity and lower expenses for MRO services and hence cause the act on the growth of the aviation industry in Thailand, as well as an increase employment opportunities for 6,000 positions in this business (Thansejthakij, 2015). Therefore, MRO processes need to be developed and promoted to meet the growing demands of the industry.

At present, eight vocational institutions are running MRO curriculum, including Nakhon Phanom University, Talang Technical College, Donmuang Technical College, Samut Prakarn Technical College, Ubonratchathane Technical College, KhonKhean Industrial and Community Education College, Sattahip Technical College, and Civil Aviation Institution. Also, 8 higher education institutions are providing a graduated in aviation engineering, such as Rajamangala University of Technology Krungthep (RMUTK), Civil Aviation Institution, Rangsit University, Kasetsart University, Chulalongkorn University, Assumption University, and Thammasat University. Together, they are capable of producing 300-400 graduates per year when the market needs are higher than 400 per year. Nowadays, approximately 8,000-9,000 aircraft maintenance mechanics are working in Thai Airways International Public Company Limited (Thai). However, only 10% of them hold an international license, whereas the rest only possess Thai DCA, which barring them from working internationally (Thaipublica, 2016).

Due to this, we urgently need to promote Thai Airways' engineering industry management. In the future, there will be more people to support the aviation management circle and point out ways to make a profit to continue learning.

Purpose/Objective

1. To study the working process of MRO that affecting profit Thai Airway.
2. To study the working skills of technicians affecting profit.

Research Scope

The case study used in this research was Thai Airways International at the Department of Engineering.

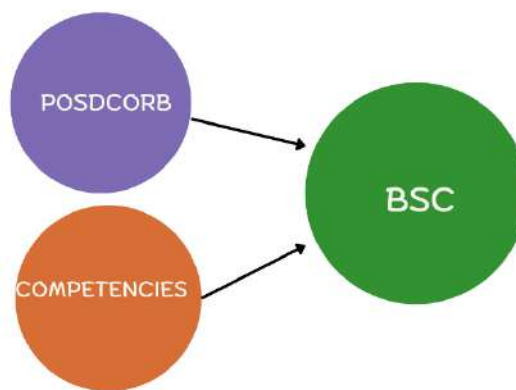


Figure 1 Conceptual framework

This research is an experimental research to develop and research the efficiency of the mechanic work system in the aviation industry. By focusing on personnel management, income, by researching the main samples are Thai Airways technicians. Therefore, in order for this research to achieve its objectives The researcher therefore established a research method.

Findings/Results

The results of the research study on the potential of airline business in management and competencies success are summarized as follows:

1. Personal factors information

The sample is Thai Airways technician in Bangkok a total of 26 people found that most of them were male. Bachelor's degree and Master's degree and the average age is about 35 - 45 years old.

2. Each factor affects the profitability of the organization and the potential of the airline business to manage and succeed.

Factors affecting the profitability of the organization and the potential of the aviation business in management and success, it was found that overall, all aspects were at the level of medium profit up to a very high level In order of average, it was found that Providing aircraft mechanic services to customer airlines at the apron level was at a very profitable level,

Aircraft mechanic services for customer airlines at the maintenance base level was at a medium profitable level repair of engine parts aircraft equipment is at a medium profitable level. Lease of premises, equipment and tools in aircraft maintenance is at a moderately profitable level.

Finally, providing training services in aircraft mechanics.

Moderately profitable study results in each aspect sorted by average the details are as follows:

2.1) Providing aircraft mechanic services to customer airlines at the apron level.

2.2) Aircraft mechanic services for customer airlines at the maintenance base level.

2.3) Service and repair of engine parts aircraft equipment.

2.4) Lease of premises, equipment and tools in aircraft maintenance. And finally, providing training services in aircraft mechanics.

3. Suggestions of factors affecting the creation of additional profits for the organization can be summarized as follows :

Due to the situation at the moment, the post Covid-19 economy has seen a lot more flights. And in the past, the organization has reduced the amount of personnel to manage the organization to adapt to that place, causing the current events that the economy of aviation has developed causing a sudden shortage of personnel or to strengthen and develop personnel and technology to advance and modernize all the

time, the potential of the technician department. And the last one is aggressive marketing, of course aggressive marketing able to leap over the competitors of the organization itself because the marketing presentation is a part of making profits for the organization.

Conclusion and Discussion

From the past information, it can be summarized as follows: Because the airline there are things that need to be corrected in HR (Human resources), which affects in many ways, so the researcher has used the POSDCORB system administration theory consists of Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting, and Managers. Described in the second chapter is very necessary in the development of the Thai Airways organization itself for planning and competence theory for maximum efficiency.

When using these two theories to solve problems in order to achieve the Balanced Scorecard (BSC), described in the second chapter, the concept and theory The Balanced Scorecard, the organizer has compiled and explained the information as follows.

Those interviewed explained that "Some costs may be lower than the market. The marketing department should actively seek customers to keep up with the times and compete in the business. If there are not enough flights, it may not be able to respond to the business, because the service of aircraft technicians must have licensed personnel and tools. The equipment's storage space meets the Ministry of Aviation standards. These are very expensive. Seek professional management personnel, separate technical personnel organization from airlines, and actively carry out business. Repair one of the gears that are considered to effectively grind the big gear. The equipment must be maintained circularly, even if it is not damaged. Increase employee compensation to adapt to the cost of living. A mechanic is like a gear, which can effectively use new gears. Marketing should be better managed. Strengthen the development of personnel and technology to keep them in an advanced and up-to-date state. Protect the interests of the company as much as possible. Increase the number of certified employees. There should be clear selling points for aircraft

maintenance services and more proactive sales. For example, there should also be sales engineering to sell technical work.

The best benefit will be obtained by arranging suitable people for work. Professional service, good compliance with rules and regulations, and correct charging are important factors. Find customers at competitive and profitable prices and provide services that exceed customers' expectations. Customer service, while maintaining standards, including continuous development and training of personnel.

The researcher, therefore, formulated measures to support the reasons that the interviewees explained as follows: POSDCORB system administration theory Planning is the planning of the engineering department's management system regarding personnel to create efficiency. Because the working age of the interviewed establishments is about 40-60 years old, which is very important for their age range to set up a system of plans by setting up rules for the system of working and enacting laws that prohibit interfering with each other's work rights

Organizing, as mentioned in the planning section, organizations should enact laws and rights at work that do not interfere with each other in order to prevent accidents at work. Other than that, it is the consensus of the staff, but must be consistent with airport security and not take advantage of others. Therefore, it is the management of the work plan in itself.

Staffing the recruitment of personnel, management, work planning in the body that just graduated from the institute from the engineering directly and brought to the top by additional training about the organization's policy and the airport, work planning management in itself. who just graduated from the institute from the engineering directly and brought to the top by training more about the policy of the organization and more airports And another way to extend is that the organization can have opinions with educational institutions to produce personnel for the organization and the civil aviation organization of Thailand to support in a mutual agreement. It is to find a solution for all parties clearly and cause the highest efficiency.

Directing that is, as it is well known that working on airports must be in safety and security for the civil aviation of Thailand. Including the personnel and the passengers themselves, on the part of the director, has designed a new policy for

mutual opinion go the same way may provide additional training About security, but inserting management and coexistence of the organization to the personnel of that organization.

Coordinating for coordinating problems of personnel and personnel of planning. It will be found that the planning management of the duties of the job is inconsistent, for example, the technician personnel may be more than the support department, causing the work to be delayed because of problems with the duration of the problem. The solution is to find Joint solution and planning work together appropriately because the organization is in the high season can profit from this section.

Reporting applies the theory of reporting on American work to find a solution together and cause safety and security in the future and is a sustainable management of people for example, any personnel acting outside the law and safety at the Civil Aviation Authority has been determined to cause harm able to let other personnel notify the organization. But the organization will not punish the personnel who do the wrong but call to inform them because if the punishment of the personnel who committed the offense may cause other personnel in the future to commit offenses and do not dare to inform the organization to acknowledge it also known as the SMS of the system.

Budgeting is to provide a budget that is sufficient and suitable for hiring new personnel and personnel in that organization to create motivation to work due to the COVID-19 situation causing the employees themselves and the organization to affect the cost but now the situation of aviation travel transportation through aviation. The economy has improved markedly Increasing money for personnel is an incentive for employees to have loyalty to the organization as well.

Office Management, and Managers the last three topics summarize the solution as follows by sending this department to train on conflict handling and management in order for the organization to manage more sustainably and better.

From the analysis of POSDCORB system administration theory, which finds the best solution for solving sustainable problems and applying the theory of competency analysis of strengths and weaknesses and self-identity to find the right solution because it is an analysis to solve problems correctly as well. Therefore, the strength of the organization is that the organization is a large organization with handling with other airlines as well, such as Vietnam Airlines, Gulf air, Oman air, Qatar airway, etc. It also takes care of private jet aircraft. Plenty of profit but the weaknesses of the organization are as follows due to increased work as well as the organization's personnel decreased, resulting in insufficient personnel for the job causing unbalance.

Clearly aiming that the organization at present lacks balance causing other issues to follow continuously. Finally, using the theory of POSDCORB system administration and the theory of competency to find a solution. To cause the Balanced Scorecard (BSC) itself and in the future will be sustainable management.

Suggestion

Recommendations potential of airline business in management and competencies success found that inhibiting the main problem and finding appropriate solutions to avoid other escalating problems, such as the problem of lack of balance if adding personnel to suit the work of the organization will be the most successful.

Reference:

Pirat Pawskul. (2023) .Aircraft Maintenance Management Revision 03.

Chalekian, P. 2013. POSDCORB: Core Patterns of Administration. - Proceedings of the 20th Conference on Pattern Languages of Programs, PLoP'13 (December 2013), 20 pages.

EASA regulation Eu 1321/2014 on Continuing Airworthiness (Part M Subpart G)
Retrieved 2020-08-08

Air transport Statistic report (For the year 2015-2021)

Juntong, P. (2016).Thai [Development policy of basic structure in transportation of Thailand]. Retrieved December 7, 2016.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ
เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

The Study of Marketing Mix Factors and Consumer Behavior
on Buying Frozen Ready Meals in Bangkok Metropolitan Region

กาญจนา พุ่มพวง¹ นภาพร แจ่มมะณี¹ และ รวีพรรณ กาญจนวัฒน์¹

Kanjana Pumpaung¹ Naphaporn Chammanee¹ and Raweepan Kanjanawat¹

¹ สังกัด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการค้า วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี อีเมล kanjana.pum@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ และเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่เคยซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมปลาย อาชีพพนักงานบริษัท หรือ พนักงานโรงงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ คือ อีซีโก และผู้บริโภคเลือกซื้อที่ร้านสะดวก คือ เซเว่นอีเลฟเว่น ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ เมื่อพิจารณาผลของแต่ละด้านพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ร้านสะดวกซื้อ

ABSTRACT

The goal of this study was to look into the elements that influence people's decisions to buy frozen food from convenience stores. study satisfaction in marketing mix factors of consumers in Bangkok Metropolitan Region Using a non-probability random sampling method, data was collected from a group of 400 consumers in the Bangkok Metropolitan Region. Purposive sampling (non-probability sampling). The statistics used to analyze the data are frequency and percentage, mean, and standard deviation.

According to the findings, the majority of respondents were female, aged 21-30, unmarried, and had completed high school. Employees in companies or factories earn between 10,000 and 15,000 baht per month on average. They purchase Easy Go products from convenience stores such as 7-Eleven. The overall consensus was favorable.

The average is When the findings of each component were considered, it was discovered that the opinions were at a high level in four elements, specifically the product aspect (The average is 4.15), in terms of marketing promotion (The average was 4.13), in terms of distribution channels (Mean is 4.04) price (Mean is 4.00), correspondingly.

Keywords: Marketing Mix Factors, Consumer Behavior, Frozen Ready Meals, Convenience Store

บทนำ

อาหารมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนเราเป็นอย่างมากถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิต การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายจะส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตของร่างกายได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้การทำงานและการเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการรับประทานอาหารมีความแตกต่างกันไปตามความชื่นชอบของแต่ละบุคคลแล้วเมื่อสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้รูปแบบของอาหารก็เปลี่ยนแปลงตามไป รวมถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารก็เปลี่ยนไปด้วยการประกอบอาหารทานเองลดลง เนื่องจากวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันเกิดการแข่งขันที่มากขึ้นทั้งการศึกษาและการทำงานทำให้คนในสังคมต่างเร่งรีบเพื่อแข่งกับเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารในสังคมมีแนวโน้มในการรับประทานอาหารที่สำเร็จรูป อาหารปรุงสำเร็จ และ อาหารพร้อมทานมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งเนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และมีรูปแบบอาหารที่หลากหลายให้เลือก

อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจะกระจายตัวอยู่ตามร้านสะดวกซื้อต่างๆ เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งอาหารเหล่านี้สามารถตอบโจทย์การดำเนินชีวิตแบบเร่งรีบได้ดี และจากการที่อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อยู่ในตลาดเป็นเวลายาวนานทำให้มีชื่อเสียงและที่เป็นที่ยอมรับ รวมถึงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต ทำให้คนในสังคมให้การยอมรับในคุณภาพของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมากขึ้น โดยเฉพาะคนที่วิถีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ และไม่ค่อยมีเวลาในการปรุงอาหาร หันมาสนใจและเลือกรับประทานอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อีกทั้งอาหารปรุงสำเร็จรูปเหล่านี้สามารถพัฒนาและสร้างคุณภาพที่ใกล้เคียงกับอาหารปรุงสด ทั้งในแง่ของรสชาติของอาหารความสดใหม่ของอาหาร และความชุ่มชื้นของอาหารแม้ผ่านการอุ่นจากไมโครเวฟก็ตาม ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหลายๆ คน ที่นิยมอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีความเรียบง่ายในการปรุง (Thai Frozen Food Association, 2017)

โดยเฉพาะอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และมีรูปแบบอาหารที่หลากหลายให้เลือก อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจะกระจายตัวอยู่ตามร้านสะดวกซื้อต่างๆ เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งอาหารเหล่านี้สามารถตอบโจทย์การดำเนินชีวิตแบบเร่งรีบได้ดี และจากการที่อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อยู่ในตลาดเป็นเวลายาวนานทำให้มีชื่อเสียงและที่เป็นที่ยอมรับ รวมถึงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต ทำให้คนในสังคมให้การยอมรับในคุณภาพของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมากขึ้น โดยเฉพาะคนที่วิถีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ และไม่ค่อยมีเวลาในการปรุงอาหาร หันมาสนใจและเลือกรับประทานอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อีกทั้งอาหารปรุงสำเร็จรูปเหล่านี้สามารถพัฒนาและสร้างคุณภาพที่ใกล้เคียงกับอาหารปรุงสด ทั้งในแง่ของรสชาติของอาหารความสดใหม่ของอาหาร และความชุ่มชื้นของอาหารแม้ผ่านการอุ่นจากไมโครเวฟก็ตาม ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหลายๆ คน ที่นิยมอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีความเรียบง่ายในการปรุง (Thai Frozen Food Association., 2017)

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้นนี้ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะการศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อทราบปัจจัยที่เป็นสิ่งสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แนวคิด ทฤษฎี

อาหารแปรรูปแช่แข็ง

ผลิตภัณฑ์อาหารแช่เยือกแข็งหรือ ที่นิยมเรียกกันอย่างสั้นว่าอาหารแช่แข็งคือ ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านกระบวนการการแปรรูปด้วยการให้ความเย็นระดับเยือกแข็งเพื่อถนอมอาหารให้เก็บได้ยาวนานโดยหลักการทางการถนอมอาหารอุณหภูมิที่ต่ำจะสามารถ ลด ยับยั้งและหยุดการเสื่อมเสียในอาหารอันเนื่องมาจากการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ปฏิกิริยาเคมีรวมทั้งการคงรักษาเนื้อสัมผัสได้ด้วยการลดจนเกือบจะหยุดการเคลื่อนไหวทางฟิสิกส์ของอนุภาคหรือที่เรียกว่าการเข้าสู่สถานะสภาพแก้ว(glass transition)ในอาหารได้ปัจจุบัน กฎการเก็บรักษาอาหารแช่แข็งส่วนใหญ่ จะให้เก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำกว่า $-18^{\circ}\text{C}(=0^{\circ}\text{F})$ ได้ในระยะเวลา 6 เดือน ถึง 2 ปี ด้วยความเย็นระดับนี้จะไม่จุลินทรีย์ชนิดใดสามารถเจริญเติบโตได้ โดยเฉพาะจุลินทรีย์ชนิด Psychrophilic Organismที่สามารถเจริญเติบโตได้ในอุณหภูมิต่ำถึง -5 องศาเซลเซียส ทำให้การแช่เย็นทั่วไปป้องกันไม่ได้ เพราะอุณหภูมิจะอยู่ที่เพียง $0-5$ องศาเซลเซียส (วัชรและสุขเกษม 2566)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ธนสร กิรัมย์. (2566) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ การที่พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการ Kotler and Keller ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าวรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการพบสิ่งกระตุ้น

(Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ จะได้รับอิทธิพลจากภายในใจผู้บริโภค แล้วจะมีการตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision)ว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งทางการตลาดเพราะการบริหารการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นักการตลาดจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดไว้ดังนี้

Kotler and Armstrong (2016) ได้ให้ความหมายไว้ว่าส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือที่ธุรกิจหรือผู้บริหารสามารถนำเครื่องมือดังกล่าวมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้ ซึ่งส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ซึ่งนักการตลาดมีหน้าที่นำกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดไปใช้กับตลาดเป้าหมายโดยต้องทำการกำหนดจำนวนงบประมาณการตลาดที่จะใช้ในแต่ละองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายหรือผลกำไรหรือวัตถุประสงค์อื่นของธุรกิจหรือผู้บริหารที่ได้กำหนดไว้ทำนองเดียวกันกับ Wheelen and Hunger (2012) ได้กล่าวว่าส่วนประสมการตลาด หมายถึงการรวมกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวแปรที่สำคัญภายใต้การควบคุมขององค์กร ที่สามารถใช้ในการทำให้เกิดความต้องการ (Demand) และได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน (Competitive advantage) ตัวแปรเหล่านี้ได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และราคา (Price)

สมชาติ กิจยรรยง (2561:226) ได้ระบุว่าส่วนประสมการตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้หรือผู้บริโภค การแสวงหา วิเคราะห์สำรวจเพื่อค้นผลิตภัณฑ์สู่ผู้ใช้ หรือผู้บริโภคเป็นเครื่องมือเพื่อเปิดช่องทางให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำซื้อเพิ่มและซื้อต่อเนื่องเป็นผลมาจากตัวแปรที่สำคัญประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) ราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและหรือบริการ รวมถึงแนวความคิด บุคคล องค์กรและอื่น ๆ โดยนักการตลาดจะมุ่งจัดหาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้มาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

2) ราคา (Price) ในการจัดหาสินค้าและหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จะต้องอยู่ภายใต้ระดับราคาที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและยินดีที่จะจับจ่าย

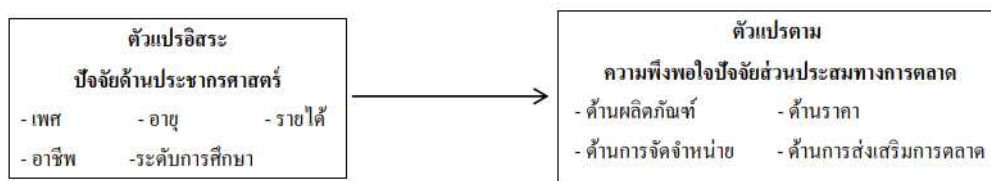
เพื่อซื้อหาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วยเหตุนี้ การกำหนดราคาขายต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าและความคาดหวังที่ผู้บริโภคต้องการจะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อีกทั้งยังต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงความพยายามที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดขึ้นมา นั้นไปสู่ตลาดเป้าหมายของกิจการ ซึ่งครอบคลุมถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังสถานที่จำหน่าย ทำให้สินค้าถูกเปลี่ยนมือและเคลื่อนที่ไปจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง ปลายทางคือมือผู้บริโภค เป้าหมายนอกจากนี้ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบาย ในการรับบริการ การส่งมอบ สถานที่และเวลาในการส่งมอบ

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการบอกกล่าวรายละเอียดของสินค้าและบริการเพื่อกระตุ้นเร้าใจให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมการบริโภคในสินค้าหรือบริการนั้นถือได้ว่าเป็นตัวช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำในสิ่งที่เราคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้และการตัดสินใจซื้อ ตลอดจนซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้า

กรอบแนวคิด

การศึกษาผู้วิจัยได้พิจารณาตัวแปรต่าง ๆ ที่โดย ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดและตัวแปรในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ และเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่เคยซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง จำนวน 400 คน โดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูลในการดำเนินการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานคร

และปริมณฑล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคโดยนำแบบสอบถามไปทำการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายในเขตเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติเพื่อบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับบรรยายลักษณะของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา ประกอบด้วย (1) ค่าร้อยละ (Percentage) (2) การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) (3) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ของน้ำหนักความคิดเห็นตามมาตรวัดของ Likert Scale (4) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาการกระจายน้ำหนักของคำตอบโดยใช้สูตร ดังนี้ (สมคิด รักษาทรัพย์, ม.ป.ป.)

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การศึกษาปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคอาหารแช่แข็ง จำนวน 400 คน โดยใช้การเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีผลดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 229 (คิดเป็นร้อยละ 57.3) อายุประมาณ 21-30 ปี (คิดเป็นร้อยละ 34.0) สถานภาพโสด (คิดเป็นร้อยละ 51.5) ระดับการศึกษามัธยมศึกษา (คิดเป็นร้อยละ 27.0) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือพนักงานโรงงาน (คิดเป็นร้อยละ 37.3) มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 33.0) มีสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน (คิดเป็นร้อยละ 38.8) บริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งยี่ห้อฮีโร่ (คิดเป็นร้อยละ 54.5) ประเภทอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งประเภทข้าวและกับข้าว เช่น ข้าวกะเพรา ข้าวแกงเขียวหวาน ข้าวแกงพะแนง ข้าวไข่เจียว (คิดเป็นร้อยละ 39.0) ความถี่ในการบริโภค 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (คิดเป็นร้อยละ 38.0) ซื้อ 1-2 ชิ้นต่อครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 41.8) ค่าใช้จ่ายครั้งละ 31-60 บาท (คิดเป็นร้อยละ 31.30) ซื้อช่วงเวลาเมื่อเย็น 16.00-20.00 น. (คิดเป็นร้อยละ 30.3) เหตุผลในการซื้อ ซื้อเพื่อบริโภคเอง

(คิดเป็นร้อยละ 77.3) ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่เซเว่นอีเลฟเว่น (คิดเป็นร้อยละ 67.0) ตามทุก
ครั้งก่อนซื้อ (คิดเป็นร้อยละ 68.0)

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งยี่ห้อไหน
บ่อยที่สุด

ยี่ห้อ	จำนวน	ร้อยละ
อิชี้โก	218	54.5
เฟเวอรี่	23	5.8
พรานทะเล	11	2.8
เอสแอนด์พี	18	4.5
เทสโก้โรตตี้มีล	20	5.0
ซีพี	88	22.0
เดลี เฟรช	14	3.5
เอโร่	7	1.8
อื่นๆ	1	.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหาร
สำเร็จรูปแช่แข็งยี่ห้อไหนบ่อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภค อิชี้โก จำนวน 218 คิดเป็น
ร้อยละ 54.5 ซีพี จำนวน 88 คิดเป็นร้อยละ 22.0 เฟเวอรี่ จำนวน 23 คิดเป็นร้อยละ 5.8 เทสโก้
โรตตี้มีล จำนวน 20 คิดเป็นร้อยละ 5.0 เอสแอนด์พี จำนวน 18 คิดเป็นร้อยละ 4.5 เดลี เฟรช
จำนวน 14 คิดเป็นร้อยละ 3.5 พรานทะเล จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 2.8 เอโร่ จำนวน 7 คิดเป็น
ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหารที่ทำนซื้อ

ประเภทอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทข้าวผัดหรือเส้นผัด เช่น ข้าวผัด ผัดไท ผัดซีอิ๊ว สปาเก็ตตี้	154	38.5
ประเภทข้าวและก๋วยเตี๋ยว เช่น ข้าวกะเพรา ข้าวแกงเขียวหวาน ข้าว แกงพะแนง ข้าวไข่เจียว	156	39.0
ประเภทข้าวต้มและอาหารที่มีน้ำซุ๊ป เช่น โจ๊ก เส้นหมี่กะเพรา ปลา เกี้ยวกุ้ง ข้าวต้ม	90	22.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหารที่ทานชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภค ประเภทข้าวและกับข้าว เช่น ข้าวกะเพรา ข้าวแกงเขียวหวาน ข้าวแกงพะแนง ข้าวไข่เจียว จำนวน 156 คิดเป็นร้อยละ 39.0 ประเภทข้าวผัดหรือเส้นผัด เช่น ข้าวผัด ผัดไท ผัดซีอิ๊ว สปาเก็ตตี้ จำนวน 154 คิดเป็นร้อยละ 38.5 ประเภทข้าวต้มและอาหารที่มีน้ำซุ๊ป เช่น โจ๊ก เส้นหมี่กะเพราปลา ก๋วยจั๊ว ข้าวต้ม จำนวน 90 คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านสะดวกซื้อที่ซื้อผลิตภัณฑ์บ๋วยที่สุด

ร้านสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เซเว่นอีเลฟเว่น	268	67.0
แฟมิลีมาร์ท	54	13.5
ร้านโลว์สัน	13	3.3
แม็กซ์แวลู	10	2.5
เทสโก้โลตัส บิ๊กซี	51	12.8
แม็คโคร	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านสะดวกซื้อที่ซื้อผลิตภัณฑ์บ๋วยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ เซเว่นอีเลฟเว่น จำนวน 268 คิดเป็นร้อยละ 67.0 แฟมิลีมาร์ท จำนวน 54 คิดเป็นร้อยละ 13.5 เทสโก้โลตัส บิ๊กซี จำนวน 51 คิดเป็นร้อยละ 12.8 ร้านโลว์สัน จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 3.3 แม็กซ์แวลู จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 2.5 แม็คโคร จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	0.64	มาก
ด้านราคา	4.00	0.75	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.09	0.74	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.13	0.72	มาก
รวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 P	4.09	0.72	มาก

ตารางที่ 4 พบว่า ในผลรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และเมื่อเรียงลำดับผลรวมปัจจัยต่างๆ เป็นรายด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน และเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.13$) ต่อมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.09$) และ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.0$) ตามลำดับ

2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังตารางที่ 2 ภาพรวมระดับความพึงพอใจต่อด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงล าดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.15 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือมีฉลากแสดงข้อมูลของอาหาร วันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความสดและรสชาติอร่อยน่ารับประทาน อยู่ในลำดับที่สามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ระยะเวลาในการจัดเก็บรักษาที่นานและมีความเหมาะสมอยู่ในลำดับที่สี่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รูปแบบที่สะดวกต่อการบริโภคอยู่ในลำดับที่ห้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์เมื่อรับความ อยู่ในลำดับที่หกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

2.2 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.13 เมื่อพิจารณารายข้อ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อแลกของสมนาคุณอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาการลดราคาส่วนลด หรือสิทธิพิเศษที่หลากหลายเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย สื่อสิ่งพิมพ์ โซเชียลมีเดีย อยู่ในลำดับที่สามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และมีการทำโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ อยู่ในลำดับที่สี่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.09 เมื่อพิจารณารายข้อ การวางสินค้าในจุดที่เห็นได้ชัดเจนและสะดวกต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมา ช่องทางให้เลือกซื้อหลากหลายออนไลน์ เดลิเวอรี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 สถานที่จัดจำหน่ายใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน อยู่ในลำดับที่สามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และหาซื้อได้ง่ายและสะดวก อยู่ในลำดับที่สี่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

2.4 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.00 เมื่อพิจารณารายข้อ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ (ความสด ความสะอาด) และความเหมาะสมของราคาเหมาะสมกับ

ปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 4.01 และราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารประเภทอื่นอยู่ในลำดับที่สามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.973 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยพบว่า ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่ซื้อบ่อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภค อีซีโก มีประเภทอาหารที่รับประทาน คือ ประเภทข้าวและก๋วยเตี๋ยว เช่น ข้าวกะเพรา ข้าวแกงเขียวหวาน ข้าวแกงพะเนียง ข้าวไข่เจียว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 31-60 บาท ช่วงเวลาที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภค มื้อเย็น (16.00-20.00 น.) และในการซื้อในแต่ละครั้ง คุณค่าสินค้าเสมอ มีความสอดคล้องกับการศึกษาของสามารถรักษาชื่อ(2566)

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแช่แข็งของผู้บริโภคนั้น ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และในการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ พบประเด็นที่สำคัญคือ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($X = 4.093$) และปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมาเป็นอันดับแรก เพราะอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด เพราะการส่งเสริมการตลาดสำหรับอาหารแช่แข็ง เป็นกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจในการซื้อจากผู้บริโภคได้เป็นต้น ส่วนปัจจัยทางด้านสถานที่นั้น ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าการวางสินค้าในจุดที่เห็นได้ชัดเจนและสะดวกต่อการเลือกซื้อ เป็นต้น ส่วนด้านราคาผู้บริโภค มีความคิดเห็นว่าคุณค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ (ความสด ความสะอาด) มีความสอดคล้องกับการศึกษาของปิยธิดา พุทธา (2564)

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะจากงานวิจัย เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง ดังนี้

1. ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ เช่น เลือกศึกษาประชากรในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อจะได้เห็นผลของการศึกษาว่าเป็นอย่างไร มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เพื่อให้งานวิจัยกว้างขวางและสมบูรณ์มากขึ้น

3. ควรมีการทำวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กับตัวบุคคลเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์และสามารถนำไปพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดและหาแนวทางใหม่ ๆ ในการทำการตลาดในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

วัชระ, & สุข เกษม. (2022). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแช่เย็นพร้อมรับประทานผ่านร้านสะดวกซื้อของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัยมหิดล).

สมชาติกิจรรรยง. (2561). กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: SmartLife สมคิด รักษาทรัพย์. (ม.ป.ป.). การวัดการกระจาย. [Online].

<https://www.academia.edu/9019312/>

Buddha, P., Sawangwong, P., Phadungchareon, P., Thungsetthee, L., & Yongsiri, O. (2021). พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขต กำแพงแสน. *Journal of Research and Development Institute Rajabhat Maha Sarakham University*, 8(2), 75-88.

Girum, T., Aun-on, N., & Pungsuwan, C. (2022). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวายในห้างสรรพสินค้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร. *Journal of Industrial Business Administration*, 4(1), 74-86.

Ruksachue, S., & Siribensanont, C. (2023). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. *Journal of Administration and Social Science Review*, 6(1), 189-198.

Thai Frozen Food Association.(2017).Ready to eat products. [Online]. <https://thai-frozen.or.th/index.php/product-gallery/ready-to-eat>. [28September 2021]

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

การพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพื้งพื้ง” สำหรับงานบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาล
โรงพยาบาลจุฬาภรณ์

The Utilization of the LINE Applications “PeungxPhing” for the Internal
Communication in Chulabhorn Hospital

ครองกมล พงษ์ลิขิตมงคล

Krongkamol Ponglikitmongkol

โรงพยาบาลจุฬาภรณ์ Krongkamol.pon@cra.ac.th

บทคัดย่อ

งานบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ ยังจำเป็นต้องปรับปรุงส่วนงานการติดต่อสื่อสารแบบเดิมที่เป็น การติดต่อประสานผ่านหลายขั้นตอน ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและประหยัด การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์เป็น chatbot สนับสนุนงานติดต่อสื่อสารภายในองค์กรชื่อ “หมีพื้งพื้ง” โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์ร่วมกับการใช้ โปรแกรม dialogflow ในการสนับสนุนการให้ข้อมูลเอกสารแนวทางเวชปฏิบัติต่าง ๆ ในโรงพยาบาล เบอร์โทรศัพท์ของ หน่วยงานและแพทย์ และตารางเวรของแพทย์ และเพื่อศึกษาประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันไลน์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ แพทย์เฉพาะทาง แพทย์ใช้ทุน และพยาบาล จำนวน 34 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการใช้ประโยชน์ ด้าน ประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันไลน์ และด้านการพึงพอใจ ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพื้งพื้ง” ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564- 17 พฤษภาคม 2565 จำนวน 500 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการค้นหาข้อมูลเกิดความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งลดต้นทุนการใช้กระดาษ คิดเป็นร้อยละ 76.5 ในส่วนประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพื้งพื้ง” พบว่าส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามีความเสถียรและเข้าใช้ได้อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 79.4 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจการได้รับข้อมูลตรงตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 82.4 นอกจากนี้ยังสามารถช่วยลดการทวงงานของโอเปอเรเตอร์ได้มากกว่า 1,000 ครั้งต่อเดือน ทำให้อัตราการรอสายของ โอเปอเรเตอร์สำหรับบุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วยลดลงอย่างมาก

คำสำคัญ: หุ่นยนต์โต้ตอบอัตโนมัติ ไลน์ โรงพยาบาล

ABSTRACT

Chulabhorn Hospital's communication service needs to advance from its current cumbersome, slow, and unsafe traditional communication platform to one that is more practical, quick, and secure. The goal of this study was to create the Line chatbot "PeungxPhing" to aid in internal communication at Chulabhorn Hospital. The Dialogflow program and the line application both gave useful information on clinical practice recommendations, a doctor's phone number, and a doctor's shift. 34 doctors and nurses who had used the app were also asked to respond to a survey regarding its usefulness, effectiveness, and satisfaction.

According to the survey, 500 people used the line application between 1 October 2021 and 17 May 2022. 79.4% of users indicated that the application had the highest level of program stability satisfaction. 82.4% of users rated the data's correctness as being at its highest possible degree of satisfaction. The number of calls waiting for the operator to transfer them decreased to over a thousand calls per month thanks to the line chatbot application.

Keywords: chatbot line hospital

บทนำ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานของแพทย์ในโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ คือ การติดต่อสื่อสารยังไม่สะดวกและรวดเร็ว อย่างเช่น การเข้าถึงแนวทางเวชปฏิบัติของโรงพยาบาลทำได้ยาก การติดต่อรายชื่อแพทย์หรือหน่วยงานภายในโรงพยาบาล แพทย์ต้องใช้วิธีการติดต่อผ่านโอเปอเรเตอร์หรือค้นหาเพิ่มข้อมูลเบอร์โทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ในหน่วยงาน เพื่อค้นหารายชื่อหรือเบอร์ที่ต้องการติดต่อ แม้กระทั่งการแลกเปลี่ยนตารางเวรของแพทย์ ซึ่งแพทย์ต้องโทรศัพท์หากันก่อน (ซึ่งในบางครั้งไม่มีเบอร์โทรศัพท์ของแพทย์ที่ต้องการแลกเปลี่ยนด้วย) หลังจากแลกเปลี่ยนแล้ว ต้องแจ้งเรื่องไปหาเลขาแพทย์ โดยเลขาแพทย์จะทำการเปลี่ยนตารางเวรและแจ้งกลับมาที่หน่วยงานนั้นๆ โดยผ่านอีเมลในทุก ๆ ครั้งที่แพทย์มีการแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ใช้เวลาในการสื่อสารมากพอสมควร จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการนำแอปพลิเคชันไลน์เข้ามา ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์โรงพยาบาลจุฬาภรณ์ โดยเป็นทั้งฐานข้อมูลและเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ได้แก่ 1.มีการจัดเก็บหมายเลขโทรศัพท์ (Phone book) ของสถานที่/หน่วยงานต่าง ๆ ของราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์

2. มีการจัดเก็บหมายเลขโทรศัพท์ (Phone book) ของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและแพทย์ใช้ทุน
3. มีการจัดเก็บข้อมูลแนวทางเวชปฏิบัติของโรงพยาบาลหรือแนวทางการรักษาภาวะเร่งด่วนฉุกเฉิน
4. มีการจัดเก็บข้อมูลตารางเวรแพทย์ประจำโรงพยาบาล เพื่อการตรวจสอบ การแลกเปลี่ยน และการยืนยันตารางเวรแพทย์

สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกใช้แอปพลิเคชัน Line ในการแก้ไขปัญหาการสื่อสารภายในโรงพยาบาล เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย สามารถส่งข้อความได้ตลอดเวลา รองรับไฟล์ข้อมูลได้หลายหลาย และไม่เสียค่าใช้จ่าย 1) ไม่จำเป็นต้องพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาใหม่ ซึ่งปัจจุบันในแต่ละบุคคลมีแอปพลิเคชันมากมายในโทรศัพท์มือถือ หลายครั้งที่แอปพลิเคชันที่ไม่ได้ใช้งานประจำ จะถูกละเลยได้ง่าย การประยุกต์มาใช้ใน แอปพลิเคชันไลน์ จะช่วยลดปัญหาตรงนี้ได้ เนื่องจากไม่ต้องดาวน์โหลดใหม่ และเป็นแอปพลิเคชันที่บุคลากรใช้เป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว สำหรับการพัฒนาไลน์ “หมีพึ่งพิง” มีข้อดีคือเป็นการให้เพิ่มเพื่อนที่เป็นหุ่นยนต์โต้ตอบอัตโนมัติ (Chatbot) ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความเที่ยงตรง รวดเร็ว สามารถปรับแก้ไขข้อมูลได้ตลอด โดยการเลือกตั้งชื่อไลน์ว่า “หมีพึ่งพิง” เพราะเป็นตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์อยู่เดิม ทำให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาชื่อไลน์ได้สะดวก จดจำง่าย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์ chatbot “หมีพึ่งพิง” สำหรับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์ภายในโรงพยาบาลจุฬาภรณ์
2. เพื่อสำรวจความเห็นด้านการใช้ประโยชน์ ประสิทธิภาพ และความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชันไลน์ chatbot “หมีพึ่งพิง” สำหรับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์ โรงพยาบาลจุฬาภรณ์

กรอบแนวคิด

ข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์คำถามและคำตอบเพื่อการป้อนข้อมูลเข้าสู่ระบบ chatbot ได้แก่ ข้อมูลคำสำคัญ (keyword) ซึ่งจะเชื่อมโยงกับข้อมูลคำตอบในฐานะข้อมูลที่เตรียมไว้ ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลคำสำคัญ คือ ชื่อจริงแพทย์ จะเชื่อมกับข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ ซึ่งเป็นไฟล์ google sheet ที่เก็บข้อมูลเบอร์โทรศัพท์แพทย์ไว้ที่ฐานข้อมูลโรงพยาบาล

เครื่องมือที่ใช้พัฒนาระบบโต้ตอบการสนทนาอัตโนมัติ ประกอบด้วย 3 ส่วนได้แก่

1. Dialogflow
2. แอปพลิเคชัน LINE
3. LINE Developer

การพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์ได้เลือกใช้แอปพลิเคชัน LINE เป็นตัวกลางในการสนทนา ระหว่างผู้ใช้งานกับระบบโต้ตอบการสนทนาอัตโนมัติ ซึ่งใช้ Web hook ของ Line เป็นตัวกลางในการช่วยติดต่อกับแอปพลิเคชัน สำหรับกระบวนการเชื่อมต่อระหว่างแอปพลิเคชันและฐานข้อมูลเพื่อจัดเก็บ

วิธีการวิจัย

ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนได้แก่

1. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” โดยการสมัครเปิด line official account ตั้งชื่อ “หมีพึ่งพิง” จากนั้นนำโปรแกรมไปเชื่อมกับโปรแกรมหุ่นยนต์โต้ตอบอัตโนมัติ dialogflow ผ่านweb hook ของ line และใช้ Line Developer เพื่อให้หุ่นยนต์โต้ตอบข้อความที่ผู้ใช้ส่งผ่านไลน์ผ่านรูปแบบไฟล์ต่าง ๆ โดยข้อมูลที่หุ่นยนต์ใช้ในการโต้ตอบจะจัดเก็บใส่ชุดข้อมูล Google Sheet ที่สามารถอัปเดตและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (รูปภาพที่ 1) โดยหลังจากพัฒนาแอปพลิเคชันได้ทดลองการประเมินผลการพัฒนาแอปพลิเคชัน Chatbot ว่าสามารถส่งข้อมูลที่ถูกต้องได้ โดยการทดลองใช้เบื้องต้นจากผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน จากนั้นจัดทำเครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” ต่อการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์ โรงพยาบาลจุฬาภรณ์ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”

สำหรับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์ โรงพยาบาลจุฬาภรณ์.

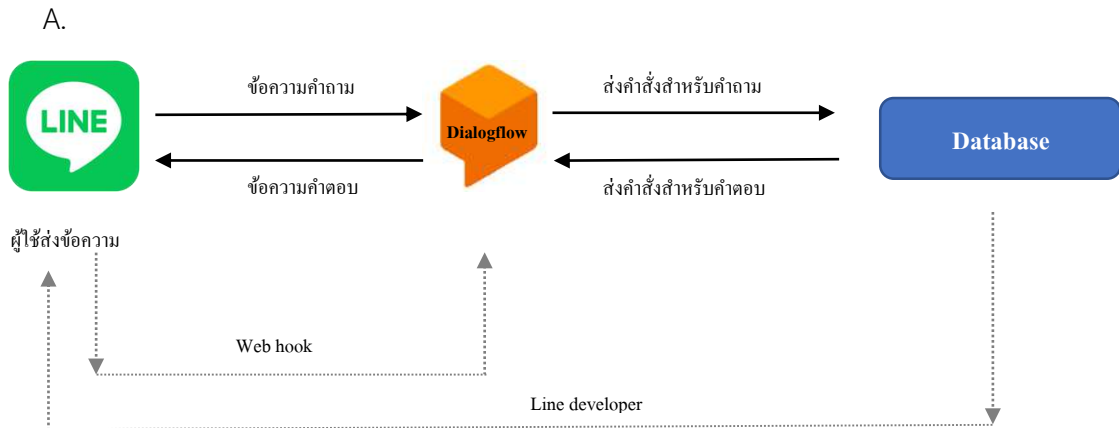
โดยใช้ชุดคำถามจำนวน 15 ข้อในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ใน 3 ด้าน ได้แก่

- ด้านการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”
- ด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”
- ด้านความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”

2. ประชากร คือ แพทย์เฉพาะทาง แพทย์ใช้ทุน และพยาบาลในโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็น Pilot study จึงประมาณกลุ่มประชากรตัวอย่างสำหรับแบบสอบถาม 34 คน โดยเป็นการสุ่มจากจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน “หมีพึ่งพิง”

3. วิธีการเก็บข้อมูลใช้แบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) โดยสุ่มให้ประชากรที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” เป็นผู้ทำแบบประเมิน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยการนำข้อมูลจากแบบทดสอบมาหาค่าเฉลี่ยและร้อยละ



B.

Training phrases ? Search training phrases 🔍 ^

- ☞ Add user expression
- ☞ ยา
- ☞ pharmacist
- ☞ Pharmacy
- ☞ เภสัช
- ☞ ห้องยา

Responses ? ^

DEFAULT +

Text Response 🗑️

- 1 ห้องยา 100 เต็ม: 6218 6219
ห้องยา 17 โทร: 5775 5776
- 2 Enter a text response variant

ADD RESPONSES

Set this intent as end of conversation ?

C.

Training phrases ⓘ Search training phrases 🔍 ^

- ” Add user expression
- ” UGIB
- ” GI bleed

DEFAULT +

Text Response 🗑️

- UGIB guideline ในโรงพยาบาลจุฬารณ์
- Enter a text response variant

Custom Payload 🗑️

```

1 {
2   "line": {
3     "type": "image",
4     "previewImageUrl": "https://docs.google.com/uc?
id=1VADAxvwBjEa_jfrqMMH1XYrIo5ruDDrf",
5     "originalContentUrl": "https://docs.google.com/uc?
id=1VADAxvwBjEa_jfrqMMH1X...
6   }
7 }
```

ADD RESPONSES

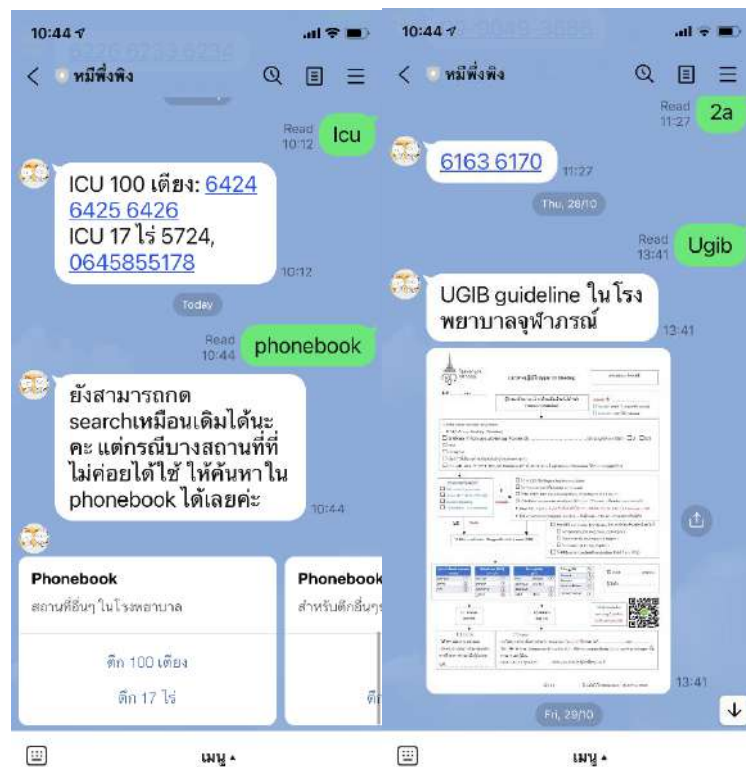
Set this intent as end of conversation ⓘ

ภาพที่ 1 รูปภาพแสดงวิธีการออกแบบแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” รูป A. แสดงการออกแบบโปรแกรม โดยเชื่อม line และ dialogflow ด้วย webhook ของไลน์ จากนั้นใช้ line development สำหรับออกแบบรูปแบบไฟล์ที่ต้องการเสนอ ผลลัพธ์ที่ได้คือข้อความโต้ตอบอัตโนมัติ จากข้อความคำถามไปสู่คำตอบในรูปแบบต่างๆ รูป B แสดง Training phase สำหรับคำค้นหาเบอร์โทรศัพท์หน่วยงาน และการระบุคำตอบในรูปแบบข้อความ (Text) รูป C แสดง Training phase ในรูปแบบข้อความค้นหาแนวทางเวชปฏิบัติและการระบุคำตอบในรูปแบบข้อความและรูปภาพ

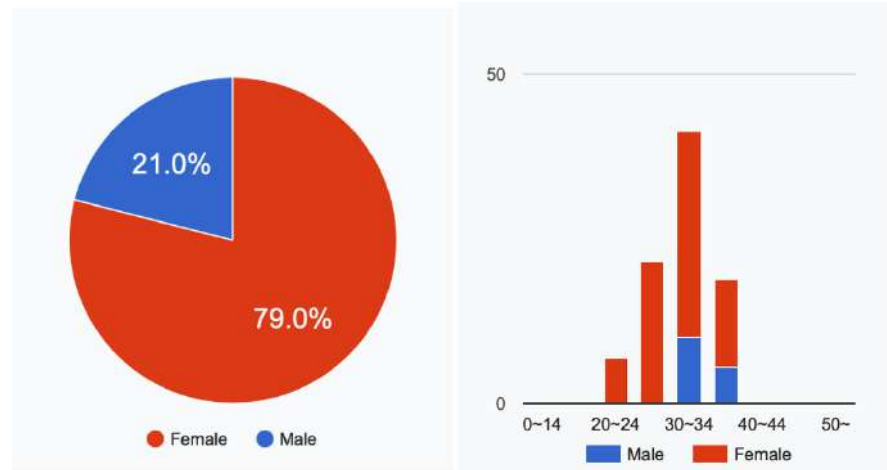
ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”

การพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์ร่วมกับโปรแกรม Dialogflow ซึ่งเป็นหุ่นยนต์โต้ตอบข้อความอัตโนมัติ ทำให้ค้นหาข้อมูลเวชปฏิบัติในโรงพยาบาล ค้นหาเบอร์โทรศัพท์ และตารางเวรในโรงพยาบาล(รูปภาพที่ 2) ได้สะดวกรวดเร็ว โดยพบว่าจำนวนผู้ที่มีแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 – 16 พ.ค. 65 มีจำนวนเพื่อนในไลน์ 500 คน แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 79% และเพศชาย 21% กลุ่มอายุของผู้ใช้งานแบ่งเป็นช่วงอายุ 20-24 ปี 6.9% เป็นเพศหญิง ทั้งหมด ช่วงอายุ 25-29 ปี 21.6% เป็นเพศหญิงทั้งหมด ช่วงอายุ 30-34 ปีจำนวน 41.4% (แบ่งเป็นเพศหญิง 31.4% และเพศชาย 10%) ช่วงอายุ 35-39 ปีจำนวน 19% (เป็นเพศหญิง 13.6% และเพศชาย 5.4%) และไม่ทราบช่วงอายุอีกจำนวน 11% (รูปภาพที่ 3)



ภาพที่ 2 รูปภาพแสดงการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”



ภาพที่ 3 กราฟแสดงสัดส่วนเพศและอายุของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนข้อความที่ระบบหุ่นยนต์ได้ตอบอัตโนมัติทำงานในแต่ละเดือน ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 – 16 พฤษภาคม 2565

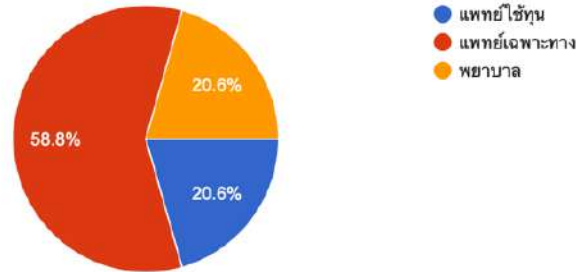
ช่วงเวลา	จำนวนข้อความ
1 ตุลาคม 2564 – 31 ตุลาคม 2564	1,633 ข้อความ
1 พฤศจิกายน 2564-30 พฤศจิกายน 2564	1,354 ข้อความ
1 ธันวาคม 2564-31 ธันวาคม 2564	1,178 ข้อความ
1 มกราคม 2565-31 มกราคม 2565	1,225 ข้อความ
1 กุมภาพันธ์ 2565-28 กุมภาพันธ์ 2565	1,036 ข้อความ
1 มีนาคม 2565- 31 มีนาคม 2565	1,248 ข้อความ
1 เมษายน 2565- 30 เมษายน 2565	1,024 ข้อความ
1 พฤษภาคม 2565-16 พฤษภาคม 2565	573 ข้อความ

จากตารางที่ 1 หุ่นยนต์ได้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” ได้ลดการทำงานของโอเปอเรเตอร์และช่วยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลเวชปฏิบัติในโรงพยาบาลเป็นจำนวน 9,271 ครั้ง โดยลักษณะข้อความที่พบมากที่สุดเป็นการค้นหาเบอร์โทรศัพท์แพทย์

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” ในวันที่ 17-19 พฤษภาคม 2565 พบว่ามีผู้ตอบแบบสำรวจ 34 คน แบ่งเป็น แพทย์เฉพาะทาง 20 คน (58.8%) แพทย์ใช้ทุน 7 คน (20.6%) และพยาบาล 7 คน (20.6%) โดยแบ่งเป็นใช้งานเกือบทุกวัน 26.5% ใช้งานอย่างน้อย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ 11.8% ใช้งานสัปดาห์ละอย่างน้อย 1 ครั้ง 38.2% ใช้งานเดือนละครั้ง 8.8% และใช้งานนาน ๆ ครั้ง 14.7% (ภาพที่4)

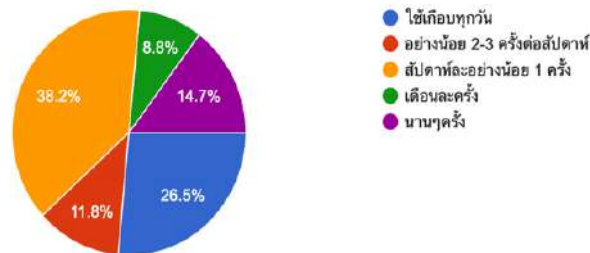
อาชีพ

34 responses



ท่านใช้งานไลน์หมีฟังฟังมากน้อยเพียงใด

34 responses



ภาพที่ 4 กราฟแสดงอาชีพ และความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีฟังฟัง”

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันไลน์ “หมีฟังฟัง” สำหรับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์โรงพยาบาลจุฬาภรณ์

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ใช้งานเห็นด้วยมากที่สุดว่าแอปพลิเคชันไลน์ “หมีฟังฟัง” มีประโยชน์ ประสิทธิภาพและมอบความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งาน ด้านการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันไลน์ “หมีฟังฟัง” ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดในข้อใช้เพื่อหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว (76.5%) และข้อใช้เพื่อลดต้นทุนการใช้จ่ายของหน่วยงาน (76.5%) ด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันไลน์ “หมีฟังฟัง” ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดในข้อมีความเสถียร สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (79.4%) และด้านความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีฟังฟัง” ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดเรื่องข้อมูลเป็นประโยชน์ตรงตามความต้องการใช้งาน (82.4%)

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการสำรวจด้านประโยชน์ ประสิทธิภาพ และความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”

ข้อ	ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ						
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
1	ด้านการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”							
1.1.	ใช้เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารภายในระยะเวลาอันสั้นและรวดเร็ว	58.8%	32.4%	5.9%	2.9%	0%	4.47	0.75
1.2.	ใช้เพื่อหาข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว	76.5%	17.6%	2.9%	2.9%	0%	4.68	0.68
1.3.	ใช้เป็นช่องทางการทำงานร่วมมือภายในกลุ่มที่ทำงานร่วมกัน	52.9%	29.4%	8.8%	5.9%	2.9%	4.24	1.05
1.4.	มีข้อมูลที่ถูกต้องนำมาใช้ประโยชน์ในกลุ่มที่ทำงานร่วมกันได้	58.8%	35.3%	2.9%	2.9%	0%	4.50	0.71
1.5.	ใช้เพื่อลดต้นทุนการใช้กระดาษของหน่วยงาน	76.5%	14.7%	5.9%	2.9%	0%	4.65	0.73
2	ด้านประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”							
2.1.	มีความง่ายต่อการใช้งานของระบบ	76.5%	14.7%	5.9%	2.9%	0%	4.65	0.73
2.2.	มีความเสถียร สามารถเข้าใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	79.4%	14.7%	2.9%	2.9%	0%	4.71	0.68
2.3.	มีความรวดเร็วในการแสดงผล ภาพ ตัวอักษร และข้อมูล	67.6%	29.4%	0%	2.9%	0%	4.62	0.65
2.4.	เทคนิคการนำเสนอข้อมูลและลำดับการแสดงข้อมูลไม่ซ้ำซ้อน	61.8%	29.4%	5.9%	2.9%	0%	4.50	0.75

ข้อ	ข้อความถาม	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด		
2.5.	ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ในกรณีเร่งด่วน	70.6%	20.6%	5.9%	2.9%	0%	4.59	0.74
3	ความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง”							
3.1.	การออกแบบหน้าจอและปริมาณของเนื้อหาในแต่ละเมนู	61.8%	26.5%	8.8%	2.9%	0%	4.47	0.79
3.2.	ความถูกต้องของเนื้อหาและความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	52.9%	41.2%	2.9%	2.9%	0%	4.44	0.70
3.3.	ความเหมาะสมของเนื้อหา กับผู้ใช้งาน	64.7%	29.4%	2.9%	2.9%	0%	4.56	0.70
3.4.	ขนาดของตัวอักษรที่ใช้และการใช้สี	58.8%	26.5%	8.6%	5.9%	0%	4.38	0.89
3.5.	ข้อมูลเป็นประโยชน์ตรงตามความต้องการใช้งาน	82.4%	14.7%	0%	2.9%	0%	4.76	0.61

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” ทั้งแพทย์เฉพาะทาง แพทย์ใช้ทุน และพยาบาล มีความเห็นว่าการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” มีประโยชน์ ประสิทธิภาพ และความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงเป็นส่วนใหญ่มากกว่า 50% ในทุกข้อความถาม นอกจากนี้ยังสามารถช่วยลดการทำงานของโอเปอเรเตอร์ได้มากกว่า 1,000 ครั้งต่อเดือน ทำให้อัตราการรอคอยของโอเปอเรเตอร์ สำหรับบุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วยลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยจากต่างประเทศ (1) ที่พบว่าผู้ใช้งานโปรแกรม chatbot ส่วนมากมีความพึงพอใจในโปรแกรม ที่สะดวกและรวดเร็ว และการใช้โปรแกรม dialogflow ก็มีประสิทธิภาพสูงสำหรับการใช้งานโปรแกรมหุ่นยนต์โต้ตอบอัตโนมัติ (2) นอกจากนี้การนำโปรแกรม chatbot ไปเชื่อมกับแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้แพร่หลาย ทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจง่าย เข้าถึงได้ไม่ยาก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมให้การนำโปรแกรม chatbot ไปประยุกต์ใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) โดยสรุปจากผลการศึกษานี้พบว่า การ

พัฒนารูปแบบของแอปพลิเคชันไลน์ “หมีพึ่งพิง” สามารถเพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์ ของโรงพยาบาลจุฬารัตน์ได้เป็นอย่างดี โดยการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ สามารถได้รับคำตอบทันทีหลังจากใส่คำค้นหา และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ในอนาคตควรมีการประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันไลน์และหุ่นยนต์โต้ตอบอัตโนมัติในโรงพยาบาลสำหรับผู้ป่วยในการนัดหมาย ติดต่อแผนกต่าง ๆ จะทำให้การสื่อสารสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามจากผลสำรวจพบว่าควรพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันไลน์ chatbot สำหรับช่องทางการทำงานร่วมมือภายในกลุ่ม โดยอาจพัฒนาเป็นไลน์ chatbot ที่ส่งเสริมการให้ข้อมูลที่เจาะจงสำหรับบุคลากรแต่ละแผนก เช่น แพทย์ พยาบาล เภสัชกร ควรปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลให้ง่าย ไม่ซับซ้อนหรือทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนในการใส่คำค้นหา และควรพัฒนาความถูกต้องของเนื้อหาและความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา เนื่องจากหากใช้ค้นหาข้อมูลที่หลากหลาย จะทำให้การเลือกคำสำคัญหรือการป้อนข้อมูลค้นหาทำได้ยาก

เอกสารอ้างอิง

- สามารถ อัยกร, (2558). *โปรแกรมไลน์กับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร* (Line Programing and Inter-Organization Communication) (ออนไลน์), แหล่งที่มา http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2558Vol9No1_17.pdf (เข้าถึงเมื่อ 11 มีนาคม 2564).
- Sanny, L., Susastra, A., Roberts, C & Yusramdaleni, R. (2020). The analysis of customer satisfaction factors which influence chatbot acceptance in Indonesia. *Management Science Letters*, 10(6), 1225-1232.
- Thorat, Sandeep A. and Jadhav, Vishakha, (2020). A Review on Implementation Issues of Rule-based Chatbot Systems. Proceedings of the International Conference on Innovative Computing & Communications (ICICC) 2020. (page 1-6).
- Juliana J. Y. Zhang, Asbjørn Følstad & Cato A. Bjørkli (2021). Organizational Factors Affecting Successful Implementation of Chatbots for Customer Service, *Journal of Internet Commerce*, 1-35.

ผลงานวิจัย แบบ Poster Presentation

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ผลของการใช้ประโยชน์ที่ดินต่อคุณภาพน้ำบริเวณลุ่มน้ำห้วยหลวง

Effect of Land Use on Water Quality in Huay Luang Watershed

บุษญา พิมพ์พา¹ ศิริพรรณ ลุนทะลา¹, ศศิธร เพชรแสน¹, กฤษณา นามบุญเรือง, ศรียา อินทสิน²
Butsaya Pimpa¹, Siripan Lunthala,¹ Sasithorn Pechrsan¹, Krissada Namboonrueng¹, Sariya Intasin²

¹ สังกัด สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
อีเมลล์ butsayaphimpa@gmail.com, siripun2626@gmail.com, sasithorn.pe@udru.ac.th, Krissada.na@udru.ac.th

² สังกัด สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี อีเมลล์ sariya_i@udru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้ประโยชน์ที่ดินต่อคุณภาพน้ำบริเวณลุ่มน้ำห้วยหลวง ดำเนินการเก็บข้อมูลวิเคราะห์และประเมินคุณภาพน้ำตามเกณฑ์ดัชนีคุณภาพน้ำ (Water Quality Index: WQI) ทำการเก็บตัวอย่างน้ำในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 โดยมีจุดเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 11 สถานี ครอบคลุมบริเวณพื้นที่ต้นน้ำ (ป่าไม้ เกษตรกรรม และปศุสัตว์) พื้นที่กลางน้ำ (เกษตรกรรม อุตสาหกรรมและชุมชน) และพื้นที่ปลายน้ำ (เกษตรกรรม และชุมชน) ผลการศึกษา พบว่า บริเวณพื้นที่ต้นน้ำของลุ่มน้ำห้วยหลวงมีคุณภาพน้ำมีค่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งน้ำผิวดินประเภทที่ 2 ยกเว้นค่าแอมโมเนีย-ไนโตรเจน ขณะที่ปริมาณแบคทีเรียกลุ่มโคลิฟอร์มทั้งหมด และปริมาณแบคทีเรียกลุ่มฟีคอลโคลิฟอร์ม ของลุ่มน้ำห้วยหลวงตอนกลางและตอนล่าง มีค่าเกินมาตรฐานคุณภาพแหล่งน้ำผิวดินประเภทที่ 3 ผลการประเมินคุณภาพน้ำโดยเกณฑ์ WQI พบว่า บริเวณต้นน้ำของลุ่มน้ำห้วยหลวง (พื้นที่ป่าไม้) มีคุณภาพน้ำอยู่ในระดับดีเกือบทุกพารามิเตอร์ เมื่อประเมินคุณภาพน้ำตลอดทั้งลุ่มน้ำห้วยหลวง พบว่ามีคุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์เสื่อมโทรม ซึ่งมีสาเหตุจากกิจกรรมการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทเกษตรกรรมและชุมชน ประกอบกับลำน้ำห้วยหลวงเป็นแหล่งน้ำที่รองรับน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียเทศบาลนครอุดรธานีทำให้เกิดการสะสมสิ่งสกปรกที่ถูกชะล้างจากกิจกรรมในพื้นที่ลงสู่แหล่งน้ำ ดังนั้นจึงควรมีการวางแผนการใช้ที่ดินอย่างเหมาะสมและมีการวางแผนบริหารจัดการลุ่มน้ำเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

คำสำคัญ : การใช้ประโยชน์ที่ดิน คุณภาพน้ำ ลุ่มน้ำห้วยหลวง

ABSTRACT

This research aimed to study the effects of land use types on water quality in the Huay Luang watershed. Water samplings were collected, analyzed, and determined by Water Quality Index (WQI) in February 2023. Eleven stations of samples covered 3 parts; 1) the upstream area (forest, cultivated, and pasture area), 2) the middle of the watershed area (cultivated, Industrial, and community area), and 3) the downstream area (cultivated, and community area). Results showed that water quality in the upstream area was in the surface water standard class 2, except for Ammonia-Nitrogen ($\text{NH}_3\text{-N}$). However, the amount of total coliform bacteria (TCB) and fecal coliform bacteria (FCB) in middle and downstream areas were higher than the surface water standard class 3. Water quality assessment through the water quality index (WQI) indicated that water quality in the upstream area (forest area) was at a good level for all of the parameters. Nevertheless, in the middle and downstream areas were found poor levels. These results were caused by activities in farm and community areas. Furthermore, Huay Luang stream was affected by the wastewater treatment system of Udon Thani Municipality. Therefore, proper land use planning and Huay- Luang watershed management should be applied to achieve sustainability of the watershed.

Keywords: Land Use, water quality, Huay Luang Watershed

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566

วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของระบบการจัดการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทางเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

Analyzing the current state of the education management system to increase
economic competitiveness in sukhothai province

สุทธิศักดิ์ เพ็ชรฝั่ง¹ และ รองฤทธิ์ ไกรกิจราษฎร์¹

¹ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสุโขทัย สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ chekuvara@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของระบบการจัดการศึกษาเพื่อสร้างอาชีพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร การสนทนากลุ่ม ทั้งนี้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยการคัดเลือกแบบเจาะจงจาก ครู ผู้บริหารสถานศึกษา และศึกษานิเทศก์ ซึ่งเป็นสถานศึกษานำร่องพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 40 คน โดยแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 10 คน จำนวน 4 กลุ่ม พร้อมกับรวบรวมประเด็นที่สำคัญ ข้อสรุปและประเมินข้อมูลโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 ท่าน และนำข้อมูลมาสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาระบบการจัดการศึกษาเพื่อสร้างอาชีพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

ผลการศึกษาพบว่าสภาพปัจจุบันของระบบการจัดการศึกษาเพื่อสร้างอาชีพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย ยังคงมีปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบการจัดการศึกษาหลายด้าน อาทิ การบริหารงานบุคคล การบริหารงบประมาณ การบริหารทรัพยากรการศึกษา การจัดการสถานศึกษาและด้านการจัดการศึกษา แต่ยังคงมีโอกาสจากปัจจัยภายนอกและจุดแข็งของสถานศึกษาที่สามารถกำหนดกลยุทธ์ซึ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุกและกลยุทธ์เชิงแก้ไขเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดการศึกษาเพื่อสร้างอาชีพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

คำสำคัญ : ระบบการจัดการศึกษา การศึกษาเพื่อสร้างอาชีพ การศึกษาเพื่อสร้างขีดความสามารถ

ABSTRACT

This study's goal was to use qualitative research techniques to examine how the educational management system is now functioning in the Sukhothai region in order to develop a career path and boost economic competitiveness by picking the data sources from a certain group of teachers. There were 40 key informants divided into 4 groups of 10 people each for the purpose of conducting a content analysis at the study supervision, a pilot school for educational innovation. Putting together policy recommendations to create development plans and an educational management system for building a career path and boosting economic competitiveness in the Sukhothai region. Gathering significant conclusions and analyzing the data with 9 specialists.

The study's findings showed the state of the educational management system in Sukhothai for establishing a career path and boosting economic competitiveness. In many areas, including personnel management, budget management, educational resource management, school management, and education management, there are still issues and barriers to the development of educational management systems. However, there are still chances provided by outside variables and the advantages of educational institutions that can develop proactive and corrective strategies to support the growth of the educational management system for establishing a career path and boosting economic competitiveness in the Sukhothai region.

Keywords: The Education Management System, The Education to Build a Career, The Education to Build Capacity

ภาคผนวก

กำหนดการ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2566
วันพุธที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566



08.30-09.00 น.
ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน



09.00-09.30 น.
พิธีเปิดการประชุม โดย
รศ.ดร.สมบัติ คชสิทธิ์
รักษาราชการแทนอธิการบดี
อ.ปรัชญพัชร วันอุทา
คณบดี กล่าวรายงาน



10.00-11.00 น.
การบรรยายพิเศษ โดย
ดร.ศิริดี ธนศรีวัฒนชัย CEO กลุ่ม
บริษัท ไทยวิวัฒนาการทาง จำกัด
ประธานกรรมการ บริษัท เบลูสตี จำกัด
และ ดร.ศิริ ท้าวธวัช ประธานมูลนิธิ
เสียงธรรมเพื่อโภชนาการ



11.00-12.00 น.
การนำเสนอผลงานวิจัย
งานวิชาการ
(แบบ Poster Presentation)

12.00-13.00 น.
พักรับประทานอาหาร



13.30-16.30 น.
การนำเสนอผลงานวิจัย
งานวิชาการ
(แบบ Oral Presentation)

16.30-17.00 น.
มอบเกียรติบัตร / พิธีปิด



ติดตามข่าวสารการจัดการประชุม
และรายละเอียดเกี่ยวกับการประชุม ได้ที่...

02 9093021

Fb: cimvruthailand

cim.vru.ac.th

**ห้องนำเสนอ (SLB 201 ชั้น 2 อาคารเรียนรวมสังคมศาสตร์)
สาขาวิชาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ (ห้องที่ 1)**

ดร.เรืองเดช เร่งเพียร
รศ.ดร.ลัดดา วจนะสาริกากุล

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ลำดับที่ 1 O-SB-Aca-001

อมรรักษ์ สอนชูพล

เรื่อง การปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินหลังยุคโควิด 19

ลำดับที่ 2 O-SB-Aca-002

พัชร พิลิก

เรื่อง แนวคิดองค์กรธุรกิจยุคความปกติใหม่

ลำดับที่ 3 O-SB-Aca-003

สุขสกล วลัยตะกุล

เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทาง
ธุรกิจแห่งศตวรรษที่ 21

ลำดับที่ 4 O-SB-Res-001

อดิสรณ์ สุทธิพรหมมา

เรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการทางการเงิน
และบัญชีในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ลำดับที่ 5 O-SB-Res-002

พงศ์เสวก เอนกจันทน์พร

เรื่อง สุขภาวะทางจิตของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรี
สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว

ลำดับที่ 6 O-SB-Res-003

กัญญาพัชร วุฒินิยา

เรื่อง ปัจจัยหลักที่มีความสัมพันธ์ต่อผลกระทบพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสมัยใหม่

ลำดับที่ 7 O-SB-Res-004

รุ่งทิวา ถึงสุข

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดต่อความพึงพอใจของลูกค้าในร้านสะดวกซื้อ
เซเว่นอีเลฟเว่น ในพื้นที่เคหะนคร และนวนครวิเศษ จังหวัดปทุมธานี

ลำดับที่ 8 O-SB-Res-005

เดวิทย์ โชคขวัญยืน

เรื่อง พฤติกรรมและทัศนคติในการใช้บริการชำระมูลค่าสินค้า
ผ่านแอปพลิเคชัน True Money Wallet ของผู้ใช้บริการในพื้นที่
อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

การนำเสนองานวิจัย งานวิชาการ (แบบ Oral Presentation)

นำเสนอ 15 นาที และ ตอบคำถามคณะกรรมการ 5 นาที

(รวม 20 นาที)

ติดตามข่าวสารการจัดการประชุม
และรายละเอียดเกี่ยวกับการประชุม ได้ที่..

02 9093021

Fb: cimvruthailand

cim.vru.ac.th

ห้องนำเสนอ (SLB 202 ชั้น 2 อาคารเรียนรวมสังคมศาสตร์)
สาขาวิชาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ (ห้องที่ 2)
การพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (R2R)

พศ.ดร.กัลยารัตน์ อีระธนชัยกุล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
อ.ดร.ปรีชา คำมาดี กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ลำดับที่ 1 O-SB-Res-006

สมเกียรติ ถนอมวงศ์ศรี

เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน
แอปพลิเคชัน 7Delivery

ลำดับที่ 2 O-SB-Res-007

ปิยพงษ์ แซ่ลี

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
ทางช่องทางออนไลน์ของร้านสะดวกซื้อ เช่นร้าน ซีเลฟวัน
ในจังหวัดปทุมธานี

ลำดับที่ 3 O-SB-Res-008

พัชรินทร์ แซ่หว้า

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของร้านสะดวกซื้อ
เช่นร้านซีเลฟวัน สาขาซอยเทศบาลท่าโขลง จังหวัดปทุมธานี

ลำดับที่ 4 O-SB-Res-009

Tanawaporn Chartdee

เรื่อง The effect of service innovation to domestic
airlines with aging society customer in Thailand

ลำดับที่ 5 O-SB-Res-010

Supatsorn Champahom

THE POTENTIAL OF AIRLINE BUSINESS IN
MANAGEMENT AND COMPETENCIES SUCCESS

ลำดับที่ 6 O-SB-Res-011

กาญจนา พุ่มพวง

เรื่อง การศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดและพฤติกรรม
ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ในร้านสะดวกซื้อ
เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ลำดับที่ 7 O-R2R-Res-001

ครองมล พงษ์ลิขิตมงคล

เรื่อง ศึกษาการใช้แอปพลิเคชันไลน์ “หมอพึ่งพิง” สำหรับการ
ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแพทย์ โรงพยาบาลจุฬารัตน์

การนำเสนองานวิจัย งานวิชาการ (แบบ Oral Presentation)
นำเสนอ 15 นาที และ ตอบคำถามคณะกรรมการ 5 นาที
(รวม 20 นาที)

ติดตามข่าวสารการจัดการประชุม
และรายละเอียดเกี่ยวกับการประชุม ได้ที่..

02 9093021

Fb: cimvruthailand

cim.vru.ac.th

ห้องนำเสนอ (ห้องเพชรบุรีวิทยาลัยเกษตร 2)
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

อาจารย์ ดร.เจษฎานันท์ เวียงนนท์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
อาจารย์ ดร.อุมารัตน์ ศิริจรูญวงศ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ลำดับที่ 1 P-SC-Res-001

บุษญา พิมพ์พา

เรื่อง ผลของการใช้ประโยชน์ที่ดินต่อคุณภาพน้ำบางประการบริเวณ
ลุ่มน้ำห้วยหลวง

ลำดับที่ 2 P-SC-Res-002

พรรณธิภา เพชรบุญมี

เรื่อง การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการย้อมสีผ้าทอใย
กัญชงด้วยข้าวเหนียวสีม่วงสำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปักลายผ้า
กัญชงบ้านป่าคาใหม่ ตำบลศรีรัษฎารัฐ อำเภอพนพระ จังหวัดตาก

ห้องนำเสนอ (ห้องเพชรบุรีวิทยาลัยเกษตร 2)
สาขาวิชาการศึกษา

อาจารย์ ดร.พิชรากร พูลบุญ
ผศ.ดร.ฐาปนา จ้อยเจริญ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ลำดับที่ 1 P-EDU_Res-001

สุทธศักดิ์ เพ็ชรผึ้ง

เรื่อง วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของระบบการจัดการศึกษา
เพื่อสร้างอาชีพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
ในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

การนำเสนองานวิจัย งานวิชาการ (แบบ Poster Presentation)
นำเสนอ 15 นาที และ ตอบคำถามคณะกรรมการ 5 นาที
(รวม 20 นาที)

ติดตามข่าวสารการจัดการประชุม
และรายละเอียดเกี่ยวกับการประชุม ได้ที่..

02 9093021

Fb: cimvruthailand

cim.vru.ac.th

ห้องนำเสนอ (SLB 203 ชั้น 2 อาคารเรียนรวมสังคมนาตร์)
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

อาจารย์ ดร.เจษฎานันท์ เวียงนนท์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
อาจารย์ ดร.อุมารัตน์ ศิริจรูญวงศ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ลำดับที่ 1 O-SC-Res-001

Wararit Panichkitkosolkul

Bootstrap methods for estimating the confidence interval for the population mean of the zero-truncated Poisson-Shanker distribution and their application

ลำดับที่ 2 O-SC-Res-002

สุจิตราพร โพธิ์ประดิษฐ์

เรื่อง นวัตกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบจำลองเกษตรที่สูงของสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูงในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ป่านป่าคา จังหวัดกำแพงเพชร

ลำดับที่ 3 O-SC-Res-003

ภัชชชาติ ทูรววัฒน์

เรื่อง การศึกษารูปแบบการใช้ที่ดินในพื้นที่สำนัยม กรณีศึกษา: เขตเทศบาลอำเภอปางศิขณ จังหวัดพะเยา

ลำดับที่ 4 O-SC-Res-004

อรุณ อัครวโรทัย

เรื่อง ปริมาณขยะอินทรีย์ประเภทใบไม้ในหน่วยงานของรัฐ

ลำดับที่ 5 O-SES-Res-001

ชัยรัตน์ หงษ์ทอง

เรื่อง การถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตวัสดุปลูกแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

การนำเสนองานวิจัย งานวิชาการ (แบบ Oral Presentation)
นำเสนอ 15 นาที และ ตอบคำถามคณะกรรมการ 5 นาที
(รวม 20 นาที)

ติดตามข่าวสารการจัดการประชุม
และรายละเอียดเกี่ยวกับการประชุม ได้ที่..

02 9093021

Fb: cimvruthailand

cim.vru.ac.th

**ห้องนำเสนอ (SLB 205 ชั้น 2 อาคารเรียนรวมสังคมนาฬาศาสตร์)
สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์**

อาจารย์ ดร.พิชรากร พูลบุญ
ผศ.ดร.ชฎาปนา จ้อยเจริญ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ลำดับที่ 1 O-EDU-Res-001

พีระศิลป์ ศิลปสารท์

เรื่อง ผลการสอนภาษาจีนด้วยเทคนิค CIRC ร่วมกับเกมที่มีต่อ
ความสามารถในการอ่านและเขียนภาษาจีน ของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาปีที่ 1

ลำดับที่ 2 O-EDU-Res-002

สุรีพร สว่างอารมณ์

เรื่อง ผลของการจัดการเรียนรู้รูปแบบ S5CS ร่วมกับเกมการศึกษา
ที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
คณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

ลำดับที่ 3 O-EDU-Res-003

ศราวุธ บัวนพ

เรื่อง การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยรูปแบบเพื่อนคู่คิดร่วมกับ
เทคนิค KWDL เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา
ทางคณิตศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนชั้น
ประถมศึกษาปีที่ 3

ลำดับที่ 4 O-EDU-Res-004

ณัฏฐวี สุนา

เรื่อง ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่มีต่อสมรรถนะ
การเขียนร้อยแก้ว วิชาภาษาไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

ลำดับที่ 5 O-EDU-Res-005

ญาริพย์ ปิ่นจันทร์

เรื่อง การพัฒนาชุดการสอนเปียโนเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนวัยผู้ใหญ่
โดยใช้สื่อนวัตกรรมและบทเพลงฝึกสำเนียงไทย กรณีศึกษาโรงเรียน
ดนตรีนครเกษม

ลำดับที่ 5 O-EDU-Res-006

จิตตรี พละกุล

เรื่อง การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมและวิถีชุมชนมอญ
ตามการรับรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอสามโคก จังหวัด
ปทุมธานี

การนำเสนองานวิจัย งานวิชาการ (แบบ Oral Presentation)
นำเสนอ 15 นาที และ ตอบคำถามคณะกรรมการ 5 นาที
(รวม 20 นาที)

ติดตามข่าวสารการจัดการประชุม
และรายละเอียดเกี่ยวกับการประชุม ได้ที่..

02 9093021

Fb: cimvruthailand

cim.vru.ac.th



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ที่ ๑๑๕๕ /๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ ประจำปี ๒๕๖๖

ตามที่วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ กำหนดจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ ประจำปี ๒๕๖๖ ภายใต้หัวข้อ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ ๒๑” ในวันที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น. ณ ห้องประชุมเพชรบุรีวิทยาลัย ๒ ชั้น ๓ อาคารเรียนรวมสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการงานวิจัยและเพิ่มพูนความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิตศึกษา และนักวิชาการ ในด้านการศึกษา การเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชน และชุมชน รวมทั้งเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการและเป็นการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาให้มีคุณภาพ

เพื่อให้การดำเนินการจัดประชุมวิชาการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยจึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ ประจำปี ๒๕๖๖ ดังรายนามต่อไปนี้

๑. คณะกรรมการอำนวยการ

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ	คชสิทธิ์	ประธานกรรมการ
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นนรภัส	ถกลภักดี	รองประธานกรรมการ
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.ฐิติพร	พิชญกุล	กรรมการ
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิกษิตี	กัลยาณมิตร	กรรมการ
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวุฒิ	เทโพธิ์	กรรมการ
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตเจริญ	ศรขวัญ	กรรมการ
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์हरราชา	เวียงวงษ์	กรรมการ
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจลักษณ์	เมืองมีศรี	กรรมการ
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดรณศักดิ์	ตติยลาภะ	กรรมการ
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา	สีดี	กรรมการ
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตา	พัทรวีไล	กรรมการ
๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศพร	ชูศักดิ์	กรรมการ
๑๓. รองศาสตราจารย์ ดร.กันต์ฤทัย	คลังพหล	กรรมการ
๑๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร	จันทมฤก	กรรมการ
๑๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เศกพร	ตันศรีประภาศิริ	กรรมการ
๑๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปยุตยง	นิลแสง	กรรมการ
๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธราพงษ์	พัฒนศักดิ์ภิญโญ	กรรมการ
๑๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาวุฒิ	วงศ์อนันต์	กรรมการ
๑๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชวาลา	ละวาทีน	กรรมการ

๒๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัจจิมา	มันทน	กรรมการ
๒๑. อาจารย์ปรัชญพัชร	วันอุทา	กรรมการและเลขานุการ
๒๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา	โพธิ์ประดิษฐ์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๒๓. อาจารย์ชนัญชิตา	อรุณแห	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๒๔. อาจารย์ ดร.ปรีชา	คำมาตี	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่ ให้คำปรึกษา อำนวยความสะดวก เสนอข้อคิดเห็นแก่คณะกรรมการทุกฝ่าย เพื่อให้การจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ ประจำปี ๒๕๖๖ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

๒. คณะกรรมการดำเนินงาน

๑. อาจารย์ปรัชญพัชร	วันอุทา	ประธานกรรมการ
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา	โพธิ์ประดิษฐ์	รองประธานกรรมการ
๓. ผู้แทนมหาวิทยาลัย		มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
๔. อาจารย์ ดร.สัญชัย	เกียรติทรงชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๕. อาจารย์ ดร.อุมารัตน์	ศิริจรูญวงศ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
๖. อาจารย์ ดร.เจษฎานันท์	เวียงนนท์	มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
๗. อาจารย์ ดร.ปธานิน	แสงอรุณ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวดี	ยาบุษดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
๙. อาจารย์ ดร.ศศิธร	หาสิน	กรรมการ
๑๐. อาจารย์ ดร.ปรีชา	คำมาตี	กรรมการ
๑๑. อาจารย์ ดร.นภาพร	สิงห์นวล	กรรมการ
๑๒. อาจารย์ ดร.ภัทรพล	ชุ่มมี	กรรมการ
๑๓. อาจารย์พัชราภรณ์	จันทรมานู	กรรมการ
๑๔. อาจารย์สิรินดา	คลี่สุนทร	กรรมการ
๑๕. อาจารย์ระวีพรรณ	กาญจนวัฒน์	กรรมการ
๑๖. อาจารย์ชนัญชิตา	อรุณแห	กรรมการและเลขานุการ
๑๗. นางสาวกมลรัตน์	ยอดหาญ	ผู้ช่วยเลขานุการ
๑๘. นางสาวปัทมา	พรหมสวัสดิ์	ผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่

- วางแผนการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ ประจำปี ๒๕๖๖ ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี
- ตรวจสอบความเรียบร้อยของการจัดงาน ตั้งแต่ก่อนเริ่มงาน ระหว่างการจัดงานและภายหลังเสร็จสิ้นงาน อาทิ งานสถานที่ งานประชาสัมพันธ์ งานรับลงทะเบียน งานต้อนรับ พิธีการ งานโสตทัศนูปกรณ์ งานเตรียมเอกสาร และงานอื่น ๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

๓. คณะกรรมการฝ่ายวิชาการ

๓.๑ บรรณาธิการ

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา โพธิ์ประดิษฐ์

๓.๒ รองบรรณาธิการ

๑. อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมาตี

๓.๓ กองบรรณาธิการ

๑. อาจารย์ ดร.สัญญาชัย	เกียรติทรงชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๒. อาจารย์ ดร.อุมารัตน์	ศิริจรรยาวงศ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
๓. อาจารย์ ดร.เจษฎานันท์	เวียงนนท์	มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
๔. อาจารย์ ดร.ปธานิน	แสงอรุณ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวดี	ยาบุษดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
๖. ผู้แทนมหาวิทยาลัย		มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
๗. รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา	วิจนะสาริกากุล	กรรมการ
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์	ศรีปุระณะ	กรรมการ
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาคริต	ศรีทอง	กรรมการ
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์	อภิวัฒน์ไพศาล	กรรมการ
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี	จินธรรม	กรรมการ
๑๒. อาจารย์ ดร.นภาพร	สิงห์นวล	กรรมการ
๑๓. อาจารย์ ดร.พรนภา	เตียสุธิกุล	กรรมการ
๑๔. อาจารย์ ดร.ภัทรพล	ชุ่มมี	กรรมการ
๑๕. อาจารย์ ดร.สุขสกล	วลัญตะกุล	กรรมการ
๑๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิขญา	สวัสดี	กรรมการ
๑๗. อาจารย์ชนัญชิตา	อรุณแห	กรรมการและเลขานุการ
๑๘. นางสาวกมลรัตน์	ยอดหาญ	ผู้ช่วยเลขานุการ
๑๙. นางสาวพจมาน	บุญทูล	ผู้ช่วยเลขานุการ
๒๐. นางสาวปัทมา	พรหมสวัสดี	ผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่

๑. กำหนด การคัดเลือกผลงานวิจัยที่จะนำเสนอ
๒. ตรวจสอบความถูกต้องของบทความย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษ บรรณานุกรม และภาพรวมของบทความ เพื่อส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา
๓. กำหนด Reader/Reviewer ในแต่ละกลุ่มสาขาวิชา และการจัดทำ Proceedings ฉบับสมบูรณ์
๔. รวบรวมคะแนนและพิจารณาผลการมอบรางวัลให้แก่ผู้แนะนำผลงานวิจัย
๕. แบ่งกลุ่มผลงานวิจัยและบทความย่อตามกลุ่มสาขาวิชาการ

๔. คณะกรรมการฝ่ายต้อนรับ และพิธีการ

๑. อาจารย์ชนัญชิตา	อรุณแห	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ ดร.พูนสวัสดี	แก้วเกียรติสกุล	กรรมการ
๓. อาจารย์สิรินดา	คลี่สุนทร	กรรมการ
๔. อาจารย์ลลิตา	แก้วฉาย	กรรมการ
๕. อาจารย์รวีพรรณ	กาญจนวัฒน์	กรรมการ
๖. นางสาวกมลรัตน์	ยอดหาญ	กรรมการและเลขานุการ
๗. นายนเรศ	นวนแจ้ง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่

๑. ต้อนรับผู้บริหาร แขกผู้มีเกียรติ ผู้ทรงคุณวุฒิได้รับเชิญเข้าร่วมการประชุม

๒. ดำเนินงาน พิธีเปิด-ปิด บันทึกเทปพิธีการเปิดประชุมและบันทึกเทปการบรรยายพิเศษ
๓. ประสานงานกับผู้บรรยายพิเศษ (Keynote Speaker)
๔. จัดทำคำกล่าวเปิดงาน

๕. คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ โสตทัศนอุปกรณ์ และระบบประชุมวิชาการ

๑. อาจารย์วีพรรณ	กาญจนวนุฒินันท์	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ภัทรพร	ทิพย์มงคล	กรรมการ
๓. อาจารย์ลลิตา	แก้วฉาย	กรรมการและเลขานุการ
๔. นายนเรศ	นวนแจ้ง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๕. นางสาวจิราภรณ์	ศรีวันนา	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่

๑. ประชาสัมพันธ์การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๘ ทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งเผยแพร่บนสื่อโซเชียลมีเดีย ติดต่อและประสานงานกับสื่อท้องถิ่น
๒. กำหนดอุปกรณ์โสตทัศนอุปกรณ์ บันทึกภาพ วีดีโอ

๖. คณะกรรมการฝ่ายจัดเตรียมเอกสาร รับลงทะเบียน และงบประมาณ

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์	สวนชุมพล	ประธานกรรมการ
๒. นางสาวพจมาน	บุญทูล	กรรมการ
๓. นายนเรศ	นวนแจ้ง	กรรมการ
๔. นางสาวจิราภรณ์	ศรีวันนา	กรรมการ
๕. นางสาวปัทมา	พรหมสวัสดิ์	กรรมการ
๖. นางสาวกมลรัตน์	ยอดหาญ	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่

๑. รับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมงาน
๒. บริหารจัดการ วางแผน และสรุปการเบิกจ่ายงบประมาณ
๓. รับเงินค่าลงทะเบียน การเบิกจ่ายประเภทต่าง ๆ การออกใบเสร็จรับเงิน มอบใบเสร็จให้กับผู้เข้าร่วมงาน
๔. จัดเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชุม และจัดทำสิ่งของมอบให้แก่ผู้เข้าร่วมการประชุม

๗. คณะกรรมการฝ่ายสถานที่ อาหาร และสวัสดิการ

๑. อาจารย์พัชราภรณ์	จันทร์ชญา	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ชนัญชิตา	อรุณแข	กรรมการ
๓. อาจารย์อรุณวรรณ	สิทธิวิจารย์	กรรมการ
๔. อาจารย์ภัทรพร	ทิพย์มงคล	กรรมการ
๕. อาจารย์กัลยารัตน์	สุชนันท์ชนะ	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่

๑. กำหนดจุดบริการที่จอดรถยนต์ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒. จัดเตรียมห้องสำหรับนำเสนอผลงานโปสเตอร์และแบบบรรยาย
๓. จัดเตรียมสถานที่สำหรับจัดนิทรรศการ
๔. จัดเตรียมอาหารว่าง อาหารกลางวัน รับรองผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และเจ้าหน้าที่

๘. คณะกรรมการฝ่ายประเมินผล

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา	โพธิ์ประดิษฐ์	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ ดร.ปรีชา	คำมาดี	กรรมการ
๓. นางสาวปัทมา	พรหมสวัสดิ์	กรรมการและเลขานุการ
๔. นางสาวพจมาน	บุญทูล	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

หน้าที่

จัดทำแบบประเมิน สรุปผลการประเมิน และรายงานผลการประเมินต่อคณะกรรมการอำนวยการ

๙. คณะกรรมการดำเนินการประจำห้องนำเสนอผลงาน

๑. อาจารย์สิรินดา	คลี่สุนทร	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ ดร.พัชร	พิลึก	กรรมการ
๓. อาจารย์กฤษสกุล	เจตนะวิบูลย์	กรรมการ
๔. อาจารย์ธัชชัย	อินทสุข	กรรมการ
๕. นางสาวปัทมา	พรหมสวัสดิ์	กรรมการและเลขานุการ

หน้าที่

๑. จัดลำดับการเสนอผลงาน สรุปคะแนนประเมินบทความแบบบรรยาย/แบบโปสเตอร์

สั่ง ณ วันที่ ๒๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๖



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ คชสิทธิ์)

รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ที่ ๑๑๕๖/๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องนำเสนอผลงานวิจัย/ผลงานวิชาการ

ตามที่วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ กำหนดจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ ประจำปี ๒๕๖๖ ภายใต้หัวข้อ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ ๒๑” ในวันที่พุธที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๖ เวลา ๐๘.๓๐-๑๖.๓๐ น. ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อให้การดำเนินการจัดประชุมวิชาการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยจึงแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องนำเสนอผลงานวิจัย/ผลงานวิชาการ ดังรายนามต่อไปนี้

๑. สาขาวิชาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
ห้อง SLB ๒๐๑ ชั้น ๒ อาคารเรียนรวมสังคมศาสตร์	
๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา วิจารณ์สาริกากุล	๑. ดร.เรืองเดช เร่งเพียร
๒. อาจารย์ ดร.พัชร พิสิก	อาจารย์ประจำห้อง
ห้อง SLB ๒๐๒ ชั้น ๒ อาคารเรียนรวมสังคมศาสตร์	
๑. อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมาดี	๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล
๒. อาจารย์สิรินดา คลี่สุนทร	อาจารย์ประจำห้อง

๒. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
ห้อง SLB ๒๐๓ ชั้น ๒ อาคารเรียนรวมสังคมศาสตร์	
๑. อาจารย์ ดร.เจษฎานันท์ เวียงนนท์	๑. อาจารย์ ดร.อุมารัตน์ ศิริจรูญวงศ์
๒. อาจารย์อาจารย์ธัชชัย อินทะสุข	อาจารย์ประจำห้อง

๓. สาขาวิชาการศึกษา

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
ห้อง SLB ๒๐๕ ชั้น ๒ อาคารเรียนรวมสังคมศาสตร์	
๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาภนา จ้อยเจริญ	๑. อาจารย์ ดร.พัชรภร พูลบุญ
๒. อาจารย์กฤษสกุล เจตนะวิบูลย์	อาจารย์ประจำห้อง

สั่ง ณ วันที่ ๒๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ คชสิทธิ์)

รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ที่ ๑๗๓/๒๕๖๖
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองพิจารณาบทความ

ด้วยวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ กำหนดจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ ประจำปี ๒๕๖๖ ภายใต้หัวข้อ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในศตวรรษที่ ๒๑ ” ในวันที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๖ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อให้การดำเนินการจัดประชุมวิชาการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยจึงแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองพิจารณาบทความ ดังรายนามต่อไปนี้

๑. สาขาวิชาสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑) รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา	เลาหนันทน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
๒) รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันทน	พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
๓) รองศาสตราจารย์ ดร.พรสวรรค์	ศิริกัญจนารณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๔) รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์อร	สดเยี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๕) รองศาสตราจารย์ ดร.เชิดเกียรติ	กุลบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๖) รองศาสตราจารย์ ดร.นฤมล	พินเนียม ชนะไพฑูรย์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๗) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชรัตน์	สัมฤทธิ์	มหาวิทยาลัยมหิดล
๘) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์	ทองรอด	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
๙) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพวรรณ	วิเศษสินธุ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
๑๐) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยารัตน์	ธีระชนชัยกุล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
๑๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระพงษ์	บุญรักษา	มหาวิทยาลัยมหิดล
๑๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา	ถิรศิริกุล	มหาวิทยาลัยรังสิต
๑๓) อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์	ฤทธิบุญไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
๑๔) อาจารย์ ดร.ธณภูมิ	ปองเสงี่ยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
๑๕) อาจารย์ ดร.ยุทธนา	กาเต็ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
๑๖) อาจารย์ ดร.กอบกาญจน์	กัปตพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๑๗) ดร.เรืองเดช	เร่งเพียร	นักวิชาการอิสระ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑) รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา	วัจนะสาริกากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑
๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรธนิภ	ศิริโวหาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑
๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาคริต	ศรีทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑
๔) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย	นาคนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑
๕) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์	อภิวัฒน์ไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑
๖) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา	สีดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑
๗) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์	ศรีปุณณะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑
๘) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัมย์ภรณ์	ถนอมศรีเดชชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๑

๙) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์	สวนชุมพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๐) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไททัศน์	มาลา	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดรณศักดิ์	ตติยะลาภะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิกษุศักดิ์	กัลยาณมิตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิชา	อนุกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๔) อาจารย์ ดร.นภาพร	สิงห์นวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๕) อาจารย์ ดร.ภัทรพล	ชุ่มมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๖) อาจารย์ ดร.พรนภา	เตียสุธิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๗) อาจารย์ ดร.ปรีชา	คำมาตี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๘) อาจารย์ ดร.สุขสกล	วลัญตะกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

๒. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑) ศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์	พิสุทธิ์ไพศาล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
๒) รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา	หมั่นเก็บ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
๓) รองศาสตราจารย์โรจน์	คุณเอนก	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๔) รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์	รัตนเพียรธัมมะ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
๕) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวรดา	โกชนจันทร์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
๖) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยิ่งศักดิ์	คชโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๗) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรนนท์	วรรณศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
๘) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ชัย	กฤษณ์ธรรมมา	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๙) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาทิพย์	จันทร์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิยดา	คำเอม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
๑๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตกัลยา	มฤครัฐอินแปลง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
๑๒) อาจารย์ ดร.อุมารัตน์	ศิริจรูญวงศ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
๑๓) อาจารย์ ดร.ประธานิน	แสงอรุณ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๑๔) อาจารย์ ดร.สิรินารี	เงินเจริญ	มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๕) อาจารย์ ดร.เจษฎานันท์	เวียงนนท์	มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
๑๖) อาจารย์ ดร.ชมณัฐ์ชา	บุญมี	ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ
๑๗) อาจารย์ ดร.ศรียา	อินทสิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
๑๘) ดร.รวีวรรณ	สนั่นวเรเกียรติ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
๑๙) ดร.ไพโรจน์	ศาสนวิสุทธิ	นักวิชาการอิสระ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์	ศรีปุณณะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชนา	สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณวิภา	แพงศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๔) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปุณณนุช	นิลแสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๕) ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิงอร	วงษ์ศรีรักษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๖) ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลมาศ	วงษ์ใหญ่	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

๗) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา	โพธิ์ประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๘) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี	จินธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๙) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์	อุ้นเสนาหา	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๐) อาจารย์ ดร.ศศิธร	หาสิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๑) อาจารย์ ดร.นพรัตน์	ไวโรจนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๑๒) อาจารย์ ดร.สินีนาถ	สุখনารักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

๓. สาขาวิชานวัตกรรมการศึกษา

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑) รองศาสตราจารย์ ดร.สุภารัตน์พิชา	ปิยะธรรมวรากล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
๒) รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์อร	สดเอี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๓) รองศาสตราจารย์ ดร. ธงชัย	สมบูรณ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
๔) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผ่องพรรณ	สิทธิชัย	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
๕) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์	วิจิตรพัชรภรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
๖) อาจารย์ ดร.กอบกาญจน์	กัปตพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๗) อาจารย์ ดร.พิรุณ	ศิริศักดิ์	โรงเรียนราชินีบน
๘) อาจารย์ ดร.รวงทอง	ธำพันธุ์	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
๙) อาจารย์ ดร.ลิลสรณ์	บำเพ็ญ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑) รองศาสตราจารย์ ดร.อรสา	จรรยาธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๒) รองศาสตราจารย์ ดร.กันต์ฤทัย	คลังพหล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ช่อเพชร	เป้าเงิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๔) รองศาสตราจารย์ ดร.เมษา	นวลศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๕) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์	สวนชุมพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๖) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติกร	อ่อนโยน	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๗) อาจารย์ ดร.สุขสกุล	วลัญตะกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

๔. กลุ่มพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย R2R

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรสวรรค์	ศิริกัญจนภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๒) อาจารย์ ดร.ยุทธนา	กาเต็ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
๓) อาจารย์ ดร.กอบกาญจน์	กัปตพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๔) ดร.เรืองเดช	เร้งเพียร	นักวิชาการอิสระ
๕) ดร.นพ.พิชัย	รัตนโรจน์สกุล	นักวิชาการอิสระ
๖) ดร.ไพโรจน์	ศาสนวิสุทธิ	นักวิชาการอิสระ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์	สวนชุมพล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนัญญา	โพธิ์ประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๓) อาจารย์วีพรรณ	กาญจนวัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๔) อาจารย์ ดร.พูนสวัสดิ์	แก้วเกียรติสกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ
๕) อาจารย์ ดร.สุขสกุล	วลัญตะกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ

- | | | |
|---------------------|-----------|--------------------------------|
| ๖) อาจารย์พัชราภรณ์ | จันทร์ฆาฏ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |
| ๗) อาจารย์ชนัญชิตา | อรุณแข | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |
| ๘) นางสาวกมลรัตน์ | ยอดหาญ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |

๕. กลุ่มวิจัยรับใช้สังคม

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------|-----------------------|
| ๑) รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์อร | สดเอี่ยม | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| ๒) รองศาสตราจารย์ ดร.เชิดเกียรติ | กุลบุตร | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| ๓) รองศาสตราจารย์ ดร.นฤมล | พินเนียม ชนะไพฑูรย์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| ๔) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา | ถิรศิริกุล | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| ๕) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรสวรรค์ | ศิริกัญจนารณ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| ๖) อาจารย์ ดร.ยุทธนา | กาเต็ม | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา |
| ๗) อาจารย์ ดร.กอบกาญจน์ | กัปตพล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| ๘) ดร.สมศักดิ์ | ลีลา | นักวิชาการอิสระ |
| ๙) ดร.ไพศาล | สุขปัญญา | นักวิชาการอิสระ |

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

- | | | |
|------------------------------------|---------------|--------------------------------|
| ๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ | ศรีบุญะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |
| ๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัมย์ภรณ์ | ถนอมศรีเดชชัย | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |
| ๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรักษ์ | สวนชุมพล | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |
| ๔) อาจารย์ ดร.พรนภา | เตียสุธิกุล | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |
| ๕) อาจารย์ ดร.นภาพร | สิงห์นวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฯ |

สั่ง ณ วันที่ ๑๗ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ คชสิทธิ์)

รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์