



วารสารศรีวนาลัยวิชัย

(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

JOURNAL OF SRIVANALAI VIJAI
HUMANITIES & SOCIAL SCIENCES

ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2569

VOL. 16 NO. 1 JANUARY - JUNE 2026

ISSN 2229 - 2268





วารสารศรีวนาลัยวิจัย

Journal of Srivanalai Vijai

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ : Humanities and Social Sciences

ISSN: 2229 - 2268 ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มิถุนายน 2569

เจ้าของ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความวิชาการของคณาจารย์ นักศึกษาและผู้ทรงภูมิปัญญา ระดับท้องถิ่นและสากล ในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. เพื่อเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการและประสบการณ์การวิจัยที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ของสถานการณ์สังคมไทย และสังคมโลก
3. เพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติได้จริง อันก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ธรรมรักษ์ ดร.ไวภูณัฐ	ละอองนวล ครองยุทธ	อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
-----------	---------------------------------------	----------------------	---

บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมุกต์	สมชอบ	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
------------	-------------------------------	-------	--------------------------------

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์	พุลกุลศักดิ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศาสตราจารย์ ดร.วิชัย	ศรีคำ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์ ดร.ภักพงศ์	ปวงสุข	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.มาลี	ไชยเสนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.นันทพงศ์	นันทสำเร็จ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทรรณ	วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.วินัย	ปัญจจรงค์ศักดิ์	สถาบันวิทยาการประกอบการแห่งอยุธยา
รองศาสตราจารย์ ดร.มัทนชัย	สุทธิพันธุ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กริธา	พรหมเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.เรวดี	อึ้งโพธิ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยวงศ์	ภูปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์	รักภักดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กำหนดการพิมพ์
สำนักงาน

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน) ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม)
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เลขที่ 2 ถนนราชธานี
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000 โทรศัพท์ 045-352-000
ต่อ 5142 โทรสาร 045-352-049

ลิขสิทธิ์

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ข้อความและบทความในวารสารนี้ เป็นความคิดเห็นของผู้นิพนธ์โดยเฉพาะ
กองบรรณาธิการไม่ส่วนรับผิดชอบในเนื้อหาและข้อคิดเห็นนั้นๆ แต่อย่างใด

บทบรรณาธิการ

วารสารศรีวนาลัยวิจัย จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเวทีในการเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความวิชาการจากคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และบุคลากรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ระหว่างผู้สร้างสรรคงานวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการวิชาการ เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งวารสารมีกำหนดจัดพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ได้แก่ ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – มิถุนายน) และฉบับที่ 2 (เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม) ของทุกปี

ในฉบับที่ 1 ประจำปี 2569 นี้ วารสารศรีวนาลัยวิจัย ยังคงมุ่งมั่นรักษามาตรฐานการเผยแพร่ผลงานวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์คุณภาพที่ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กำหนดไว้ พร้อมทั้งนโยบายที่มุ่งเน้นการเผยแพร่องค์ความรู้ที่มีคุณค่าในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยในครั้งนี้นักกองบรรณาธิการได้ดำเนินการรวบรวมคัดสรรและกลั่นกรองบทความคุณภาพสูงจากนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญทั่วประเทศ เพื่อเผยแพร่ในวารสารศรีวนาลัยวิจัย ฉบับปีที่ 16 ฉบับที่ 1 ซึ่งประกอบไปด้วยบทความวิจัย และบทความวิชาการ รวมทั้งสิ้น จำนวน 14 บทความ

กองบรรณาธิการขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงยิ่งต่อผู้เขียนทุกท่านที่มอบความไว้วางใจส่งบทความมาร่วมเผยแพร่ในวารสารฉบับนี้ และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ร่วมให้ข้อเสนอแนะและคำแนะนำอันทรงคุณค่าในกระบวนการตรวจประเมินบทความ (Peer Review) เพื่อให้บทความมีความถูกต้อง สมบูรณ์ และมีคุณภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีที่ให้การสนับสนุนอย่างดี ยิ่ง เพื่อให้การจัดทำวารสารศรีวนาลัยวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย

เราหวังเป็นอย่างยิ่งว่าองค์ความรู้จากบทความต่างๆ ที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารศรีวนาลัยวิจัยฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อแวดวงวิชาการ นักศึกษา นักวิจัย ตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาต่อยอดในสาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

สำหรับท่านที่สนใจส่งบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารศรีวนาลัยวิจัย สามารถศึกษารายละเอียด และขั้นตอนการส่งบทความได้ที่เว็บไซต์ <https://so13.tcithaijo.org/index.php/SVNL/issue/view/142>

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากคณาจารย์ นักวิจัย และผู้สนใจจากทั่วประเทศ เพื่อร่วมสร้างสรรค์และพัฒนาวารสารศรีวนาลัยวิจัยให้เป็นแหล่งรวบรวมผลงานวิชาการที่ทรงคุณค่าสืบไป



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมุกต์ สมชอบ

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัยสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	หน้า
ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 สิริภพ สารมิตร, ชานูชัย ชอบธรรมสกุล, ชนะวงศ์ หงษ์สุวรรณ	1
การสร้างเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง มนเทียร อยู่เย็น, เวสารัช ชูพงศ์	15
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี วราภรณ์ บุญรัมย์, อนันต์ สุนทรเมธากุล, อโณทัย หาระสาร	31
ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี สรลณี นิยมพันธ์, วิภาดา เกษตรเอี่ยม, รัตนาภรณ์ แซ่ลี้	49
การพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความ บกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง นพณัฐ มะโนอิม, อนุศักดิ์ สุขคง	61
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ ด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ธนเดช พารัตน, ปิยนันท์ ไข่มุก, ฐิติพร อุ่นใจ	73
ผลการเปรียบเทียบโปรแกรมฝึก 2 แบบ ที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการ การเล่นฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย ธนาวุฒิ บุตรวงษ์, อนุศักดิ์ สุขคง	97
บทบาทอาหารพิเศษบนเครื่องบินต่อสุขภาวะผู้โดยสารและคุณภาพการให้บริการของสายการบิน ภาณุภูมิ พันปี, นิศา นุ่มวงษ์, ณฐาพัทธ์ พิษณุปฐมสิทธิ์	113
แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬา เพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสุข ธัชชัย นุสญา, ยุทธกร ไพรวงษ์, กุลวดี เถนว่อง, ไฉตรี กุลบุตร, ชนกันดา รัตนเฉลิมวงศ์, พิษณุนิดา สองสนู, ทศพล ธานี, เกษม พันธุ์สระ	125
อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่ออิสรภาพทาง การเงินในอนาคตของคน Gen Z กษิตติ์ ประยูรวงศ์, นันทวุฒิ ยะหัตตะ, ภูธเนศ แก้วพิศดาร, วัฒนา ชีวะประภาวรรณ	139
ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สุกัญญา พลบุญ, ก้องเกียรติ สหายรักษ์, ประพนธ์ คำผา	157

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

แรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี	175
ชะ แชม, อนันต์ สุนทราเมธากุล, ฐิติพร อุ่นใจ	
การพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	191
สันติ หวังชื่น, จตุพล รักเปี่ยม, พลวัฒน์ โตสารเดช	
กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจ ชุมชนในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	205
ภาสกร รอดแผลง	

วารสารศรีวนาลัยวิจัย ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2569



ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต
ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47

Problems in the Preparation for Handball Teams
of The Demonstration Schools Participating in the 47th
Demonstration School Games

สิรภพ สารมิตร^{1*}, ชาญชัย ขอบธรรมสกุล², ชนะวงศ์ หงษ์สุวรรณ³Sirspop Saramit^{1*}, Charnchai Chobthamasakul², Chanawong Hongsuwan³^{1*} สาขาวิชาพลศึกษาและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{2, 3} คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1*} Physical Education Department, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University^{2, 3} Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

*Corresponding author; E-mail: charnchob@gmail.com

Received 11 September 2025 Revised 31 December 2025

Accepted 11 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 และเพื่อเปรียบเทียบปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 จำแนกตาม ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ทีมจำนวน 15 คน นักกีฬา จำนวน 210 คน รวมทั้งสิ้น 225 คนและทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็น แบบสอบถามปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 สถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการเปรียบเทียบด้วยค่า “ที” (t-test for Independent)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการฝึกซ้อมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม ($\bar{X} = 3.48$) ด้านงบประมาณและสวัสดิการ ($\bar{X} = 3.42$) และด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ
2. การเปรียบเทียบปัญหา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัญหาการเตรียมทีม, เจ้าหน้าที่ทีม, นักกีฬา, กีฬาแฮนด์บอล, กีฬาสีสามัคคี

ABSTRACT

In this thesis, the researcher examines the problems concerning the preparation for handball teams of the demonstration schools participating in the 47th Demonstration School Games and compares the problems under study classified by the level of education.

The sample population consisted of fifteen team personnel and 210 athletes, a total of 225 subjects using the technique of simple random sampling. The research instrument was a questionnaire eliciting the problems in the preparation for handball teams of the demonstration schools participating in the 47th Demonstration School Games. The statistics used in data analysis consisted of frequency, percentage, mean, and standard deviation. The technique of independent t - test was also employed.

Findings are as follows:

1. The problems in the preparation for the handball teams overall exhibited the mean at an average level ($\bar{X} = 3.46$). When considered in each aspect, the following was found. The training process was at a high level ($\bar{X} = 3.52$). Next in descending order at a moderate level were training venues and equipment ($\bar{X} = 3.48$); budget and welfare ($\bar{X} = 3.42$); and athlete selection ($\bar{X} = 3.41$).

2. The comparison of problems classified by the level of education found to exhibit differences at the statistically significant level of .05

Keywords: Team Preparation Problems, Team Staff, Athlete, Handball, Demonstration School Games

บทนำ

การกีฬาเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในทุกมิติ โดยเฉพาะด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของคุณภาพชีวิตที่ดี องค์การยูเนสโก (UNESCO, 2015) ได้ให้การรับรองว่าการเข้าถึงกิจกรรมทางกายและกีฬาคือเป็นสิทธิพื้นฐานของมนุษย์ในการพัฒนาศักยภาพอย่างรอบด้าน ในมุมมองทางทฤษฎีด้านการศึกษาศิลปะศึกษา (Siedentop, 2011) เสนอว่า กีฬาเป็นสื่อการเรียนรู้ที่ส่งเสริมความมีวินัย การรู้แพ้รู้ชนะ ความรับผิดชอบ และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น นอกจากนี้ หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ยังเน้นให้สถานศึกษาจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อส่งเสริมสมรรถนะสำคัญและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียน ผ่านประสบการณ์ตรงในการลงมือปฏิบัติและการทำงานร่วมกับผู้อื่น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

กีฬาในสถานศึกษามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน โดยเฉพาะกีฬาประเภททีมที่ต้องอาศัยทักษะการสื่อสาร การวางแผน และการประสานงานภายในทีม (Weiss & Wiese-Bjornstal, 2009) ดังนั้น การเตรียมทีมกีฬาจึงเป็นกระบวนการสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการแข่งขัน เนื่องจากการฝึกซ้อมอย่างเป็นระบบและการวางแผนพัฒนาที่เหมาะสมช่วยยกระดับความพร้อมด้านทักษะ เทคนิค และยุทธวิธีในการแข่งขัน (Martens, 2012) ในบริบทการแข่งขันกีฬาแฮนด์บอลในสถานศึกษา การเตรียมทีมที่มีคุณภาพจึงเป็นส่วนสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของทีมและตอบสนองต่อการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนให้มีความเป็นเลิศด้านกีฬา



อย่างไรก็ตามการเตรียมทีมกีฬาในสถานศึกษามักเผชิญกับอุปสรรคหลายประการ อาทิ ความสามารถและประสบการณ์ของผู้ฝึกสอน ทรัพยากรด้านอุปกรณ์และสถานที่ฝึกซ้อม ตลอดจนงบประมาณที่จำกัด ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพการฝึกซ้อมและการเข้าร่วมการแข่งขันอย่างเต็มประสิทธิภาพ (Cushion, Armour, & Jones, 2006) ในระดับสากล การศึกษาของ Moreno (2022) พบว่าการจัดการโปรแกรมกีฬาและการสนับสนุนทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น งบประมาณและอุปกรณ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการแสดงผลงานของนักกีฬา ในบริบทประเทศไทย ผลการศึกษาของ (ภารดี ศรีลัด, 2560) พบว่า โรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคีประสบปัญหาในการเตรียมทีมหลายด้าน เช่น การคัดเลือกนักกีฬา โปรแกรมการฝึกซ้อม อุปกรณ์ และงบประมาณ รวมทั้งปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความพร้อมของทีมกีฬา เช่นเดียวกับงานของ (กษพรณ มณีวงษ์, 2562) ที่ระบุว่าปัจจัยด้านทรัพยากรและการบริหารจัดการทีมกีฬาระดับจังหวัดเป็นปัจจัยกำหนดผลการแข่งขันกีฬาอย่างชัดเจนถึงแม้จะมีงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง แต่ส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของกีฬาในสถานศึกษา ยังขาดงานวิจัยที่มุ่งเน้นเฉพาะการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลในโรงเรียนสาธิตซึ่งมีลักษณะเฉพาะทั้งด้านการบริหารจัดการทีมระบบสนับสนุน และนโยบายการแข่งขัน การขาดองค์ความรู้เชิงลึกในประเด็นนี้อาจทำให้การพัฒนาทีมกีฬาแฮนด์บอลยังไม่เต็มศักยภาพ

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 เพื่อสำรวจปัจจัยและข้อจำกัดในแต่ละด้านอันจะนำไปสู่แนวทางพัฒนาการเตรียมทีมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถรองรับการแข่งขันในครั้งต่อไปได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47
2. เพื่อเปรียบเทียบปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 จำแนกตามระดับการศึกษา

กรอบทบทวนวรรณกรรม

ปัญหาการเตรียมทีมกีฬา

การเตรียมทีมกีฬาเพื่อให้มีความพร้อมต่อการแข่งขันอย่างมีมาตรฐาน จำเป็นต้องพิจารณาทั้งทักษะเชิงเทคนิค สมรรถภาพทางกาย และความพร้อมของผู้เกี่ยวข้อง (เกษม นครเขต, 2521) อย่างไรก็ตามปัญหาที่สำคัญในการเตรียมทีม ได้แก่ การคัดเลือกนักกีฬาที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและมีศักยภาพ (Zakrajsek et al., 2017) การจัดหาอุปกรณ์และสถานที่ฝึกซ้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะ (Fradkin et al., 2006) ตลอดจนการวางแผนการฝึกซ้อมที่ส่งเสริมความพร้อมทางกายและจิตใจอย่างต่อเนื่อง (Smith, 2010) นอกจากนี้ งบประมาณและสวัสดิการยังเป็นปัจจัยสนับสนุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพการฝึกซ้อมและแรงจูงใจของนักกีฬา (Forsyth & Duffield, 2016) ดังนั้นการจัดการปัจจัยดังกล่าวอย่างบูรณาการจึงมีความจำเป็นในการลดข้อจำกัดและเพิ่มโอกาสความสำเร็จของทีมกีฬา



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ

แนวคิดการจัดการของ Fayol (1949) มุ่งเน้นการสร้างประสิทธิภาพขององค์กร ผ่านกระบวนการบริหาร 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การบังคับบัญชา การประสานงาน และการควบคุม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ (บุญรงค์ นิลงค์, 2559) เน้นปัจจัยการบริหารที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ บุคคล เงิน ทรัพยากร และการจัดการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อผลสำเร็จขององค์กร โดยตรงเมื่อประยุกต์ใช้กับการจัดการทีมกีฬา แนวคิดทั้งสองช่วยชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการวางแผน การจัดสรรบุคลากรและทรัพยากรอย่างเหมาะสม ตลอดจนการควบคุมการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ อันส่งผลต่อความพร้อมและความสำเร็จของทีมกีฬาในบริบทการแข่งขัน โดยเฉพาะในสถานศึกษา ที่มักมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและอุปกรณ์ จึงยิ่งต้องบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

ประวัติกีฬาแฮนด์บอล

กีฬาแฮนด์บอลถือกำเนิดขึ้นในยุโรปช่วงปลายศตวรรษที่ 19 และได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบในประเทศเยอรมนี ก่อนแพร่หลายไปยังประเทศอื่น ๆ โดยมีการกำหนดกติกาและรูปแบบการแข่งขันอย่างเป็นทางการภายใต้การกำกับดูแลของสหพันธ์แฮนด์บอลระดับนานาชาติในเวลาต่อมา (International Handball Federation, n.d.) สำหรับประเทศไทย กีฬาแฮนด์บอลได้รับการส่งเสริมผ่านสถาบันการศึกษาและองค์กรด้านการกีฬามาอย่างต่อเนื่องจนได้รับการบรรจุเป็นกีฬาที่แข่งขันในระดับประเทศ และเกิดการพัฒนารูปแบบการเล่นในโรงเรียนและสถาบันอุดมศึกษา (สมาคมแฮนด์บอลแห่งประเทศไทย, 2562)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 14 ทีม แบ่งเป็น มัธยมศึกษาตอนต้น 7 ทีม และมัธยมศึกษาตอนปลาย 7 ทีม แต่ละทีมประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ทีมดังนี้ ผู้จัดการทีมจำนวน 1 คน ผู้ควบคุมทีมจำนวน 1 คน ผู้ฝึกสอนจำนวน 1 คน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอนจำนวน 2 คน และนักกีฬาแฮนด์บอลมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 20 คน และมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 20 คน ของโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคีครั้งที่ 47 รวมทั้งสิ้น 315 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย นักกีฬาแฮนด์บอลมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 15 คน และมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 15 คน ต่อโรงเรียน โดยได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยได้จำนวน 175 คน ค่าความเชื่อมั่น 95% คลาดเคลื่อน 5% โดยใช้ตารางของ krejcie & mogan (อ้างอิงในสุรศักดิ์ อมรรตวนันต์ เตือนใจ เกตุ และบุญมี พันธุ์ไทย, 2544) โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล จำนวน 225 คน สำหรับเจ้าหน้าที่ทีมเก็บใช้ประชากร ดังนี้ ผู้จัดการทีมจำนวน 1 คน ผู้ควบคุมทีมจำนวน 1 คน ผู้ฝึกสอนจำนวน 1 คน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอนจำนวน 2 คน รวม 5 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47



3.2 ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ศึกษาค้นคว้าแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย เพื่อหารูปแบบในการดำเนินการสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลและการค้นคว้าข้อมูลในการวิจัยและเขียนนิยามการปฏิบัติการของสภาพและปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสาธิตสามัคคี ครั้งที่ 47

3.3 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสาธิตสามัคคี ครั้งที่ 47 ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา 2. ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม 3. ด้านการฝึกซ้อม 4. ด้านงบประมาณและสวัสดิการ

3.4 นำแบบสอบถาม ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความถูกต้องทางภาษา ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ จำนวน 5 ท่าน นำค่าคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่า (Index of Item Objective Congruence = IOC) พบว่า ค่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00

3.5 นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากร(นักกีฬา) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบหาความสัมพันธ์ภายใน (Intraclass Correlation) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค Cronbach's Alpha Coefficient (บุญชม ศรีสะอาด 2556) ได้ค่าความเชื่อมั่น .92

3.6 นำแบบสอบถามที่มีทั้งความเที่ยงและความตรงไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาแฮนด์บอลในการแข่งขันกีฬาสาธิตสามัคคี ครั้งที่ 47 เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

4.2 ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากผู้จัดการทีม ผู้ควบคุมทีม ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ทีม และนักกีฬา ใช้ Google form โดยใช้การส่งในกลุ่มไลน์ของเจ้าหน้าที่ทีม และให้เจ้าหน้าที่ทีมส่งต่อให้นักกีฬาในการทำแบบสอบถาม

4.3 ผู้วิจัยดำเนินการติดตามผลในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการทีม ผู้ควบคุมทีม ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ทีม และนักกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสาธิตสามัคคีครั้งที่ 47

4.4 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน

4.5 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูล

5. วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

5.1 นำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 1 มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) เพื่อนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

5.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสาธิตสามัคคี ครั้งที่ 47 มาวิเคราะห์ ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

5.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสาธิตสามัคคี ครั้งที่ 47 มาวิเคราะห์การเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา แต่ละด้านโดยการทดสอบค่าที (t-test independent) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่เป็นคำถามปลายเปิด มาสรุปนำเสนอในรูปแบบความเรียง



ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	10	4.40
หญิง	215	95.6
ระดับการศึกษา		
มัธยมต้น	105	50.0
มัธยมปลาย	105	50.0
สถานภาพ		
เจ้าหน้าที่ทีม	15	15.6
นักกีฬา	210	84.4
รวม	225	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 95.6 มีระดับการศึกษาทั้งระดับมัธยมต้น และมัธยมปลาย ร้อยละ 50 และมีสถานภาพเป็นนักกีฬา ร้อยละ 84.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล ภาพรวมและ เป็นรายด้าน

ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล	$\bar{X}$	SD.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา	3.41	1.37	ปานกลาง	4
2. ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม	3.48	1.19	ปานกลาง	2
3. ด้านการฝึกซ้อม	3.52	1.05	มาก	1
4. ด้านงบประมาณและสวัสดิการ	3.42	.97	ปานกลาง	3
ภาพรวม	3.46	.81	ปานกลาง	

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($= 3.46$, S.D.= .81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการฝึกซ้อมอยู่ในระดับมาก ($= 3.52$, S.D.= 1.05) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม ($= 3.48$, S.D.= 1.19) ด้านงบประมาณและสวัสดิการ ($= 3.42$, S.D.= .97) และด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา ($= 3.41$, S.D.= 1.37) ตามลำดับ



ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาการเตรียมทีม ด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา

ปัญหาด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา	$\bar{X}$	SD.	ระดับ	ลำดับ
1. การวางแผนเตรียมการรับสมัครนักกีฬา	3.40	1.38	ปานกลาง	7
2. การประกาศรับสมัครนักกีฬา	3.38	1.41	ปานกลาง	8
3. ผู้เชี่ยวชาญในการคัดเลือนักกีฬา	3.43	1.36	ปานกลาง	5
4. การประชุมชี้แจงรายละเอียดวิธีการคัดตัวนักกีฬา	3.44	1.43	ปานกลาง	1
5. การกำหนดวันเวลา การฝึกซ้อมเพื่อการคัดตัวนักกีฬา	3.44	1.37	ปานกลาง	2
6. เกณฑ์และมาตรฐานสำหรับการคัดเลือกตัวนักกีฬา	3.41	1.42	ปานกลาง	6
7. การทดสอบสมรรถภาพทางกายในการคัดเลือกตัวนักกีฬา	3.44	1.39	ปานกลาง	4
8. การทดสอบทักษะ ความสามารถด้านกีฬาของนักกีฬา	3.37	1.45	ปานกลาง	9
9. การประกาศผลการคัดเลือกตัวนักกีฬา	3.44	1.39	ปานกลาง	3
ภาพรวม	3.41	1.36	ปานกลาง	

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล ด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$, S.D.= 1.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การประชุมชี้แจงรายละเอียดวิธีการคัดตัวนักกีฬา ($\bar{X} = 3.44$, S.D.= 1.43) รองลงมาคือการกำหนดวันเวลา การฝึกซ้อมเพื่อการคัดตัวนักกีฬา ($\bar{X} = 3.44$, S.D.= 1.37) การประกาศผลการคัดเลือกตัวนักกีฬา ($\bar{X} = 3.44$, S.D.= 1.39), และการทดสอบสมรรถภาพทางกายในการคัดเลือกตัวนักกีฬา ($\bar{X} = 3.44$, S.D.= 1.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาการเตรียมทีม ด้านอุปกรณ์และการฝึกซ้อม

ปัญหาด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม	$\bar{X}$	SD.	ระดับ	ลำดับ
1. สนามฝึกซ้อมเพียงพอ	3.47	1.43	ปานกลาง	6
2. สนามฝึกซ้อมที่ได้มาตรฐาน	3.60	1.38	มาก	1
3. สนามฝึกซ้อมที่มีแสงสว่างเพื่อใช้ในการฝึกซ้อมในเวลากลางคืน	3.54	1.44	มาก	4
4. อุปกรณ์สำหรับฝึกซ้อมเพียงพอ	3.55	1.37	มาก	3
5. อุปกรณ์ในการฝึกซ้อมที่ได้มาตรฐาน	3.52	1.42	มาก	5
6. ห้องสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย	3.56	1.37	มาก	2
7. อุปกรณ์ฝึกซ้อมในการสร้างเสริมสมรรถภาพทางกายที่ได้มาตรฐาน	3.39	1.21	ปานกลาง	9
8. ลีดเกอร์ที่เก็บอุปกรณ์	3.36	1.17	ปานกลาง	10
9. ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าห้องน้ำที่เพียงพอ	3.42	1.23	ปานกลาง	7
10. ความสะดวกในการเข้าใช้สถานที่ฝึกซ้อม	3.39	1.19	ปานกลาง	8
ภาพรวม	3.48	1.19	ปานกลาง	



จากตารางที่ 4 พบว่า ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาสถาบันบอล ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$, S.D.= 1.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สนามฝึกซ้อมที่ได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 3.60$, S.D.= 1.38) รองลงมาคือ ห้องสร้างเสริมสมรรถภาพทางกาย ($\bar{X} = 3.56$, S.D.= 1.37) อุปกรณ์สำหรับฝึกซ้อมเพียงพอ ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 1.37) และสนามฝึกซ้อมที่มีแสงสว่างเพื่อใช้ในการฝึกซ้อมในเวลากลางคืน ($\bar{X} = 3.54$, S.D.= 1.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาการเตรียมทีมด้านการฝึกซ้อม

ปัญหาด้านการฝึกซ้อม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. โปรแกรมการฝึกซ้อมระยะสั้นระยะยาวที่ชัดเจน	3.56	1.39	มาก	3
2. โปรแกรมการฝึกซ้อมที่เหมาะสมกับความสามารถของนักกีฬา	3.49	1.46	ปานกลาง	7
3. โปรแกรมการฝึกทักษะส่วนบุคคล	3.56	1.37	มาก	4
4. โปรแกรมการฝึกทักษะ เป็นทีม	3.52	1.48	มาก	6
5. โปรแกรมการสร้างและทดสอบสมรรถภาพทางกายของนักกีฬา	3.54	1.38	มาก	5
6. การฝึกซ้อมและแนะนำเทคนิคพิเศษ	3.49	1.48	ปานกลาง	8
7. การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด	3.57	1.40	มาก	2
8. การสอดแทรกกฎ ระเบียบ กติกาที่จำเป็นสำหรับการแข่งขัน	3.59	1.46	มาก	1
9. การกระตุ้นและพัฒนาสภาพจิตใจของนักกีฬาให้เข้มแข็ง	3.45	1.18	ปานกลาง	9
10. การเก็บตัวระหว่างฝึกซ้อม	3.41	1.15	ปานกลาง	10
11. ความรู้ในการป้องกันการบาดเจ็บและการฟื้นฟูสภาพร่างกาย	3.41	1.16	ปานกลาง	11
ภาพรวม	3.52	1.05	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาสถาบันบอล ด้านการฝึกซ้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D.= 1.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การสอดแทรกกฎ ระเบียบ กติกาที่จำเป็นสำหรับการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.59$, S.D.= 1.46) รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ($\bar{X} = 3.57$, S.D.= 1.40) โปรแกรมการฝึกซ้อมระยะสั้นระยะยาวที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.56$, S.D.= 1.39) และโปรแกรมการฝึกทักษะส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.56$, S.D.= 1.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาการเตรียมทีม ด้านงบประมาณและสวัสดิการ

ปัญหาด้านงบประมาณและสวัสดิการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การจัดสรรงบประมาณจากโรงเรียนอย่างเป็นระบบ	3.34	1.17	ปานกลาง	9
2. งบประมาณที่เพียงพอในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการเตรียมทีม	3.21	1.13	ปานกลาง	10
3. บุคลากรเป็นผู้ดูแลงบประมาณ	3.41	1.03	ปานกลาง	7
4. ความสะดวกในการเบิกจ่าย	3.42	1.07	ปานกลาง	6
5. การจัดสรรงบประมาณในการซื้ออุปกรณ์ที่เพียงพอ	3.43	1.16	ปานกลาง	5

ปัญหาด้านงบประมาณและสวัสดิการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ	ลำดับ
6. การจัดสรรเบี้ยเลี้ยงและค่าอาหารที่เหมาะสมให้กับนักกีฬา	3.46	1.20	ปานกลาง	3
7. การบริการยานพาหนะในการไปฝึกซ้อมนอกสถานที่	3.55	1.12	มาก	1
8. สวัสดิการด้านการรักษาพยาบาล นักกีฬาระหว่างฝึกซ้อม	3.50	1.18	ปานกลาง	2
9. การจัดสรรอาหารให้นักกีฬาช่วงเก็บตัวฝึกซ้อม	3.45	1.20	ปานกลาง	4
10. การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	3.40	1.13	ปานกลาง	8
ภาพรวม	3.42	.97	ปานกลาง	

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล ด้านงบประมาณและสวัสดิการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$, S.D.= .97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การบริการยานพาหนะในการไปฝึกซ้อมนอกสถานที่ ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 1.12) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางคือ สวัสดิการด้านการรักษาพยาบาล นักกีฬาระหว่างฝึกซ้อม ($\bar{X} = 3.50$, S.D.= 1.18) การจัดสรรเบี้ยเลี้ยงและค่าอาหารที่เหมาะสมให้กับนักกีฬา ($\bar{X} = 3.46$, S.D.= 1.20) และการจัดสรรอาหารให้นักกีฬาช่วงเก็บตัวฝึกซ้อม ($\bar{X} = 3.45$, S.D.= 1.20)

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาการเตรียมทีม	ระดับการศึกษา				t	sig
	มัธยมต้น		มัธยมปลาย			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา	3.59	1.49	3.34	1.36	1.19	.235
ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม	3.45	1.33	3.64	1.14	1.08	.278
ด้านการฝึกซ้อม	3.00	1.01	4.16	.86	8.50*	.000
ด้านงบประมาณและสวัสดิการ	3.17	1.10	3.55	.90	2.58*	.011
รวม	3.30	.79	3.67	.86	3.08*	.002

*p< .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการฝึกซ้อม และด้านงบประมาณและสวัสดิการ มีปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน



สรุปผลการวิจัย

1. ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอล โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$, S.D.= .81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการฝึกซ้อมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D.= 1.05) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม ($\bar{X} = 3.48$, S.D.= 1.19) ด้านงบประมาณและสวัสดิการ ($\bar{X} = 3.42$, S.D.= .97) และด้านการคัดเลือกตัวนักกีฬา ($\bar{X} = 3.41$, S.D.= 1.37) ตามลำดับ
2. การเปรียบเทียบปัญหา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากความไม่ต่อเนื่องของนักกีฬาในแต่ละปี รวมถึงข้อจำกัดด้านงบประมาณและอุปกรณ์ที่เปลี่ยนแปลงตามสภาพของสถานศึกษา การเตรียมทีมกีฬาเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการวางแผนและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องแม้สิ้นสุดฤดูกาลแข่งขันแล้ว โดยจำเป็นต้องดูแลความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสมรรถภาพทางการกีฬาของนักกีฬาอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ Shyla O. Moreno (2022) ซึ่งศึกษาการบริหารจัดการโปรแกรมกีฬาและผลการปฏิบัติของนักกีฬามหาวิทยาลัยพบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา อุปกรณ์ที่ไม่เพียงพอหรือชำรุด รวมทั้งงบประมาณด้านกีฬา และการสนับสนุนจากผู้บริหารที่มีข้อจำกัด ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อโอกาสในการฝึกซ้อมและผลการแข่งขันของนักกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการทรัพยากรด้านกีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ และการสนับสนุนเชิงนโยบายจากผู้บริหาร มีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพการเตรียมทีมกีฬาในสถาบันการศึกษา สอดคล้องกับงานของ ภารดี ศรีลัด (2560) ที่ศึกษาสภาพและปัญหาการเตรียมทีมนักกีฬาของโรงเรียนสาธิตที่สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี โดยครอบคลุมการวิเคราะห์ ทั้งในด้านนักกีฬา ผู้ฝึกสอน การคัดเลือกตัว สถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อม การจัดโปรแกรมการฝึกซ้อม โภชนาการ และงบประมาณ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าประเด็นด้านทรัพยากรและการสนับสนุนเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเตรียมทีมกีฬาในระดับสถานศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กษพรณ มณีวงศ์ (2562) ที่ศึกษาสภาพและปัญหาการเตรียมทีมกีฬาฟุตบอลของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่เน้นการพิจารณาปัจจัยด้านการบริหารจัดการทีมกีฬาและทรัพยากรที่ใช้ในการเตรียมทีม ทั้งด้านบุคลากร สถานที่ อุปกรณ์ และการสนับสนุนงบประมาณ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของทีมกีฬาในระดับจังหวัด สะท้อนว่าการเพิ่มประสิทธิภาพด้านทรัพยากร สิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณ และการสนับสนุนจากผู้บริหาร ตลอดจนการวางแผนและจัดตารางฝึกซ้อมอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยลดปัญหาและส่งเสริมคุณภาพการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตให้ดียิ่งขึ้น

2. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัญหาการเตรียมทีมกีฬาแฮนด์บอลของโรงเรียนสาธิตที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีความ



ตระหนักถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความพร้อมของทีมกีฬา เช่น บุคลากร งบประมาณ และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างรอบด้านมากกว่า ส่งผลให้สามารถประเมินปัญหาได้ลึกซึ้งและครอบคลุมกว่า สอดคล้องกับ Smith & Stewart (2010) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความรู้และความเข้าใจเชิงระบบทางการบริหารกีฬา มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจและกระบวนการจัดสรรทรัพยากรของทีมกีฬาอย่างเป็นระบบ ซึ่งสนับสนุนผลการศึกษานี้ในเชิงมุมมองของผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า นอกจากนี้ แนวคิดของ Chelladurai & Kerwin (2017) ในด้านทรัพยากรบุคคลเชิงการจัดการกีฬา เสนอว่าระดับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องมีผลต่อบทบาทหน้าที่และการวางแผนการจัดการกีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้มีการศึกษาสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะประเมินปัจจัยด้านทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกได้ลึกซึ้งและรอบด้านกว่า ผลการศึกษานี้จึงชี้ให้เห็นว่า ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัญหาการเตรียมทีมกีฬา และควรได้รับการพิจารณาในการวางแผนการพัฒนาบุคลากรด้านกีฬาในสถานศึกษา เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพทีมกีฬาในระยะยาว สรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการรับรู้ปัญหาการเตรียมทีมกีฬาในหลายมิติ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึงในการพัฒนาศักยภาพผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทีมกีฬาในสถานศึกษา เพื่อยกระดับความพร้อมของทีมกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1.1 ด้านสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกซ้อม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดูแล ส่งเสริมเกี่ยวกับสนามฝึกซ้อม แสงสว่าง อุปกรณ์สำหรับฝึกซ้อม มาตรฐาน ตลอดจนห้องสร้างเสริมสมรรถภาพทางกายเพิ่มมากขึ้น
- 1.2 ด้านการฝึกซ้อม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสอดแทรกกฎ ระเบียบ กติกาที่จำเป็นสำหรับการแข่งขัน และจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด เพิ่มมากขึ้น
- 1.3 ด้านงบประมาณและสวัสดิการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบริการยานพาหนะในการไปฝึกซ้อมนอกสถานที่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการศึกษาสภาพและปัญหาของการเตรียมทีมกีฬาในรายการต่างๆ
- 2.2 ควรเปรียบเทียบปัญหาของการเตรียมทีมในกีฬาอื่นๆ หรือด้านอื่นๆ เช่น ผู้ฝึกสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอน เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

งานฉบับนี้ถูกล่วงไปด้วยดีด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขาญชัย ขอบ ธรรมสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนะวงศ์ หงษ์สุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสมบูรณ์ รวมทั้ง ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภวรรณ วงศ์สร้างทรัพย์ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนิตา ภาสวณิช รองศาสตราจารย์สุนทร แม้นสงวน และคณาจารย์ประจำภาควิชาพลานามัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ให้ความใส่ใจเป็นอย่างดี แก่ข้าพเจ้า ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ช่วยสนับสนุนด้านการศึกษาและเป็นกำลังใจที่ติดตามตลอดขอบคุณพี่ๆ ที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือข้าพเจ้ามาตลอดการทำวิทยานิพนธ์ และขอบคุณนักกีฬา เจ้าหน้าที่ทีม กีฬาแฮนด์บอล โรงเรียนสาธิต ที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสีสามัคคี ครั้งที่ 47 ทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำแบบสอบถามวิทยานิพนธ์ตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลของข้าพเจ้าสุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่เกี่ยวข้องในความสำเร็จในครั้งนี้ของข้าพเจ้า



เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- เกษม นครเขต. (2521). การประเมินผลกระทบและสภาพปัญหาการแข่งขันกีฬาคนพิการ “พลศึกษากีฬา”. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษาและสันทนาการ การกีฬาแห่งประเทศไทย*, 4 : 70-71.
- กษพรณ มณีวงษ์. (2562). *สภาพและปัญหาการเตรียมทีมกีฬาฟุตบอลของจังหวัดสุพรรณบุรี* [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี]. ฐานข้อมูล วิทยานิพนธ์ไทย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้นฉบับปรับปรุงใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 9)* : สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- บุญรงค์ นิลวงศ์. (2559). *หลักการบริหารทั่วไป*. ป. สัมพันธ์พาณิชย์.
- ภารดี ศรีลัด. (2560). สภาพและปัญหาการเตรียมทีมนักกีฬาของโรงเรียนสาธิตที่สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสาธิตสามัคคี ครั้งที่ 33. *Journal of Education Studies, Chulalongkorn University*, 45(1), 156-175.
- สมาคมแฮนด์บอลแห่งประเทศไทย. (2562). *ประวัติกีฬาแฮนด์บอลในประเทศไทย*. <https://www.handballthailand.org>
- สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์, เตือนใจ เกตุษา และบุญมี พันธุ์ไทย. (2544). *วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการศึกษา 1 (พิมพ์ครั้งที่ 4)* : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- Chelladurai, P., & Kerwin, S. (2017). *Human resource management in sport and recreation*. Human Kinetics.
- Cushion, C. J., Armour, K. M., & Jones, R. L. (2006). Locating the coaching process in practice: Models “for” and “of” coaching. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 11(1), 83-99.
- Forsyth, J., & Duffield, R. (2016). A comparison of team-sport athlete’s perceptions of welfare provision in Australia. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 8(4), 663-677.
- Fayol, H. (1949). *General and industrial management*. Sir Isaac Pitman & amp; Sons.
- Fradkin, A. J., Gabbe, B. J., & Cameron, P. A. (2006). Does warming up prevent injury in sport: The evidence from randomised controlled trials. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 9(3), 214-220.
- International Handball Federation. (n.d.). *History of handball*. <https://www.ihf.info>
- Martens, R. (2012). *Successful coaching* (4th ed.). Human Kinetics.
- Moreno, S. O. (2022). Management of sports program and performance of athletes. *International Journal of Physical Education, Sports and Health*, 9(3), 261-270.
- Siedentop, D. (2011). *Complete guide to sport education* (2nd ed.). Human Kinetics.
- Smith, A., & Stewart, B. (2010). *The special features of sport: A critical revisit*. Sport Management Review.
- Smith, J. (2010). The importance of training in sports. *Sports Medicine*, 36(10), 801.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2015). *International charter of physical education, physical activity and sport*.
- Weiss, M. R., & Wiese-Bjornstal, D. M. (2009). Promoting positive youth development through physical activity. In R. E. Pitter & D. M. Buchanan (Eds.), *Sport and youth development* (pp. 1-28). Human Kinetics.



Zakrajsek, R. A., Gill, D. L., & Manley, M. T. (2017). The importance of player selection in youth basketball: A review of player selection and development models and methods. *International Sport Coaching Journal*, 4(3), 347-357.





การสร้างเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง The Creation of Sensor Light A 3 Minutes Step Up and Down

มนเทียร อยู่เย็น^{1*}, เวสารัช ชูพงศ์²

Montean Youyen^{1*}, Wasaruch Choopong²

^{1*} ภาควิชาพลานามัย ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² กลุ่มสาระการเรียนรู้เทคโนโลยี (คอมพิวเตอร์) โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง

^{1*} Department of Physical Education, Ramkhamhaeng University

² Technology Learning Group (Computer), The Demonstration School Ramkhamhaeng University

*Corresponding author; E-mail: montean.y@ru.ac.th

Received 25 September 2025 Revised 9 October 2025

Accepted 11 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ที่มีความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น และความเป็นปรนัย กลุ่มเป้าหมาย เป็นนักกีฬากรีฑาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง วังระยะทาง 100 เมตร, 200 เมตร และ 400 เมตร จำนวน 15 คน เป็น ชาย 10 คน หญิง 5 คน อายุระหว่าง 13-18 ปี และนักศึกษาที่เรียนวิชา RPE 2801 หลักและวิธีการสอนการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย จำนวน 15 คน เป็นชาย 10 คน หญิง 5 คน อายุระหว่าง 19-29 ปี คัดเลือกด้วยวิธีการแบบเฉพาะเจาะจง

ผลการวิจัย ผลการทดสอบทางด้านประสิทธิภาพของเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง พบว่า คุณภาพของเครื่องทดสอบ ด้านความเที่ยงตรงพิจารณาความเที่ยงตรงด้วยกันทั้งหมด 5 ด้าน โดยผู้เชี่ยวชาญ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยทั้งหมดพบว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเที่ยงตรงที่ 0.92 เครื่องทดสอบมีคุณภาพด้านความเชื่อมั่น โดยการพิจารณาจากค่าฐานนิยมของคนที่น่ากับความถี่ที่นับจากเครื่องทดสอบมีค่าเท่ากัน และทดสอบความเป็นปรนัย โดยการสลับกลุ่มผู้ใช้เครื่องทดสอบต่างกลุ่มกันเข้าร่วมทดสอบ ค่าที่ได้จากเจ้าหน้าที่เป็นผู้นับในการทดสอบ กับค่าที่นับด้วยเครื่องทดสอบมีค่าเท่ากันค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความเที่ยงตรง มีค่าเท่ากับ 1.00 และความเป็นปรนัยมีค่าเท่ากับ 1.00

ดังนั้น เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการทดสอบสมรรถภาพทางกายร่างกายด้านความอดทนของระบบหัวใจไหลเวียนเลือด และระบบหายใจ

คำสำคัญ: เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง, เซนเซอร์แสง, ความอดทนของระบบไหลเวียนเลือด

ABSTRACT

This research aimed to create a 3-minute step up and down tester with a sensor light that possessed validity, reliability, and objectivity. The target population consisted of 15 track and field athletes (10 males, 5 females) from Ramkhamhaeng University Demonstration School, competing in the 100-meter, 200-meter, and 400-meter events, aged 13–18 years, and 15 students (10 males, 5 females) enrolled in the course RPE 2801 Principles and Methods of Teaching Physical Fitness Enhancement, aged 19-29 years. Participants were selected using a purposive sampling method.

Research Results The results of the performance test of the 3-minute step up and down tester with a light sensor showed that the instrument's quality in terms of validity was confirmed by experts who considered all five relevant aspects of validity. When considering the overall average, the instrument used was found to have a validity coefficient of. The tester demonstrated high reliability by comparing the base value (mode) of the staff's manual count with the frequency counted by the tester, which were congruent. The objectivity of the test was examined by switching different groups of users to participate in the test. The values obtained from the staff's manual count and the values counted by the tester were equal. The correlation coefficient of validity was and the objectivity index was.

Hence, the 3-minute step up and down tester with a sensor light is suitable for assessing physical fitness, specifically cardiovascular and respiratory endurance.

Keywords: Testing Machine Step Up and Down, Light Sensor, Cardiovascular Endurance

บทนำ

สมรรถภาพทางกายนั้นมีความสำคัญในการดำรงชีวิตประจำวันและการทำงาน การที่มนุษย์จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ ย่อมขึ้นกับความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม จะทำให้บุคคลปราศจากโรคภัยไข้เจ็บทำให้ร่างกายมีความแข็งแรง มีความอดทน มีความคล่องแคล่วว่องไวที่จะประกอบภารกิจประจำวันให้ลุล่วงไปด้วยดีนอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านจิตใจ และอารมณ์ควบคู่กันไปด้วยถ้าหากมนุษย์มีความสมบูรณ์ของร่างกาย ก็จะทำให้จิตใจมีความสดใส สดชื่น ตามไปด้วย แต่ถ้าหากร่างกายไม่สมบูรณ์ก็จะทำให้จิตใจเกิดความท้อแท้เบื่อหน่าย การทำงานไม่มีประสิทธิภาพด้วย ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างร่างกายและจิตใจต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับสมรรถภาพทางกายมนุษย์จึงต้องทำให้ร่างกายมีสมรรถภาพที่ดีอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องตลอดไป (รังสรรค์ อักษรชาติ และคณะ, 2561, หน้า 6-7) ความอดทนของระบบหัวใจไหลเวียนเลือดและระบบหายใจเป็นองค์ประกอบหนึ่งของสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพ บุคคลที่ออกกำลังกายเป็นประจำ อย่างน้อย 3-4 วันต่อสัปดาห์ วันละประมาณ 20 - 30 นาที ส่งผลทำให้ระบบหัวใจไหลเวียนเลือดและระบบหายใจทำงานได้เป็นระยะเวลานานขึ้น จะทำให้กล้ามเนื้อหัวใจแข็งแรงขึ้น มีขนาดใหญ่ขึ้น ปริมาณเลือดที่ออกจากหัวใจในแต่ละครั้งที่มีการบีบตัวเพิ่มมากขึ้น (กรมพลศึกษา, 2564, หน้า 3-16) สอดคล้องกับ ฉัตรสุตา ทรัพย์เจริญ (2565, หน้า 77)



ได้ทำการวิจัย เรื่องผลของโปรแกรมกิจกรรมทางกายที่มีต่อสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ตามแนวทางโรงเรียนส่งเสริมกิจกรรมทางกาย พบว่านักเรียนที่ทำกิจกรรมทางกายอย่างต่อเนื่อง 3 วันต่อสัปดาห์ วันละ อย่างน้อย 30 นาที ส่งผลให้ร่างกายมีการพัฒนาด้านความอดทนของระบบหัวใจและระบบไหลเวียนเลือดมากขึ้น

การทดสอบยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที เป็นวิธีการหนึ่งในการทดสอบสมรรถภาพทางกายด้านความอดทนของระบบหัวใจและไหลเวียนเลือด ตามเกณฑ์การทดสอบสมรรถภาพทางกายสำหรับเด็กและเยาวชน อายุ 7-18 ปี รวมถึงประชาชนทั่วไป อายุ 19-59 ปี ของกรมพลศึกษา (กรมพลศึกษา, 2562, หน้า 27) ซึ่งสอดคล้องกับ กลุขดา ตามประดิษฐ์ และณัฐกร บุญทวี (2565, หน้า 32-35) ได้ทำการวิจัย เรื่องสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนิสิตรายวิชากิจกรรมนันทนาการและกลุ่มสัมพันธ์ ได้นำแบบทดสอบการยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที มาเปรียบเทียบกับสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนิสิตกับเกณฑ์มาตรฐาน ก่อนการเรียนและหลังการเรียน และสอดคล้องกับ อภิญา ว่องสันตติวานิช และคณะ (2563, หน้า 89) ได้ทำการวิจัย เรื่องสมรรถภาพทางกายของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง (ฝ่ายประถม) ปีการศึกษา 2563 ได้นำแบบทดสอบการยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที มาใช้ในการทดสอบกับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 เพื่อให้ทราบถึงสมรรถภาพทางกายของนักเรียนในระดับชั้นดังกล่าว จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องการทดสอบแต่ละครั้งต้องใช้ผู้ช่วยในการทดสอบหลายคน ส่งผลให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีความคลาดเคลื่อน และขาดความแม่นยำ ส่งผลให้ผลการทดสอบไม่ถูกต้องตามเกณฑ์ที่แท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสฎาค์ ปาลิวนิช (2565, หน้า 123) ที่พบว่าในการสร้างเครื่องมือทดสอบการดันพื้นด้วยแสงเลเซอร์ ใช้บุคลากรน้อยกว่าการทดสอบการดันพื้นแบบดั้งเดิม เครื่องทดสอบที่ได้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ในการทดสอบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้างเครื่องมือในการทดสอบยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง โดยให้มีความแม่นยำ น่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือองค์กรต่างๆ เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูล และการประเมินสมรรถภาพเป็นไปได้อย่างแม่นยำ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างเครื่องทดสอบการยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที โดยใช้เซนเซอร์แสง
2. เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องทดสอบการยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที โดยใช้เซนเซอร์แสง
3. เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องทดสอบการยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที โดยใช้เซนเซอร์แสง
4. เพื่อตรวจสอบความเป็นปรนัย (Objectivity) ของเครื่องทดสอบการยืนยกเข่าขึ้น-ลง 3 นาที โดยใช้เซนเซอร์แสง

ทบทวนวรรณกรรม

เซนเซอร์ (Sensors) คืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ตรวจวัดปริมาณทางฟิสิกส์และเปลี่ยนสัญญาณอินพุตเป็นสัญญาณแบบแอนะล็อกหรือแบบดิจิทัลที่สัมพันธ์กับปริมาณที่ตรวจวัด เช่น แรงดันไฟฟ้า ความจุ ความเหนียวนำ และความต้านทาน เป็นต้น เซนเซอร์สามารถตรวจจับได้ถูกต้อง และมีความแม่นยำ

โฟโตอิเล็กทริกเซนเซอร์แสง (Optical Seneor) เป็นเซนเซอร์ที่สามารถตรวจจับวัตถุที่อยู่ใกล้หรือไกลได้ทุกชนิด ใช้ตรวจจับระยะทาง การมีหรือไม่มีวัตถุ สามารถตรวจจับเป้าหมายขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ สามารถจับวัตถุในบริเวณที่มีเนื้อที่ติดตั้งจำกัด บริเวณที่มีอุณหภูมิสูง มีความเร็วในการตรวจจับสูง โฟโตอิเล็กทริกเซนเซอร์จะทำงานโดยการส่งแสงออกไป เมื่อแสงถูกขัดจังหวะ หรือสะท้อนกลับโดยวัตถุที่ถูกตรวจจับ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงปริมาณ



แสงที่สะท้อนกลับถึงตัวรับสัญญาณ ตัวรับสัญญาณจะตรวจจับการเปลี่ยนแปลง และแปลงเป็นพลังงานไฟฟ้า มีความเที่ยงตรงและแม่นยำสูงราคาถูก ติดตั้ง และบำรุงรักษาง่าย สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานได้หลายประเภท โฟโตอิเล็กทริกเซนเซอร์ มีส่วนประกอบพื้นฐาน ได้แก่ แหล่งกำเนิดแสง ตัวรับแสง (Receiver) และอุปกรณ์ที่ออกแบบมาเพื่อขยายสัญญาณของตัวรับแสง

แหล่งกำเนิดแสงมี 3 ชนิด ได้แก่

1. หลอดไฟแอลอีดี Light Emitting Diode (LED) หรือ ไดโอดเปล่งแสง เป็นอุปกรณ์กำเนิดแสงแบบโซลิดสเตต (Solid State) และกึ่งตัวนำ (Semiconductor) จะส่งแสงที่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า โดยทั่วไปคือ สีแดง สีเขียว หรือสีน้ำเงิน แสงที่มองเห็นจะช่วยในการติดตั้ง จัดตำแหน่งและการปรับตั้งค่าของเซนเซอร์บนเป้าหมาย ได้สะดวกรวดเร็ว ลำแสงสีต่างๆ จะถูกนำไปใช้งานที่เฉพาะเจาะจง เช่น ความคมชัด การเรืองแสง และตรวจจับสี

1.1 ลำแสงสีแดง (Red Beam) มีความยาวคลื่น 660 นาโนเมตร (nm) สามารถส่งแสงได้ระยะไกล สามารถแยกแยะสีต่างๆ ได้ เช่น สีเขียว สีน้ำเงิน และสีดำ

1.2 ลำแสงสีเขียว (Green Beam) มีความยาวคลื่นอยู่ที่ประมาณ 560 นาโนเมตร (nm) จึงมีระยะในการส่งแสงไกลกว่าตัวกำเนิดแสงชนิดอื่นๆ

1.3 ลำแสงสีน้ำเงิน (Blue Beam) มีความยาวคลื่นอยู่ที่ประมาณ 450 นาโนเมตร (nm) เหมาะสำหรับ การตรวจจับสีและการตรวจจับระยะใกล้

2. แอลอีดีแสงเลเซอร์ (Laser LED) เป็นแสงที่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่ามีความยาวคลื่นอยู่ที่ 635 นาโนเมตร (nm) โดยทั่วไปจะเป็นลำแสงสีแดง มีความยาวคลื่นอยู่ที่ 0.01 mm หรือในช่วงความถี่ 10^{13} Hz ถึง 10^{15} Hz โดยประมาณ ข้อดี ของเลเซอร์ คือมีระยะการส่งแสงที่ไกลมาก และสามารถเซนเซอร์วัสดุได้ทุกสี ตลอดจนสามารถ เซนเซอร์วัสดุที่มีขนาดเล็กได้

3. แอลอีดีแสงอินฟราเรด (Infrared LED) แสงอินฟราเรดเป็นตัวกำเนิดแสงเป็นที่นิยมใช้มากที่สุด เป็นแสงที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า มีความเข้มแสงสูง ความยาวคลื่นสูงกว่า 800 นาโนเมตร (nm) สามารถส่งแสงได้ในระยะทางไกล ๆ สามารถทะลุผ่านวัสดุบางชนิดได้

ตัวรับแสง (Receiver)

1. โฟโตไดโอด (Photodiode) การทำงานของโฟโตไดโอด คือ เมื่อป้อนแรงดันไฟฟ้าย้อนกลับให้โฟโตไดโอด และในขณะที่มีแสงตกกระทบบตัวโฟโตไดโอดจะยอมให้กระแสไฟฟ้าไหลย้อนกลับผ่านตัวไปได้

2. โฟโตทรานซิสเตอร์ (Phototransistor) การทำงานของโฟโตทรานซิสเตอร์ คือ เมื่อมีแสงตกกระทบบก็จะเปลี่ยนเป็นตัวนำไฟฟ้าทำให้เกิดการไหลของกระแสเบส I_b ไปกระตุ้นให้เกิดการไหลของกระแสคอลเลคเตอร์ I_c

3. โฟโตรีซิสเตอร์ (Photoresistor) หรือ เรียกว่า Light Dependent Resistor (LDR) หรือเรียกว่า แคดเมียมซัลไฟด์ (Cadmium Sulfide; CdS) เป็นการกึ่งตัวนำที่ถูกเปิดออกให้รับแสงและทำให้ความต้านทานภายในเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณของแสงที่ตกกระทบบ อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อผลในการนี้เรียกว่า อุปกรณ์เหนี่ยวนำด้วยแสง หรือเซลล์เหนี่ยวนำด้วยแสง โฟโตนาคอนดักทีฟเซลล์ (Photo Conductive Cell) (บุญธรรม ภัทรจารกุล, 2565, หน้า 98-101)

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องเซนเซอร์แบบต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ งามอาจ ทับบุร และกันยา-รัตน์ เอกเอี่ยม (2565, หน้า 304) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อุปกรณ์วัดส่วนสูงแบบพกพาโดยใช้เซนเซอร์อัลตราโซนิกร่วมกับ เซนเซอร์ตรวจจับความเอียง ผลการวิจัยพบว่า อุปกรณ์วัดความสูงมีความคลาดเคลื่อนอยู่ระหว่างมุม 0 ถึง ± 10 องศา เมื่อเทียบกับเครื่องวัดส่วนสูงมาตรฐาน สามารถนำไปวัดส่วนสูงได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีญญารัตน์ วงศ์เก



และคณะ (2560, หน้า 436) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อุปกรณ์วัดความสูงแบบดิจิทัลโดยใช้เซนเซอร์อัลตราโซนิก ผลการวิจัยพบว่า อุปกรณ์วัดความสูงแบบดิจิทัลที่สร้างขึ้นมีราคาถูกสามารถใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และไม่ต้องสัมผัสตัวผู้วัด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nozu et al., (2024, p 1) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบันทึกการเดินประจำวัน โดยใช้เซนเซอร์อินฟราเรดบนล้อรถ ผลการวิจัยพบว่าการติดตั้งเซนเซอร์อินฟราเรด เอาต์พุตบนล้อรถสองตัวบนเพดาน เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลการเดิน วัดความเร็วในการเดิน ของมนุษย์ซึ่งเดินผ่านใต้เซนเซอร์ จากการสังเกตความแตกต่างของความเร็วในการเดินของบุคคลในแต่ละวัน พบว่าบางคนเปลี่ยนความเร็วในการเดินไปมากในระหว่างวัน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

เป็นนักกีฬากีฬาวิ่งระยะทาง 100 เมตร, 200 เมตร และ 400 เมตร จำนวน 15 คน เป็น ชาย 10 คน หญิง 5 คน อายุระหว่าง 13-18 ปี และนักศึกษาที่เรียนวิชา RPE 2801 หลักและวิธีการสอนการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย จำนวน 15 คน เป็น ชาย 10 คน หญิง 5 คน อายุระหว่าง 19-29 ปี คัดเลือกด้วยวิธีการแบบเฉพาะเจาะจง

การสร้างเครื่องมือการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนการออกแบบ

1. ศึกษาท่าการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสงและการทำงานของเซนเซอร์แสง ตามรูปแบบทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบตามเกณฑ์มาตรฐาน
2. เสนอแนวคิดและออกแบบเครื่องทดสอบร่วมกับช่างผู้เชี่ยวชาญทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามรูปแบบตามเกณฑ์มาตรฐานการทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที
3. ค้นหาและศึกษาวัสดุสิ่งของที่ใช้ในการประดิษฐ์เครื่องมือ
4. คิดค้นหาวิธีการทำงานร่วมกันระหว่างเซนเซอร์แสง กับการนับจำนวนครั้งของเซนเซอร์แสง
5. ร่างแบบจำลองเครื่องทดสอบตามแนวคิด

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือ

1. ประดิษฐ์เครื่องมือ และทดลองใช้สิ่งประดิษฐ์ด้วยตนเองพร้อมบันทึกผลการทดสอบ ข้อดีข้อด้อยต่าง ๆ

ผู้วิจัยนำแบบที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ มาประกอบเป็นเครื่องนับจำนวนครั้งในการยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที โดยใช้บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์ แบบ Arduino Nano จำนวน 2 บอร์ด เพราะขีดความสามารถของบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์เป็นรูปแบบการทำงานแบบหน่วยประมวลผลเดี่ยวที่มีแกนสมองเดียวในการประมวลผล (Single core) ที่รองรับการทำงานที่ละเอียดรอบเนื่องจากทำงานบนเธรดเดียวเท่านั้น เพื่อความเที่ยงตรงของเวลาในการบันทึกจำเป็นต้องใช้ บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์ จำนวน 2 บอร์ด ต่อผ่านแบบอนุกรม (serial) เพื่อให้บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์ทำงานแบบมัลติโปรแกรม เพื่อความเที่ยงตรงของเวลาขณะกำลังนับจำนวน โดยแบ่งการทำงานดังนี้

1.1 บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลัก มีหน้าที่รับข้อมูลจาก เซนเซอร์แสงเพื่อทำการเริ่มโปรแกรมโดยการส่งข้อมูลไปยังบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์รองเพื่อเริ่มการนับเวลาถอยหลัง จำนวน 3 นาที ถอยหลังพร้อมดำเนินการแสดงค่าการนับผ่านจอแสดงผลชนิด LED 7 Segment จนกว่าจะมีการรับคำสั่งหยุด จากบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์รองเมื่อเวลาครบ 3 นาที

1.2 บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์รองมีหน้าที่รับคำสั่งเริ่มการทำงานจาก บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลัก เพื่อเริ่มการนับเวลาถอยหลังจำนวน 3 นาที และแสดงเวลาการนับผ่านจอ I2C LCD แบบ 2 บรรทัด และส่งเสียงเมื่อ



เหลือน้อยกว่า 10 วินาที และเสียงสัญญาณเมื่อหมดเวลา และส่งข้อมูลมาบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลักเพื่อให้หยุดการทำงาน

ผู้วิจัยนำแบบที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ ประกอบเครื่องนับจำนวนครั้งในการยืดยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที โดยสรุปรายละเอียดของการดำเนินการดังนี้ วางเงื่อนไขของการต่อวงจรอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์ Arduino Nano ทั้ง บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลัก และรอง ดังนี้

บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลักใช้ เซนเซอร์ชนิดแสง E18-D80NK Infrared Reflectance Proximity Sensor NPN NO ตรวจจับความเคลื่อนไหว 3-80 ซม. เพื่อตรวจการยกเข้าเมื่อถึงระยะที่ต้องการ เข้าที่ขา D8 ของบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลัก เมื่อมีการรับค่าจาก เซนเซอร์ชนิดแสง และส่งค่าการนับจำนวนมาที่ จอแสดงผลชนิด LED 7 Segment ที่เชื่อมต่อกับบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลักที่ขา D11 สำหรับการเชื่อมต่อ สถานะของ นาฬิกา (CLK) และ D12 สำหรับการเชื่อมต่อแบบ ข้อมูลนำเข้าส่งออก (DIO)

บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์รองใช้รับคำสั่งเริ่มการทำงานจากบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลัก โดยเชื่อมต่อแบบอนุกรมที่ ผ่านขา D6 และ D7 ของ บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์หลักและรอง เพื่อทำงานบอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์ทั้ง 2 บอร์ดทำงานร่วมกัน เชื่อมต่อโมดูล I2C LCD พร้อมหน้าจอ LCD 1602 เพื่อแสดงผลการนับเวลาถอยหลัง 3 นาที โดยเชื่อมต่อโมดูล SDA (Serial Data Line) ใช้ในการรับ-ส่งข้อมูล ผ่านขา A4 และ SCL (Serial Clock Line) ใช้กำหนดจังหวะการรับ-ส่งข้อมูล ผ่านขา A5 ทำการเชื่อมต่อโมดูลลำโพง (Buzzer) โดยเชื่อมต่อข้อมูลนำเข้าส่งออก (I/O) ผ่านขา D5 เพื่อส่งสัญญาณให้โมดูลลำโพงทำงานเมื่อมีเวลาเหลือน้อยกว่า 10 วินาที และหมดเวลาดำเนินการเขียนชุดคำสั่งด้วยโปรแกรม Arduino IDE เพื่อเขียนชุดคำสั่งให้บอร์ดไมโครคอนโทรลเลอร์ทำงานตามผังงานที่วางไว้

2. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องทดสอบด้วยตนเอง ร่วมกับช่างอิเล็กทรอนิกส์
3. ทดสอบกับตนเอง จากนั้นทดลองนำไปทดสอบกับนักเรียน นักศึกษา จำนวน 2 คน พร้อมสอบถามความคิดเห็นของผู้ถูกทดสอบ
4. นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงอีกครั้งร่วมกับช่างผู้ชำนาญ
5. ได้เครื่องทดสอบการยืดยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสงต้นแบบ รวมระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนนี้ประมาณ 60 วัน

ขั้นตอนที่ 3

การทดสอบเครื่องทดสอบการยืดยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ก่อนการทดลองการทดสอบเครื่องนับจำนวนครั้งในการยืดยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ได้ศึกษาทฤษฎีของหลักการเคลื่อนไหวนแบบซิมเปิลฮาร์โมนิก (Simple Harmonic motion) โดยยึดหลักการของการแกว่งของลูกตุ้มนาฬิกา เพื่อให้วัตถุตัดผ่านลำแสงของเซนเซอร์และแสดงผลที่หน้าจอของ Counter ซึ่งทฤษฎีของการเคลื่อนไหวนแบบซิมเปิลฮาร์โมนิก โดยที่ผู้เข้ารับการทดสอบอยู่ในท่าเตรียมพร้อมในการยืดยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ตามลักษณะท่าการยืดยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที นั้นถูกต้องอย่างเป็นอิสระต่อกัน เมื่อได้รับคำสั่งจากผู้ทดสอบ เริ่ม ให้ยืดยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ให้เข้าขนานพื้นผ่านเซนเซอร์ เครื่องนับจำนวนครั้งดิจิตอลของเครื่องทดสอบจึงจะนับจำนวนครั้งที่ทำได้ แสดงผลผ่านหน้าจอและแสดงผล



ภาพที่ 1 เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง
 ที่มา เวสาร์ช ซุปซิ่ง จัดทำเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2567

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในส่วนนี้นำเสนอลำดับขั้นการพัฒนาคุณภาพของเครื่องมือ ประกอบด้วย การหาคุณภาพของเครื่องมือ ด้านความเที่ยงตรง คุณภาพด้านความเชื่อมั่น และคุณภาพด้านความเป็นปรนัย โดยนำเสนอวิธีการ กระบวนการ การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแจกแจงให้เห็นแนวคิดและรายละเอียดทุกขั้นตอนของการประดิษฐ์เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง

1. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงตรง (Validity) การสร้างแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงตรง

1.1. ศึกษาทฤษฎีการทดสอบสมรรถภาพทางกายและการทำงานของเซนเซอร์ เพื่อนำมาประกอบการออกแบบสอบถามความคิดเห็น

1.2. ร่างข้อคำถามและสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 10 ปี มีความรู้ความสามารถทางพลศึกษา วิทยาศาสตร์การกีฬา มีประสบการณ์ด้านการทดสอบสมรรถภาพทางกาย และผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ทำการสำรวจ และวิเคราะห์ค่าดัชนีค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การใช้งานกับคุณสมบัติของเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง (Index of Objective Congruence: IOC) โดยวิธีของ Rovinelli and Hambleton ได้ค่าเท่ากับ 0.92

2. การตรวจสอบคุณสมบัติของเครื่องมือด้านความเชื่อมั่น (Reliability)

การทดสอบคุณภาพด้านความเชื่อมั่น ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ทดสอบจำนวน 2 ครั้ง ระยะเวลาในการทดสอบห่างกันประมาณ 1 สัปดาห์ เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น โดยวิธีการวัดซ้ำของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ครั้ง นำผลที่ได้มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's rank correlation coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 1.00

3. การตรวจสอบคุณภาพด้านความเป็นปรนัย (Objectivity)

การตรวจสอบคุณภาพด้านความเป็นปรนัย ดำเนินการทดสอบกับนักกีฬากรีฑาวิ่งระยะทาง 100 เมตร, 200 เมตร และ 400 เมตร จำนวน 15 คน เป็น ชาย 10 คน หญิง 5 คน อายุระหว่าง 13-18 ปี และนักศึกษาที่เรียนวิชา RPE 2801 หลักและวิธีการสอนการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายจำนวน 15 คน เป็น ชาย 10 คน หญิง 5 คน



อายุระหว่าง 19-29 ปี ทั้งเป็นผู้ถูกทดสอบ นำผลที่ได้มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's rank correlation coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 1.00

กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้ทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง จำนวน 10 คน ซึ่งเรียกว่ากลุ่มทดสอบทำการแยกกลุ่มทดสอบออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม A1 จำนวน 5 คน คือนักกีฬากรีฑาวิ่งระยะทาง 100 เมตร, 200 เมตร, 400 เมตร และกลุ่ม B2 จำนวน 5 คน คือ นักศึกษาที่เรียนวิชา RPE 2801 หลักและวิธีการสอนการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย
2. กลุ่มเครื่องมือ จำนวน 10 คน ทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ทดสอบโดยใช้เครื่องมือแยกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน หมุนเวียนเข้าใช้เครื่องมือทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย
3. กลุ่มเจ้าหน้าที่ทดสอบ จำนวน 10 คน ทำหน้าที่ประเมินนับตามลักษณะการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสงของกลุ่มทดสอบจนครบทั้ง 2 กลุ่ม

ขั้นเตรียมการ

1. ทำการชี้แจงแบ่งหน้าที่ของแต่ละกลุ่มให้ชัดเจน
2. สาธิตการใช้เครื่องมือให้กับทุกคนที่ร่วมการทดสอบ
3. กลุ่มเครื่องมือสลับสับเปลี่ยนกันมาทดลองใช้เครื่องมือ ทำความเข้าใจรายละเอียดต่าง ๆ ภายใต้คำแนะนำของหัวหน้าโครงการวิจัย

จัดลำดับกลุ่มผู้ทดสอบ

5. จัดลำดับกลุ่มเครื่องมือเข้าทดสอบโดยใช้เครื่องมือ สลับหมุนเวียนกัน

รอบที่ 1 กลุ่มทดสอบ A - กลุ่มเครื่องมือ B

รอบที่ 2 กลุ่มทดสอบ B - กลุ่มเครื่องมือ A

ทำการทดสอบ 2 ครั้ง กล่าวคือ รอบที่ 1 รอบที่ 2 ถือเป็น 1 ครั้ง พัก 60 นาที แล้วจึงเข้าทดสอบครั้งที่ 2

6. กลุ่มทดสอบเตรียมร่างกายให้พร้อมสำหรับการทดสอบ
7. กลุ่มเครื่องมือ ทำการจัดเตรียมอุปกรณ์ แบบบันทึกข้อมูลลำดับของผู้ทดสอบ
8. กลุ่มเจ้าหน้าที่กรอกข้อมูลผู้ทดสอบตามลำดับ

กระบวนการทดสอบ

1. ทำการทดสอบการยืนยกเข้า-ลง ด้วยเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ผู้ทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ทำไปพร้อมกับการนับของกลุ่มเจ้าหน้าที่ทดสอบไปพร้อมกัน เมื่อสิ้นสุดการทดสอบจดบันทึกจำนวนครั้งที่ทำได้
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ประเมินนับจำนวนยืนประจำจุดที่มองไม่เห็นจำนวนนับจากเครื่องมือ
3. กลุ่มเครื่องมือปรับอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับผู้เข้าทดสอบ
4. กลุ่มเครื่องมือให้สัญญาณเตรียมความพร้อม กลุ่มเจ้าหน้าที่นับจำนวน และกลุ่มผู้ทดสอบ เมื่อทุกฝ่ายพร้อม ใช้คำสั่ง “เริ่ม” กลุ่มเครื่องมือกดปุ่มเริ่ม ผู้ทดสอบแสดงท่าการยืนยกเข้าขึ้น-ลง จนครบ 3 นาที สัญญาณของเครื่องดังขึ้น เป็นการยุติการทดสอบ
5. เมื่อสิ้นสุดการทดสอบ กลุ่มเครื่องมือบันทึกผลการทดสอบจากตัวเลขที่แสดงผลบนเครื่องมือ และกลุ่มเจ้าหน้าที่บันทึกผลการนับประเมินของตนเอง
6. รอบที่ 1 กลุ่มทดสอบ A1-A5 ทดสอบ กลุ่มเครื่องมือ B1-B5 จดบันทึกตามลำดับ
7. รอบที่ 2 กลุ่มทดสอบ B1-B5 ทดสอบ กลุ่มเครื่องมือ A1-A5 จดบันทึกตามลำดับ



วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้ดำเนินการทดสอบเครื่องการยืนยกเข้าขึ้น-ลง ด้วยเซนเซอร์แสง มีขั้นตอนดังนี้

1. ผ่านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้วยเลขที่การรับรอง RU-HRE 67/0061
2. ติดต่อโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหงเพื่อใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูลพร้อมทั้งแจ้งรายละเอียดของการวิจัย
3. กลุ่มเป้าหมายเป็นนักกีฬากรีฑาวิ่งระยะทาง 100 เมตร, 200 เมตร และ 400 เมตร จำนวน 15 คน เป็น ชาย 10 คน หญิง 5 คน อายุระหว่าง 13-18 ปี และนักศึกษาที่เรียนวิชา RPE 2801 หลักและวิธีการสอน การเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย จำนวน 15 คน เป็น ชาย 10 คน หญิง 5 คน อายุระหว่าง 19-29 ปี
4. แจ้งรายละเอียดของงานวิจัย และข้อตกลงของการวิจัยแก่ผู้ปกครอง และผู้เข้ารับการทดสอบอ่านรายละเอียดก่อนที่จะมีการเซ็นยินยอมเข้าร่วมการทดลอง
5. นัดหมายผู้เข้าร่วมทดสอบเพื่อชี้แจงรายละเอียด เรื่องวัน เวลา สถานที่ และการแต่งกายชุดพลศึกษา
6. ชี้แจงรายละเอียดและสาธิตวิธีการใช้เครื่องทดสอบกับกลุ่มผู้ทดสอบ กลุ่มผู้ใช้เครื่องทดสอบ และกลุ่มเจ้าหน้าที่ทดสอบ ให้เข้าใจก่อนการทดสอบจนเข้าใจ
7. ทำการทดสอบกับเครื่องมือ ผู้วิจัยเป็นผู้ควบคุมดูแลการทดสอบ และเก็บบันทึกผลการทดสอบ
8. นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อไป

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง จากดุลพินิจผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 10 ปี มีความรู้ความสามารถทางพลศึกษา วิทยาศาสตร์การกีฬา มีประสบการณ์ด้านการทดสอบสมรรถภาพทางกาย และผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ นำมาประเมินค่าโดยวิธีของ Rovinelli & Hambleton (Rovinelli & Hambleton, 1977, pp 49-60)
2. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้วิธีการทดสอบซ้ำ (Test-Retest Method) โดยใช้เครื่องมือทดสอบกับผู้ทดสอบกลุ่มเดียวกัน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 กับครั้งที่ 2 ห่างกัน 1 สัปดาห์ นำผลที่ได้มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's rank correlation coefficient) (อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2566, หน้า 97)
3. หาค่าความเป็นปรนัย (Objectivity) ใช้วิธี แบ่งกลุ่มตัวอย่าง เป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน รวมทั้งหมด 30 คน กลุ่ม 1, กลุ่ม 2 ทำการทดสอบ และใช้เครื่องทดสอบ จำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 กับ ครั้งที่ 2 ห่างกัน 60 นาที และกลุ่มที่ 3 ทำการนับจำนวนครั้งด้วยตนเองทั้ง 2 ครั้ง นำผลที่ได้มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's rank correlation coefficient) (อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2566, หน้า 97)



ผลการวิจัย

1. คุณภาพความเที่ยงตรง (Validity)

ตาราง 1 คุณภาพความเที่ยงตรงของเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสงจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

รายการประเมิน	ค่าดัชนีความสอดคล้อง
1. ใช้ทดสอบยืนยกเข้าขึ้น-ลงที่ถูกต้องได้	1
2. นับจำนวนครั้งในการทดสอบยืนยกเข้าขึ้น-ลงที่ถูกต้องได้	0.60
3. ความเหมาะสมของการออกแบบของเครื่อง	1
4. มีความปลอดภัย	1
5. ความสะดวกต่อการใช้งาน	1
ค่าเฉลี่ย	0.92

จากตาราง 1 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง มีความเที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์ อยู่ในเกณฑ์ 0.92 ระดับดีมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการใช้ทดสอบยืนยกเข้าขึ้น-ลงที่ถูกต้องได้ ด้านความเหมาะสมของการออกแบบของเครื่องทดสอบยืนยกเข้าขึ้น-ลง ด้านมีความปลอดภัย และด้านความสะดวกต่อการใช้งาน อยู่ในเกณฑ์ 1.00 ระดับดีมาก ด้านนับจำนวนครั้งในการทดสอบยืนยกเข้าขึ้น-ลง ที่ถูกต้องได้ อยู่ในเกณฑ์ 0.60 ระดับยอมรับได้

2. คุณภาพด้านความเชื่อมั่น (Reliability)

ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ความเชื่อมั่นของเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง

ผู้ทดสอบคนที่	นับโดยเครื่อง			r_{xy}
	ครั้งที่	ผลการทดสอบ	ระดับ	
P1	ครั้งที่ 1	124	2	1.00
	ครั้งที่ 2	152	2	
P2	ครั้งที่ 1	120	2	
	ครั้งที่ 2	133	3	
P3	ครั้งที่ 1	162	3	
	ครั้งที่ 2	182	4	
P4	ครั้งที่ 1	137	3	
	ครั้งที่ 2	142	3	
P5	ครั้งที่ 1	157	3	
	ครั้งที่ 2	172	4	



จากตาราง 2 แสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องทดสอบการนับจำนวนครั้งของการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาทีของกลุ่มทดสอบ ทั้ง 2 ครั้ง พบว่า ค่าความเชื่อมั่น มีค่าเท่ากับ 1.00 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก

3. คุณภาพด้านความเป็นปรนัย

ตาราง 3 เทียบผลการทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ระหว่างการประเมินนับผลโดยเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที กับกลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ใช้เครื่องทดสอบ (รายบุคคล) ครั้งที่ 1

ผู้ทดสอบ 10 คน	เจ้าหน้าที่นับ										Mode	เครื่อง ทดสอบ	r_{xy}
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
A1	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	1.00
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
A2	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
A3	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
A4	143	142	142	143	143	143	143	143	143	142	143	143	
ระดับ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
A5	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B1	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B2	135	135	135	136	136	135	135	135	135	135	135	135	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B3	140	140	140	140	140	140	141	139	140	140	140	140	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B4	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B5	148	148	149	148	148	148	148	148	148	148	148	148	
ระดับ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	

จากตาราง 3 แสดงว่า ผลการทดสอบการนับจำนวนครั้งของการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสงของกลุ่มทดสอบ 10 คน ครั้งที่ 1 ด้วยวิธีการใช้เครื่องทดสอบโดยกลุ่มผู้ใช้เครื่องทดสอบต่างกลุ่ม และวิธีใช้เจ้าหน้าที่เป็นผู้นับ พบว่ามีจำนวนเท่ากันค่าความเป็นปรนัยอยู่ที่ 1.00 ระดับดีมาก



ตาราง 4 เทียบผลการทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ระหว่างการประเมินนับผลโดยเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที กับกลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ใช้เครื่องทดสอบ (รายบุคคล) ครั้งที่ 2

ผู้ทดสอบ	เจ้าหน้าที่นับ										Mode	เครื่องทดสอบ	r_{xy}
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
A1	120	120	120	120	120	120	120	120	121	120	120	120	1.00
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
A2	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
A3	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
A4	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	
ระดับ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
A5	120	120	120	120	120	120	120	120	121	120	120	120	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B1	116	116	116	116	116	117	117	116	116	116	116	116	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B2	143	143	143	143	143	143	143	143	142	143	143	143	
ระดับ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
B3	166	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116	
ระดับ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
B4	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	
ระดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B5	149	149	149	149	149	149	149	148	148	149	149	149	
ระดับ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	

จากตาราง 4 แสดงว่า ผลการทดสอบการนับจำนวนครั้งของการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสงของกลุ่มทดสอบ 10 คน ครั้งที่ 2 ด้วยวิธีการใช้เครื่องทดสอบโดยกลุ่มผู้ใช้เครื่องทดสอบต่างกลุ่ม และวิธีใช้เจ้าหน้าที่เป็นผู้นับ พบว่ามีจำนวนเท่ากันค่าความเป็นปรนัยอยู่ที่ 1.00 ระดับดีมาก

สรุปผลการวิจัย

คุณภาพของเครื่องการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง

ด้านความเที่ยงตรง จากการศึกษาพบว่า แบบประเมินเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ความเที่ยงตรงรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.92 แสดงว่า มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในเกณฑ์ดีมาก

ด้านความเชื่อมั่น จากการศึกษาพบว่า เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง เมื่อพิจารณาค่าฐานนิยม (Mode) ของคนที่นับกับเครื่องทดสอบ มีค่าเท่ากัน ทั้ง 2 ครั้ง จึงสามารถที่จะสรุปได้ว่าเครื่อง



ทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง นี้มีความเชื่อมั่น และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ค่าเท่ากับ 1.00 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก

ด้านความเป็นปรนัย จากการศึกษาพบว่า เมื่อสลับกลุ่มผู้ใช้เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ในการทดสอบ พบว่าค่าที่ได้จากเจ้าหน้าที่เป็นผู้นับ กับค่าที่นับด้วยเครื่องทดสอบ ทั้ง 2 ครั้ง มีค่าเท่ากันแม้ว่าจะเกิดการสลับหมุนเวียนกลุ่มผู้ใช้เครื่องทดสอบก็ตาม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง เครื่องนี้มีความเป็นปรนัย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ค่าเท่ากับ 1.00 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก

สรุปได้ว่า เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีความเที่ยงตรง มีความเชื่อมั่น และมีความเป็นปรนัยเป็นที่ยอมรับได้ และสามารถนำไปใช้ได้

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านความเที่ยงตรง จากการประเมินความสามารถในการทดสอบได้ตรงตามวัตถุประสงค์ทั้ง 5 ด้าน ของเครื่องทดสอบโดยการนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทางด้านพลศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์เป็นผู้ประเมิน วิธีการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเครื่องทดสอบวิเคราะห์ค่าดัชนีค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence : IOC) การใช้งานกับคุณสมบัติของเครื่องทดสอบ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.92 ถือว่าอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับ อัสฎางค์ ปาลวินิช (2564, หน้า 132) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การสร้างเครื่องทดสอบการดันพื้นด้วยแสงเลเซอร์ ได้ทำการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเครื่องทดสอบค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การใช้งานกับคุณสมบัติของเครื่องทดสอบ (IOC) ได้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.80 ถือว่าอยู่ในระดับดีมาก สามารถนำไปใช้ได้ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli & Hambleton, (1977, pp 49-60) ที่กล่าวว่า ค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปสามารถคัดเลือกข้อคำถามข้อนั้นไว้ใช้ได้ จึงสรุปได้ว่า คุณสมบัติของเครื่องทดสอบ ภาพรวมมีค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับความสามารถในการทดสอบ ของเครื่องทดสอบ เท่ากับ 0.92 ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง มีคุณสมบัติในการทดสอบวัดความสามารถได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการทดสอบสมรรถภาพทางร่างกาย

2. ด้านความเชื่อมั่น จากผลการทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ของกลุ่มทดสอบ จำนวน 5 คน โดยระยะเวลาที่ใช้ในการทดสอบ 2 ครั้ง ห่างกัน 1 สัปดาห์ หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง พบว่า ค่าที่ได้รับทั้ง 2 ครั้ง นั้นเท่ากันกับการนับโดยเจ้าหน้าที่ มีความแน่นอน คงที่ และใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐภูมิ ไวโรจนานันต์ และชาญชัย ชันติศิริ (2559, หน้า 172) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การสร้างเครื่องทดสอบเวลาปฏิบัติการตอบสนองของการทำงานระหว่างตากับการเคลื่อนไหวของร่างกายไปยัง ตำแหน่งเป้าหมาย เพื่อใช้ในกีฬาแบดมินตัน พบว่าระยะเวลาในการทดสอบครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 มีระยะเวลาห่างกัน 1 สัปดาห์ ระยะเวลาดังกล่าวผู้เข้าทดสอบจะได้ผลที่คงที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสา ธนะธรรณภูมิ (2561, หน้า 82) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างเครื่องมือการเตะสูงในกีฬาตะกร้อ เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ พบว่าเครื่องมือไม่มีความคลาดเคลื่อน และมีความคงที่ของเครื่องมือ สอดคล้องกับ สมชาย วรจิเกษมสกุล (2567, หน้า 265) ที่กล่าวว่า เครื่องมือในการวิจัยที่ดีต้องมีความเชื่อมั่นที่ได้จากการวัดจะมีความคงที่ ชัดเจนไม่เปลี่ยนแปลงไปมา ผลการวัดครั้งแรกเป็นอย่างไรเมื่อวัดซ้ำโดยใช้เครื่องมือวัดผลชุดเดิมก็จะให้ผลการวัดเหมือนเดิมใกล้เคียงกันหรือสอดคล้องกัน และเมื่อนำค่าที่ได้ทั้งสองครั้งหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้ค่าเท่ากับ 1.00 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก และสอดคล้องกับค่ามาตรฐานของ Kirkendall & Johnson (1987, pp. 56-57) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.90-1.00 อยู่ใน



เกณฑ์ดีมาก แสดงให้เห็นว่าเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสามารถนำไปใช้ได้อย่างแม่นยำ

3. ความเป็นปรนัย จากผลการทดสอบคุณภาพด้านความเป็นปรนัย ของเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง พบว่าผลการทดสอบความสามารถในการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ของกลุ่มทดสอบกลุ่มใช้เครื่องทดสอบ เข้าใจและสามารถปฏิบัติ วิธีการใช้งานของเครื่องทดสอบ และอ่านค่าได้ตรงกัน โดยให้กลุ่มผู้ใช้เครื่องทดสอบต่างกลุ่มสลับหมุนเวียนในการทดสอบ ทั้ง 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 กับ ครั้งที่ 2 ห่างกัน 60 นาที ถึงแม้จะมีการสลับกลุ่มผู้ใช้ เครื่องทดสอบก็ตาม พบว่าค่าที่ได้เท่ากัน สอดคล้องกับ อัมภวาน์ ปาลิวนิช (2564, หน้า 132) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างเครื่องทดสอบการดันพื้นด้วยแสงเลเซอร์ พบว่าผลการทดสอบความสามารถในการดันพื้นของกลุ่มทดสอบโดยการที่ให้เจ้าหน้าที่ผู้ใช้นวัตกรรมต่างกลุ่มสลับหมุนเวียนในการทดสอบ กลุ่มเป้าหมายจำนวน 2 ครั้ง ค่าที่ได้รับเท่ากันถึงแม้จะมีการสลับกลุ่มผู้ใช้นวัตกรรมก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐวุฒิ ไวโรจนานันต์ และชาญชัย ชันติศิริ (2559, หน้า 170) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างเครื่องทดสอบเวลาปฏิบัติการตอบสนองของการทำงาน ระหว่างตากับการเคลื่อนไหวของร่างกายไปยังตำแหน่งเป้าหมาย เพื่อใช้ในกีฬาแบดมินตัน โดยมีการอธิบายขั้นตอน พร้อมทำความเข้าใจกับผู้เข้ารับการทดสอบและผู้ดำเนินการทดสอบทั้ง 2 คน ได้หาค่าความเป็นปรนัยเท่ากับ 1.00 ซึ่งสอดคล้องกับ สมชาย วรภิเกษมสกุล, (2567, หน้า 295) ที่กล่าวว่า ความเป็นปรนัยเป็นลักษณะของเครื่องมือที่มีความชัดเจน เข้าใจง่ายสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้อง การตรวจให้คะแนนได้เท่ากันไม่ว่าใครก็ตามที่เป็นผู้ตรวจคะแนนที่ตรวจได้จะเท่ากัน และเมื่อนำค่าที่ได้ทั้งสองครั้งหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้ค่าเท่ากับ 1.00 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับค่ามาตรฐานของ Kirkendall & Johnson, (1987, pp. 56-57) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความปรนัยอยู่ที่ 0.95-1.00 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก แสดงให้เห็นว่าเครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง ไม่ว่าจะทดสอบเมื่อใด หรือใครจะใช้เครื่องทดสอบก็ตามผลที่ได้จะเท่าเดิมเสมอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ได้เครื่องทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ด้วยเซนเซอร์แสง สามารถใช้ในการทดสอบการยืนยกเข้าขึ้น-ลง 3 นาที ที่มีความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น และความเป็นปรนัย

2. เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายให้หลาย เช่น เพศ กลุ่มอายุมากขึ้น

3. ทำเครื่องหมายที่พื้นเพื่อไม่ให้ผู้ทดสอบเคลื่อนที่ออกจากเซนเซอร์แสง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรสร้างแอปพลิเคชันเพื่อเชื่อมโยง และบันทึกผลได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น

2. ควรนำเกณฑ์การทดสอบการยืนยกเข้า-ขึ้นลง 3 นาที เขียนไว้ในโปรแกรม

3. ควรนำเทคโนโลยีอื่นมาใช้ประกอบทดแทน เช่น การใช้รังสีอินฟราเรดตรวจจับภาพ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่สนับสนุนงานวิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ช่วยตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย และกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการในครั้งนี้เป็นอย่างสูง



เอกสารอ้างอิง

- กรมพลศึกษา. (2562). *คู่มือแบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายของเด็ก เยาวชน และประชาชนไทย*. สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เวสต์ เอ็กซ์เพิร์ท จำกัด.
- กรมพลศึกษา. (2564). *คู่มือการออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการเด็ก*. สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ทางหุ้นส่วนจำกัดแสงจันทร์การพิมพ์.
- กฤษดา ตามประดิษฐ์ และณัฐกร บุญทวี. (2565). สมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนิสิตรายวิชากิจกรรม นันทนาการและกลุ่มสัมพันธ์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 14(3), 25-37.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2566). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ทางหุ้นส่วนสาม-ลดจำกัด.
- ฉัตรสุตา ทรัพย์เจริญ. (2565). ผลของโปรแกรมกิจกรรมทางกายที่มีต่อสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนักเรียน *ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษาด้านการศึกษาศาสตร์). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณัฐวุฒิ ไวโรจนานันต์ และชาญชัย ชันติศิริ. (2559). การสร้างเครื่องทดสอบเวลาปฏิกิริยาการตอบสนองของการทำงานระหว่างตากับการเคลื่อนไหวของร่างกายไปยังตำแหน่งเป้าหมาย เพื่อใช้ในกีฬาแบดมินตัน. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, 31(3), 165-174.
- ธัญญารัตน์ วงศ์เก้, ปณัสดา อวิคุณประเสริฐ, และชยานนท์ อวิคุณประเสริฐ. (2560). อุปกรณ์วัดความสูงแบบดิจิทัล โดยใช้เซนเซอร์อัลตราโซนิก. *Journal of Associated Medical Sciences* 2560; 50(3), 435-441. Doi: 10.14456/jams.2017.60
- นิตยา ณะอรณฤทธิ. (2561). *การสร้างเครื่องมือฝึกการเตะสูงในกีฬาตะกร้อ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษาด้านการศึกษาศาสตร์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญธรรม ภัทราจารกุล. (2565). *เซ็นเซอร์ในงานอุตสาหกรรม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- รังสรรค์ อักษรชาติ, จิรภัทร ตันติทวีกุล, ชัยชนะ มิตรสัมพันธ์, ขจรเกียรติ ขุนชิต, เกษณีย์ บำรุงจิตต์. (2561). *รายงานการวิจัยการพัฒนาสมรรถภาพทางกายของนักศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สมชาย วรจิเกษมสกุล. (2567). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องอาจ ทับบุร และกันยารัตน์ เอกเอี่ยม. (2565). อุปกรณ์วัดส่วนสูงแบบพกพาโดยใช้เซนเซอร์อัลตราโซนิกร่วมกับเซนเซอร์ตรวจจับความเอียง. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 41(6), 304-316.
- อภิญา ว่องสันตติวานิช, วินวงศ์ ว่องสันตติวานิช และนายิกา เกตุใหญ่. (2563). สมรรถภาพทางกายของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง (ฝ่ายประถม) ปีการศึกษา 2563. *วารสารรามคำแหง ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย*, 4(3), 89-101.
- อัษฎางค์ ปาลิวนิช. (2567). การสร้างเครื่องทดสอบการดันพื้นด้วยแสงเลเซอร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 16(2), 123-133.
- Kirkendall, D. R., & Johnson, R. E. (1987). *Measurement and evaluation for physical educators*. Champaign, IL: Human kinetics.



Nozu, S., Kudo, M., & Kimura, K. (2024). Daily Gait Recording Using Infrared Analog Sensors. *International Journal of Activity and Behavior Computing*, 2024 (1), 1-17.

<https://doi.org/10.60401/ijabc.4>

Rovinelli, R.J. & Hambleton, R.K. (1977). On the Use Content Specialists in the Assessment of Criterion Reference Test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

วารสารศรีวันาลัยวิจัย ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2569



**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี**
**Factors Affecting Consumers' Decision to Use Beauty Clinic Services
In Mueang District, Ubon Ratchathani Province**

วารangkhnan บุญรัมย์^{1*}, อนันต์ สุนทราเมธากุล², อโนทัย หาระสาร³
Warangkhnan Boonrom^{1*}, Anan Suntramethakul², Anothai Harasarn³

^{1*, 2, 3} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1*, 2, 3} Faculty of Business Administration and Management

Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: breezymim1991@gmail.com

Received 12 October 2025 Revised 4 February 2026

Accepted 11 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 36 แห่ง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอย พหุคูณ t-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบริการ และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ได้ร้อยละ 88.00 ($R^2_{adj} = .88$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า จำแนกตามเพศ อายุ ในด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 จำแนกตามสถานภาพผู้มาใช้บริการ ในด้านบุคคล ด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ในด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำแนกตามสถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา ในด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบริการ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ, ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา, คลินิกเสริมความงาม

 ABSTRACT

This research is aimed at 1) to study Factors affecting consumers' decision to use beauty clinic services in Mueang District, Ubon Ratchathani Province, 2) to compare factors affecting consumers' decision to use beauty clinic services in Mueang District, Ubon Ratchathani Province. Samples used in research. People who use clinic services us decision to use beauty clinic services in Mueang District, Ubon Ratchathani Province. in 36 beauty clinics and sample size is 385 people with accidental sampling technique. The research instrument was a questionnaire. The statistics used were analyzed, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, t-test and F-test.

The research findings were as follows.

1. Factors affecting the decision towards selecting beauty clinics of consumers in Mueang District, Ubon Ratchathani Province, were found seven independent variables: process, personnel, price, physical evidence and presentation, service, learning, and attitude. The correlation coefficient between the independent and dependent variables was .94, indicating that all independent variables could significantly predict the decision towards selecting the beauty clinic of customers in Mueang District, Ubon Ratchathani Province, with a predictive power of 88.00 percent ($R^2_{adj} = .88$) at the .1 statistical significance level.

2. A comparison of factors influencing consumers' decisions to use cosmetic clinic services in Mueang District, Ubon Ratchathani Province, categorized by personal information, revealed that: distinctions were found in terms of services provided, categorized by gender and age, with significant differences at the .01 level. Categorized according to the status of service users, in terms of personal and service aspects, there were statistically significant differences at the .01 level. Categorized by monthly income, there were statistically significant differences ($p < .01$) in the individual aspect and ($p < .05$) in the service aspect. When categorized by marital status and educational level, there were no significant differences in process, personal aspects, price, physical and presentation aspects, service aspects, learning aspects, and attitudes.

Keywords: Service Marketing Factors, Psychological Factors, Beauty Clinics

บทนำ

การเสริมความงามได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในกลุ่มเพศหญิงและเพศชาย เนื่องจากเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าทำให้การเสริมความงามมีความปลอดภัยสูงขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการ และแก้ไขจุดบกพร่องของผู้ที่มีปัญหาได้อย่างตรงจุดและรวดเร็ว เป็นการเสริมสร้างความมั่นใจตามหลักจิตวิทยาทั่วไป (จิราพร ฟองขาว 2560) จากกระแสความนิยมดังกล่าวส่งผลให้ตลาดเสริมความงามเติบโตอย่างต่อเนื่องเกิดสถาบันและคลินิกเฉพาะทางด้านความงามอย่างแพร่หลาย เป็นการเพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจให้กับผู้บริโภค สอดคล้องกับ



รายงานของ บมจ. เดอะคลินิก คลินิกเวชกรรม ที่ระบุมูลค่าตลาดเวชศาสตร์ความงามของไทยปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่าราว 52,698.4 ล้านบาท และคาดการณ์อัตราการเติบโตในช่วงปี พ.ศ. 2564-2573 เฉลี่ยร้อยละ 9.7 (ลงทุนแมน 2565) นอกจากการทำศัลยกรรมความงามที่ต้องอาศัยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการเสริมความงามที่ไม่ต้องผ่านการทำศัลยกรรมด้วยการผ่าตัด อย่างเช่น การยกกระชับใบหน้า การฉีดกรดไขมันอัมตัวเพื่อช่วยสลายรอยแผลเป็น เป็นต้น การทำศัลยกรรมเสริมความงามที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอัตราส่วนที่ต่างกันของแต่ละเพศ สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมการทำศัลยกรรมเสริมความงามที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย ส่งผลให้มีการเปิดศูนย์ศัลยกรรมความงามเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการ ของผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจประเภทนี้ต่างก็วางแผนแข่งขันทางการตลาดตั้งแต่การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ มีการจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่แปลกใหม่และน่าสนใจมีเนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า และโน้มน้าวใจให้มีการทำศัลยกรรมความงามเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการต่างๆ ได้มีการใช้สื่อหลากหลาย ประเภทและส่วนใหญ่นำเสนอข้อมูลเชิงบวกเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งมีอิทธิพลในการโน้มน้าวผู้บริโภคเป็นอย่างดี เพราะมีทั้งภาพและเสียงที่สร้างความประทับใจ และความน่าเชื่อถือ ตลอดจนทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความไม่สมบูรณ์แบบของรูปลักษณ์ของใบหน้าของตนเอง เพื่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม ธุรกิจศัลยกรรมเพื่อความงามเติบโตและต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้นรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เปิดให้บริการจำนวนมาก (ฐานเศรษฐกิจ 2565)

จังหวัดอุบลราชธานี มีการเติบโตของธุรกิจศัลยกรรมความงามและมีการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นจังหวัดขนาดใหญ่ลำดับที่ 4 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาเปิดให้บริการจำนวนมากส่งผลให้ภาพรวมตลาดธุรกิจศัลยกรรม ความงามมีการเติบโตเพิ่มขึ้น และยังมีแนวโน้มในการเติบโตแบบก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการพยายามที่จะนำเสนอการบริการที่มีส่วนประสมการตลาดบริการในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานีมีลักษณะการจัดการของคลินิกเวชกรรมเสริมความงามแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การจัดการที่เป็นสาขาจะมีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการ มีการบริการครบวงจร ประเภทคลินิกเวชกรรมเสริมความงามเวชกรรมเฉพาะทางด้านผิวพรรณ สถานบริการจะมีรูปแบบที่มีพื้นที่กว้างขวาง สะอาดและเรียบหรู ดูทันสมัย 2) การจัดการที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ ที่เน้นการดูแลรักษามากกว่าการบริการ สถานบริการจะมีรูปแบบที่สะอาดและเรียบง่าย ทั้งนี้ผู้ใช้บริการจึงมีทางเลือกที่หลากหลายทางเลือกในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ผู้ประกอบการจึงต้องหาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าเข้ามาใช้บริการอันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมความงาม ดังเช่นงานวิจัยของอภิริญา วิสุทธิรัตน์ (2564) ศึกษาเรื่องแผนธุรกิจคลินิกเวชกรรมด้านความงามและการชะลอวัย ที่พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการคลินิกส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการและผลลัพธ์ทางการรักษาที่ได้รับ ซึ่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยการตลาดคือคุณภาพ ราคา บรรยากาศในสถานบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุปผชาติ อยู่สบาย (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความปลอดภัย ในการรับบริการ ด้านราคา ราคาค่าบริการต่อครั้งไม่สูงจนเกินไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ตั้งของคลินิกอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณา ผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ ด้านบุคลากร ความน่าเชื่อถือและชำนาญของแพทย์ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีที่นั่งเพียงพอต่อการใช้บริการของลูกค้า ด้านกระบวนการบริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลต่อธุรกิจคลินิกเสริมความงามทั้งทางตรงและทางอ้อมให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

อีกทั้งปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคตินั้นอาจส่งผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน ตามลักษณะความแตกต่างส่วนบุคคล โดยซึ่งมีการค้นพบในการศึกษาของ เกร็ดน้ำผึ้ง น่วมนงบุญ (2560) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตกแต่งใบหน้าของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัยสยาม



ที่พบว่า การตัดสินใจทำศัลยกรรมตกแต่งใบหน้าของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัยสยามด้านต่างๆ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการรับรู้ ด้านการตั้งใจ ด้านการเรียนรู้ และด้านความเชื่อและทัศนคติและการศึกษาของ อภิษฎา ดินม่วง (2566) เกี่ยวกับ บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการทำศัลยกรรม ความงาม ความปรารถนาในการทำศัลยกรรมความงาม และการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมความงามของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ทัศนคติในการทำศัลยกรรมความงามมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมความงามของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร และอิทธิพลของสื่อและอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมความงามของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ผ่านทัศนคติในการทำศัลยกรรมความงาม และความปรารถนาในการทำศัลยกรรมความงาม

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้นนั้น ได้รับรู้ถึงข้อมูลธุรกิจเกี่ยวกับการเสริมความงามมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายค่าเงินเพื่อใช้บริการคลินิกเสริมความงามเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน การวิจัยที่ผ่านมานิยมที่ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการเพียงอย่างเดียวในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมความงามดังนั้น จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยามาศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมความงาม โดยศึกษาจากพื้นที่ในภูมิภาค เช่น ในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสร้างแนวทางการศึกษาที่แตกต่างจากเดิมที่ยังจะเต็มเต็มองค์ความรู้ด้านการตลาดให้กว้างไกลขึ้น ซึ่งหากผู้ใช้บริการมีความประทับใจในการบริการของคลินิกเสริมความงามแห่งใดก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการปรับตัวให้ทันกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอ จังหวัดอุบลราชธานี โดยผลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจคลินิกเสริมความงาม ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของคลินิกเสริมความงามทางด้านการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพการสมรส ระดับการศึกษา สถานภาพผู้มาใช้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจคลินิกเสริมความงาม

ธุรกิจคลินิกเสริมความงาม เป็นธุรกิจที่เติบโตมาจากความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการจะมี รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ หรือบุคลิกภาพที่ดี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตัวเองมากขึ้น อีกทั้งเวชศาสตร์ความงามยังสามารถโยงกับเรื่องความเชื่อ โหราศาสตร์ หรือดวง โดยนายแพทย์ธีรทัศน์ สำเนาเงิน กล่าวว่า การทำหัตถการใบหน้าไม่ใช่เพียงเพื่อความงามอย่างเดียว แต่สามารถนาศาสตร์ของโหวงเฮ้ง ข้อมูลทางโหราศาสตร์ ความเชื่อและสถิติ มาช่วยในการออกแบบรูปหน้า เพื่อให้ผู้รับบริการมีความมั่นใจมากขึ้น มีความหวังมากขึ้นพร้อมกับความงามที่มากขึ้น (ศุณย์วิจักยสิกร 2566)



ทั้งนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2563) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจเสริมความงาม โดยพิจารณาจากประเภทของการให้บริการเป็นหลักแล้ว สามารถแยกธุรกิจให้บริการความงามได้เป็น 3 ประเภท ใหญ่ๆ ดังนี้

1. ธุรกิจให้บริการความงามทั่วไป จะรวมถึงประเภทร้านที่ให้บริการเสริมสวย ซึ่งจะมีบริการนวดหน้า และนวดตัวหรือการทำทรีตเมนต์ผิวรวมอยู่ด้วย ซึ่งร้านประเภทนี้ มักจะพบเห็นอยู่ทั่วไป โดยอัตราค่าบริการจะอยู่ในระดับปานกลาง

2. ธุรกิจให้บริการความงามครบวงจร ธุรกิจให้บริการความงามประเภทนี้ จะมีบริการเสริมความงามตั้งแต่ ศีรษะจรดปลายเท้า โดยใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ซึ่งอาจมีทั้งการให้บริการแผนกหน้า แผนกตัว แผนกผม หรืออาจรวมถึงสปา ซึ่งอัตราค่าบริการของธุรกิจประเภทนี้ จะมีราคาค่อนข้างสูง

3. ธุรกิจให้บริการความงามเฉพาะ เช่น ร้านทรีตเมนต์หน้าเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะด้านให้กับลูกค้า หรือธุรกิจให้บริการด้านลดน้ำหนักและดูแลสัดส่วน โดยธุรกิจบริการประเภทนี้ มักจะมีผู้เชี่ยวชาญโดยตรงเฉพาะด้านนั้นๆ คอยให้คำแนะนำและควบคุมดูแลการให้บริการ ซึ่งอัตราค่าบริการในธุรกิจความงามประเภทนี้ จะมีราคาสูงและมักต้องเป็นการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix 7Ps) ซึ่ง Kotler and Keller (2021) ได้สรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix 7Ps) มีดังนี้

1. ด้านบริการ (Service) เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์เป็นสิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ โดยผู้ประกอบการพยายามทำให้ผลิตภัณฑ์ ต่างจากผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่าง คุณค่าของบริการกับราคา ถ้าบริการนั้นคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ส่วนผู้ประกอบการ ก็มีวิธีการในการตั้งราคา เพื่อให้กิจการอยู่รอด โดยราคาสูงหรือต่ำ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของสตรี จะมีราคาสูง ซึ่งวิธีการในการตั้งราคามี 3 วิธี คือ วิธีการตั้ง ราคาจากต้นทุน วิธีการกำหนดราคาจากการแข่งขัน และวิธีการตั้งราคาจากคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ที่ลูกค้ารับรู้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการ ให้แก่ลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงบริการที่นำเสนอ โดยการเลือกทำเลที่ตั้ง สำหรับการให้บริการว่าสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ซึ่งลูกค้าแต่ละกลุ่มอาชีพก็ต้องเลือกวิธีการ นำเสนอให้สอดคล้อง ให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ โดยการมอบสิทธิพิเศษส่วนลดในโอกาสต่างๆ เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ แต่การจะเลือกใช้ วิธีใดต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก

5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคลทั้งหมดที่มีส่วนร่วมใน การนำเสนอบริการ ให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารับรู้ซึ่งหมายถึงพนักงานของผู้ประกอบการ และลูกค้า ที่มาใช้บริการ ซึ่งพนักงานมีความจำเป็นมากทำให้งานสำเร็จ และพนักงานเป็นตัวแทนขององค์กร ในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ ขั้นตอน รวมถึงเป็น กิจกรรมต่างๆ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า เพราะกระบวนการ มีความจำเป็นต่อธุรกิจมาก ถ้ากระบวนการที่มีประสิทธิภาพทำให้ลูกค้าพึงพอใจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน



7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆ ที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ เช่น อาคาร ป้ายบอกทาง การตกแต่งอาคาร และสิ่งที่จับต้องได้ เช่น นามบัตร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพของบริการได้

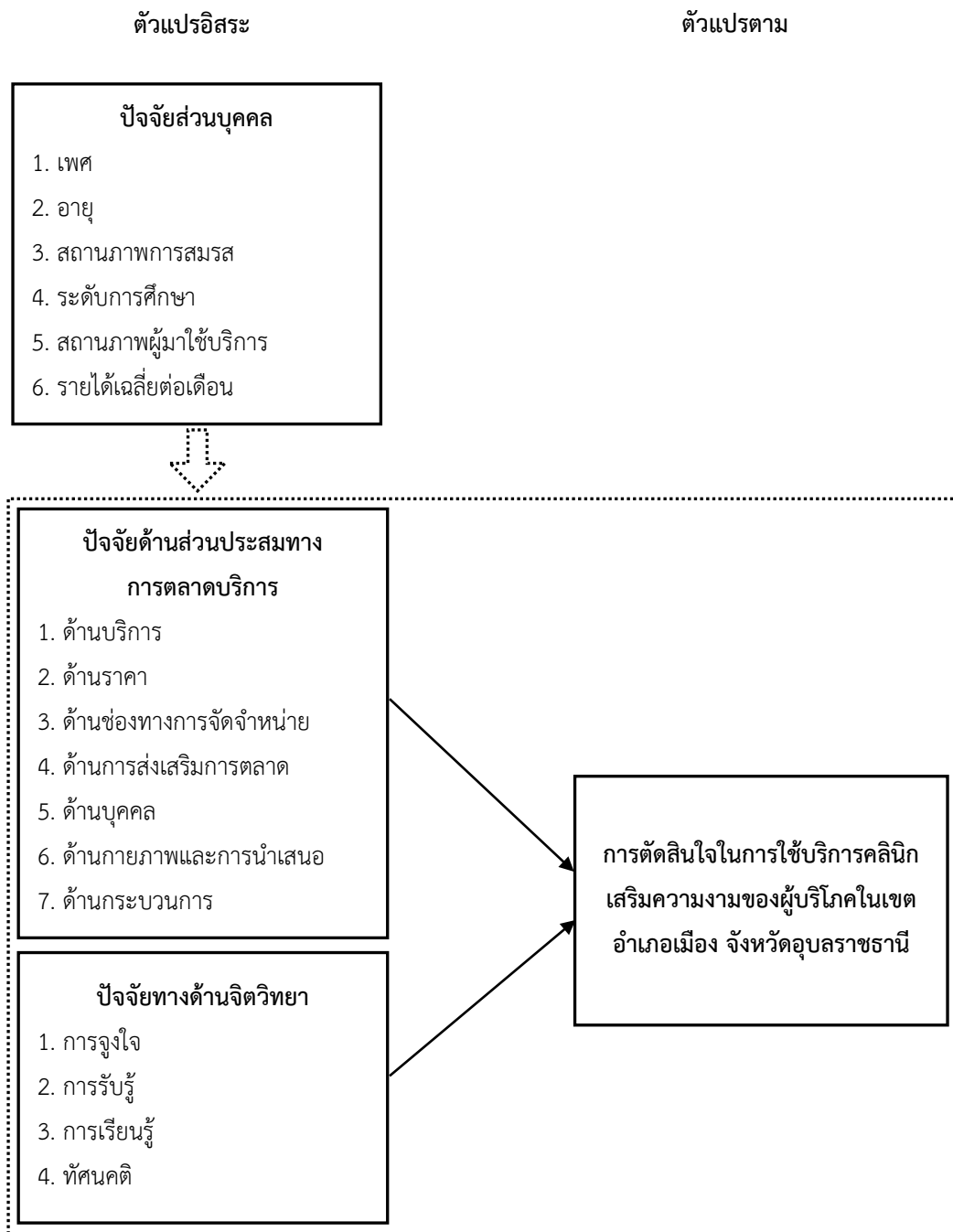
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา

โสฬส เหล่าลดา และกิตติ แก้วเขียว (2564) กล่าวว่าแนวคิดทฤษฎีจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางจิตใจ และเป็นกระบวนการทางความคิดของมนุษย์ที่ซับซ้อน อันเป็นปัจจัย ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม และการตัดสินใจของมนุษย์ ในด้านต่าง ๆ ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรม การซื้อ หรือการใช้บริการของมนุษย์ ซึ่งจะเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นที่จะทำให้เกิดความต้องการของบุคคลนั้น เปรียบเสมือนกลองคำที่เจ้าของกิจการไม่สามารถทราบได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม และความรู้สึกของลูกค้า เพื่อให้สินค้า หรือบริการนั้นสามารถกระตุ้น และสร้างการตอบ สนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้จิตวิทยามองประกอบดังนี้

1. การจูงใจ หมายถึง เป็นสภาพจิตใจภายในของบุคคลผ่านกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า ซึ่งผลักดัน ให้กระทำหรือตัดสินใจเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างที่กำหนดไว้
2. การรับรู้ หมายถึง กระบวนการรับรู้ที่บุคคลทำการคัดเลือก จัดระเบียบ และตีความหมาย ของข้อมูล เพื่อกำหนดเป็นภาพที่มีความหมายขึ้นมา
3. การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
4. ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเสริมความงาม สามารถแยกธุรกิจให้บริการความงามได้เป็น 3 ประเภท คือ ธุรกิจให้บริการความงามทั่วไป ธุรกิจให้บริการความงามครบวงจร และธุรกิจให้บริการความงามเฉพาะ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการจะมีบุคลิกภาพที่ดี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตัวเองมากขึ้น เมื่อนำมาบูรณาการกับแนวคิดองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix 7Ps) ได้แก่ ด้านบริการ (Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีจิตวิทยา เกี่ยวกับพฤติกรรม และความรู้สึกของลูกค้า ที่สามารถกระตุ้น และสร้างการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ ซึ่งมีการวิจัยที่สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จากการวิจัยของ กรวิวัฒน์ หาดแก้ว (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดสถานความงามดูแลผิวหน้าและผิวพรรณ โดยพบว่า กลยุทธ์การตลาดสถานความงามดูแลผิวหน้าและผิวพรรณที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการได้แก่ กลยุทธ์ด้านบุคลากร กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านลักษณะกายภาพ กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งสามารถสะท้อนได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยทางจิตวิทยา ที่สามารถนำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีได้ โดยสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่มาใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 36 แห่ง (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี 2567) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการของ Cochran (1977) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ การสมรส 4) ระดับการศึกษา 5) สถานภาพผู้มาใช้บริการ และ 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบบสอบถามรูปแบบปลายปิด (Close-Ended Question) เป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ 1) ด้านบริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ และ 7) ด้านกระบวนการ แบบสอบถามรูปแบบปลายปิดการให้คะแนน (Rating Scale) การประเมินค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ 1) การสนใจ 2) การรับรู้ 3) การเรียนรู้ และ 4) ทศนคติ แบบสอบถามรูปแบบปลายปิดการให้คะแนน (Rating Scale) การประเมินค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี แบบสอบถามรูปแบบปลายปิดการให้คะแนน (Rating Scale) การประเมินค่า 5 ระดับ

โดยแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของการใช้ภาษา (Wording) และประเมินความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ จากนักวิชาการ 5 ท่าน นำความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง เทคนิค IOC (Index of Item-Object Congruence) ถ้าค่า IOC $\geq .6$ แสดงว่าคำถามนั้น วัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการวัด แต่ถ้าค่า IOC $< .6$ แสดงว่าข้อคำถามนั้น วัดเนื้อหาไม่ตรงตามที่ต้องการวัด ถือว่าใช้ไม่ได้ให้สร้างขึ้นมาทดแทนใหม่กรณีที่เห็นว่าไม่ครอบคลุม (ทองใบ สุทธาริ 2549) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .67 ขึ้นไป เป็นข้อคำถามจำนวน 65 ข้อ และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยทั้งฉบับ ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha confident) ตามวิธีของ Cronbach's โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .896 โดยจำแนกเป็น ด้านบริการ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .75 ด้านราคาได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .78 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .74 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .72 ด้านบุคคล ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .72 ด้านกายภาพและการนำเสนอ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .72 ด้านกระบวนการ ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .74 การสนใจ ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .70 การรับรู้ ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .86 การเรียนรู้ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .86 ทศนคติ ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .90 การตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .98

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จากตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ One-Way ANOVA และเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ LSD

ผลการวิจัย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในภาพรวมมีความเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบริการและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.26) รองลงมา คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย=4.18) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย=4.15) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย =4.10) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย=4.09) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย=4.06) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการรับรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.24) รองลงมา คือ ด้านทัศนคติ (ค่าเฉลี่ย=4.19) ด้านการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย=4.07) ด้านแรงจูงใจ (ค่าเฉลี่ย=4.19) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ และวิเคราะห์ค่าพยากรณ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

การวิเคราะห์ความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วม เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปร พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรทุกตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง .20-.75 และค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.34-4.97 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair et al (2010: 223) ที่กำหนดไว้ว่าค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า .01 และค่า VIF ต้องมีค่าไม่เกิน 10 แสดงว่า ตัวแปรทุกตัวไม่เกิดปัญหา Multicollinearity แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้เป็นตัวแปรพยากรณ์เป็นตัวแปรที่ดี และสามารถนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Stepwise เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านทัศนคติ มีผลการค้นพบ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ และวิเคราะห์ค่าพยากรณ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยวิธี Stepwise

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P
	B	Std. Error	Beta		
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ					
ด้านกระบวนการ	.34	.03	.36	11.07	.00**
ด้านบุคคล	.21	.03	.22	7.21	.00**



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	P
	B	Std. Error	Beta			
ด้านราคา	.19	.03	.20		5.77	.00**
ด้านกายภาพและการ นำเสนอ	.11	.03	.13		4.27	.00**
ด้านบริการ	.06	.03	.06		2.22	.03*
ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา						
ด้านการเรียนรู้	.22	.02	.24		9.85	.00**
ด้านทัศนคติ	-.11	.02	-.12		-4.60	.00**
Constant= .05 F=424.55 Sig.=.00 R=.94 R ² =.89 R ² _{adj} =.88						

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Stepwise เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า มีตัวแปรต้น 7 ตัว คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบริการ การเรียนรู้ และทัศนคติ ได้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ .94 (R= .94) แสดงว่าตัวแปรต้นทุกตัวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการคลินิก เสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ได้ร้อยละ 88.00 (R²_{adj}= .88) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม											
	เพศ		อายุ		สถานภาพสมรส		ระดับการศึกษา		สถานภาพผู้มาใช้บริการ		รายได้ต่อเดือน	
	t	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ												
1. ด้านกระบวนการ	1.91	.06	1.22	.30	.48	.62	1.46	.23	1.71	.16	1.78	.15
2. ด้านบุคคล	.20	.84	2.49	.06	2.41	.09	1.20	.30	4.94	.00**	4.58	.00**
3. ด้านราคา	1.92	.06	1.97	.12	1.24	.29	.79	.46	2.08	.10	1.97	.12
4. ด้านกายภาพและการนำเสนอ	.12	.90	.02	1.00	.72	.49	.07	.93	1.73	.16	2.25	.08
5. ด้านบริการ	2.85	.00**	4.25	.01**	2.21	.11	1.72	.18	3.56	.01**	2.67	.05*
ปัจจัยด้านจิตวิทยา												
6. ด้านการเรียนรู้	.47	.64	.70	.55	2.02	.13	.43	.65	1.89	.13	1.63	.18
7. ด้านทัศนคติ	.64	.52	.67	.57	1.20	.30	.56	.57	.84	.47	.32	.81

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมความงาม จำแนกตามเพศ อายุ ในด้านบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 จำแนกตามสถานภาพผู้มาใช้บริการ ในด้านบุคคล ด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในด้านบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ในด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำแนกตามสถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา ในด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบริการ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ได้แก่ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 88.00 ซึ่งตัวแปรปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สูงที่สุด ดังนั้น ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการคลินิกเสริมความงาม จึงต้องนำเสนอ ข้อมูลให้ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับกระบวนการเสริมความงามให้ลูกค้าได้เข้าใจเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพผู้ใช้บริการ และรายได้ต่อเดือน พบว่า เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ปัจจัยด้านอายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนสถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นสถานประกอบการคลินิกเสริมความงามต้องอาศัยผลการวิจัยที่ค้นพบว่า เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันมาจัดทำกลยุทธ์ในการเพิ่มความต้องการใช้บริการให้แก่ลูกค้า



อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านกระบวนการ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับคลินิกให้บริการรวดเร็ว เสร็จตามเวลาที่กำหนด กระบวนการให้บริการที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย ติดตามผลหลังการให้บริการ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การประกอบการธุรกิจเสริมความงาม จำเป็นอย่างยิ่งต้องแสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการให้บริการเสริมความงามที่น่าเชื่อถือ ที่เพียงพอจะทำให้ลูกค้า รู้สึกได้ถึงการเสริมความสวยงามที่คลินิกจะเสนอให้ ซึ่งต้องเชื่อได้ว่าปลอดภัยและมีมาตรฐานที่เชื่อถือได้ จึงจะเพียงพอให้ลูกค้ายอมจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อแลกกับความสวยงามดังกล่าว ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุปผชาติ อยู่สบาย (2563) พบว่า ด้านกระบวนการบริการ ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการ ดังเช่นงานวิจัยของ ทิวานันท์ โตนุ่ม (2560) พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องขั้นตอนการรักษาและการจ่ายเงินอธิบายได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีการบริการจูงใจล่วงหน้า เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ บันทึกข้อมูลลูกค้า บันทึกประวัติผู้ใช้บริการเพื่อเป็นข้อมูลในการให้บริการครั้งต่อไปให้เป็นมาตรฐาน ถูกต้องและปลอดภัยในการบริการ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ แพทย์ให้คำแนะนำก่อนและหลังการเสริมความงามมีประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญ พนักงานให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการถูกต้อง ครบถ้วนเป็นอย่างดี และพนักงานให้บริการ ความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การให้บริการเสริมความงามของคลินิก ต้องอาศัยปัจจัยด้านบุคคลอันเกิดจากแพทย์ และพนักงานที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านความงาม ซึ่งต้องมีความสามารถในการให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม จึงสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการเสริมความงามได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแพทย์เป็นที่รู้จักในแวดวงศัลยกรรมเสริมความงาม มีนาเสนอกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ ด้วยรูปภาพก่อนทำและหลังทำศัลยกรรม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนอมขวัญ ดอนสนธิ์ (2564) พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือคุณหมอมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ คลินิกมีการแจ้งอัตราราคาค่าบริการก่อนให้บริการอย่างชัดเจน และคลินิกมีบริการให้เลือกราคาหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้รับบริการยังคงให้ความสำคัญต่อราคาและค่าใช้จ่ายในการเลือกทำศัลยกรรมความงามและคลินิกเสริมความงามที่จะเข้ารับบริการ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ากับการจ่ายเงินมากที่สุดอันเป็นส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามมากที่สุด ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับการศึกษาของ กรวิทย์ หาดแก้ว (2562) พบว่า กลยุทธ์การตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ



4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านกายภาพและการนำเสนอ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ คลินิกมีห้องที่ใช้ในการรักษาที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และเพียงพอ มีบรรยากาศดี แสงสว่างที่เหมาะสม มีดนตรีบรรเลงเปิดสร้างบรรยากาศภายในร้าน แบ่งห้องเป็นส่วน มีป้ายบอกจุดบริการชัดเจนเข้าใจง่าย ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสถานให้บริการมีการจัดสถานที่รอให้บริการเป็นส่วน เหมาะสมต่อการเสริมสร้างความมั่นใจของลูกค้า อีกทั้งการนำเสนอจุดบริการ อย่างชัดเจนเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุปผชาติ อยู่สบาย (2563) ที่พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ มีทั้งนี้ เพียงพอต่อการใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของณอมขวัญ ดอนสนธิ์ (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำศัลยกรรมของคนหนุ่มสาว พบว่า ความสะอาดของสถานประกอบการ อุปกรณ์ของสถานประกอบการมีความทันสมัย การนำเสนอด้วยรูปภาพก่อนและหลังทำศัลยกรรม มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านบริการ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ คลินิกมีการให้บริการที่หลากหลาย ครอบคลุมมีเทคโนโลยี ในการรักษามีความทันสมัย เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่มีมาตรฐานและปลอดภัย คลินิกมีชื่อเสียง และน่าเชื่อถือ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ชื่อเสียงของแพทย์ศัลยกรรม เป็นเสมือนตัวบ่งชี้ถึงประสบการณ์ของแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อันจะสร้างความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามต่อไป ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพนันท์ โดนมุ่ม (2560) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านบริการให้ความสำคัญกับชื่อเสียงแพทย์ และสอดคล้องกับการวิจัยของบุปผชาติ อยู่สบาย (2563) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านบริการ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการรับบริการ ความน่าเชื่อถือและชำนาญของแพทย์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ด้านการเรียนรู้และทัศนคติสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ มีการเรียนรู้จากแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญแนะนำในการใช้บริการคลินิกความงาม สอบถามจากผู้ที่เคยมาใช้บริการคลินิกความงาม การทดลองใช้บริการคลินิกความงามด้วยตนเอง เรียนรู้คุณภาพคลินิกเสริมความงามจากการรีวิวจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าเรียนรู้และหาข้อมูลจากหลากหลายแห่ง อาทิ จากสื่อออนไลน์ สอบถามจากบุคคลแพทย์ประจำคลินิก เป็นต้น เพื่อนำมาใช้ในการประมวลผลให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกร็ดน้ำผึ้ง น่วมองบุญ (2560) ที่พบว่า การตัดสินใจทำศัลยกรรมตกแต่งใบหน้าของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัยสยามด้านต่าง ๆ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านการสนใจ ด้านการเรียนรู้ และด้านความเชื่อและทัศนคติ เช่นเดียวกับงานวิจัยของอิสสิกาการเร็ว (2564) พบว่า แหล่งข้อมูลที่จะเชื่อถือได้มากที่สุดคือแพทย์ประจำคลินิก และการสอบถามผู้ที่เคยใช้บริการ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านทัศนคติ ผลการวิจัยพบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีค่า $B = -.11$ ซึ่งมีอิทธิพลแบบผกผัน โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ มีความมั่นใจในคุณภาพและบริการโดยมาตรฐานต่างๆ ของคลินิก เชื่อว่าการเสริมความงามทำให้นบุคลิกภาพดีขึ้น มีความ



นำเชื่อถือด้านผลการรักษาที่เห็นผลตามต้องการ และการให้บริการแนะนำวิธีดูแลตนเองหลังใช้บริการด้านความงามทำให้รู้สึกมั่นใจ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ทักษะคติในมุมมองของลูกค้าที่มีต่อคลินิกเสริมความงาม เป็นมุมมองในทางลบ ซึ่งเกิดจากความกลัว และเรียกร้องให้คลินิกเสริมความงามต้องแสดงความน่าเชื่อถืออย่างมากถึงความปลอดภัยมาตรฐานในการให้บริการที่จะทำให้ลูกค้าสวยงามขึ้นโดยมีความเสี่ยงต่ำที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทัศนคติที่เป็นความรู้สึก ความคิดในทางชอบหรือไม่ชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการความงาม ซึ่งมีแนวโน้มที่จะให้ผู้สนใจกระทำต้อสิ่งนั้น ๆ และคล้อยตามกลุ่มผู้บริโภคได้ โดยปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการได้สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทราวดี พุฒา และนภาพรณ เนตรประดิษฐ์ (2567) ที่พบว่า ปัจจัยทัศนคติ ส่วนประสมทางการตลาด การเปิดรับสื่อออนไลน์และผู้ทรงอิทธิพลส่งผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของผู้บริโภคในพื้นที่ เนื่องจากผู้บริโภคตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามจากการมีทัศนคติเกี่ยวกับด้านความรู้ ด้านอารมณ์ และด้านพฤติกรรมต่อการทำศัลยกรรม เห็นว่าการศัลยกรรมสร้างความมั่นใจในตัวเองทำให้สวยตรงตามความต้องการ แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของ ภัทรวรินทร์ ออไอสุณย์และณัฐชดา วิจิตรจามรี (2567) เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อออนไลน์ทัศนคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจใช้บริการหัตถการด้านความงามของกลุ่มบิวตี้บีสต์ (Beauty Beasts) ที่พบว่า ทัศนคติที่ดีต่อการทำ หัตถการด้านความงาม อยู่ในระดับมากที่สุด ทัศนคติเกี่ยวกับการทำหัตถการด้านความงามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการหัตถการด้านงาม ทัศนคติ มีอิทธิพลร่วมต่อความตั้งใจใช้บริการหัตถการด้านความงามของกลุ่ม Beauty Beasts ซึ่งทั้งสองค่ามีอิทธิพลเป็นบวก คือมีความสัมพันธ์แบบแปรตาม

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สถานภาพการใช้บริการ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการเพศที่ต่างกันมีความเห็นในด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการให้บริการที่มีมาตรฐานและปลอดภัย เทคโนโลยีการรักษามีความทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิณา ลมลอย, วิมลพัชร วิลัยรัตน์, รุจภา แพ่งเพชร และพัชรหทัย จารุทวีผลนกุล (2562) ที่พบว่า เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามอายุ พบว่า อายุที่ต่างกันมีความเห็นในด้านบริการ มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการที่มีอายุที่ต่างกันเล็งเห็นความสำคัญของการให้บริการที่หลากหลาย ครบครัน ผลลัพธ์ที่ได้รับบริการรับรองมาตรฐานตามกฎหมายสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการทุกช่วงวัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี รอดประเสริฐ (2562) พบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับส่วนผสมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามเมโกะคลินิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่าง



กัน ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีความเห็นถึงความสำคัญในแต่ละด้านต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา ช่างเหล็กและยุทธนาท บุญยะชัย (2564) พบว่า สถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหน้าไม่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความเห็นไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างระดับกันมีความเห็นเช่นเดียวกันคือให้ความสำคัญในทุกด้านต่อการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา ช่างเหล็ก และ ยุทธนาท บุญยะชัย (2564) พบว่า การศึกษา แตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหน้าไม่แตกต่างกัน

5. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสถานภาพผู้มาใช้บริการ พบว่า สถานภาพผู้มาใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความเห็นแตกต่างกัน ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความหลากหลายของสถานภาพผู้มาใช้บริการที่ให้ความสำคัญในด้านทีมแพทย์ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ การบริการมีความหลากหลาย มีมาตรฐานตามกฎหมายมีผลให้การตัดสินใจของผู้มาใช้บริการแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุปผชาติ อยู่สบาย (2563) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามต่างกัน

6. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในด้านบุคคลและด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดสรรงบประมาณ สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิณา ลมลอย, วิรัชพัชร วิลัยรัตน์, รุจภา พ่วงเกษร และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2562) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา ช่างเหล็ก และ ยุทธนาท บุญยะชัย (2564) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหน้าแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

1.1 ด้านกระบวนการ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาขั้นตอนให้บริการ สะดวก รวดเร็ว ให้เกิดความถูกต้องแม่นยำการให้บริการครบวงจรผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย มีความชัดเจนของข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการที่สื่อให้ผู้ใช้บริการรับทราบ มีการติดตามผลการบริการในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงให้การบริการในครั้งต่อไป

1.2 ด้านบุคคล ควรมีการจัดการอบรมบุคลากรให้พนักงาน เสริมสร้างทักษะความรู้ที่ทันสมัยในงานบริการ มีความอ่อนน้อม สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความกระตือรือร้นให้ความสนใจเอาใจใส่ผู้มารับบริการ เพื่อให้เกิดพึงพอใจเป็นการสร้างความประทับใจและแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกต่อไป

1.3 ด้านราคา ควรให้ความสำคัญให้การแจ้งอัตราค่าบริการแก่ลูกค้า โดยลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลอัตราค่าบริการได้หลากหลายช่องทาง อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ หรือแผ่นป้ายโฆษณา จะต้องมีการแสดงราคาที่ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบอัตราค่าบริการและสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามได้



1.4 ด้านกายภาพและการนำเสนอ ควรสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้มีความแตกต่างจากที่อื่น แยกห้องให้บริการเป็นสัดส่วน จัดให้มีมุมถ่ายภาพที่สวยงามโดดเด่นการออกแบบตกแต่งให้ผู้ใช้ประโยชน์ได้อย่างลงตัว การทำความสะอาดอุปกรณ์ และสถานที่อยู่เสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

1.5 ด้านบริการ ควรให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ เครื่องมือนวัตกรรมทางการแพทย์รูปแบบใหม่ ๆ เผยแพร่ เทคโนโลยีหรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่มีความทันสมัย ได้มาตรฐานและคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการ

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

2.1 ด้านการเรียนรู้ ควรให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการได้มีความรู้ในการตอบคำถาม และให้คำปรึกษาแก่ผู้มารับบริการ ทั้งการนำเสนอข้อมูลที่มีไว้บริการและข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงาม เป็นการรับประกันความพึงพอใจและสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

2.2 ด้านทัศนคติ ควรเผยแพร่ข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการของคลินิกเสริมความงามที่มีความน่าเชื่อถือให้ผู้รับบริการได้รับรู้ถึงข้อมูลจากการใช้บริการคลินิกการใช้ประโยชน์จากความคิดเห็นและประสบการณ์ สร้างความเชื่อมั่นว่าการเสริมความงามมีส่วนทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามมากขึ้นและจะได้นำมาปรับปรุงการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2. ควรมีการสำรวจไปยังพื้นที่อำเภออื่น ๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ทราบความคิดเห็นและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จะสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2567, จาก

<http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/search/search2.html>

กรวัฒน์ หาดแก้ว และสวงศ์ เสวตวัฒนา. (2562). กลยุทธ์การตลาดสถานความงามดูแลผิวหน้าและผิวพรรณ. วิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 11(2), 233-247.

เกร็ดน้ำผึ้ง นวมนองบุญ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตกแต่งใบหน้าของนักศึกษาหญิงใน

มหาวิทยาลัยสยาม. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม. กรุงเทพฯ.

ชนิษฐา ช่างเหล็ก และยุทธนาท บุญยะชัย. (2564). กระบวนการตัดสินใจเข้ารับบริการคลินิกดูแลรักษาผิวหน้าของเพศชายในจังหวัดนนทบุรี. วิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 15(2), 238-247.

จิราพร ฟองขาว. (2560). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. กรุงเทพฯ.



- ฐานเศรษฐกิจ. (2565). *คลังกรรมไทย 4 หมื่นล้าน คึกคักส่งสัญญาณฟื้น ลุ้นโต 15-20%*. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <https://www.thansettakij.com/business/512913>
- ณดา กิตติคุณาพร. (2560). *ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้สว่ຍในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ณอมขวัญ ดอนสนธิ์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำคัลยกรรมของคนหนุ่มสาว*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม. กรุงเทพฯ.
- ทองใบ สุดซารี. (2549). *การวิจัยธุรกิจ ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา*. อุบลราชธานี: คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ทิวานันท์ โตนุ่ม. (2560). *พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามด้านคัลยกรรม*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- บุปผชาติ อยู่สบาย. (2563). *ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภค ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. นนทบุรี.
- ปฏิพัฒน์ มังคลาด. (2567). *คุณภาพบริการของคลินิกเสริมความงามที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- ปลิษา แหลมครบุรี. (2564). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเพศที่สามของคลินิกเวชกรรมเสริมความงามในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- ภัทรวรินทร์ ออไอสุณย์ และณัฐชุตตา วิจิตรจามรี. (2567). การเปิดรับสื่อออนไลน์ที่ศนคคการคัลยกรรมกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจใช้บริการหัตถการด้านความงามของกลุ่มบิวตี้บีสต์ (Beauty Beasts). *มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 11(3), 181-191.
- ภัทราวดี พูท่า และนภาพรรณ เนตรประดิษฐ์. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำคัลยกรรมความงามของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดลำปาง. *สังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 6(4), 281-292.
- ยุทนาท บุญยะชัย. (2564). *พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภค อาหารริมบาทวิถี (Street Food) ในยุคปกติใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. นนทบุรี.
- ลงทุนแมน. (2565). *กรณีศึกษา โมเดลธุรกิจ “คลินิกการแพทย์ความงาม” ที่รายได้โตไม่หยุด*. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2566, จาก <https://www.longtunman.com/42408>
- ศรายุทธ แดงขันธุ์. (2564). *คุณภาพบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้ซ้ำคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- ศศิณา ลมลอย, วิรัชพัชร วิลัยรัตน์, รุจภา พ่วงเกษร และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญ. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *รังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 5(2), 74-87.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). *เกาะกระแสตลาดความงาม 2565*. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2566, จาก <https://www.kasikombank.com>



- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี. (2567). ข้อมูลพื้นฐานผู้ประกอบการคลินิกศัลยกรรม อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ. 2567. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2568, จาก <https://regional.moc.go.th/th/page/item/index/id/>
- สุภาวดี รอดประเสริฐ. (2562). ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามเมโสคลินิกของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- โสฬส เหล่าลดา และกิตติ แก้วเขียว. (2564). ปัจจัยภาพลักษณ์และปัจจัยจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ในจังหวัดชุมพร. *บริหารธุรกิจ*, 11(2), 58-70.
- อภิรญา วิสุทธิรัตน์. (2564). แผนธุรกิจคลินิกเวชกรรมด้านความงามและการชะลอวัย. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- อิสสิกาล การเร็ว. (2564). การศึกษาเส้นทางการเดินทางของลูกค้าต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในจังหวัดเชียงใหม่. *บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 7(4), 15-26.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley and Sons.
- Hair, J. F. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). New York: Pearson.
- Kotler, P. and Keller, K. (2021). *Marketing Management*. (15th ed.). New Jersey: Pearson Publishing.



ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอน
ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี

The Marketing Mix Factors Influencing the Decision to Purchase Coffee from
Café Amazon at PTT Gas Stations in Ubon Ratchathani Province

สราลี นิยมพันธ์^{1*}, วิกานดา เกษตรเยี่ยม², รัตนภรณ์ แซ่ลี³

Saralee Niyompunt^{1*}, Vikanda Kasetiam², Rattanaporn Sae-Li³

^{1*, 2, 3} สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1*, 2, 3} Marketing Faculty of Business Administration and Management

Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding email: saralee.niyompun@gmail.com

Received 14 November 2025 Revised 9 December 2025

Accepted 11 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการคาเฟ่เมซอนในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตลาดและการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี 3) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่เมซอนในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น = 0.96 สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการคาเฟ่เมซอนในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยมีพฤติกรรมซื้อเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน และใช้จ่ายครั้งละ 100-200 บาท เมนูยอดนิยม ได้แก่ เมนูอื่นๆ ลาเต้ และคาปูชิโน โดยให้เหตุผลว่ารสชาติเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อ ทั้งนี้ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณชี้ว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ราคา ลักษณะทางกายภาพ และผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ และปัจจัยทั้งห้าสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 76 ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทเชิงกลยุทธ์ของปัจจัยการตลาดต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่ศึกษาอย่างชัดเจน

คำสำคัญ: ปัจจัยการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, คาเฟ่เมซอน, จังหวัดอุบลราชธานี

 ABSTRACT

This research aims to 1) study the personal factors and consumer behavior in using Café Amazon services at PTT gas stations in Ubon Ratchathani Province; 2) study the level of opinions regarding marketing mix factors and the decision to purchase Café Amazon coffee at PTT gas stations among consumers in Ubon Ratchathani Province; 3) study the marketing mix factors that influence the decision to purchase Café Amazon coffee at PTT gas stations in Ubon Ratchathani Province. The sample group consisted of 400 consumers who used the services of Café Amazon stores at PTT gas stations in Ubon Ratchathani Province. A questionnaire with a reliability coefficient of \$0.96\$ was used. The statistics employed included frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The research findings revealed that the findings indicate that consumers who patronize Café Amazon branches located within PTT service stations in Ubon Ratchathani are predominantly female, aged between 21 and 30, with education levels below a bachelor's degree, and most are students earning less than 10,000 baht per month. Their purchasing behavior reflects an average frequency of one to two visits per month, with spending typically ranging from 100 to 200 baht per purchase. Popular beverage choices include miscellaneous menu items, latte, and cappuccino, with taste emerging as the primary driver of purchase motivation. Overall, consumers reported the highest level of agreement regarding the importance of marketing-mix factors and a high level of agreement concerning their purchase decisions. The multiple regression analysis further revealed that distribution channels, promotional activities, pricing, physical evidence, and product attributes exert statistically significant influences on purchase decisions. Collectively, these five factors account for 76% of the variance in consumers' purchasing behavior, underscoring their strategic importance in shaping consumer preferences within this service context.

Keywords: Marketing Mix (7ps), Purchase Decision, Café Amazon, Ubon Ratchathani Province

บทนำ

แนวโน้มตลาดกาแฟในประเทศไทยคาดว่าจะการตลาดเติบโตต่อเนื่องราว ร้อยละ 8-9 ต่อปี ผู้บริโภคเน้นคุณภาพ รสชาติ และประสบการณ์การดื่ม ขณะที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการแปรรูปเพื่อส่งออก (สถาบันชาและกาแฟมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ม.ป.ป.) โดยมีสายพันธุ์หลัก คือ อาราบิก้า และ โรบัสต้า ความนิยมบริโภคกาแฟของคนไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตามการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟทั้งแบรนด์ในประเทศและต่างประเทศ โดยปีพ.ศ. 2566 ตลาดกาแฟไทยมีมูลค่ารวมกว่า 34,470 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 7.34 และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.55 ต่อปี (พ.ศ. 2564-2566) ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการเติบโต ได้แก่ ความต้องการของกลุ่มคนทำงาน สภาพอากาศร้อน และความนิยมในเครื่องดื่มพร้อมดื่มที่สะดวกต่อการบริโภค ทำให้ตลาดกาแฟสดขยายตัวแม้มีราคาสูงกว่ากาแฟ



สำเร็จรูป (สถาบันอาหาร, 2562) ตลาดกาแฟในที่ให้บริการในปั้มน้ำมันในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงโดยมี 3 แบรินด์หลัก ได้แก่ อเมซอน (OR) อินทนิล (BCP) และพันธุ์ไทย (PTG) ซึ่งแต่ละแบรินด์ต่างมีกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะร้านคาเฟ่อเมซอนยังคงเป็นผู้นำตลาดมีสาขารวมกว่า 4,277 แห่งทั่วประเทศและ 27 สาขาในต่างประเทศสะท้อนถึงศักยภาพของแบรินด์

ในการพัฒนางานวิจัยในครั้งนี้กรณีศึกษาคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัดอุบลราชธานี มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น จุฑาภรณ์ เหมือนชู และศุภลักษณ์ ฉินตระกูล (2565) พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคและใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดกาญจนบุรี คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มณฑิกา ปรีดีประสงค์ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมผกาขายร้านกาแฟคาเฟ่อเมซอนของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ศศิธร พรหมมาลา (2561) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอสนทรายจังหวัดเชียงใหม่ และศิริวรรณ สรวงศิริ (2562) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของร้านคาเฟ่อเมซอนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยด้านร้านกาแฟส่วนใหญ่ยังไม่ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดทั้ง 7P's อย่างครอบคลุม และยังไม่ได้เชื่อมโยงปัจจัยการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอนของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ความเข้าใจต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทจริงยังไม่ลึกซึ้งเพียงพอ ขณะเดียวกันจังหวัดอุบลราชธานี มีโครงสร้างบริบททางการตลาดที่มีความเฉพาะตัว โดยมีร้านคาเฟ่อเมซอนภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากถึง 45 สาขา ทำให้ระดับการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคมีความซับซ้อนยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบงานวิจัยที่วิเคราะห์ทั้ง 7P's ร่วมกับกระบวนการตัดสินใจซื้อในบริบทดังกล่าว ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางวิชาการที่จำเป็นต้องได้รับการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงพื้นที่และเสริมศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านกาแฟในจังหวัดอุบลราชธานีอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี “เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในบริบทที่ยังไม่เคยมีการศึกษาเชิงลึกมาก่อน เช่น จังหวัดอุบลราชธานี” เพื่อเติมเต็มช่องว่างงานวิจัย (Research Gap) ที่ยังไม่มีการศึกษาครอบคลุมทั้ง 7P's และการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนในบริบทพื้นที่เฉพาะ รวมทั้งเพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานีอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตลาดและการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี



ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ คือ การศึกษามนุษย์และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับประชากร โดยพิจารณาปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ (สันทัต เสริมศรี, 2541) ในปีค.ศ. 1662 John Graun ได้ศึกษาวิเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆ เช่น การเกิด การตาย การสมรส และการอพยพ เรียกว่า การวิเคราะห์ช่วงชีวิต ประชากรศาสตร์ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับขนาดประชากร โครงสร้างอายุ และการกระจายทางภูมิศาสตร์ อัตราการเติบโตของประชากรขึ้นอยู่กับอัตราการเกิด การตาย และการย้ายถิ่น (Hanna & Wozniak, 2001; Kotler, 1998; Emily Grundy, 2014) โดยลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรม ความคิด และการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้น ประชากรศาสตร์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเข้าใจลักษณะ ขนาด องค์ประกอบ การกระจาย และการเปลี่ยนแปลงของประชากร ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมและความต้องการของมนุษย์ ซึ่งจำเป็นต่อการวางแผนทั้งในภาครัฐและธุรกิจ

2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) คือ การกระทำและกระบวนการตัดสินใจของบุคคลเมื่อซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา สังคม และอารมณ์ การศึกษาเรื่องนี้ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจและคาดการณ์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อปรับกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม (Bloom, 1975) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ปัจจัยส่วนบุคคล จิตวิทยา เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม การตลาด สถานการณ์ และภาพลักษณ์แบรนด์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6W1H ใครคือกลุ่มเป้าหมาย ต้องการอะไร ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่ ทำไม่ถึงซื้อ ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และตัดสินใจซื้ออย่างไร (Kotler, 1997) จากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (S-O-R) Stimulus (สิ่งกระตุ้น) ภายนอก (โฆษณา โปรโมชัน) และภายใน (ความต้องการส่วนบุคคล) Organism (กลไกประมวลผล) กระบวนการอารมณ์และเหตุผล Response (การตอบสนอง) การกระทำ (ซื้อสินค้า) และอารมณ์ (ความพึงพอใจ) (Kim, Lee & Jung, 2020) สรุปการเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคช่วยให้ธุรกิจสามารถวิเคราะห์ความต้องการ การวางกลยุทธ์ และการพัฒนาสินค้า/บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่นำมาผสมผสานกันอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (Kotler, 2012) จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทุกปัจจัยของส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำเอาส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมาทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ โดยแต่ละปัจจัยมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อกันและกันการวางแผนที่ดีควรคำนึงถึงการประสานงานและการบูรณาการระหว่างปัจจัยต่างๆ อย่างเหมาะสมตัวอย่าง เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้หากไม่มีการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ หรือการตั้งราคาที่เหมาะสม การจัดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย การให้บริการที่ประทับใจ การฝึกอบรมบุคลากรให้มีความสามารถและมีทักษะในการให้บริการที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า นอกจากนี้สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและกระบวนการในการให้บริการยังเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้กับลูกค้า การออกแบบและจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดีสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

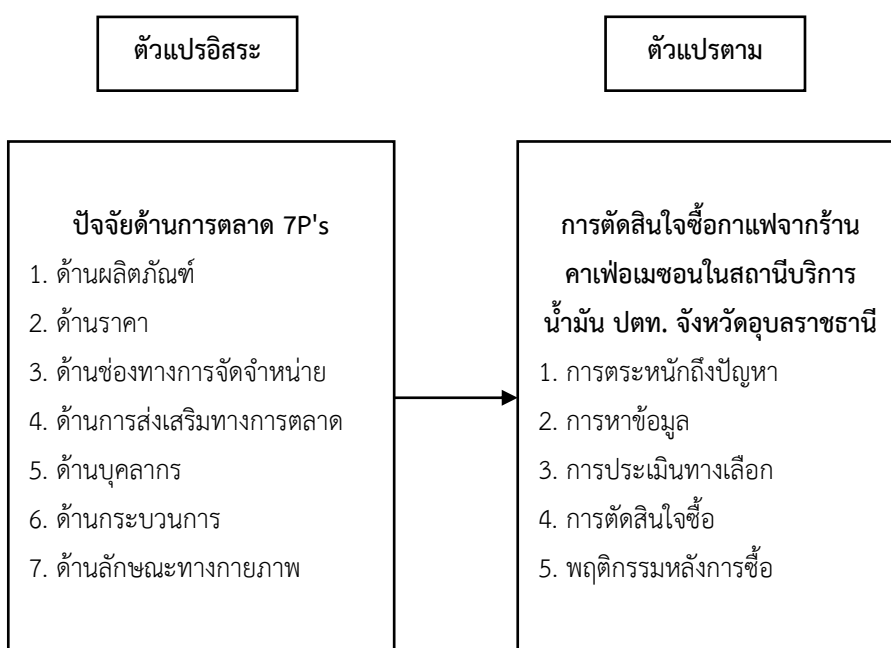


และน่าเชื่อถือแก่ลูกค้าได้ ขณะที่การวางแผนและจัดการกระบวนการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ธุรกิจสามารถให้บริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพการผสมผสานปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้านอย่างเหมาะสม และครบถ้วนจะช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ (Consumer Buying Decision) คือ กระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยอิงจากข้อมูลประสบการณ์และสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก ผู้บริโภคมักผ่าน 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหา/ความต้องการตระหนักถึงช่องว่างระหว่างสิ่งที่มียู่กับสิ่งที่ต้องการ การแสวงหาข้อมูลค้นหาข้อมูลจากแหล่งบุคคล สื่อ สถานที่ขาย หรือทดลองใช้เอง การประเมินทางเลือกพิจารณาคุณสมบัติ ผลประโยชน์ ความเชื่อถือในแบรนด์ และความพึงพอใจ การตัดสินใจซื้อเลือกสินค้า แบรนด์ ผู้จำหน่าย เวลา และปริมาณในการซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อประเมิน (Kotler & Armstrong, 2016) โดยความพึงพอใจส่งผลต่อการซื้อซ้ำ หรือบอกต่อปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชนชั้นสังคม วัฒนธรรม ปัจจัยทางจิตวิทยาและบุคลิกภาพ เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ทัศนคติการเข้าใจกระบวนการ และปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้การการตลาดสามารถวางกลยุทธ์และเครื่องมือทางการตลาดได้ตรงจุด เพื่อกระตุ้นและจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้นผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970) จำนวน 400 คน กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ในรูปแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิร่วมกับการสุ่มแบบมีระบบ (Stratified Sampling with Systematic Random Sampling) เพื่อควบคุมให้ตัวอย่างเป็นตัวแทนของลูกค้าจากทุกสาขาของคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี

2. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูล ซึ่งจัดทำขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน 2) พฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภค ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหา การประเมินทางเลือก การค้นหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ และ 5) ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. **การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ** โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (IOC) มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งแบบสอบถามนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.96

4. **สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล** คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ใช้สำหรับศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี ตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร ≤ 0.85

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

2. พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 100-200 บาท เมนูที่เลือกซื้อ



มากที่สุดคือเมนูอื่นๆ รองลงมาคือลาเต้และคาปูชิโน เหตุผลหลักในการเลือกซื้อคือรสชาติ และสาขาที่นิยมซื้อที่สุดคือ ปตท. กลางเมืองอุบลราชธานี

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตลาดของคาเฟ่เมซอนในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาดคาเฟ่เมซอนในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	4.36	0.66	มากที่สุด
ด้านราคา	4.23	0.71	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.43	0.67	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.28	0.72	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.09	0.80	มาก
ด้านกระบวนการ	4.16	0.78	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.25	0.78	มากที่สุด
ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาด	4.26	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอน

การตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านการรับรู้ปัญหา	4.28	0.73	มากที่สุด
ด้านการค้นหาข้อมูล	4.26	0.73	มากที่สุด
ด้านการประเมินผลทางเลือก	4.39	0.71	มากที่สุด
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.38	0.69	มากที่สุด
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.36	0.71	มากที่สุด
ภาพรวมการตัดสินใจ	4.33	0.65	มากที่สุด



จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมของการตัดสินใจซื้อซื้อกาแฟเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับ ได้แก่ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (N = 400)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P-value
	B	S.E.	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.23	0.12		1.94	0.05*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)	0.22	0.05	0.23	5.04	0.00**
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)	0.21	0.03	0.23	6.53	0.00**
ด้านราคา (X2)	0.19	0.04	0.20	4.76	0.00**
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X7)	0.13	0.03	0.16	4.84	0.00**
ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	0.20	0.04	0.20	4.52	0.00**

R = 0.88, R² = 0.76, R² Adj. = 0.76 (76%), S.E. est. = 0.32, F=257.95

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) ด้านราคา (X2) ด้านลักษณะทางกายภาพ (X7) และด้านผลิตภัณฑ์ (X1) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรพยากรณ์ ทั้ง 5 ตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อกาแฟเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ร้อยละ 76 (R² Adj. = 0.76) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.88 (R = 0.88) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.32 (S.E. est. = 0.32) ซึ่งสามารถนำตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ตัว มาพยากรณ์ในรูปของสมการได้ ดังนี้

1. สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$Y = 0.23 + 0.22$ (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) $+ 0.21$ (ด้านการส่งเสริมการตลาด) $+ 0.19$ (ด้านราคา) $+ 0.13$ (ด้านลักษณะทางกายภาพ) $+ 0.20$ (ด้านผลิตภัณฑ์)

2. สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$Z = 0.23$ (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) $+ 0.23$ (ด้านการส่งเสริมการตลาด) $+ 0.20$ (ด้านราคา) $+ 0.16$ (ด้านลักษณะทางกายภาพ) $+ 0.20$ (ด้านผลิตภัณฑ์)



การตรวจสอบสมมติฐาน

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท.จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท.ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานีโดยมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) และสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อได้ ร้อยละ 76 ผลวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการปรับกลยุทธ์การตลาดของร้านคาเฟ่เมซอนเพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างฐานลูกค้าได้ในระยะยาว

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคเพศหญิงและกลุ่มวัยทำงานตอนต้นเป็นกลุ่มที่ใช้บริการคาเฟ่เมซอนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐนรี แดงวิจิตร (2565) และ ศิริวรรณ สรวงศิริ (2563) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ ภาณุภัท แฉ่งกลาง และคณะ (2566) ที่ระบุว่าผู้บริโภควัย 20-30 ปี และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีสัดส่วนสูงในการใช้บริการร้านกาแฟ

ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตลาดและการตัดสินใจซื้อกาแฟคาเฟ่เมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถอภิปรายผลถึงประเด็นที่สำคัญได้ ดังนี้

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับป้ายหน้าร้านที่มองเห็นได้ชัดเจน รวมถึงจำนวนสาขาที่หลากหลายและเข้าถึงได้สะดวก ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริวรรณ สรวงศิริ (2563) ที่ระบุว่า ลักษณะทางกายภาพของร้าน ความสะดวกของทำเล และป้ายสื่อสารหน้าร้านเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการเข้าถึงของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานของกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2566) ซึ่งพบว่า จำนวนสาขา ความต่อเนื่องในการให้บริการ และความสะดวกของสถานที่ตั้งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟคาเฟ่เมซอนอย่างมีนัยสำคัญ

2. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตรายี่ห้อที่เป็นที่รู้จักและมีเมนูหลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่เมซอน สอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ เหมือนชู และศุภลักษณ์ ฉินตระกูล (2565) ที่พบว่า ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ความหลากหลายของเมนู และคุณภาพสินค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ สอดคล้องกับ มณฑิกา ปรีดีประสงศ์ (2564) ที่พบว่า ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ดีช่วยสร้างความมั่นใจทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซ้ำและเกิดความภักดีต่อแบรนด์

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลายและช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงง่าย โดยเฉพาะการสะสมแต้มและของแถม ซึ่งช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ สรวงศิริ (2562) ที่พบว่า โปรโมชั่นและโปรแกรมสะสมแต้มมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับ มณฑิกา ปรีดีประสงศ์ (2564) ที่พบว่า การสื่อสารการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์และกระตุ้นการซื้อซ้ำ

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสวยงามของการตกแต่งร้านความสะอาดสบายของพื้นที่นั่ง และบรรยากาศโดยรวมที่เอื้อต่อการพักผ่อน ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง สอดคล้องกับ ศิริวรรณ สรวงศิริ (2563) ที่พบว่า ลักษณะทางกายภาพของร้าน เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบ และองค์ประกอบด้านการตกแต่ง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของผู้บริโภค



นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ จุฑาภรณ์ เหมือนชู และศุภลักษณ์ ฉินตระกูล (2565) ซึ่งระบุว่า ความสะอาด การจัดร้านที่มีเอกลักษณ์ และพื้นที่ที่ตอบโจทย์การใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมัน ปตท

5. ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพและบรรยากาศของร้าน รวมถึงการมีระดับราคาหลากหลายตามขนาดบรรจุภัณฑ์ ซึ่งช่วยตอบโจทย์ลูกค้าหลายกลุ่ม สอดคล้องกับศศิธร พรหมมาลา (2561) ที่พบว่า ราคาที่สมเหตุสมผลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ กฤติมา ประวัติเจริญ และเพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์ (2561) ที่พบว่า ความคุ้มค่าของราคาและความหลากหลายของขนาดสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 6) ด้านกระบวนการและบุคลากรมีบทบาทสำคัญต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

6. ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความถูกต้องของใบเสร็จ ความรวดเร็ว และความชัดเจนในขั้นตอนการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ สรวงศิริ (2562) และมนทิภา ปรีดีประสงศ์ (2564) ที่พบว่า ความแม่นยำและความรวดเร็วในการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

7. ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับระดับราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของเครื่องดื่มและบรรยากาศของร้าน อีกทั้งการมีตัวเลือกหลากหลายตามขนาดบรรจุภัณฑ์ช่วยรองรับความต้องการของลูกค้าหลายกลุ่ม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริวรรณ สรวงศิริ (2563) ที่พบว่า ราคาที่สมเหตุสมผลและมีทางเลือกที่เหมาะสมกับผู้บริโภคมีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ เหมือนชู และศุภลักษณ์ ฉินตระกูล (2565) ซึ่งระบุว่า การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพสินค้าและความหลากหลายของสินค้าในร้านกาแฟสดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

8. ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของตราสินค้า รวมถึงคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับผลการศึกษามนทิภา ปรีดีประสงศ์ (2564) ที่ระบุว่า คุณภาพสินค้าและการรับรู้ภาพลักษณ์ร้านมีผลโดยตรงต่อการเลือกซื้อสินค้าในร้านกาแฟเมซอน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ กฤติมา ประวัติเจริญ และเพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์ (2565) ซึ่งพบว่า ความน่าเชื่อถือของแบรนด์และการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินและตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านกาแฟเมซอนในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อได้ ร้อยละ 76 ผลวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการปรับกลยุทธ์การตลาดของร้านกาแฟเมซอนเพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างฐานลูกค้าได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้บริโภคสามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยนี้ เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมกรซื้อกาแฟ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ท่าเลที่ตั้งของร้าน โปรโมชั่น และคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้สามารถเลือกซื้อได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของตนเอง



2. นักการตลาด นักศึกษา และนักวิจัย สามารถใช้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการวางกลยุทธ์การตลาด เช่น การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างโปรโมชั่นที่เหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทางการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมกาแฟ และนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านกาแฟ หรือการตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคได้

3. ผู้ประกอบการ สามารถนำผลวิจัยไปใช้วางกลยุทธ์การขายสาขาในทำเลที่มีศักยภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมเสริมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้ประกอบการร้านกาแฟสามารถประยุกต์ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการกำหนดราคาการปรับบรรยากาศร้าน และการออกแบบโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ รวมถึงการพัฒนาโปรแกรมสะสมแต้มเพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำและสร้างเมนูใหม่ที่มีความแตกต่างเพื่อตอบโจทย์กลุ่มวัยรุ่นและนักศึกษา ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่ดี กระตุ้นการซื้อซ้ำ และสร้างแรงจูงใจในการทดลองสินค้ามากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาขยายขอบเขตการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านคาเฟ่เมซอนนอกสถานบริการน้ำมัน หรือร้านกาแฟแบรนด์อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบและระบุความแตกต่างเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่กว้าง และหลากหลายมากขึ้น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้บริโภค ปัจจัยด้านอารมณ์ ปัจจัยด้านการรับรู้ของแบรนด์ และปัจจัยด้านประสบการณ์ของลูกค้า เพื่อให้เข้าใจแนวโน้มการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอนได้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดออนไลน์ควบคู่ไปกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่องทางดิจิทัล และพฤติกรรมดิจิทัล เนื่องจากปัจจุบันมีการสั่งซื้อกาแฟผ่านแอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันอาหาร. (2562). *เครื่องดื่มกาแฟในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://fic.nfi.or.th/market-intelligence-detail.php?smid=260>
- กฤติมา ประวัติเจริญ, และ เพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์. (2565). ปัจจัยด้านฐานทรัพยากรของตราสินค้าแฟรนไชส์กาแฟเมซอนที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมาสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(3), 208-225.
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2566). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอนของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล. *วารสารการจัดการใช้คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 2(1), 14-24.
- จุฑาภรณ์ เหมือนชู, และ ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล. (2565). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคและใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 9(1), 303-316.
- จรีพร ช้อนใจ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรากรีนเมทของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภาณุภัท แฉ่งกลาง, อนันต์ สุนทรเมธากุล, และ กิตติมา จิงสุวดี. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(2), 153-166.



- มณฑิกา ปรีดิประสงค์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมฝาขายร้านกาแฟเพื่อเมซอนของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศศิธร พรหมมาลา. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ สรวงศิริ. (2563). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของร้านกาแฟเมซอนในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สถาบันชาและกาแฟ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. (ม.ป.ป.). การปลูกและผลิตกาแฟอาราบิก้าบนที่สูง (Highland Arabica Coffee Production). ศูนย์วิจัยและพัฒนากาแฟบนที่สูง คณะเกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สันทัด เสริมศรี. (2541). *ประชากรศาสตร์ทางสังคม*. นครปฐม: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Bloom, B. S. (1975). *Taxonomy of educational objectives: Handbook I, Cognitive domain*. New York, NY: David McKay.
- Grundy, E. (2018). *What is demography?* Retrieved from <https://iussp.org/en/what-demography-emily-grundy>
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kim, M. J., Lee, C. K., & Jung, T. (2020). Exploring consumer behavior in virtual reality tourism using an extended stimulus–organism–response model. *Journal of Travel Research*, 59(1), 69-89.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Simon & Schuster.
- Kotler, P. (1998). A generic concept of marketing. *Marketing Management*, 7(3), 48-54.
- Kotler, P. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.



การพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบ
อุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง
Developing Gross Motor Muscles Using The 3r Program, Training Movement Skills
With Equipment for Children with Mild to Moderate Intellectual Disabilities

นพณัฐ มะโนอิม^{1*}, อนุศักดิ์ สุขคง²

Noppanat Manoeim^{1*}, Anusak Sukong²

^{1*, 2} สาขาวิชาสุขศึกษาและพลศึกษา คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

^{1*, 2} Health Education & Physical Education, Faculty of

Physical Education, Srinakharinwirot University

*Corresponding author; E-mail: Noppanatmanoeim@gmail.com

Received 19 January 2026 Revised 1 May 2026

Accepted 11 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางและเพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ก่อนใช้และหลังใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาของโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูลปีการศึกษา 2568 จำนวน 58 คนคัดเลือกแบบเจาะจงแบ่งกลุ่มทดลองเป็น 2 กลุ่มโดยใช้แบบทดสอบนักเรียนที่มีคะแนนการทดสอบต่ำที่สุดจำนวน 29 คนกลุ่มทดลองที่ 2 กลุ่มที่ได้รับประสิทธิภาพของโปรแกรม 3R จะทำการสำรวจ 12 สัปดาห์ผลของการศึกษาวิจัยพบว่า การพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่ส่วนโปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง มีการใช้กล้ามเนื้อใหญ่จาก 4.90 มีการพัฒนาเป็น 9.31 มีการใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ที่ไม่เท่ากันแต่มีการพัฒนาขึ้นทุกคนและเปรียบเทียบการใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ของนักเรียนก่อนและหลังการใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางพบว่าก่อนการทดลองกลุ่มทดลองที่ 1 มีคะแนนสูงกว่ากลุ่มที่ 2 ภายหลังการฝึกครบ 12 สัปดาห์ต่อสัปดาห์พบการทดลองที่ 2 มีความสามารถใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่สูงกว่ากลุ่มที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: โปรแกรม 3R, กล้ามเนื้อมัดใหญ่, ทักษะการเคลื่อนไหว, เด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา

ABSTRACT

This research studies the development of gross motor muscles using the 3R core program and movement skills training with assistive devices in children with mild to moderate intellectual disabilities. The objective is to develop gross motor skills using the 3R core program and movement skills training with assistive devices in children with mild to moderate intellectual disabilities and This study aimed to compare gross motor skills before and after implementing the core 3R program for motor skills training with assistive devices in children with mild to moderate intellectual disabilities. The research sample consisted of 58 secondary school students from Phuket Pany Anukul School, academic year 2025, selected using purposive sampling and divided into two experimental groups. Using a test score from the 29 students with the lowest scores, the second experimental group, which received the 3R program, was surveyed for 12 weeks. The research results showed that the 3R program, which involved training children with mild to moderate intellectual disabilities in gross motor skills, improved from a score of 4.90 to 9.31. While there were variations in gross motor skills, all children showed improvement. A comparison of gross motor skills of students before and after the implementation of the 3R core program for movement skills training with equipment for children with mild to moderate intellectual disabilities showed that before the experiment, experimental group 1 scored higher than group 2. After 12 weeks of training, experimental group 2 showed significantly higher gross motor skills than group 1.

Keywords: 3R Program, Gross Motor Muscles, Movement Skills, Children with Intellectual Disabilities

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติและหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กำหนดแนวทางการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความสามารถ ความถนัด และความสนใจของผู้เรียน รวมถึงการจัดการศึกษาสำหรับคนพิการซึ่งแบ่งออกเป็น 9 ประเภท โดยเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญามีข้อจำกัดด้านการเรียนรู้และการดำเนินชีวิต จำเป็นต้องใช้เทคนิคการสอนที่เหมาะสม เช่น หลักการสอนแบบ 3R ได้แก่ การสอนซ้ำ (Repetition) การจัดกิจกรรมผ่อนคลาย (Relaxation) และการสอนอย่างสม่ำเสมอ (Routine)

ทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานเป็นทักษะสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและควรพัฒนาในวัยเด็ก โดยเฉพาะการพัฒนากล้ามเนื้อใหญ่ก่อนกล้ามเนื้อเล็ก ซึ่งการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ช่วยส่งเสริมการประสานงานของกล้ามเนื้อและระบบประสาท เด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาระดับเล็กน้อยถึงปานกลางจึงควรได้รับการส่งเสริมทักษะดังกล่าวอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนากล้ามเนื้อใหญ่โดยใช้โปรแกรมหลัก 3R's ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางที่เหมาะสมกับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาและเพื่อเป็นแนวทางให้ครูผู้สอนพลศึกษาสำหรับเด็กความบกพร่องทางสติปัญญาหรือผู้ที่สนใจใช้เป็น



กรอบแนวคิดในการกล่อมเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรมหลัก 3R's ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการกล่อมเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการใช้การกล่อมเนื้อมัดใหญ่ก่อนใช้และหลังใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง

ทบทวนวรรณกรรม

ความสำคัญของการเคลื่อนไหวพื้นฐาน

นัฐพงษ์ วัชรการศิริ (2562) การเคลื่อนไหวพื้นฐาน ประกอบด้วย 3 รูปแบบการเคลื่อนไหวทั้ง 3 รูปแบบที่ได้กล่าวมา เป็นวิธีการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนมีความสามารถ ด้านกลไกการเคลื่อนไหวของร่างกาย มีการทำงานประสานสัมพันธ์กันระหว่างระบบประสาทและกล้ามเนื้อ ทำให้เด็กและเยาวชนเจริญเติบโตตามวัย มีสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจที่ดี

(แวงแก้ว, 2562) การเคลื่อนไหวมีความสำคัญกับมนุษย์ทุกคน การเคลื่อนไหวเริ่มต้นตั้งแต่ เกิดจนตาย การเคลื่อนไหวพื้นฐานจะช่วยพัฒนามนุษย์ทุกคนให้มีร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์ และพัฒนาสุขภาพจิตให้ดี และยังสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้กับมนุษย์ ทาง การเคลื่อนไหว

สรุปได้ว่า การที่เด็กจะโตขึ้นแล้วเคลื่อนไหวได้อย่างสมบรูณ์นั้นต้องมีพื้นฐานที่ดีและมั่นคงโดยเฉพาะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของเด็กจะต้องใช้การทำงานของกล้ามเนื้อมัดใหญ่และการทำงานของกล้ามเนื้อเล็กที่ประสานสัมพันธ์กันระหว่างระบบประสาทและกล้ามเนื้อโดยจะแสดงออกมาในรูปแบบของการเคลื่อนไหวต่างๆ เช่น การเดิน การวิ่ง การกระโดด การหยิบจับสิ่งของ การรับหรือส่งลูกบอล การปีน การขว้าง การตี ทั้งหมดนี้เป็นทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของเด็กที่มีพัฒนาการในช่วง 2-7 ปีและทำให้เด็กสามารถพัฒนาทักษะด้านสติปัญญา การเคลื่อนไหวและการทรงตัวที่ดี ช่วยส่งเสริมให้ร่างกายแข็งแรง และมีบุคลิกภาพที่ดี

ประเภทของการเคลื่อนไหวพื้นฐาน

(สาระภี, 2565) การเคลื่อนไหวเป็นสื่อในการแสดงออก การเคลื่อนไหวเป็นโครงสร้างของกิจกรรมต่างๆ ซึ่ง จะต้องใช้ต่อไปเมื่อเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่และใช้ตลอดไปในชีวิต เด็กจึงควรจะได้เข้าใจทักษะพื้นฐานการ เคลื่อนไหวให้เข้าใจและถูกต้อง ก่อนที่จะพัฒนาการไปสู่ทักษะที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้นในบั้นปลายจะกล่าวถึง ทักษะต่างๆ และกิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวเบื้องต้น

(แวงแก้ว, 2562) เคลื่อนไหวแบบอยู่กับที่ เช่น การเหยียดยืดกล้ามเนื้อ การบิดตัว การก้มตัว หรือยืนขยับร่างกายไปมา การเคลื่อนไหวแบบเคลื่อนที่ เช่น การเดิน การวิ่ง การสไลด์ การกระโดด การ กระโจน และการเคลื่อนไหวแบบประกอบอุปกรณ์ เช่น การตีลูกบอลด้วยมือ การตีลูกบอลด้วย ไม้ การเลี้ยงลูกบอลด้วยมือ การเลี้ยงลูกบอลด้วยเท้า การรับส่งลูกบอล การขว้างลูกบอล การโยน ห่วง การโยนถุงถั่ว และการเตะลูกบอล

สรุปได้ว่า การเคลื่อนไหวพื้นฐาน (Fundamental Movements) ไว้ว่าทักษะการเคลื่อนไหวร่างกายที่จำเป็นสำหรับชีวิตและการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นทักษะที่มีการพัฒนา



ในช่วงวัยเด็กและจะเป็นพื้นฐานสำหรับการประกอบกิจกรรมต่างเมื่อเจริญวัยสูงขึ้นตลอดจนเป็นพื้นฐานของการมีความสามารถในการเคลื่อนไหวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเล่นกีฬาการออกกำลังกายและการประกอบกิจกรรมนั้นทนาการการเคลื่อนไหวพื้นฐานสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท

ความหมายของภาวะบกพร่องทางสติปัญญา

(สิริรัตน์เรขา, 2566) “ความบกพร่องทางสติปัญญา” เป็นคำที่นำมาใช้แทนคำว่า “ปัญญาอ่อน” เนื่องจากคำเดิมถูกนำไปใช้ในทางลบ ค่อนข้างมาก ทำให้ความรู้สึกในเชิงลบ และไม่ได้รับการยอมรับในภาคสังคม จึงเปลี่ยนการเรียกชื่อใหม่ ได้กำหนดให้ความบกพร่องทางสติปัญญา เป็นผู้พิการประเภท 5 “ความพิการทางสติปัญญา” ตามประกาศกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เรื่อง ประเภทและหลักเกณฑ์ความพิการ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555 ยังจัดเป็นผู้พิการประเภท “ความบกพร่องทางสติปัญญา” ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ

(สุขเกษม, 2565) ภาวะบกพร่องทางสติปัญญา หมายถึง การมีระดับเชาวน์ปัญญาต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานร่วมกับมีความบกพร่องในทักษะการปรับตัว แบ่งระดับความรุนแรงออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับน้อย มีระดับไอคิวอยู่ในช่วง 50-69 ระดับปานกลาง มีระดับไอคิวอยู่ในช่วง 35-49 ระดับรุนแรง มีระดับไอคิวอยู่ในช่วง 20-34 และระดับรุนแรงมากมีระดับไอคิวต่ำกว่า 20โดยมีอาการให้เห็นตั้งแต่ช่วงวัยเด็กหรือวัยรุ่น ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในชีวิตประจำวันหลายด้าน ทั้งที่บ้าน โรงเรียน ที่ทำงาน และชุมชน

(น้อยภูธร, 2563) ความบกพร่องทางสติปัญญา หมายถึง ความสามารถทางสติปัญญาต่ำกว่าเกณฑ์หรือภาวะที่สมองทำงานไม่สมบูรณ์ ทำให้เกิด ข้อจำกัดด้านการเรียนรู้ และความสามารถทางสติปัญญา รวมถึงทักษะการปรับตัวให้เข้า กับสภาพแวดล้อมทางสังคม ความบกพร่องจะปรากฏชัดเจน เช่น ทักษะด้านการสื่อสาร การช่วยเหลือตนเอง การควบคุมตนเอง

สรุปได้ว่า นักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา เป็นบุคคลที่มีความสามารถทางสติปัญญาต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ยของคนปกติ มีข้อจำกัดเกือบทุกด้านในกิจกรรมเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเข้าร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมเนื่องจากมีความบกพร่องทางการแปลความหมายจากการเห็น การได้ยิน มีความบกพร่องทางการเคลื่อนไหว การสื่อสาร จิตใจ อารมณ์ พฤติกรรม และปัญหาการเรียน เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านการเรียนรู้ อันมีสาเหตุมาจากระดับสติปัญญาต่ำกว่าปกติเมื่อเปรียบเทียบกับ ระดับสติปัญญาของเด็กที่มีอายุในวัยเดียวกัน เป็นภาวะสมองหยุดพัฒนาหรือพัฒนาอย่างไม่สมบูรณ์ ทำให้เกิดความบกพร่องของทักษะด้านต่าง ๆ ในระยะพัฒนาการและส่งผลกระทบต่อระดับเชาวน์ ปัญญาทุกๆ ด้าน พัฒนาการทางด้านสติปัญญาล่าช้าไม่เป็นไปตามวัย มีปัญหาในการใช้เหตุผล การแก้ปัญหา การวางแผน การคิดเชิงนามธรรม การตัดสินใจ การเรียนรู้ทางวิชาการ และการเรียนรู้ จากประสบการณ์ และพฤติกรรมในการปรับตัวบกพร่องไม่เป็นไปตามเกณฑ์อายุ และตามเกณฑ์มาตรฐาน ของสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดปัญหาและข้อจำกัดในการดำรงชีวิต ขาดทักษะในการสื่อสาร ทักษะทางสังคม และทักษะการปฏิบัติ การแบ่งภาวะบกพร่องทางสติปัญญาตามระดับความรุนแรง

สำหรับความบกพร่องทางสติปัญญานั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับความรุนแรงคือ ระดับ คือระดับน้อย (IQ 50-70) ระดับปานกลาง (IQ 35-50) ระดับรุนแรง (IQ 20-35) และระดับรุนแรงมาก (IQ < 20) และยังสามารถแบ่งได้ตามความต้องการเพื่อกออกแบบและจัดหาบริการสนับสนุนสำหรับผู้บกพร่องทางสติปัญญาแต่ละบุคคลที่มีข้อจำกัดให้เข้าถึงระบบการศึกษาทั่วไป เอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีหลักการสอน 3R's

อริวัฒน์ สรรเพชร(2566) เทคนิคการสอน คือ กลยุทธ์ กลวิธีต่างๆ ที่ใช้เสริมกระบวนการสอน วิธีการสอนขั้นตอนการสอน หรือการดำเนินการทางการสอนใดๆ เพื่อช่วยให้การสอนมีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น มีเทคนิค



การสอนที่หลากหลายวิธีที่เหมาะสมกับเนื้อหาสาระ ความสนใจและ ความต้องการของผู้เรียน และสามารถเอื้อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และบรรลุจุดมุ่งหมายได้

ภัทร์ไพลิน, กนกพร และจรัสพันธ์ ศิริรักษ์ (2564) การสอนนักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา ที่มักจะมีข้อจำกัดคือ มีความล่าช้าในการทำ ความเข้าใจ มีทักษะในการฟังเพื่อทำความเข้าใจต่ำจึงทำให้มักแสดงพฤติกรรมออกมาในรูปแบบของความจำสั้นและมักจะหลงลืมซึ่งการสอนตรงเป็นวิธีการสอนที่ได้รับความนิยมในการนำมาสอนนักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา

ธัญญลักษณ์ คาวาดี (2561) เทคนิคการสอน และรูปแบบการจัดการเรียนการสอนสรุปได้ว่า ในการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนสามารถจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้หลากหลายวิธีและสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมกับผู้เรียน กับแต่ละสถานการณ์ และแต่ละสิ่งแวดล้อม การสอนแบบบรรยายอย่างเดียวไม่เพียงพอ ครูผู้สอนต้องใช้วิธีสอน เทคนิคการสอนที่หลากหลายเข้ามาใช้บูรณาการในการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความสนใจสามารถเรียนรู้และเข้าใจเนื้อหาด้วยตนเองมากขึ้นกว่าการเรียนการสอนแบบทั่วไป

สรุปได้ว่า เทคนิคการสอนคือ การใช้วิธีการใดๆ กลยุทธ์ วิธีการพูด การตั้งคำถาม การใช้สื่อการเรียนการสอน การเล่าเรื่อง การเสริมแรง การใช้กิริยาท่าทางและวาจา การใช้กระดานดำ การอธิบายยกตัวอย่างและสรุปบทเรียน หรือกลวิธีอีกหลายอย่างที่จะนำมาสอนเด็กให้เกิดความเข้าใจหรือเกิดความสนใจในการเรียนรู้ของเด็กนักเรียน เพื่อเพื่อช่วยให้การสอนมีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้นและให้ผู้เรียนนั้นเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ใน การเรียนการสอนเรื่องนั้นๆ เทคนิคการสอนแบบ 3R's

รุจิรา ,จรินทร์ และ ไกลสิทธิ์ (2565)การจัดการเรียนรู้สำหรับนักเรียนบกพร่องทางสติปัญญา การจัดเรียนรู้โดยใช้การบูรณาการประสาทสัมผัส จากการฟัง การพูด การดู รวมทั้ง ังการสัมผัส โดยการประสานกับมือ ซึ่งเป็นความหลากหลายในการจัดการเรียนรู้ที่ครูให้ความสำคัญกับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา ซึ่งวิธีหลักการสอนที่เหมาะสม คือ หลักการสอนแบบ 3R คือ 1) การสอนซ้ำไปซ้ำมา สอนมากกว่าคนปกติ ซึ่งเป็นการสอนหลายๆวิธี 2) การสอนแบบสนุกสนานไม่เคร่งเครียด โดยการเล่น ดนตรี การเล่าเรื่องเพื่อให้มีบรรยากาศผ่อนคลาย และ3) การสอนประจำ สม่ำเสมอ มีขั้นตอนการสอนที่ชัดเจน

เทคนิคหรือรูปแบบการสอนเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญามีรูปแบบที่เรียกว่า 3R's ย่อมาจากการสอนทั้ง 3 แบบคือ 1. Repetition การสอนซ้ำๆ สอนง่ายๆไม่ยาก ทบทวนบ่อยๆ ต้องใช้เวลาในการสอนนานกว่าหรือยาวกว่าเด็กปกติเพื่อให้เกิดผลที่ตั้งไว้ 2. Relaxation การสอนต้องไม่เครียด กดดันหรือบังคับเด็กมากเกินไป บรรยากาศในการเรียนการสอนต้องผ่อนคลายและการสอนต้องไม่ทำให้เด็กเบื่อการเรียน ต้องทำให้เกิดความสนุกสนานและเกิดความอยากเรียน 3. Routine การสอนอย่างสม่ำเสมอต้องทำให้เป็นเรื่องประจำวันของเด็ก การสอนด้วยวิธี 3R's นั้นจะทำให้เด็กเกิดการฝึกฝนจนร่างกายขยับขับเคลื่อนโดยอัตโนมัติ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูลปีการศึกษา 2568 จังหวัดภูเก็ต จำนวน 70 คน



กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูลปีการศึกษา 2568 จำนวน 58 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ Robert V. Krejcie แห่งมหาวิทยาลัย Minisota และ Eayrle W. Morgan แห่งมหาวิทยาลัย Texas (1970) ใช้วิธีการเลือกจากจำนวนนักเรียนทั้งหมดเลือกเฉพาะที่นักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 58 คน

แบ่งกลุ่มทดลองเป็น 2 กลุ่มจากการใช้แบบทดสอบทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์โดยนักเรียนที่มีคะแนนสูงสุดกลุ่มที่ 1 และ ต่ำสุดเป็นกลุ่มที่ 2 ที่จะได้รับการพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. แบบทดสอบทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา
2. โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการทดลอง
 - 1.1 ผู้วิจัยนำหนังสือถึงผู้อำนวยการโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล เพื่อขออนุญาตทำการทดลอง เก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถานที่ในการทดลองกับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล
 - 1.2 ผู้วิจัยให้นักเรียนโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูล ช่วงอายุ 16 – 18 ปี ทำแบบทดสอบวิธีการเลือกนักเรียนจากจำนวนนักเรียนทั้งหมดโดยเลือกนักเรียนเฉพาะกลุ่มที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยและความบกพร่องทางสติปัญญาปานกลางจำนวน 58 คนและแบ่งกลุ่มทดลองเป็น 2 กลุ่มโดย แบบประเมินความสามารถใช้กล้ามเนื้อใหญ่กับทดสอบทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์ กลุ่มทดลองที่ 1 กลุ่มที่ไม่ได้รับการฝึก กลุ่มทดลองที่ 2 กลุ่มที่ได้รับการฝึกโดยใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง

2.ขั้นตอนการทดลอง

การทดลองในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มทดลองเข้าร่วมโปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง จำนวน 29 คนทำการฝึกแบบเป็นกลุ่มกลุ่มละ 5 คน ตามฐานที่ฝึกกิจกรรม 5 กิจกรรม โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง ประกอบด้วยกิจกรรมการฝึกทักษะ 5 กิจกรรม ใช้ฝึกเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่ โดยใช้เวลาในการฝึกโปรแกรม 12 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 5 วัน วันละ 60 นาที เวลา 16.00 – 17.00 น.ครูที่จะมาช่วยในการดูแลการฝึกคือนักศึกษาฝึกประสบการณ์จำนวน 3 คนที่มาช่วย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การอบอุ่นร่างกาย 10 นาที
2. กิจกรรมการฝึกทักษะ 5 กิจกรรม
 - 2.1 กิจกรรมไม้ตีผ้า 10 นาที
 - 2.2 กิจกรรมเลี้ยงลูกบอลด้วยไม้ 10 นาที
 - 2.3 กิจกรรมตีล้อยา 10 นาที



2.4 กิจกรรมตีลูกเทนนิสเข้าประตู 10 นาที

2.5 กิจกรรมโยนลูกบาสเกตบอล 10 นาที

3. การคลายกล้ามเนื้อ (Cool down) 10 นาที กลุ่มทดลองที่ 1 ทำกิจกรรมทั่วไปตามอธยาศัย เวลา 60 นาที ในช่วงเวลาเดียวกันกับกลุ่มทดลองที่ 2

3. ขั้นหลังการทดลอง

3.1 หลังเสร็จสิ้นการฝึกทักษะระยะเวลา 12 สัปดาห์ให้กลุ่มทดลองประเมินผลด้วยแบบทดสอบกล้ามเนื้อขนาดใหญ่เพื่อใช้เป็นคะแนนหลังการทดลอง (Posttest)

3.2 นำคะแนนที่ได้จากการทดลองทั้งก่อนและหลังการทดลอง จากแบบทดสอบกล้ามเนื้อขนาดใหญ่มาวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานต่อไป

การจัดทำข้อมูล

1. หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนการแบบทดสอบทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ ก่อนและหลังการทดลอง

2. เปรียบเทียบการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ของนักเรียนโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูลก่อนและหลังการใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง โดยใช้สถิติ Paired Simple t-test

3. เปรียบเทียบการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ ของนักเรียนโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูลระหว่างนักเรียนกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยใช้สถิติ Independent t-test

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางในกลุ่มทดลองที่ 2 (n = 29)

ทักษะ	สัปดาห์ที่	รวม (n 29)	
		$\bar{X}$	SD
ทักษะการตีลูกบอล ด้วยอุปกรณ์	ก่อนการฝึก	4.90	0.72
	หลังฝึก 4 สัปดาห์	5.52	0.51
	หลังฝึก 6 สัปดาห์	6.03	0.63
	หลังฝึก 8 สัปดาห์	6.97	0.57
	หลังฝึก 10 สัปดาห์	8.00	0.53
	หลังฝึก 12 สัปดาห์	9.31	0.60

จากตารางที่ 1 พบว่า ทดสอบทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางในกลุ่มทดลองที่ 2 จำนวน 29 คน ก่อนการฝึกกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.90 (SD = 0.72) หลังการฝึกครบ 4 สัปดาห์ คะแนนเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นเป็น 5.52 (SD = 0.51) หลังการฝึก 6 สัปดาห์ พบว่า คะแนนเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นเป็น 6.03 (SD = 0.63) หลังการฝึก 8 สัปดาห์ คะแนนเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นเป็น 6.97 (SD = 0.57)



หลังการฝึก 10 สัปดาห์ คะแนนเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นเป็น 8.00 (SD = 0.53) และหลังการฝึกครบ 12 สัปดาห์ คะแนนเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นเป็น 9.31 (SD = 0.60) เป็นระดับความสามารถที่สูงมากเมื่อเทียบกับค่าก่อนการฝึก แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนในกลุ่มทดลองมีพัฒนาการทักษะด้านการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกช่วงเวลา

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางระหว่างกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2

ทักษะ	กลุ่มทดลองที่ 1 (n 29)		กลุ่มทดลองที่ 2 (n 29)		t	p-value
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์ก่อนใช้โปรแกรม	7.41	0.96	4.90	0.72	11.26	<0.001
ทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์หลังใช้โปรแกรมฝึกครบ 12 สัปดาห์	8.52	0.51	9.31	0.60	-5.40	<0.001

จากตารางที่ 2 พบว่าเปรียบเทียบนักเรียนระหว่างกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 ก่อนและหลังการใช้โปรแกรมฝึก ก่อนการใช้โปรแกรม กลุ่มทดลองที่ 1 มีค่าเฉลี่ยทักษะสูงกว่ากลุ่มทดลองที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($t = 11.26$) แสดงให้เห็นว่าทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกันตั้งแต่ก่อนการทดลองภายหลังการใช้โปรแกรมฝึกครบ 12 สัปดาห์ พบว่ากลุ่มทดลองที่ 2 มีค่าเฉลี่ยทักษะสูงกว่ากลุ่มทดลองที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($t = -5.40$) แสดงให้เห็นว่าโปรแกรมการฝึกมีผลต่อการพัฒนาทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์ของนักเรียน โดยกลุ่มทดลองที่ 2 มีพัฒนาการที่ดีกว่าโดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า โปรแกรมการฝึกสามารถพัฒนาทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ระหว่างกลุ่มทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่โดยใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาระดับเล็กน้อยถึงปานกลาง พบว่า ภายหลังการจัดกิจกรรมตามโปรแกรมกลุ่มทดลองมีพัฒนาการด้านทักษะการตีลูกบอลด้วยอุปกรณ์ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกช่วงเวลา โดยค่าเฉลี่ยคะแนนเพิ่มขึ้นจาก 4.90 ในช่วงก่อนการฝึก เป็น 9.31 หลังการฝึกครบ 12 สัปดาห์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างชัดเจนนอกจากนี้ แนวโน้มของคะแนนเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอในแต่ละช่วงสัปดาห์ สะท้อนให้เห็นว่าโปรแกรม 3R ที่ใช้ในการฝึกมีประสิทธิภาพในการส่งเสริมทักษะการเคลื่อนไหวและการใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความสามารถในการควบคุมการเคลื่อนไหว การประสานงานระหว่างมือและตา รวมถึงความคล่องแคล่วในการใช้อุปกรณ์ได้ดียิ่งขึ้น

เปรียบเทียบความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ของนักเรียนก่อนและหลังการใช้โปรแกรมหลัก 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์ พบว่า ก่อนการทดลอง กลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มทดลองที่ 1 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าภายหลังการใช้โปรแกรมฝึกครบ 12



สัปดาห์ พบว่า กลุ่มทดลองที่ 2 มีความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อใหญ่สูงกว่ากลุ่มทดลองที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นว่าโปรแกรมหลัก 3R มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวและการใช้กล้ามเนื้อใหญ่ของผู้เรียน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการพัฒนากล้ามเนื้อใหญ่โดยใช้โปรแกรม 3 R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหว ประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางปรากฏผลการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าการพัฒนากล้ามเนื้อใหญ่โดยใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหว ประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางมีความสามารถใช้อาบน้ำได้สูงขึ้นเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางมีระดับความสามารถใช้อาบน้ำได้แต่ละคนไม่เท่ากันแต่มีระดับคะแนนสูงขึ้นทุกคนจากผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถในการใช้อาบน้ำในกลุ่มทดลองที่ 1 พบว่า คะแนนเฉลี่ยของผู้เรียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 12 สัปดาห์ของการฝึก เริ่มจากคะแนนเฉลี่ยก่อนการฝึกที่ระดับ 4.90 เพิ่มขึ้นเป็น 5.52 ในสัปดาห์ที่ 4 และเพิ่มสูงขึ้นเป็น 9.31 เมื่อสิ้นสุดสัปดาห์ที่ 12 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในทางปฏิบัติ สะท้อนให้เห็นว่าการฝึกแบบต่อเนื่องและเป็นระบบมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาความสามารถในการใช้อาบน้ำและการควบคุมร่างกายของนักเรียน ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับ(รุจิรา ,จรินทร์ และ โกยสิทธิ์ .2565)กล่าวไว้ว่าหลักการเรียนรู้ตามทฤษฎี3Rหมายถึง Repetition ซึ่งหมายถึง การสอนซ้ำไปซ้ำมา คือ ใช้เวลาสอนมากกว่าบุคคลปกติโดยใช้วิธีสอนหลายๆ วิธีและเปลี่ยนกิจกรรมใหม่ๆ Relaxation คือ การสอนแบบไม่เคร่งเครียด จัดกิจกรรมแทรกในช่วงพัก เช่น การเล่นเกม ร้องเพลง คนตรีหรือเล่นกีฬา ซึ่งการสอนจะต้องให้มีบรรยากาศผ่อนคลาย และ Routine คือ การสอนสม่ำเสมอ การสอนจะต้องทำให้สม่ำเสมอเป็นประจำ ซึ่งอธิบายว่าการฝึกทักษะอย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างความคุ้นเคยและความแม่นยำในการปฏิบัติทักษะทางกายภาพ นอกจากนี้ การพัฒนาที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกช่วงเวลาอาจสะท้อนว่าผู้เรียนได้รับการเสริมแรงในเชิงบวก ได้รับคำแนะนำที่เหมาะสมจากครูผู้สอน และมีโอกาสนำประสบการณ์การฝึกไปปรับใช้จริงระหว่างการเรียนรู้ เหมือนงานวิจัยของ(อริวัฒน์ สรรเพชร .2566)ผลการเพิ่มขึ้นของคะแนนเฉลี่ยอย่างต่อเนื่องยังบ่งชี้ว่า โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางที่ใช้ในกลุ่มควบคุมมีความเหมาะสมกับลักษณะของผู้เรียน สามารถสร้างความเข้าใจและความชำนาญได้อย่างเป็นขั้นตอน จากทักษะระดับพื้นฐานไปสู่ทักษะที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ทั้งนี้ พบว่าคะแนนเฉลี่ยในช่วงหลังสัปดาห์ที่ 10 - 12 สูงใกล้เคียงระดับสูงสุดของช่วงคะแนน สะท้อนถึงจุดอิ่มตัวของพัฒนาการที่ผู้เรียนสามารถควบคุมแรง จังหวะ และการเคลื่อนไหวได้ดีมากแล้ว โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการจัดโปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์สามารถส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการใช้อาบน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นหลักฐานสนับสนุนว่าการฝึกที่มีความถี่และโครงสร้างชัดเจนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญ

2. ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าการพัฒนาความสามารถในการใช้อาบน้ำก่อนใช้และหลังใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลาง ก่อนการใช้โปรแกรม กลุ่มทดลองที่ 2 มีคะแนนความสามารถในการใช้อาบน้ำสูงกว่ากลุ่มทดลองที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่านักเรียนในกลุ่มทดลองที่ 2 มีกล้ามเนื้อหรือประสบการณ์ด้านทักษะการเคลื่อนไหว



มากกว่าส่งผลให้ความสามารถตั้งต้นดีกว่ากลุ่มทดลองที่ 1 เมื่อพิจารณาผลหลังการฝึกครบ 12 สัปดาห์ กลุ่มทดลองที่ 1 กลับมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มทดลองที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนว่าโปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางที่กลุ่มทดลองที่ 1 ได้รับอาจมีความเหมาะสมต่อผู้เรียนมากส่งผลให้เกิดพัฒนาความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ ทวีศักดิ์ สิริรัตน์ เรขา (2565) ได้กล่าวไว้ว่าอีกประเด็นหนึ่งที่ควรพิจารณาคือ กลุ่มทดลองที่ 2 แม้จะมีคะแนนตั้งต้นสูงกว่า แต่การพัฒนาหลังการฝึกกลับน้อยกว่ากลุ่มทดลองที่ 1 ซึ่งอาจเกิดจาก “เพดานทักษะ” (ceiling effect) คือผู้เรียนที่มีระดับความสามารถสูงตั้งแต่ต้นอาจมีพื้นที่ในการพัฒนาเพิ่มขึ้นไม่มากเท่าผู้ที่มีคะแนนเริ่มต้นต่ำกว่า นอกจากนี้ความแตกต่างด้านลักษณะเนื้อหาหรือวิธีการสอนระหว่างสองกลุ่มอาจส่งผลต่อแรงจูงใจ ความเข้าใจ และโอกาสในการฝึกซ้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลรวมทำให้ผลลัพธ์หลังการฝึกของกลุ่มควบคุมเด่นชัดกว่า ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ(กรมพลศึกษา 2563)กล่าวไว้ว่าทางการเรียนรู้เชิงพฤติกรรมที่ระบุว่าการฝึกที่เน้นความถี่ การเสริมแรงที่เหมาะสม และความชัดเจนของแบบฝึกสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดพัฒนาการได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในผู้ที่มีระดับทักษะตั้งต้นต่ำกว่า ซึ่งจะมีโอกาสพัฒนาได้มากกว่าเมื่อได้รับการฝึกที่สอดคล้องกับศักยภาพของตนเอง โดยสรุปการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าพัฒนาความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมัดใหญ่ของนักเรียนขึ้นอยู่กับทั้งพื้นฐานเดิมและลักษณะของการฝึกที่ได้รับ กลุ่มทดลองที่ 1 ซึ่งมีคะแนนตั้งต้นต่ำกว่าเมื่อได้รับการฝึกอย่างต่อเนื่องกลับมีพัฒนาการที่ชัดเจนมากกว่า ในขณะที่กลุ่มทดลองที่ 2 แม้เริ่มต้นสูงกว่าแต่พัฒนาเพิ่มขึ้นได้ไม่มาก ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปใช้ปรับปรุงรูปแบบโปรแกรมการฝึกให้มีความเหมาะสมกับระดับความสามารถเริ่มต้นของนักเรียนแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

- 1.จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาระดับรุนแรงอายุ 16 - 18 ปี นอกจากกล้ามเนื้อใหญ่จะไม่แข็งแรงแล้ว ยังมีความจำกัดในเรื่องของภาษา การรับรู้และการเข้าใจ การฟังและการปฏิบัติตามคำสั่ง
- 2.การฝึกการใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านทักษะกลไกและด้านกายภาพ เพื่อร่วมให้คำปรึกษาและแนะนำท่าทางที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ท่าที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก
- 3.ควรฝึกการใช้โปรแกรม 3R ฝึกทักษะการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางมาก โดยเพิ่มระยะเวลาในการฝึกให้มากขึ้น
- 4.การฝึกนักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาเล็กน้อยถึงปานกลางมากควรมีการให้แรงเสริมทางบวก เช่น คำชมเชย รางวัล เช่น ขนม เมื่อเด็กสามารถปฏิบัติตามคำสั่งได้ เพราะเป็นแรงจูงใจให้เด็กอยากฝึกมากขึ้น และช่วยให้เด็กมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับครู
- 5.ควรมีประวัติโรคประจำตัวหรือผลการตรวจสุขภาพของนักเรียนก่อนเข้ารับการฝึกกิจกรรม เพื่อจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับนักเรียน



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิพงศ์ วัฒนานนท์สกุล รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหารและวางแผน ที่ให้โอกาสในการทำวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.อนุศักดิ์ สุข ที่ได้ให้คำแนะนำในการดำเนินการทำงานวิจัยครั้งนี้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่สถาบันยุทธบัณฑิตวิทยาลัย ที่ให้ข้อมูลขั้นตอนต่างๆ ในการดำเนินการวิจัยแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วาสนา คุณาอภิสิทธิ์ อาจารย์ ดร.บัณฑิตา ลิขสิทธิ์ อาจารย์ ดร.สุชเดช แซ่มณี นางณัชฌิมา โพธิ์ใจ นายศิวกร ภูแข่ง ผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ เพื่อนร่วมงาน ที่โรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูลสำหรับข้อมูลที่ใช้งานวิจัยครั้งนี้ รวมถึงความช่วยเหลือและกำลังใจให้กับผู้วิจัยตลอดมา

ขอขอบคุณนักเรียนโรงเรียนภูเก็ตปัญญานุกูลที่เข้าร่วมกันทดสอบ และใช้งาน จนได้ผลที่น่าพอใจแล้วนำไปใช้งานได้จริง สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขออ้อมรำลึกถึงคุณของบิดามารดาและครูอาจารย์ ที่อบรมสั่งสอนให้ความรู้เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

เจริญ กระบวนรัตน์. (2560). ทักษะพื้นฐานการเคลื่อนไหวกับการพัฒนาสมอง. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษาและสันทนาการ*, 2560(1), 5-12.

เปรมวดี เด่นศิริอักษร. (2561, 20 พฤศจิกายน). *ภาวะบกพร่องทางสติปัญญา*. สถาบันราชานุกูล.

<https://th.rajanukul.go.th/preview-4002.html>

ไพญดา สังข์ทอง. (2552). ผลของโปรแกรมการฝึกโยคะที่มีต่อปัญหาด้านการรับรู้ภาวะการเคลื่อนไหวของร่างกาย และสมรรถภาพทางกายของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 4-6 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ของนักเรียนประถมศึกษาตอนต้น [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

<https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=10797&context=chulaetd>

ณภกร เจละละ. (2562). การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ โดยใช้ชุดกิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะเพื่อพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ ในเด็กปฐมวัยชั้นอนุบาลปีที่ 3. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์* 3(8), 55-66.

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/etcedumsujournal/article/view/244470/165716>

ณัฐพร สุตติ. (2562). ทักษะและเทคนิคการจัดกิจกรรมการเคลื่อนไหวสำหรับเด็กเล็ก. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐิกา เฟ่งลี. (2562). ผลของโปรแกรมทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานที่มีต่อทักษะกลไกการเคลื่อนไหวของ เด็กปฐมวัย. *วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 47(3), 196-216.

ทวีศักดิ์ สิริรัตนเรขา. (2561). คู่มือการดูแลสุขภาพจิตเด็ก กลุ่มปัญหาการเรียน. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พรอสเพอริสพลัส.

ทวีศักดิ์ สิริรัตนเรขา. (2566, 20 พฤศจิกายน). *ความบกพร่องทางสติปัญญา Happyhomeclinic*.

<https://www.happyhomeclinic.com/Download/article/sp05-intellectual-disability.pdf>



- ธีระดนัย สาระภี. (2565). การพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวโดยใช้โปรแกรมการฝึกการทำงานร่วมกันของระบบประสาทและกล้ามเนื้อของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดภาคใต้ชายแดน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์].
<https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/18077/1/6220120602.pdf>
- พลพรรธน์ บัวแก้ว, บ. ช. ต. (2560). การพัฒนาแบบประเมินตามสภาพจริงด้าน ทักษะการเคลื่อนไหวขั้นพื้นฐาน สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา. วารสาร อิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา 12(3), 35-50.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/OJED/article/view/110584/86691>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2551). พระราชบัญญัติการจัดการศึกษาสำหรับคนพิการ พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ.
- รุจิรา ไสตรโยม, จ. อ. แ. ไ. อ. (2565). การสังเคราะห์กรอบแนวคิดหลักการสอนแบบ 3R สำหรับเด็กบกพร่องทางสติปัญญาเพื่อเสริมทักษะความคิดสร้างสรรค์ การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, ครั้งที่ 14, 1445-1455.
- วายุ แวงแก้ว (2562). การพัฒนาโปรแกรมการเคลื่อนไหวประกอบอุปกรณ์สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา [วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
<http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/767/1/gs601150057.pdf>
- สาวิตรี เกษณี ศิริวิมล ใจงาม และผ่องลักษณ์ จิตต์การุญ. (2560). การพัฒนาอ่านโดยจัดการเรียนรู้ให้กับเด็กบกพร่องร่วมกับหลักการสอนแบบ 3Rs ของนักเรียนที่เป็นเส้นทางทางระบบ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดงขรภ 1(1).
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2562). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2562. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา.
- สุจิตรา สุขเกษม. (2565). การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมศิลปะเพื่อเพิ่มสมาธิของเด็กบกพร่องทางสติปัญญาระดับปานกลางอายุ 6-12 ปี วารสารราชานุกูล, 34(1), 18-29.
- อิทธิพัทธ์ น้อยภูธร. (2563). การพัฒนาชุดกิจกรรมกลองงาน โดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของซิมพ์ซัน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการช่วยเหลือตนเอง ในชีวิตประจำวันสำหรับนักเรียนบกพร่องทางสติปัญญา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร].



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions
to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited

ธนเดช พารัตน^{1*}, ปิยกนิฐ์ โชติวนิช², ฐิติพร อุ๋นใจ³

Tanadet Pharat^{1*}, Piyakanit Chotivanich², Thitiphon Unchai³

^{1*, 2, 3} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1*, 2, 3} Faculty of Business Administration and Management

Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: tanadeparat01@gmail.com

Received 19 January 2026 Revised 6 February 2026

Accepted 12 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด 2) ศึกษาระดับความสำคัญการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด กำหนดตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูป (Krejcie and Morgan) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 317 คน เครื่องที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .92 สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยทางสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ (R) เท่ากับ .827 และตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ



การตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ได้ร้อยละ 67.80 ($R^2_{Adj} = .678$) และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พบว่าเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, ปัจจัยทางสังคม, ปัจจัยทางเศรษฐกิจ, การตัดสินใจ, การใช้บริการด้านสินเชื่อ

ABSTRACT

The objectives of this research were as follows: 1) to study the level of importance of the to study the level of importance of the Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited; 2) to study the level of importance of decision-making in the use of loan services of members in study; 3) to examine the Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited; and 4) to compare the to compare the Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited . The sample was classified according to personal factors. The study fo-cused on loan service users who are members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan sample size table, and 317 subjects were obtained through simple random sampling. The research instrument was a questionnaire based on a 5-point Likert scale, with an overall reliability coefficient of .92. The statistical methods used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, t-test, and F-test.

Research Findings were as follows. 1) Overall, the 7Ps marketing factors had the greatest influence on the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited. Social factors, in general, were at a moderate level of in-fluence, while economic factors were at a high level of influence. 2) Overall, the decision to apply for loans from Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited was at the highest level. Based on individual items in a descending order, the most influential factor was using the cooperative's loan services with installment plans that were diverse and suitable to the borrower's capacity. It was fol-lowed by using loan services with amounts corresponding to collaterals, and being satisfied with the loan approval process. 3) The factors influencing the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited considering six independent variables product, price, personnel, process, and economic factors-were found to have a statistically significant relation-ship with the dependent variable at the 0.01 level. Physical aspect was significantly related to the



dependent variable at the .05 level. The multiple regression correlation coefficient (R) was 0.827, and the six variables together could predict 67.80% of the factors influencing the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited ($R^2_{Adj} = 0.678$).

4) A comparison of the 7Ps marketing, and social factors, and economic factors influencing the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited, classified by personal factors indicated the following as classified by gender age occupation education level, average monthly income differed significantly at the 0.01 level.

Keywords: Marketing Mix, Social Factors, Economic Factors, Decision-Making, Loan Service Usage

บทนำ

จากการประเมินแนวโน้มเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวที่ร้อยละ 2.6 และ 3.0 ในปี 2567 และ 2568 ตามลำดับ ในขณะที่ภาคการส่งออกและการผลิตมีแนวโน้มฟื้นตัวได้อย่างค่อยเป็นค่อยไปในครึ่งหลังของปี แต่ยังมีความเสี่ยงจากปัญหาภาวะสินค้าล้นตลาดและปัจจัยเชิงโครงสร้างของไทย โดยเฉพาะความสามารถในการแข่งขันที่ปรับลดลง ซึ่งอาจทำให้ผลดีจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกต่อภาคการส่งออกของไทย น้อยกว่าที่ประเมินไว้ ปัญหาเชิงโครงสร้างและความเสี่ยงต่อแนวโน้มการส่งออกสินค้าของไทยทั้งนี้ แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้ายังมีความไม่แน่นอน (ธนาคารแห่งประเทศไทย 2567: 6)

สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบเอกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกัน และกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ จึงต้องจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเนื่องจากในการประกอบอาชีพของเกษตรกร มักประสบปัญหาต่างๆ ที่สำคัญ นอกจากนั้นผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพ และไม่เป็นที่ตามความต้องการของตลาด ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน และ 4) ปัญหาการตลาด เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่งตวง วัดและมีความจำเป็นต้องจำหน่ายผลผลิตตามฤดูกาล เนื่องจากไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต จึงถูกกดราคาจากพ่อค้าเป็นเหตุให้มีรายได้เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัวปัญหาทางเศรษฐกิจข้างต้น มีผลกระทบต่อสังคมในชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิต และฐานะความเป็นอยู่ต่ำกว่าคนประกอบอาชีพอื่น ขาดการศึกษา การอนามัย และขาดความปลอดภัยในทรัพย์สิน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2567)

ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's เข้ามามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อ การตลาดเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับกิจการ และการตลาดมีการพัฒนามาจากการซื้อขายปกติที่ไม่มีความซับซ้อน จนในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจ มีความรุนแรง ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งโอกาสทางการตลาดหรืออุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น การตลาดจึงมีความสำคัญต่อองค์การทั้งองค์การธุรกิจที่แสวงหากำไรโดยการขายสินค้าและบริการ ตลอดจนหน่วยงานของรัฐและองค์การที่ไม่แสวงหากำไรอื่นๆ (จุฑามาศ อุปลัมภ์, 2564) ส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเสมือนปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ ร่วมกัน (ปวีตรา ภูสณอง, 2560)

สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ปีบัญชีสิ้นสุด 31 มีนาคม 2567 ให้บริการธุรกิจสินเชื่อแก่สมาชิกจำนวน 2 ประเภท คือ 1) เงินกู้ระยะสั้น 2) เงินกู้ระยะปานกลาง ระหว่างปีสหกรณ์ให้สินเชื่อแก่สมาชิกจำนวน



1,834 คน แยกเป็นเงิน 1) กู้ระยะสั้น จำนวน 1,718 คน เป็นเงิน 290,127,111.00 บาท และ 2) เงินกู้ระยะปานกลาง จำนวน 116 คน เป็นเงิน 85,072,000.00 บาท ซึ่งธุรกิจธนกิจ (สินเชื่อ) มีการให้เงินกู้เมื่อเกษตรกรรวมตัวกันเป็นสหกรณ์สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับสถาบันการเงิน หน่วยงานของทางราชการและบุคคลทั่วไป โดยสหกรณ์จะจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมาให้สมาชิกนำไปลงทุนเพื่อการเกษตร ซึ่งสหกรณ์จะพิจารณาจากแผนดำเนินการหรือแผนการใช้เงินกู้ของสมาชิกประกอบการให้เงินกู้ เช่น สหกรณ์อาจให้เงินกู้แก่สมาชิกเพื่อนำไปซื้อวัสดุการเกษตรค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในครอบครัว หรือเพื่อนำไปบุกเบิกปรับปรุงที่ดิน หรือจัดซื้อที่ดินการเกษตรในกรณีที่สมาชิกไม่มีที่ดินทำกิน หรือมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการทำการเกษตร (สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ, 2568)

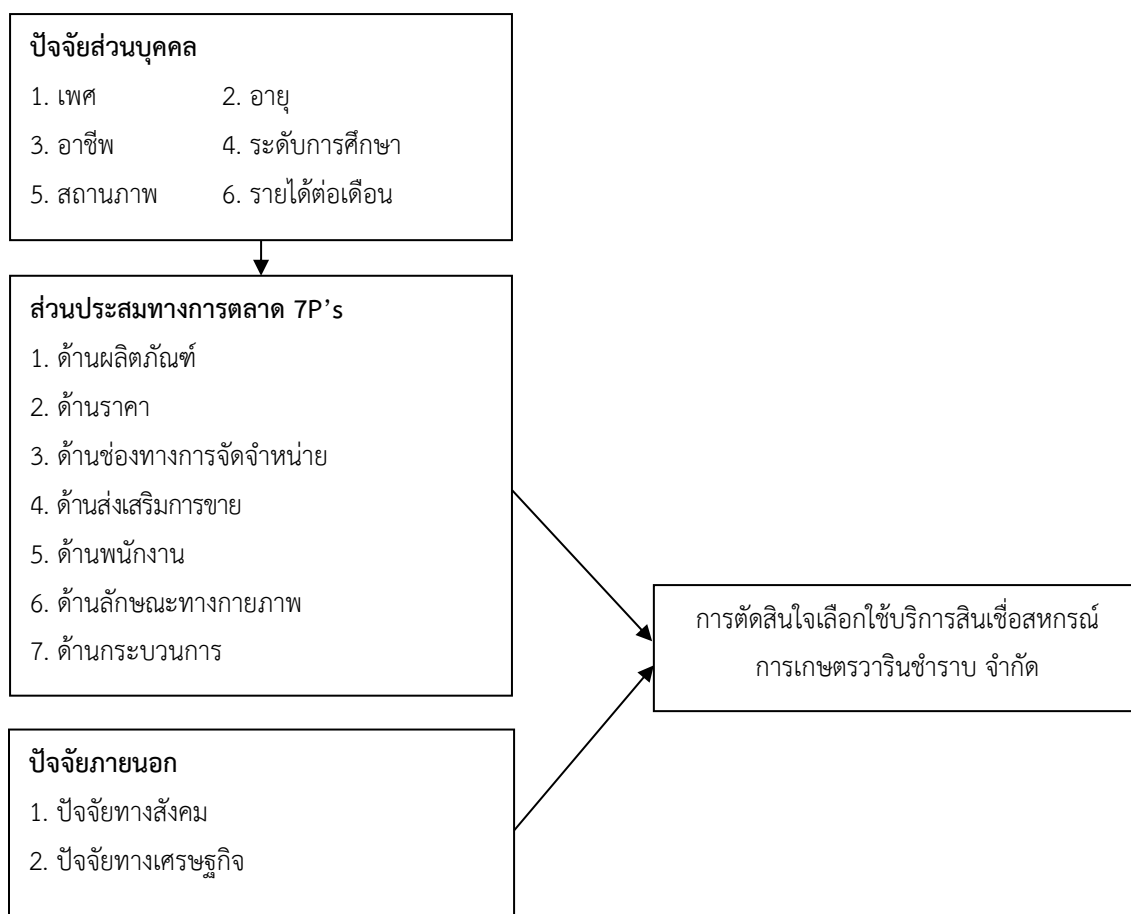
ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด โดยศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด และเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าสำหรับงานวิจัยต่อไปหรือ เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการสินเชื่อต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด

เมื่อกล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการแล้วนั้น นักการตลาดส่วนใหญ่มักจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ซึ่งจะประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามหลักการจริงของการบริการจะเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการของลูกค้าและมีเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นเราจึงต้องนำหลักการของ “7Ps” ของการบริหารสำหรับธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคาการส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ (Kotler, 1997)

เครื่องมือทางการบริหารและการจัดการที่เกี่ยวข้องกับกิจการเปรียบเสมือนปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ



ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก

ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อลักษณะทางสังคมประกอบด้วย (ศิริวัฒน์ ชนะคุณ, 2561)

กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับ ความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ

ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักจะมี บทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเอง และผู้อื่นด้วย ดังพิจารณาได้จากรายละเอียด

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสังคม หมายถึง ความต้องการรักษาการยอมรับนับถือจากบุคคลรอบข้าง การรักษา ความมั่นคงของครอบครัว ความพยายามในการสร้างความสำเร็จในชีวิตตามเป้าหมายของครอบครัว การแก้ปัญหา ความยากลำบากในการดำเนินชีวิต ครอบครัว และการประกอบอาชีพ รวมถึง การใช้จ่ายตามความเชื่อต่างๆ ตามที่ ครอบครัวยึดถือ เช่น การทำบุญ บริจาค การจัดงานแต่งงาน หรือ งานศพ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะประหยัดเงินรายได้ส่วนหนึ่งของตน มากกว่าที่จะใช้จ่ายในสินค้าอุปโภคบริโภค เมื่ออัตราดอกเบี้ยของธนาคารเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะกั๊ยเงินจาก ธนาคารและสถาบันการเงินเพื่อซื้อสินค้า อย่างรถ อสังหาริมทรัพย์ และเครื่องใช้ภายในบ้าน นักลงทุน นักลงทุนมี แนวโน้มที่จะกั๊ยเงินน้อยลง และเปลี่ยนเส้นทางของรายได้ส่วนหนึ่งไปลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำมากกว่า การขยายการเติบโตของบริษัท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่างๆ ในรูปแบบที่แตกต่างกัน บริษัทจำเป็นต้องมองเห็นรูปแบบพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์ กันระหว่างเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมให้ชัดเจน ในบางกรณีผลการเปลี่ยนแปลงอาจไม่ส่งผลเพียงระดับ ของอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของประเทศที่แตกต่างกันในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สหภาพยุโรปได้เผชิญหน้ากับปัญหาทางการเงิน อันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยแผ่กระจายไปทั่วยุโรป ไชปรัส กรีซ ไอร์แลนด์ โปรตุเกส และสเปนเป็นเหมือนจุดเริ่มต้น แต่ผลของโดมิโนยังได้ทิ้งร่องรอยไว้ในประเทศอื่นๆ (เชาวลิต ประสิทธิ์, 2561)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณเงินสดที่มีอยู่ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการที่อยู่ในตลาด เพื่อรักษาสภาพการดำรงชีวิตที่เป็นอยู่ให้สงบสุขตามปกติ ไม่ขัดสน รวมไปถึง การมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายค่าจ้าง ค่าตอบแทนต่างๆ กับแรงงานที่จ้างมาเพื่อใช้ในการประกอบ อาชีพหรือธุรกิจ

การตัดสินใจใช้บริการ

จูไรต์นั ศิริมั่งมุล, นุชนาถ พันธราษฎร์ และณัฐมา ขำศิริ (2562) การตัดสินใจ หมายถึง การใช้ความคิดในการ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือโอกาสในการประเมินหรือพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมและดีที่สุดจากหลาย ทางเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ศิริประภา จุลวงศ์ (2565) การตัดสินใจ หมายถึง เป็นขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผ่านการพิจารณา เปรียบเทียบจากสองทางเลือกขึ้นไป เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด



สรุปได้ว่า ความหมายของการตัดสินใจ ลูกค้านักค้าต้องการใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารีนาข้าว จำกัด พิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารีนาข้าว จำกัด

จากการศึกษาทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Engel, Blackwell and Miniard (1993) ซึ่งกล่าวถึงลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buying Decision Process) แบ่งได้ 5 ขั้นตอน

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายในหรือที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น เมื่อมีการรณรงค์ให้หันมาใช้ผลิตภัณฑ์เราก็ออยากใช้บ้าง

2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้วเขาจะพยายามแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นจากแหล่งต่าง ๆ การที่บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือ จำนวนของข้อมูลที่จะได้ ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูลและผลที่เกิดขึ้นจากภายหลังหากไม่มีการค้นหาข้อมูล

3. การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ (Evaluation of Alternatives) หลังจากที่ได้รับข่าวสารข้อมูลที่จะใช้ประกอบการตัดสินใจแล้ว ก็จะประเมินค่าทางเลือกแต่ละทาง เพื่อการตัดสินใจโดยใช้ประสบการณ์ในอดีต ผสมผสานกับทัศนคติที่เกิดจากการยอมรับข่าวสารข้อมูล เพื่อช่วยในการเลือกของเขา ในที่นี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เช่น ชื่อเสียงของสินค้า หรือรูปแบบจากเกณฑ์ที่กำหนดจะทำให้ผู้บริโภคสามารถพิจารณาทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพอใจมากที่สุด

4. การตัดสินใจการซื้อหรือใช้บริการ (Purchase) หลังการพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็มาถึงขั้นที่ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจการซื้อ ก็จะเกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้ง ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสิ่งที่ชอบที่สุดในเรื่องต่อไปนี้ ได้แก่ ตรายี่ห้อ ส่วนที่ซื้อ ราคา สี สันขนาด รูปแบบ

5. การประเมินผลหลังการซื้อหรือใช้บริการ (Post Purchase Behavior) เมื่อมีการซื้อสินค้า และใช้สินค้าแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าจะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไป โดยการให้ข้อมูลเน้นจุดเด่นของสินค้าหรือการติดตามให้บริการหลังการซื้อ

ความหมายของสินเชื่อ

ชุดาภา ผิวเผือก (2562) ได้ให้ความหมายของสินเชื่อไว้ 2 ลักษณะดังนี้

1. สินเชื่อโดยทั่วไป คำว่าสินเชื่อ (Credit) มาจากศัพท์ในภาษาละตินของคำว่า Credere แปลว่า ความเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (To Trust or to Believe) ว่าฝ่ายที่รับสินเชื่อจะต้องมีการชำระหนี้คืนภายในระยะเวลาและเงื่อนไขที่กำหนด ความหมายของสินเชื่อ คือ ความสามารถในการกู้ยืมเงิน หรือความสามารถในการได้รับสินค้า บริการเป็นเงินเชื่อ โดยมีความสัญญาว่าจะชำระคืน (Repayment) ในอนาคต

2. สินเชื่อที่มีลักษณะเฉพาะ แบ่งออกเป็นดังนี้

2.1 ความหมายของสินเชื่อที่ในแง่ของผู้บริโภค หมายถึง ความสามารถที่จะได้รับสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยมีข้อตกลงว่าจะมีการชำระคืนสินค้า หรือบริการต่อไปในภายหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด

2.2 ความหมายของสินเชื่อในแง่ของการค้า หมายถึง ความเชื่อถือที่ผู้ขายมีต่อผู้ซื้อและยอมมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้ซื้อไปก่อน โดยมีข้อตกลงว่าจะชำระค่าสินค้าหรือบริการในวันข้างหน้าตามแต่จะตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งก่อให้เกิดภาวะความเป็นลูกหนี้ต่อกัน

2.3 ความหมายของสินเชื่อในแง่ของสถาบันการเงิน หมายถึง บริการชนิดหนึ่งของสถาบันการเงินที่ก่อให้เกิดรายได้หลักสถาบันการเงินและมีความสำคัญที่มีผลกระทบต่อระบบธุรกิจของชุมชนด้วย



ประชากร

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำนวน 1,834 ราย (สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ปีบัญชีสิ้นสุด 31 มีนาคม 2567)

กลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด กำหนดตัวอย่าง ตามตารางสำเร็จรูป (Krejcie and Morgan 1970) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้ขนาดตัวอย่าง 317 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ งานวิจัย ตำราทางวิชาการ และเอกสารต่างๆ นำมาประยุกต์ใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย แบบสอบถามใช้แบบประมาณ มาตราส่วน 5 ระดับ ของ Likert's Scale โดยให้เลือกคำตอบและให้กรอกข้อมูลในคำถามแบบเปิด มีชุดคำถามแยกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's ประกอบด้วย 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร วารินชำราบ จำกัด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามที่เป็นคำถามเปิด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัย ทางเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

การประเมินหาข้อคำถามว่าสอดคล้องกันภายใน (IOC) ของเครื่องมือในการวิจัย (Content Validity) กับประเด็นที่ต้องการซึ่งใช้เกณฑ์ประเมินความสอดคล้องกำหนดค่าตัวเลขดังนี้

ค่า +1 หมายถึง สอดคล้อง

ค่า +0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ค่า -1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง IOC

ข้อคำถามในแต่ละข้อ ถ้าค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 แสดงว่าคำถามนั้นวัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการวัด แต่ถ้าค่า IOC < 0.60 แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหาไม่ตรงตามที่ต้องการวัด ถือว่าใช้ไม่ได้ให้สร้างขึ้นใหม่ทดแทน กรณีที่เห็นว่าไม่ครอบคลุม (ทองใบ สุดซารี, 2546) ผลการประเมินค่าความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่า IOC เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยมีค่าเท่ากับ 1.00

เครื่องมือในการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .92

เกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผล ในการแปลความหมาย เป็นรายข้อ การแปลความหมายของแบบสอบถามตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง



น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งใช้เกณฑ์เพื่อการประมาณค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เกณฑ์ของ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2560) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำหนังสือขอขออนุญาต สมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือผู้ให้บริการในการเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อให้เกิดความสะดวก จึงชี้แจงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม แล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวนที่กำหนด

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทำการเก็บข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลและคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ไว้ เพื่อทำการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.73	.49	มากที่สุด
ด้านราคา	4.72	.45	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.27	.75	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.33	.76	มาก
ด้านพนักงาน	4.75	.44	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.62	.72	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.63	.69	มากที่สุด
รวม	4.58	.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.58) เมื่อพิจารณา



เป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.75) รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.72) และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ปัจจัยภายนอก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยทางด้านสังคม	2.77	1.50	ปานกลาง
ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ	3.78	.98	มาก
รวม	3.28	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง (=3.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด (=3.78) และปัจจัยทางด้านสังคม อยู่ในระดับปานกลาง (=2.77) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พบว่าการตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยการผ่อนชำระที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสามารถของผู้กู้ อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.79) รองลงมา ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยจำนวนเงินกู้ที่สอดคล้องกับหลักประกัน อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.77) และรู้สึกประทับใจกับกระบวนการในการบริการขออนุมัติสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระเป็นตัวพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด โดยวิธี Stepwise (n = 317)

Model	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p
	B	Beta		
ด้านผลิตภัณฑ์	.41	.39	7.23**	.00
ด้านราคา	.14	.12	2.75**	.00
ด้านพนักงาน	.41	.35	6.15**	.00
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.07	.10	2.09*	.03
ด้านกระบวนการ	.10	.13	2.95**	.00
ด้านเศรษฐกิจ	.06	.12	3.87**	.00
Constant = .241 R = .827 R ² = .684 R ² _{adj} = .678 F = 65.37 Sig. = .000				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01



จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยวิธี Stepwise เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_5) ด้านกระบวนการ (x_7) และด้านเศรษฐกิจ (x_9) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยวิธี Stepwise เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_5) ด้านกระบวนการ (x_7) และด้านเศรษฐกิจ (x_9) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ (R) เท่ากับ .827 และตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ได้ร้อยละ 67.80 ($R^2_{adj} = .678$)

ดังนั้น เมื่อนำตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มาเขียนสมการได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.24 + .41 \text{ ด้านผลิตภัณฑ์ } (x_1) + .14 \text{ ด้านราคา } (x_2) + .41 \text{ ด้านพนักงาน } (x_5) + .10 \text{ ด้านกระบวนการ } (x_7) + .06 \text{ ด้านเศรษฐกิจ } (x_9) + .07 \text{ ด้านลักษณะทางกายภาพ } (x_6)$$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .39 \text{ ด้านผลิตภัณฑ์ } (x_1) + .12 \text{ ด้านราคา } (x_2) + .35 \text{ ด้านพนักงาน } (x_5) + .13 \text{ ด้านกระบวนการ } (x_7) + .12 \text{ ด้านเศรษฐกิจ } (x_9) + .13 \text{ ด้านลักษณะทางกายภาพ } (x_6)$$

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_5) ด้านกระบวนการ (x_7) และด้านเศรษฐกิจ (x_9) และด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6)

ถ้าต้องการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จะต้องเพิ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) เท่ากับ 39.00 ด้านพนักงาน (x_5) เท่ากับ 35.00 ด้านกระบวนการ (x_7) เท่ากับ 13.00 ด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) เท่ากับ 13.00 ด้านราคา (x_2) เท่ากับ 12.00 ด้านเศรษฐกิจ (x_9) เท่ากับ 12.00 ตามลำดับ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล



ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	เพศ				t	p
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.81	.39	4.53	.62	4.88**	.00
ด้านราคา	4.79	.38	4.56	.55	4.14**	.00
ด้านพนักงาน	4.82	.36	4.60	.54	4.30**	.00
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.73	.63	4.38	.86	4.01**	.00
ด้านกระบวนการ	4.72	.63	4.42	.79	3.54**	.00
ด้านเศรษฐกิจ	3.78	1.00	3.78	.95	.03	.97

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามเพศ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	10.64	3	3.54	16.98**	.00
	ภายในกลุ่ม	65.35	313	.20		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.33	3	1.77	9.32**	.00
	ภายในกลุ่ม	59.64	313	.19		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.25	3	1.75	9.71**	.00
	ภายในกลุ่ม	56.39	313	.18		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	11.20	3	3.73	7.46**	.00
	ภายในกลุ่ม	156.64	313	.50		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.46	3	1.82	3.86**	.01
	ภายในกลุ่ม	147.50	313	.47		
	รวม	167.84	316			

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	2.76	3	.92	.94	.42
	ภายในกลุ่ม	147.50	313	.97		
	รวม	152.96	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอายุ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	32.16	3	10.72	76.56**	.00
	ภายในกลุ่ม	43.83	131	.14		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	17.93	3	5.97	39.77**	.00
	ภายในกลุ่ม	47.04	131	.15		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	15.93	3	5.31	36.37**	.00
	ภายในกลุ่ม	45.70	131	.14		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	17.28	3	5.76	11.97**	.00
	ภายในกลุ่ม	150.56	131	.48		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	15.16	3	5.05	11.48**	.00
	ภายในกลุ่ม	137.80	131	.44		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5.42	3	1.80	1.86	.13
	ภายในกลุ่ม	303.04	131	.96		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



จากตารางที่ 6 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอาชีพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	30.10	2	15.05	102.99**	.00
	ภายในกลุ่ม	45.88	314	.14		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	15.71	2	7.85	50.07**	.00
	ภายในกลุ่ม	49.26	314	.15		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	13.52	2	6.76	44.12**	.00
	ภายในกลุ่ม	48.12	314	.15		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	15.18	2	7.59	15.61**	.00
	ภายในกลุ่ม	152.66	314	.48		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	13.70	2	6.85	15.45**	.00
	ภายในกลุ่ม	139.25	314	.44		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.33	2	.16	.17	.84
	ภายในกลุ่ม	308.12	314	.98		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 8 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.45	2	.72	3.05*	.04
	ภายในกลุ่ม	74.54	314	.23		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.24	2	.62	3.05*	.04
	ภายในกลุ่ม	63.73	314	.20		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.39	2	1.19	6.34**	.00
	ภายในกลุ่ม	59.24	314	.18		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.71	2	1.35	2.58	.07
	ภายในกลุ่ม	165.13	314	.52		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.42	2	2.71	5.77**	.00
	ภายในกลุ่ม	147.54	314	.47		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.83	2	.91	.94	.39
	ภายในกลุ่ม	306.62	314	.97		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามสถานภาพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 9 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	32.08	3	10.69	76.21**	.00
	ภายในกลุ่ม	49.91	313	.14		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	15.23	3	5.07	31.95**	.00
	ภายในกลุ่ม	49.74	313	.15		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	12.93	3	4.31	27.71**	.00
	ภายในกลุ่ม	48.70	313	.15		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	16.34	3	5.44	11.25**	.00
	ภายในกลุ่ม	151.50	313	.48		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	16.07	3	5.35	12.24**	.00
	ภายในกลุ่ม	136.89	313	.43		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	4.86	3	1.62	1.67	.173
	ภายในกลุ่ม	303.59	313	.97		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 9 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด สามารถอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีวงเงินให้กู้หลากหลาย อีกทั้งสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ระยะเวลาการผ่อนชำระที่หลากหลาย และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด วงเงินกู้เพียงพอต่อการประกอบการประกอบธุรกิจและต่อยอด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑิรา น้อยจีน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเล็งเห็นความสำคัญของระบบการให้บริการมีมาตรฐานมีความถูกต้องและแม่นยำ อีกทั้งมีการพัฒนาการใช้งานใหม่ๆ ของ Krungthai NEXT อย่างสม่ำเสมอ และมีรูปแบบของการให้บริการที่หลากหลาย

ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า มีการแจ้งราคาอัตราดอกเบี้ยเบื้องต้นก่อนใช้บริการ อีกทั้งสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด คิดอัตราดอกเบี้ยด้วยความเหมาะสมกับเงินกู้และค่าธรรมเนียมการบริการ และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระต่องวดไม่สูงเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธณัฐา แสงสุข (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน พบว่าด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตคำนึงถึง การฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีอยู่ โดยมีอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำ และมีค่าบริการที่เหมาะสม เช่น อัตราดอกเบี้ยค่าปรับ และบริการอื่น ๆ

ด้านพนักงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า พนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นกันเอง อีกทั้งพนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีบุคลิกภาพที่ดีและใส่ใจชุดเรียบร้อย และพนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑิรา น้อยจีน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการ เล็งเห็นว่าพนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้งานได้ โดยแก้ไขปัญหาย่างถูกต้อง และพนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีบริการอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี อีกทั้งสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีห้องรับรองลูกค้าที่สะอาด และบรรยากาศดีมีร่มรื่น และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑิรา น้อยจีน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเล็งเห็นความสำคัญกับมาตรฐานของระบบการรักษาความปลอดภัยในการใช้งาน และมีความทันสมัย สวยงามและน่าใช้งาน

ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า มีรูปแบบการทำงานที่ชัดเจน อีกทั้งสหกรณ์



การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พิจารณาเอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีแบบฟอร์มขอสินเชื่ออ่านและเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีตรา ภูสณง (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค พบว่า ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเล็งเห็น การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความรวดเร็ว อีกทั้งระเบียบขั้นตอนมีความยืดหยุ่นสะดวกต่อลูกค้า และมีขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อน มีการให้บริการอย่างเป็นระบบ

ด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ขอใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำไปพัฒนาอาชีพ หรือขยายธุรกิจ อีกทั้งขอใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำมาใช้จ่ายเป็นค่าจ้าง ค่าตอบแทน กับแรงงานที่จ้างมาเพื่อประกอบอาชีพ เช่น ค่าจ้างพนักงานในการประกอบธุรกิจ เป็นต้น และขอใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำมาใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตให้เป็นปกติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แวยู แสงวพา (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา พบว่าด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน เล็งเห็นภาวะและพฤติกรรม การบริโภคที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และภาวะเงินฝืด เงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ย

การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยการผ่อนชำระที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสามารถของผู้กู้ อีกทั้งใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยจำนวนเงินกู้ที่สอดคล้องกับหลักประกัน และรู้สึกประทับใจกับกระบวนการในการบริการขออนุมัติสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปยุตา อิงคสมภพ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน โดยมีการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคาร สาขากันทรามย์ อีกทั้งหากต้องการเงินลงทุน จะนึกถึงธนาคารเป็นแห่งแรก โดยการประเมินทางเลือกสินเชื่อจากหลักประกันที่ใช้เป็นหลัก โดยจะตั้งใจมาใช้บริการสินเชื่อแห่งนี้ เนื่องจากได้รับการกระตุ้นจากพนักงาน และค้นหาข้อมูลสินเชื่อจากสื่อต่างๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยวิธี Stepwise เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_3) ด้านกระบวนการ (x_4) และด้านเศรษฐกิจ (x_5) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ (R) เท่ากับ .827 และตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ได้ร้อยละ 67.80 ($R \text{ Adj} = .678$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีตรา ภูสณง (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค พบว่า อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการ ราคา ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด พนักงาน



ที่ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ แวญ แสแวนปา (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา พบว่า ด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านความยั่งยืนในธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. จำแนกตามเพศ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เพศชายจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อที่มากกว่า โดยเพศชายอาจจะเป็นหัวหน้าครอบครัว จึงทำให้การตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปยุตา อิงคสมภพ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามเพศ มีค่า t เท่ากับ 2.32 และค่า Sig เท่ากับ 0.02 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($t = 2.32$, Sig = 0.02 < 0.05) แสดงว่าเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยฯ แตกต่างกัน

2. จำแนกตามอายุ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ช่วงอายุที่สูง เช่น 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป จะอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อที่มากกว่า อาจเป็นเพราะว่า อายุช่วงดังกล่าวจะเป็นช่วงที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวและธุรกิจต่างๆ ในการดำรงชีพ ดังนั้นช่วงอายุนี้จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณทิรา น้อยจิน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านอายุกับการตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม ด้านปัจจัยภายนอก พบว่าผลการทดสอบค่าสถิติ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ให้ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยภายนอกของการตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. จำแนกตามอาชีพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า อาชีพเกษตรกร และรับจ้างทั่วไป มีความจำเป็นต้องใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำไปใช้จ่ายในการประกอบอาชีพ และเป็นต้นทุนในการดำเนินประกอบธุรกิจต่อไป อีกทั้งอาชีพเหล่านี้ ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนประเภทอื่นได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธณัฐฐา แสงวสุ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม



Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน จำแนกตามอาชีพ พบว่าโดยรวม (sig.= 0.00) ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า .05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

4. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะเล็งเห็นความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อมากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่นๆ เนื่องจากระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีความต้องการใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อนำเงินทุนไปประกอบอาชีพต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ ภักดีผล (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. จำแนกตามสถานภาพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ที่มีสภาพสมรส จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีสภาพสมรส มีความจำเป็นและมีภาระที่ต้องดูแลครอบครัว จึงมีความจำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนเพื่อขอรับบริการด้านสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปยุตดา อิงคสมภพ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส มีค่า F เท่ากับ 7.94 และค่า Sig เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($F = 7.94, Sig = 0.00 < .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

6. จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด อาจเป็นเพราะมีรายได้ไม่มากนักจึงทำให้ต้องใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อนำทุนไปต่อยอดในอาชีพต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันย์ดารินทร์ พรหมทอง, เครือวัลย์ ชัยกุล และนิศศา ศิลปะเสริฐ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้านในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน



ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาหาดสุรินทร์ (ภูเก็ต) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรมีวงเงินให้กู้หลากหลายพร้อมทั้งมีระยะเวลาการผ่อนชำระที่หลากหลาย และมีจำนวนวงเงินกู้เพียงพอต่อการประกอบการประกอบธุรกิจและต่อยอด
2. ด้านราคา สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรมีการแจ้งราคาค่าอัตราดอกเบี้ยเบื้องต้นก่อนใช้บริการ แล้วคิดอัตราดอกเบี้ยด้วยความเหมาะสมกับเงินกู้และค่าธรรมเนียมการบริการ และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีอัตราการผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป
3. ด้านพนักงาน สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นกันเอง โดยมีบุคลิกภาพที่ดีและใส่ชุดเรียบร้อย และพนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ
4. ด้านลักษณะทางกายภาพ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรให้บริการอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี พร้อมมีห้องรับรองลูกค้าที่สะอาด และบรรยากาศดีร่มรื่น และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ
5. ด้านกระบวนการ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีรูปแบบการทำงานที่ชัดเจนมีการพิจารณาเอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และมีแบบฟอร์มขอสินเชื่ออ่านและเข้าใจง่าย
6. ด้านเศรษฐกิจ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรส่งเสริมบริการด้านสินเชื่อเพื่อนำไปพัฒนาอาชีพหรือขยายธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
2. ศึกษาสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
3. ศึกษาการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหาร พนักงาน และ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดีประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นเครื่องบูชา พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้การอบรมสั่งสอนความรู้จนทำให้ผู้วิจัยสำเร็จการศึกษาเพื่อนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติหน้าที่การงานต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล, นุชนาถ พันธราษฎร์ และณัฐมา ขำศิริ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562. สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชุตานา ผิวเผือก. ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2561.
- เขาวลิต ประสิทธิ์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 6(1), 29-56.
- ทองใบ สุดชาติ. (2546). การวิจัยธุรกิจปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธัญญา แสงสุข. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญดารินทร์ พรหมทอง, เครือวัลย์ ชัยกุล และนิศดา ศิลปะเศรษฐ. (2560). พฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสหกรณ์ (ภูเก็ต). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ปยุตา อิงคสมภพ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ปวีตรา ภูสณง. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทยสาขาซีคอนบางแค. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม.
- แห่งประเทศไทย, ธนาคาร. (2567). รายงานนโยบายการเงินไตรมาสที่ 1 ปี 2567. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- มนทิรา น้อยจิน. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ. (2568). สรุปผลการดำเนินงานประจำปี. สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ: อุบลราชธานี.
- เสาวลักษณ์ รักดีผล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี. การศึกษารายบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเงิน ยุคดิจิทัล วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริประภา จุลวงศ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ศิริวัฒน์ ชนะคุณ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค. (ออนไลน์) (อ้างเมื่อ 22 ตุลาคม 2567) จาก <https://doctemplate.wordpress.com/>
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2560). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.



แวญ แอแวปา. (2560). *สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษา อำเภอเบตง จังหวัดยะลา*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior*. (7th ed.) Fort Worth: The Dry-den.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. (9th ed.) Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.

Krejcie, R.V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.





ผลการเปรียบเทียบโปรแกรมฝึก 2 แบบ ที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว
และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย

The Effects of Two Training Programs on Speed Agility
and Dribbling Ability of Upper Elementary School Football Players

ธนาวุฒิ บุตรวงศ์^{1*}, อนุศักดิ์ สุขคง²

Thanawut Butwong^{1*}, Anusak Sukong²

^{1*, 2} สุขศึกษาและพลศึกษา คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

^{1*, 2} Health Education & Physical Education Faculty of Physical

Education Srinakharinwirot University

*Corresponding author; E-mail: thanawut.butwong@m.swu.ac.th

Received 19 January 2026 Revised 8 February 2026

Accepted 12 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย 2) เพื่อเปรียบเทียบผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักกีฬาฟุตบอล ประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม) มีจำนวนทั้งสิ้น 30 คน ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มโดยเรียงลำดับจากการทดสอบความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ จากเครื่องวัดแรงเหยียดขา ทำการแบ่งกลุ่มแบบสลับฟันปลา เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มทดลองที่ 1 ฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล กลุ่มทดลองที่ 2 ฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล ผลวิจัยพบว่า 1) ทั้ง 2 กลุ่มทดลองมีความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลหลังการฝึกดีกว่าก่อนการฝึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ผลการเปรียบเทียบความเร็วและความคล่องแคล่วว่องไวของกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 พบว่าหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลของกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 พบว่า หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 ไม่แตกต่างกัน และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ได้ร้อยละ 67.80 ($R^2_{Adj} = .678$) และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พบว่า เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: โปรแกรมฝึกแบบร่วมกับ, โปรแกรมฝึกแบบผสมผสาน, ความเร็ว, ความคล่องแคล่วว่องไว, ความสามารถในการเลี้ยงลูกฟุตบอล



ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) to investigate the effects of an SA training program combined with dribbling skills and an SA training program complexed with dribbling skills on speed, agility, and football dribbling ability of upper elementary school soccer players; and 2) to compare the effects of the SA training program combined with dribbling skills and the SA training program complexed with dribbling skills on speed, agility, and football dribbling ability of upper elementary school soccer players. The sample group consisted of 30 upper elementary school soccer players from Srinakharinwirot University Demonstration School, Prasarnmit (Primary Division). The participants were divided into two groups using an alternating assignment method based on their leg muscle strength test results measured by a leg dynamometer. The groups were as follows: Experimental Group 1, which trained with an SA program combined with soccer dribbling skills, and Experimental Group 2, which trained with an SA program complexed with football dribbling skills. The results revealed that: 1) both experimental groups showed significantly greater speed, agility, and football dribbling ability after training compared with before training at the .05 level of significance; and 2) comparisons of speed and agility between Experimental Group 1 and Experimental Group 2 indicated significant differences after the 4th and 8th weeks of training at the .05 level. Comparisons of football dribbling ability between the two groups showed no significant difference after the 4th week of training; however, a significant difference was found after the 8th week of training at the .05 level.

Keywords: Combined Training Program, Complexed Training Program, Speed, Agility, Football Dribbling Ability

บทนำ

เป็นที่ยอมรับกันว่าฟุตบอลคือกีฬาที่ได้รับความนิยมทั่วโลก มีการแข่งขันทุกระดับ ทุกช่วงวัย เป็นกีฬาที่ผู้คนเล่นอยู่ทั่วทุกมุมของโลกใบนี้ กติกาการเล่นเข้าใจง่าย การแข่งขันมีความเร้าใจ ดึงดูดให้ผู้คนสนใจอยากเป็นนักกีฬาฟุตบอล การแข่งขันกีฬาฟุตบอลระดับสโมสรในประเทศไทย กำลังได้รับความสนใจและเป็นที่นิยมจากประชากรเป็นอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนารูปแบบการจัดการแข่งขันที่มีระเบียบแบบแผนที่ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งแต่ละสโมสรได้มีการพัฒนาทีมของตนเองให้มีศักยภาพมากขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากโรงเรียนที่มีการส่งเสริมนักเรียนให้มีความสามารถทางด้านกีฬา หรือมาจากแอมมองของสโมสรที่ได้ไปติดตามการแข่งขันกีฬาฟุตบอล ซึ่งจัดโดยกรมกอง หรือหน่วยงานต่างๆ ในประเทศ (อาชวิทธิ์ เจริญกลิ่นจันทร์, 2561) การพัฒนาเยาวชนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับฟุตบอลระดับพื้นฐาน ในรุ่นอายุไม่เกิน 8 ปี 10 ปี และ 12 ปี จะต้องได้รับการส่งเสริม และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เล่นและครอบครัว ทุกภาคส่วนมีส่วนสำคัญในการยกระดับการพัฒนากีฬาฟุตบอล เช่นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อจัดตั้งแผนพัฒนาฟุตบอลแบบยั่งยืนในทิศทางเดียวกัน ในอนาคตการสร้างทีมกำลังนักกีฬาเพื่อต่อยอดในอนาคตควรเริ่มตั้งแต่อายุ 6 ปี สถาบันฝึกซ้อมฟุตบอล (Football Academy) จึงมีความสำคัญ



อย่างยิ่งในการบ่มเพาะนักกีฬาเยาวชน เพื่อก้าวไปสู่นักกีฬาทีมชาติในอนาคต (สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2566)

ในการแข่งขันกีฬาฟุตบอลไม่ได้ใช้ทักษะในการเล่นเพียงอย่างเดียว ยังมีองค์ประกอบของสมรรถภาพทางร่างกายเข้ามาประกอบด้วย เช่น ความเร็ว (Speed) ความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) ความอดทน (Endurance) ความแข็งแรง (Strength) ความอ่อนตัว (Flexibility) และความอดทนของระบบหายใจและระบบไหลเวียนเลือด (Respiratory and circulatory endurance) สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบในการเล่นฟุตบอล จะเห็นได้ว่าการแข่งขันฟุตบอลในปัจจุบันการเล่นจะเร็วกว่าในอดีตที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งหรือการใช้ทักษะต่างๆในเกมการแข่งขัน ความเร็วและความคล่องแคล่วว่องไวเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของกีฬาฟุตบอลที่สำคัญในการเล่นและการแข่งขัน ถ้านักฟุตบอลมีความเร็วและความคล่องแคล่วว่องไวเพิ่มขึ้นนั้นหมายถึงความสามารถของนักฟุตบอลก็จะพัฒนาขีดความสามารถมากขึ้นสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีการเคลื่อนไหวที่รวดเร็วและเคลื่อนที่หาช่องว่างอยู่ตลอดเวลา การเลี้ยงบอล การพาดบอล การสกัดกั้น การป้องกันการยิงประตู รวมไปถึงความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมทีมอย่างมีประสิทธิภาพ (ภัทรดล เพชรพลอยนิล, 2560) สอดคล้องกับ (คุณานนต์ ต้นเจริญสุข, 2564) ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถภาพทางกายด้านความคล่องแคล่วว่องไวของนักกีฬาฟุตบอลยิ่งมีมากจะทำให้นักฟุตบอลได้เปรียบขณะแข่งขันมากขึ้น สามารถเอาตัวรอดกับสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดี และเคลื่อนที่หาที่ว่างได้ตลอดเวลา เนื่องจากการเคลื่อนไหวในการเล่นฟุตบอลนั้นแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ เคลื่อนที่ด้วยการเร่งความเร็ว และชะลอความเร็วเพื่อหลบหลีกการป้องกันการข่มขู่ตรงข้ามเพื่อหาพื้นที่ในการรับบอลและหาจังหวะในการยิงประตู อีกทั้งยังยังมีการเคลื่อนที่ไปกับลูกบอล เพื่อบุกกดดันฝ่ายตรงข้ามและเคลื่อนที่ไปกับฟุตบอลเพื่อยิงประตู

ระบบประสาทและกล้ามเนื้อ (Neuromuscular System) ถือเป็นรากฐานสำคัญของสมรรถภาพทางกาย โดยทำหน้าที่ประสานการทำงานระหว่างระบบประสาทส่วนกลางและระบบกล้ามเนื้อ ผ่านกระบวนการส่งสัญญาณไฟฟ้าจากสมองและไขสันหลังไปยังเส้นประสาทส่วนปลาย เพื่อควบคุมการหดตัวและการยึดตัวของกล้ามเนื้อ ส่งผลให้ร่างกายสามารถสร้างแรง การทรงตัว และการเคลื่อนไหวได้อย่างมีประสิทธิภาพและแม่นยำ ระบบดังกล่าวมีบทบาทโดยตรงต่อองค์ประกอบของสมรรถภาพทางกายที่จำเป็นต่อการออกกำลังกาย การเล่นกีฬา และการดำรงชีวิตประจำวัน ความแข็งแรงและพลังของกล้ามเนื้อ (Strength and Power) เกิดจากความสามารถของระบบประสาทในการสั่งการหน่วยมอเตอร์ (Motor Units) จำนวนมากให้ทำงานพร้อมกันและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้กล้ามเนื้อสามารถหดตัวได้อย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้ ความคล่องแคล่วว่องไว (Agility) และการประสานงานของการเคลื่อนไหว (Coordination) ยังอาศัยการทำงานร่วมกันของระบบประสาทในการรับรู้ตำแหน่งและการเคลื่อนไหวของร่างกายผ่านตัวรับรู้จากข้อต่อ กล้ามเนื้อ และระบบการทรงตัวในหูชั้นใน ก่อนส่งคำสั่งไปยังกล้ามเนื้อเพื่อปรับเปลี่ยนทิศทางและความเร็วของการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว ในด้านการทรงตัว (Balance) ระบบประสาทมีบทบาทสำคัญในการควบคุมการทำงานของกล้ามเนื้อให้เกิดการหดตัวและคลายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาสสมดุลและท่าทางของร่างกายให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ขณะเดียวกัน เวลาปฏิกิริยา (Reaction Time) เป็นผลมาจากความรวดเร็วในการส่งสัญญาณประสาทจากสมองไปยังกล้ามเนื้อเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเล่นกีฬาและการเคลื่อนไหวที่ต้องการความแม่นยำสูง นอกจากนี้ ระบบประสาทและกล้ามเนื้อยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับความทนทานของกล้ามเนื้อ (Muscular Endurance) โดยระบบประสาทที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การหดตัวของกล้ามเนื้อเป็นไปอย่างเหมาะสม ลดการสูญเสียพลังงานและความเหนื่อยล้า (Fatigue) ระหว่างการออกกำลังกาย ส่งผลให้สามารถปฏิบัติกิจกรรมทางกายได้อย่างต่อเนื่องและยาวนานมากยิ่งขึ้น

หลักการสร้างโปรแกรมการฝึกเพื่อพัฒนาความสามารถของนักกีฬาให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายจะต้องคำนึงถึงสภาวะความพร้อมของนักกีฬาเป็นสำคัญ เช่น อายุ เพศ รูปร่าง และระดับความพร้อมของร่างกายเป็นต้น



ฉะนั้น การกำหนดโปรแกรมในการฝึกให้ถูกต้อง และเหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนให้ตรงตามสภาพของนักกีฬาในแต่ละประเภทกีฬาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการฝึกซ้อม ในการแข่งขันจะประสบความสำเร็จได้สมรรถภาพร่างกายและทักษะของผู้เล่นจะเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จของนักกีฬา นักฟุตบอลระดับเยาวชนจึงต้องพัฒนาทั้งสมรรถภาพร่างกายและทักษะกีฬาฟุตบอลควบคู่กันไป ความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงบอล นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ นักฟุตบอลประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงได้นำวิธีการฝึก 2 รูปแบบ 1.การฝึกแบบควบคู่ (ฝึกทีละทักษะ) หมายถึง การนำวิธีการฝึกตั้งแต่สองรูปแบบขึ้นไปมาฝึกแบบควบคู่กันไป เช่น การฝึกความแข็งแรงร่วมกับการฝึกพลัยโอเมตริก (Strength and Plyometric Training) การฝึกความเร็วร่วมกับความคล่องแคล่วว่องไว (Sprint and Agility Training) หรือการฝึกทักษะเฉพาะกีฬาร่วมกับการฝึกสมรรถภาพทางกาย (Technical Drills and Physical Conditioning) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการพัฒนาทั้งด้านสมรรถภาพทางกายและทักษะการเคลื่อนไหวควบคู่กันอย่างเป็นระบบการฝึกในลักษณะดังกล่าวช่วยให้ร่างกายสามารถปรับตัวทางสรีรวิทยาและระบบประสาทและกล้ามเนื้อได้อย่างครอบคลุม ส่งผลให้เกิดการพัฒนาในหลายองค์ประกอบพร้อมกัน อาทิ ความแข็งแรง พลัง ความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการปฏิบัติทักษะเฉพาะทางกีฬา ซึ่งเหมาะสมต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการฝึกซ้อมกีฬาและการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายในบริบทต่างๆ (Liu H, 2024) 2.การฝึกแบบผสมผสาน (ฝึกหลายทักษะในรูปแบบการฝึกเดียว) การฝึกแบบผสมผสานสามารถพัฒนากำลังกล้ามเนื้อที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของกีฬา โดยอาศัยแนวคิดของการฝึกตามหน้าที่การทำงานของร่างกาย (Functional Training) เพื่อกระตุ้นการทำงานของกล้ามเนื้อให้เกิดการปรับตัวในลักษณะที่ใกล้เคียงกับการเคลื่อนไหวที่แท้จริงในกีฬาประเภทต่าง ๆ แนวทางการฝึกดังกล่าวแตกต่างจากโปรแกรมการฝึกทั่วไปที่มีได้คำนึงถึงความเฉพาะเจาะจงของกีฬาเป็นหลัก ส่งผลให้กำลังกล้ามเนื้อที่พัฒนาขึ้นจากการฝึกแบบผสมผสานสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติกิจกรรมทางกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chu, 1992) สอดคล้องกับ (Young, 1993) การฝึกที่ผสมผสานรูปแบบการฝึกที่แตกต่างกัน แต่เน้นการฝึกกล้ามเนื้อหรือรูปแบบการเคลื่อนไหวเดียวกันอย่างต่อเนื่องภายในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดการถ่ายทอดพลังและการทำงานของกล้ามเนื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเอื้อต่อการพัฒนาสมรรถภาพทางกายที่สอดคล้องกับความต้องการของการเคลื่อนไหวในกิจกรรมทางกีฬา

จากการฝึกซ้อมฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม) พบว่านักกีฬามีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนทิศทางที่ช้า ทำให้การเลี้ยงบอลหลุดคู่ต่อสู้ การวิ่งหลบหลีกคู่ต่อสู้ การวิ่งเปลี่ยนทิศทางทำได้ไม่ดีเท่าที่ควร ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมรรถภาพ พบว่าความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน จึงได้นำโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยง มาฝึกเพื่อพัฒนาในด้านความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล เพื่อให้มีสมรรถภาพที่ดีขึ้นและนำไปใช้ในการเล่นกีฬาฟุตบอลและกีฬาชนิดต่างๆได้ดีขึ้น



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอล ประถมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อเปรียบเทียบผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอล ประถมศึกษาตอนปลาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชายชั้นประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม) จำนวน 401 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้ เกณฑ์คัดเข้า 1) เป็นนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย 2) เป็นผู้สมัครใจเข้าร่วมการวิจัย 3) ไม่มีโรคประจำตัว 4) ไม่มีอาการบาดเจ็บ 5) ได้รับความยินยอมจากผู้ปกครอง

เกณฑ์คัดออก 1) เกิดการบาดเจ็บเนื่องจากเข้าร่วมโครงการ 2) มีการเจ็บป่วยหรือปัญหาทางด้านสุขภาพระหว่างเข้าร่วม 3) ขาดการเข้าร่วมการฝึกเกิน 3 ครั้ง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรทั้งหมดมาจากเกณฑ์ของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) จากจำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมฝึกซ้อมฟุตบอล 45 คน และคัดตามเกณฑ์กลุ่มทดลองขั้นต่ำที่ใช้ในการทดลองเชิงปริมาณจำนวนทั้งสิ้น 30 คน จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการใช้วิธีการแบ่งกลุ่มโดยเรียงลำดับจากการทดสอบความแข็งแรงของกล้ามเนื้อขา ด้วยการทดสอบจากเครื่องวัดแรงเหวี่ยงขา (Leg Dynamometer) เพื่อทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเรียงลำดับความแข็งแรงกล้ามเนื้อขาจากมากไปน้อย แล้วแบ่งกลุ่มแบบสลับฟันปลา เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มทดลองที่ 1 ฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล จำนวน 15 คน
2. กลุ่มทดลองที่ 2 ฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1. โปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล มีขั้นตอนการสร้างดังนี้
 - 1.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร คู่มือและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล
 - 1.2 สร้างโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล โดยใช้ระยะเวลา 8 สัปดาห์ๆ ละ 3 วัน โดยทำการฝึกวันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์
 - 1.3 นำโปรแกรมการฝึกที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of item objective congruence) โดยมีค่า IOC = 0.82



1.4 ปรับปรุงแก้ไขโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมการวิจัย จำนวน 5 คน โดยมีค่า IOC = 1.0

1.5 ดำเนินการแก้ไข และนำไปใช้ในการฝึกกับกลุ่มทดลอง

2. โปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล

2.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร คู่มือและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล

2.2 สร้างโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล โดยใช้ระยะเวลา 8 สัปดาห์ๆ ละ 3 วัน โดยทำการฝึกวันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์

2.3 นำโปรแกรมการแบบฝึกที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of item objective congruence) โดยมีค่า IOC = 0.95

2.4 ปรับปรุงแก้ไขโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมการวิจัย จำนวน 5 คน โดยมีค่า IOC = 1.0

2.5 ดำเนินการแก้ไข และนำไปใช้ในการฝึกกับกลุ่มทดลอง

โปรแกรมที่ใช้ในการฝึก ประกอบไปด้วย

ตารางที่ 1 โปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล สัปดาห์ที่ 1 - 4 (สัปดาห์ที่ 4 - 8 เพิ่มจำนวนเซตจาก 2 เซต เป็น 3 เซต)

โปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะ การเลี้ยงฟุตบอล (กลุ่มทดลองที่ 1)	ระยะเวลา/ ระยะทาง	จำนวน เซต	พัก ระหว่าง เซต	พัก ระหว่าง แบบฝึก	ระยะเวลาของ แต่ละแบบฝึก
ขึ้นอบอุ่นร่างกาย (warm up)					15 นาที
แบบฝึกที่ 1. Running sprint 10 m.	10 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	4 นาที
แบบฝึกที่ 2. Running sprint 30 m.	30 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	6 นาที
แบบฝึกที่ 3. L Drill	40 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	8 นาที
แบบฝึกที่ 4. T Drill	40 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	8 นาที
แบบฝึกที่ 5. Meet Mr. Ball	1 นาที	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	5 นาที
แบบฝึกที่ 6. Let's Go Dribbling	1 นาที	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	5 นาที
แบบฝึกที่ 7. Monster Trucks	1 นาที	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	5 นาที
แบบฝึกที่ 8. Sponge Bob Soccer Pants	20 วินาที	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	6 นาที
ขึ้นคลายอุ่น (Cool Down)					15 นาที
รวมระยะเวลา				77 นาที	



ตารางที่ 2 โปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล สัปดาห์ที่ 1 - 4 (สัปดาห์ที่ 4 - 8 เพิ่มจำนวนเซตจาก 2 เซต เป็น 3 เซต)

โปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงฟุตบอล (กลุ่มทดลองที่ 2)	ระยะเวลา/ระยะทาง	จำนวนเซต	พักระหว่างเซต	พักระหว่างแบบฝึก	ระยะเวลาของแต่ละแบบฝึก
ขึ้นอบอุ่นร่างกาย (warm up)					15 นาที
แบบฝึกที่ 1. Dribble around the Cone	10 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	4 นาที
แบบฝึกที่ 2. Slalom Through Cones	15 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	6 นาที
แบบฝึกที่ 3. The Wiggles	30 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	8 นาที
แบบฝึกที่ 4. Dribble, Turn and Escape	10 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	8 นาที
แบบฝึกที่ 5. Truck and Trailer	1 นาที	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	5 นาที
แบบฝึกที่ 6. Bob the Builder	20 เมตร	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	5 นาที
แบบฝึกที่ 7. Dribble to Corners	1 นาที	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	5 นาที
แบบฝึกที่ 8. Cops and Robbers	20 วินาที	2 เซต	30 วินาที	2 นาที	6 นาที
ขึ้นคลายอุ่น (Cool Down)					15 นาที
รวมระยะเวลา			77 นาที		

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วย

1. แบบทดสอบความเร็ว วิ่ง 20 เมตร (Running sprint 20 m. test) (หน่วยวัดเป็นวินาที)
2. แบบทดสอบความคล่องแคล่วว่องไวของ อิลลินอยส์ (Illinois Agility Test) (หน่วยวัดเป็นวินาที)
3. แบบทดสอบความสามารถในการเลี้ยงบอล (Modified Illinois change of direction test with ball dribbling) (หน่วยวัดเป็นวินาที)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนในการทดสอบความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8
2. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสามารถในการทดสอบความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวชนิดวัดซ้ำ (One-Way repeated ANOVA)
3. วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวชนิดวัดซ้ำ (One-Way repeated ANOVA) หากพบว่าค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของแต่ละกลุ่ม โดยใช้วิธีของบอนเฟอรโรนี (Bonferroni) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ .05
4. การวิเคราะห์สถิติข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนวณหาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
5. นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง



ผลการวิจัย

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการทดสอบความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ก่อนการทดลองระหว่างกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 (N=15)

ทักษะก่อนฝึก	กลุ่มทดลองที่ 1		กลุ่มทดลองที่ 2		t	p-value
	($\bar{X}$)	(S.D.)	($\bar{X}$)	(S.D.)		
ความเร็ว	4.34	.33	4.58	.34	-1.97	.06
ความคล่องแคล่วว่องไว	20.31	1.33	20.40	1.09	-.21	.83
ความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล	32.01	2.44	31.93	2.32	.09	.93

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการทดสอบความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ก่อนการทดลองระหว่างกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 พบว่า ทั้ง 3 ทักษะ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ตารางที่ 4 ผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยง ที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มทดลองที่ 1 (N=15)

สัปดาห์/ทักษะ	กลุ่มทดลองที่ 1		กลุ่มทดลองที่ 2	
	($\bar{X}$)	(S.D.)	($\bar{X}$)	(S.D.)
ความเร็ว				
ก่อนการฝึก	4.34	.33	4.58	.34
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	4.02	.34	4.34	.36
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	3.61	.33	4.08	.33
ความคล่องแคล่วว่องไว				
ก่อนการฝึก	20.31	1.33	20.40	1.09
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	18.52	1.11	19.80	1.24
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	17.01	1.19	19.33	1.26
ความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล				
ก่อนการฝึก	32.01	2.44	31.93	2.32
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	30.78	2.45	31.45	2.24
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	29.02	2.37	30.79	2.24



จากตารางที่ 4 ผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่ว ว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย เมื่อพิจารณาในด้านความเร็วของกลุ่มทดลองที่ 1 พบว่ามีแนวโน้มของความเร็วเพิ่มมากขึ้นตามระยะเวลาในการฝึก

ผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย เมื่อพิจารณาในด้านความเร็วของกลุ่มทดลองที่ 2 พบว่ามีแนวโน้มของความเร็วเพิ่มมากขึ้นตามระยะเวลาในการฝึก

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวชนิดวัดซ้ำผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มทดลองที่ 1 (N=15)

แหล่งความแปรปรวน กลุ่มทดลองที่ 1	SS	df	MS	F	p-value
ความเร็ว					
ระยะเวลา	4.02	1.27	3.17	208.29*	.00
ความคลาดเคลื่อน	.27	17.73	.02		
ความคล่องแคล่วว่องไว					
ระยะเวลา	81.77	1.26	64.79	77.92*	.00
ความคลาดเคลื่อน	14.69	17.67	.83		
ความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล					
ระยะเวลา	67.82	1.38	49.21	118.76*	.00
ความคลาดเคลื่อน	7.99	19.29	.41		

*p<.05

จากตารางที่ 5 พบว่าระยะเวลาในการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ของการวิจัยและเมื่อพิจารณาในส่วนของการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาการฝึกในช่วงเวลาต่างๆ ด้วยวิธีการทดสอบแบบบอนเฟอร์โรนี ปรากฏผลดังตาราง 5



ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของจำนวนในการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มทดลองที่ 1(N=15)

ระยะเวลา	($\bar{X}$)	ก่อนเรียน	หลังการฝึก สัปดาห์ที่ 4	หลังการฝึก สัปดาห์ที่ 8
ความเร็ว				
ก่อนการฝึก	4.34	-	.32*	.73*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	4.02		-	.41*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	3.61			-
ความคล่องแคล่วว่องไว				
ก่อนการฝึก	20.31	-	1.79*	3.30*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	18.52		-	1.51*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	17.01			-
ความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล				
ก่อนการฝึก	32.01	-	1.23*	2.99*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	30.78		-	1.76*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	29.02			-

* $p < .05$

จากตารางที่ 6 พบว่า ระยะเวลาฝึกที่เพิ่มขึ้นของรูปแบบการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงส่งผลให้นักกีฬาฟุตบอลกลุ่มตัวอย่างมีความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกช่วงเวลาของการฝึก

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวชนิดวัดซ้ำของผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มทดลองที่ 2 (N=15)

แหล่งความแปรปรวน กลุ่มทดลองที่ 2	SS	df	MS	F	p-value
ความเร็ว					
ระยะเวลา	1.86	1.26	1.47	103.59*	.00
ความคลาดเคลื่อน	.25	17.67	.01		
ความคล่องแคล่วว่องไว					
ระยะเวลา	8.68	1.04	8.33	62.57*	.00
ความคลาดเคลื่อน	1.94	14.58	.13		

แหล่งความแปรปรวน กลุ่มทดลองที่ 2	SS	df	MS	F	p-value
ความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล					
ระยะเวลา	9.78	1.07	9.14	130.07*	.00
ความคลาดเคลื่อน	1.05	14.97	.07		

*p<.05

จากตารางที่ 7 พบว่าระยะเวลาในการฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงของนักกีฬาฟุตบอล ประถมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ของการวิจัยและเมื่อพิจารณาในส่วนของการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาการฝึกในช่วงเวลาต่างๆ ด้วยวิธีการทดสอบแบบบอนเฟอร์โรนี ปรากฏผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของจำนวนในการฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มทดลองที่ 2 (N=15)

ระยะเวลา	($\bar{X}$)	ก่อนเรียน	หลังการฝึก สัปดาห์ที่ 4	หลังการฝึก สัปดาห์ที่ 8
ความเร็ว				
ก่อนการฝึก	4.58		.24*	.50*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	4.34	-	-	.26*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	4.08			-
ความคล่องแคล่วว่องไว				
ก่อนการฝึก	20.40		.60*	1.07*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	19.80	-	-	.48*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	19.33			-
ความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล				
ก่อนการฝึก	31.93		.48*	1.14*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	31.45	-	-	.65*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	30.79			-

*p<.05

จากตารางที่ 8 พบว่าระยะเวลาฝึกที่เพิ่มขึ้นของรูปแบบการฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่ส่งผลให้นักกีฬาฟุตบอลกลุ่มตัวอย่างมีความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกช่วงเวลาของการฝึก



ตารางที่ 9 ผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยง ที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย ก่อนการฝึก หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 (N=15)

สัปดาห์/ทักษะ	กลุ่มทดลองที่ 1		กลุ่มทดลองที่ 2		t	p-value
	($\bar{X}$)	(S.D.)	($\bar{X}$)	(S.D.)		
ความเร็ว						
ก่อนการฝึก	4.34	.33	4.58	.34	-1.97	.06
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	4.02	.34	4.34	.36	-2.53	.02*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	3.61	.33	4.08	.33	-3.88	.00*
ความคล่องแคล่วว่องไว						
ก่อนการฝึก	20.31	1.33	20.40	1.09	-.21	.83
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	18.52	1.11	19.80	1.24	-3.00	.01*
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	17.01	1.19	19.33	1.26	-5.17	.00*
ความสามารถในการเล่นฟุตบอล						
ก่อนการฝึก	32.01	2.44	31.93	2.32	.09	.93
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4	30.78	2.45	31.45	2.24	-.78	.44
หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8	29.02	2.37	30.79	2.24	-2.11	.04*

*p<.05

จากตารางที่ 9 พบว่า หลังการฝึก 4 สัปดาห์ กลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 มีความเร็วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกันกับผลการทดสอบความคล่องแคล่วว่องไวพบว่า กลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 มีความคล่องแคล่วว่องไวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ผลการทดสอบความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล พบว่า กลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 มีความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล พบว่า ไม่แตกต่างกัน

หลังการฝึก 8 สัปดาห์ กลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 มีความเร็วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกันกับผลการทดสอบความคล่องแคล่วว่องไวพบว่า กลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 มีความคล่องแคล่วว่องไวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการทดสอบความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล พบว่ากลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 มีความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความเร็วของกลุ่มทดลองที่ 1 และ 2 พบว่า

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความเร็วของกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 ด้วยการฝึกโปรแกรมโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่ส่งผลต่อความเร็ว เมื่อทำการ



เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 พบว่ากลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความคล่องแคล่วว่องไวของกลุ่มทดลองที่ 1 และ 2 พบว่า

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคล่องแคล่วว่องไวของกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 ด้วยการฝึกโปรแกรมโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่ส่งผลต่อความคล่องแคล่วว่องไว เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 พบว่า กลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลของกลุ่มทดลองที่ 1 และ 2 พบว่า

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลของกลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 ด้วยการฝึกโปรแกรมโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่ส่งผลต่อความคล่องแคล่วว่องไว เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 พบว่าไม่แตกต่าง และหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 พบว่ากลุ่มทดลองที่ 1 และกลุ่มทดลองที่ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

เพื่อศึกษาผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย พบว่า ระยะเวลาในการฝึกที่แตกต่างกันส่งผลให้ความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 2 สัปดาห์ที่ 4 และ สัปดาห์ที่ 8 ดีกว่าก่อนการฝึก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงมีความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอลมากกว่าก่อนเข้าร่วมโปรแกรมฝึก แสดงให้เห็นว่าโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยง เป็นการฝึกกระบวนประสาทให้การทำงานโดยใช้การเคลื่อนไหวที่รวดเร็วบ่อยๆ โดยการทำงานต้องเป็นอัตโนมัติทั้งระบบประสาทและกล้ามเนื้อ ซึ่งการพัฒนากระบวนประสาทและกล้ามเนื้อ สามารถพัฒนาได้ด้วยการเคลื่อนไหวที่หลากหลาย ส่งผลให้การเคลื่อนไหวของนักกีฬาดีขึ้น เป็นการเพิ่มความสามารถด้านกลไกของระบบประสาทให้มีปฏิกิริยาเร็วขึ้น และเพิ่มการผลิตพลังงานให้เกิดความคล่องแคล่วว่องไว ซึ่งส่งผลต่อทักษะในการเคลื่อนไหวของกีฬาฟุตบอล เช่น การเลี้ยงลูก การยิงประตู การรับ-ส่ง และการป้องกัน พีระพงษ์ เด็ดทองกลาง (2566) และสอดคล้องกับ สุรพล รักษาทรัพย์ (2563) ที่ได้ศึกษาโปรแกรมการฝึกเอส เอ คิวตามแนวคิดของเฮลที่มีต่อความคล่องแคล่วว่องไวของนักฟุตบอลชาย โรงเรียนกีฬากรุงเทพมหานคร จำนวน 45 คน ทำการฝึกเป็นเวลา 8 สัปดาห์ ผลวิจัยพบว่า หลังทำการฝึกตามโปรแกรมครบ 8 สัปดาห์มีความคล่องแคล่วว่องไวที่ดีขึ้นกว่าก่อนการฝึก แสดงให้เห็นว่าการฝึกหรือออกกำลังกายที่ใช้อวัยวะต่างๆ ของร่างกาย ที่เกิดการทำซ้ำ ๆ เดิม ๆ อย่างสม่ำเสมอ เป็นระบบทำให้เกิดการพัฒนาที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ คุณานนต์ ต้นเจริญสุข (2565) ผลวิจัยพบว่าหลังการฝึกโปรแกรม ฟลย์โอเมตริกพร้อมกับโปรแกรมตารางเก้าช่อง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพลัง ความเร็ว และความคล่องแคล่วว่องไว เพิ่มขึ้นจากก่อนการฝึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อเปรียบเทียบผลของการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงที่มีต่อความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไวและความสามารถในการเลี้ยงฟุตบอล ของนักกีฬาฟุตบอลประถมศึกษาตอนปลาย พบว่า กลุ่มการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงค่าเฉลี่ยหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 4 และสัปดาห์ที่ 8 ดีกว่ากลุ่มการฝึกโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 เนื่องจากการฝึกโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยงเป็นการใช้แบบฝึกแยกทักษะความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และทักษะการเลี้ยงบอลอย่างชัดเจน ส่งผลให้นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะเฉพาะในด้านความเร็ว ความคล่องแคล่วว่องไว และทักษะการเลี้ยงบอลได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยานันท์ โสพิณ (2564) ศึกษาและเปรียบเทียบผลการฝึกความสัมพันธ์ของระบบประสาทและกล้ามเนื้อควบคู่กับการฝึกทักษะที่มีต่อความสามารถของการเตะตะกร้อด้วยข้างเท้าด้านในของนักเรียน ผลการวิจัยพบว่า หลังการฝึก 8 สัปดาห์ ทักษะการเตะตะกร้อของทั้ง 2 กลุ่ม มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นกว่าก่อนฝึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มทดลองทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ฝึกความสัมพันธ์ของระบบประสาทและกล้ามเนื้อควบคู่กับการฝึกทักษะมีความสามารถในการเตะตะกร้อด้วยข้างเท้าด้านในดีกว่ากลุ่มที่ฝึกทักษะเตะกร้อเพียงอย่างเดียว และสอดคล้องกับ ทศน์ไท คำชาย (2567) ได้ทำการศึกษาผลของโปรแกรมการฝึกความคล่องแคล่วว่องไวควบคู่กับทักษะการเลี้ยงลูกบอลของนักกีฬาฟุตบอลโรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์สมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคล่องแคล่วว่องไว และความเร็วในการเลี้ยงลูกบอลหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของโปรแกรมการฝึกความคล่องแคล่วว่องไวควบคู่กับทักษะการเลี้ยงลูกบอล และโปรแกรมการฝึกแบบปกติสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคล่องแคล่วว่องไวและความเร็วในการเลี้ยงลูกบอลของนักกีฬาฟุตบอล หลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ของโปรแกรมการฝึกความคล่องแคล่วว่องไวควบคู่กับทักษะการเลี้ยงบอลสูงกว่าโปรแกรมการฝึกแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

จากการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบโปรแกรมเอส เอ ร่วมกับทักษะการเลี้ยง และโปรแกรมเอส เอ ผสมผสานกับทักษะการเลี้ยงทั้งสองกลุ่มมีรูปแบบการฝึกใกล้เคียงกันจึงควรมีการเพิ่มรูปแบบการฝึกรูปแบบอื่นๆ โดยพิจารณาจากการเคลื่อนไหวพื้นฐานของทักษะกีฬานั้นๆ และนำมาประยุกต์สร้างแบบฝึกที่เหมาะสมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในกีฬาประเภทนั้นๆ กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 10-12 ปี เป็นช่วงเริ่มต้นของการฝึกออกกำลังกาย มีทักษะทางด้านกีฬาและความแข็งแรงที่ไม่มาก ผู้ที่ทำวิจัยควรรัดกุมเรื่องความปลอดภัยและโปรแกรมฝึกที่นำมาใช้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบกับโปรแกรมการฝึกแบบร่วมกับ และโปรแกรมผสมผสานร่วมสมรรถภาพทางกายด้านอื่นๆ
2. ศึกษารูปแบบโปรแกรมแบบร่วมกับ และแบบผสมผสานเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับกีฬานชนิดอื่นๆ

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เพราะความกรุณาและเมตตาในการให้คำปรึกษาแนะนำและข้อเสนอแนะตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร. อนุศักดิ์ สุขง ผู้วิจัยซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้



ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วัฒนา สุทธิพันธุ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพัฒน์ เตือนเพ็ญศรี อาจารย์ ดร.ผกามาศ รัตนบุษย์ อาจารย์ ดร.ยุทธกร ไพรวงษ์ และอาจารย์ ดร.ไมตรี กุลบุตร ที่กรุณาให้คำแนะนำรวมถึงข้อคิดในการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยครั้งนี้ทำให้ปริญาานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมเกียรติ วรรณเฉลิม ผู้อำนวยการโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม) ในการให้ความอนุเคราะห์ด้านสถานที่ในการเก็บข้อมูลวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณ นักกีฬาฟุตบอลโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม) ทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินการทดลองครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รวมถึงพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ คณะพลศึกษา เพื่อนอาจารย์และเจ้าหน้าที่โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม) ทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจพร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยให้ผู้วิจัยตลอดมาจนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- คุณานนต์ ต้นเจริญสุข. (2565). การเปรียบเทียบผลการฝึกโปรแกรมพลัยโอเมตริก ร่วมกับโปรแกรมตารางเก้าช่องที่มีต่อ พลังความเร็ว และคล่องแคล่วว่องไวในนักกีฬาฟุตบอลชาย. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 48(2), 195-205.
- ทัศนไธ คำชาย. (2567). ผลของโปรแกรมการฝึกความคล่องแคล่วควบคู่กับทักษะการเลี้ยงลูกบอลของนักกีฬาฟุตบอลโรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์สมุทรสาคร. *ศึกษา วารสารศึกษาศาสตร์*, 11(1), 52-60.
- ปิยานันท์ โสพิน. (2564). ผลการฝึกความสัมพันธ์ของระบบประสาทและกล้ามเนื้อควบคู่การฝึกทักษะที่มีต่อความสามารถของการเตะตะกร้อด้วยข้างเท้าด้านในของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. (ปริญาานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พีระพงษ์ เด็ดทองกลาง. (2566). ผลของการฝึกโปรแกรมพลัยโอเมตริกควบคู่กับโปรแกรมเอส เอ คิวที่มีต่อความคล่องแคล่วว่องไว และความแข็งแรงของกล้ามเนื้อขาในนักกีฬาฟุตบอล. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ*, 10(2), 285-229.
- ภัทรดล เพชรพลอยนิล. (2560). ผลการฝึกแบบผสมผสานที่มีต่อความคล่องแคล่วว่องไวและความเร็วของนักกีฬาฟุตบอลชาย. ปริญาานิพนธ์ (กศ.ม. (การจัดการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา)) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2560.
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Phy_Ed_Man/Patharadol_P.pdf
- สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. (2566, 12 กันยายน 2567). *ประวัติสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย*.
<http://fathailand.org/>
- สุรพล รักษาทรัพย์. (2563). ผลของโปรแกรมการฝึกรูปแบบ เอส เอ คิว ตามแนวคิดของเฮลที่มีต่อความคล่องแคล่วว่องไวของนักกีฬาฟุตบอลชายโรงเรียนกีฬากรุงเทพมหานคร (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี, ชลบุรี.
- อาชวิทธิ์ เจริญกลิ่นจันทร์. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพนักกีฬาฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 109-120.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Chu, D.A. (1992). *Jumping into Plyometric*. Illinois: Leisure Press.



Liu H, (2024) *The Effect of Combined Strength, Plyometric, and Sprint Training on Repeated Sprint Ability in Team-Sport Athletes: J Sports Sci Med.* 1;23(4), 718-743.

Young, W. (1993). Resistance training: Training for speed/strength –Heavy vs. light loads. *Strength & Conditioning Journal*, 15(5), 34-43.



บทบาทอาหารพิเศษบนเครื่องบินต่อสุขภาวะผู้โดยสารและคุณภาพการให้บริการของสายการบิน

The Role of In-Flight Special Meals in Passenger Well-Being and Airline Service Quality

ภาควิชา พันปี^{1*}, นิสา นุ่มวงศ์², ณฐาพัทธ์ พิชญปฐมสิธิ³

Pakpoom Panpee^{1*}, Nisa Numwong², Nathaphatha Pichayapathomsithi³

^{1*, 2, 3} สาขาวิชาธุรกิจการบิน โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

^{1*, 2, 3} Airline Business Department School of Tourism and Hospitality

Management Suan Dusit University

*Corresponding author; E-mail: pakpoom.panpee@gmail.com

Received 19 January 2026 Revised 4 March 2026

Accepted 12 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Literature Review) โดยสืบค้นและรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลวิชาการระดับสากลและระดับประเทศ อาทิ Scopus, ScienceDirect และ ThaiJO ระหว่างปี ค.ศ. 2015-2026 จำนวนกว่า 30 ฉบับ และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ ผลการศึกษาพบว่า อาหารพิเศษบนเครื่องบินมีบทบาทใน 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) การส่งเสริมสุขภาวะและความปลอดภัยของผู้โดยสาร 2) การยกระดับคุณภาพการบริการที่รับรู้ในมิติความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ และการตอบสนอง 3) การเสริมสร้างความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดี และ 4) การสนับสนุนความยั่งยืนและความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยสรุป อาหารพิเศษมิได้เป็นเพียงบริการเสริมแต่เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงสุขภาวะผู้โดยสารเข้ากับคุณภาพบริการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันและการสร้างความเชื่อมั่นในระดับสากลอันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการบริการของสายการบินอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: บทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบิน, สุขภาวะผู้โดยสาร, คุณภาพการบริการสายการบิน, ความพึงพอใจผู้โดยสาร, ประสบการณ์ลูกค้า

ABSTRACT

This academic article employed a qualitative research approach through a systematic literature review. Data were collected and synthesized from international and national academic databases, including Scopus, ScienceDirect, and ThaiJO covering publications from 2015 to 2026, with more than 30 sources reviewed. Content analysis was used to synthesize the key findings. The results revealed that special meals on board play a role in four main dimensions: 1) promoting



passenger well-being and safety, 2) enhancing perceived service quality in terms of reliability, empathy, and responsiveness, 3) strengthening passenger satisfaction, image, and loyalty, and 4) supporting sustainability and competitive advantage. In conclusion, special meals should not be considered merely as an additional service but rather as a strategic mechanism that connects passenger well-being with service quality, generating positive impacts on competitive differentiation and international credibility, which ultimately contributes to the sustainable enhancement of airline service quality.

Keywords: The Role of Special Meals on Board, Passenger well-being, Airline service quality, Passenger satisfaction, Customer experience

บทนำ

อุตสาหกรรมการบินเป็นภาคบริการที่มีการแข่งขันสูง โดยคุณภาพการบริการ (service quality) และประสบการณ์ผู้โดยสาร (passenger experience) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความภักดี และภาพลักษณ์ของสายการบิน สอดคล้องกับรายงานของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA, 2023) ที่ระบุว่าความพึงพอใจด้านอาหารบนเครื่องบินเป็นหนึ่งในสามปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร ในบริบทดังกล่าว อาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบินมิได้เป็นเพียงองค์ประกอบเสริมของบริการ หากแต่เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การเดินทางที่สะท้อนถึงมาตรฐานการจัดการและความใส่ใจต่อความต้องการเฉพาะของผู้โดยสาร

ปัจจุบัน ผู้โดยสารมีความหลากหลายทั้งด้านสุขภาพ ความเชื่อทางศาสนา วัฒนธรรม อายุ และภาวะทางการแพทย์ เช่น ผู้แพ้อาหาร ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ผู้รับประทานอาหารฮาลาล มังสวิรัติ หรืออาหารเฉพาะทางอื่นๆ โดยข้อมูลสถิติพบว่าความต้องการอาหารพิเศษในเที่ยวบินระยะไกลมีอัตราส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10-15 ของจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด (Airguide, 2023) ความต้องการดังกล่าวส่งผลให้สายการบินจำเป็นต้องจัดบริการอาหารพิเศษ (special meals) ที่เหมาะสมและปลอดภัย การให้บริการอาหารที่ไม่สอดคล้องกับข้อจำกัดของผู้โดยสารอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพ ความไม่พึงพอใจ และกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร โดยเฉพาะในมิติของความน่าเชื่อถือ (reliability) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของคุณภาพการบริการ

แม้ว่าจะมีงานศึกษาที่กล่าวถึงคุณภาพบริการสายการบินและประสบการณ์ผู้โดยสารจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่ มักมุ่งเน้นไปที่มิติของความเร็วในการให้บริการหรือความสะดวกสบายบนที่นั่ง (Hwang et al., 2024) ในขณะที่การศึกษามุ่งสังเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบินในมิติของการส่งเสริมสุขภาวะผู้โดยสารและการยกระดับคุณภาพบริการโดยตรงยังมีจำกัด โดยเฉพาะในบริบทการเชื่อมโยงระหว่างการจัดการอาหารพิเศษที่ถูกต้องแม่นยำกับผลลัพธ์เชิงคุณภาพบริการในระยะยาว ซึ่งเป็นช่องว่างสำคัญที่งานศึกษานี้ต้องการเข้าไปเติมเต็มเพื่อให้เห็นภาพรวมของการจัดการอาหารพิเศษในฐานะกลไกเชิงกลยุทธ์ ดังนั้น บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะของอาหารพิเศษบนเครื่องบินที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารกลุ่มต่างๆ 2) เพื่อสังเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบินในการส่งเสริมสุขภาวะและความปลอดภัยของผู้โดยสาร 3) เพื่อวิเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษในการยกระดับคุณภาพการบริการของสายการบินในมิติด้านความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และ



ภาพลักษณ์องค์กร 4) เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบายและการจัดการสำหรับสายการบินในการพัฒนาอาหารพิเศษให้สอดคล้องกับมาตรฐานคุณภาพบริการ โดยใช้วิธีการสังเคราะห์เอกสารเชิงคุณภาพจากงานวิจัยและแหล่งข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง อาทิ Scopus, ScienceDirect และ ThaiJO เพื่ออธิบายบทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบินในมิติดังกล่าวอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะของอาหารพิเศษบนเครื่องบินที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารกลุ่มต่างๆ
2. เพื่อสังเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบินในการส่งเสริมสุขภาวะและความปลอดภัยของผู้โดยสาร
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษในการยกระดับคุณภาพการบริการของสายการบินในมิติด้านความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์องค์กร
4. เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบายและการจัดการสำหรับสายการบินในการพัฒนาอาหารพิเศษให้สอดคล้องกับมาตรฐานคุณภาพบริการ

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสุขภาวะผู้โดยสารในการเดินทางทางอากาศ

สุขภาวะ (well-being) เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมมิติด้านร่างกายและจิตใจ โดยองค์การอนามัยโลกให้ความหมายว่าสุขภาวะมิใช่เพียงการปราศจากโรคหรือความเจ็บป่วย แต่หมายถึงภาวะความสมบูรณ์ทั้งทางกายและใจ (Azkat, 2024) ในบริบทของการเดินทางทางอากาศ สุขภาวะของผู้โดยสารเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้าน ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ ความสะดวกสบาย ความมั่นคงทางจิตใจ และประสบการณ์โดยรวมระหว่างการเดินทาง

การเดินทางด้วยเครื่องบิน โดยเฉพาะเที่ยวบินระยะไกล อาจส่งผลกระทบต่อร่างกาย เช่น ความเมื่อยล้า ภาวะขาดน้ำ หรือความไม่สบายทางระบบทางเดินอาหาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในห้องโดยสารและพฤติกรรม การบริโภคอาหารระหว่างเที่ยวบิน งานศึกษาด้านอาหารบนเครื่องบินชี้ให้เห็นว่าการรับรู้เรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย และคุณค่าทางโภชนาการของอาหารมีความสัมพันธ์กับการประเมินสุขภาวะและประสบการณ์โดยรวมของผู้โดยสาร นอกจากนี้ อาหารที่ออกแบบเพื่อลดโซเดียมหรือควบคุมองค์ประกอบทางโภชนาการยังสามารถสนับสนุนสุขภาวะทางกายของผู้โดยสารในระหว่างการเดินทางได้ (เรวัตี กล้าโชติชัย และ เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2015)

นอกจากมิติทางกายภาพแล้ว สุขภาวะยังเกี่ยวข้องกับความมั่นใจและความรู้สึกปลอดภัยของผู้โดยสาร โดยเฉพาะกลุ่มที่มีข้อจำกัดเฉพาะ เช่น ผู้แพ้อาหาร ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง หรือผู้ที่รับประทานอาหารตามหลักศาสนา ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องสุขอนามัยและความสะอาดของอาหารและภาชนะบรรจุ การจัดเตรียมอาหารที่สอดคล้องกับข้อจำกัดดังกล่าวอย่างถูกต้องและปลอดภัย ช่วยลดความกังวลและเสริมสร้างความไว้วางใจต่อสายการบิน ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้บริการซ้ำ (ธรรมบุญ วิศิษฐ์ศักดิ์ และ สุธิณี มงคล, 2024)

ในมุมมองของการบริการ สุขภาวะผู้โดยสารจึงมิได้เป็นเพียงประเด็นด้านสุขภาพ หากแต่เป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์บริการ (service experience) ที่สะท้อนถึงความใส่ใจและความรับผิดชอบของสายการบิน การบูรณาการแนวคิดสุขภาวะเข้ากับการจัดการอาหารบนเครื่องบินจึงเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถสนับสนุนทั้งความปลอดภัย ความพึงพอใจ และคุณภาพบริการในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารประสบการณ์ลูกค้าเชิงกลยุทธ์ (กตัญชลี สุขแพทย์ และ ชมสุภัค ครุฑกะ, 2018)



แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสายการบิน

คุณภาพการบริการ (service quality) เป็นแนวคิดสำคัญในอุตสาหกรรมการบิน เนื่องจากลักษณะของธุรกิจการบินเป็นธุรกิจบริการที่ประสบการณ์ของผู้โดยสารมีบทบาทโดยตรงต่อความพึงพอใจ ความภักดี และภาพลักษณ์ของสายการบิน หนึ่งในกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการวัดคุณภาพบริการคือ SERVQUAL ซึ่งพัฒนาโดย Parasuraman et al. (1988) โดยเสนอองค์ประกอบหลัก 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และความเอาใจใส่ (Empathy) แนวคิดดังกล่าวถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการสายการบินอย่างต่อเนื่อง

ในบริบทของการบิน ความน่าเชื่อถือและการตอบสนองถือเป็นมิติสำคัญที่สะท้อนถึงความสามารถของสายการบินในการส่งมอบบริการได้อย่างถูกต้องและตรงตามความคาดหวังของผู้โดยสาร Zeithaml et al. (1996) อธิบายว่าคุณภาพบริการที่ผู้บริโภครับรู้จะส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการ เช่น ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาด้านประสบการณ์ผู้โดยสารที่พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความภักดีต่อสายการบิน (Chonsalasin et al., 2020)

นอกจากนี้ การบริหารประสบการณ์ลูกค้าเชิงกลยุทธ์ (Customer Experience Strategy) ได้รับความสำคัญเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมการบิน โดยเน้นการออกแบบบริการให้ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล (personalization) และสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งให้เห็นว่าการบริหารประสบการณ์ลูกค้าอย่างเป็นระบบสามารถยกระดับคุณค่าการรับรู้ของลูกค้าและเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว (กัญญชลี สุขแพทย์ และ ชมสุภักดิ์ คุรุฑกะ, 2018)

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอาหารบนเครื่องบิน งานศึกษาหลายชิ้นระบุว่า คุณภาพอาหารและการให้บริการด้านอาหารเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์สายการบินและการประเมินคุณภาพโดยรวมของผู้โดยสาร ขณะที่เรวัตี กล้าโชติชัย และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2015) พบว่าการรับรู้คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารบนเครื่องบินมีอิทธิพลต่อการประเมินประสบการณ์และความตั้งใจใช้บริการซ้ำ เช่นเดียวกับ Steven and Sonoma (2023) ที่ชี้ว่าองค์ประกอบด้านอาหารสามารถส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรและความพึงพอใจของผู้โดยสาร

ดังนั้น คุณภาพการบริการของสายการบินมิได้จำกัดอยู่เพียงความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย หรือความสะดวกสบายเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงองค์ประกอบบริการย่อย เช่น การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีศักยภาพในการสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์และยกระดับความแตกต่างทางการแข่งขัน การวิเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบินจึงควรถูกพิจารณาภายใต้กรอบแนวคิดคุณภาพบริการและประสบการณ์ลูกค้าอย่างเป็นระบบ

อาหารพิเศษบนเครื่องบินในฐานะองค์ประกอบเชิงกลยุทธ์ของสุขภาวะและคุณภาพการบริการ

อาหารพิเศษบนเครื่องบิน (Special Meals: SPML) เป็นบริการที่สายการบินจัดเตรียมเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านสุขภาพ ศาสนา วัฒนธรรม และรูปแบบการบริโภคของผู้โดยสาร โดยมีการกำหนดรหัสมาตรฐานสากลเพื่อควบคุมการสั่งและการจัดเตรียมอาหารอย่างเป็นระบบ (International Air Transport Association [IATA], 2023) นอกจากนี้ การจัดเตรียมอาหารที่สอดคล้องกับหลักความเชื่อทางศาสนาอย่างเคร่งครัดยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความกังวลและสร้างความมั่นใจในการใช้บริการแก่ผู้โดยสารที่มีข้อจำกัดเฉพาะทางวัฒนธรรม (Jainudeen, 2025) ซึ่งรหัสมาตรฐานเหล่านี้ถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในสายการบินชั้นนำเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่มีความต้องการเฉพาะ ตัวอย่างเช่น Emirates (2023) ที่มีการจำแนกประเภทอาหารพิเศษอย่างละเอียดครอบคลุมทั้งกลุ่มความเชื่อทางศาสนาและข้อจำกัดทางการแพทย์ โดยระบุส่วนประกอบของอาหารไว้อย่างชัดเจนเพื่อความปลอดภัยสูงสุดของผู้โดยสาร และ Bangkok Airways (2023) ที่มีการกำหนดขั้นตอนและระยะเวลา



การสำรองอาหารพิเศษล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้การส่งมอบบริการเป็นไปอย่างแม่นยำ การจัดการอาหารพิเศษจึงมีใช้เพียงกระบวนการด้านโภชนาการ หากแต่เป็นระบบการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนล่วงหน้า การควบคุมคุณภาพ และการลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาหาร

ในมิติด้านสุขภาวะ งานวิจัยระบุว่า คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารบนเครื่องบินมีอิทธิพลต่อการรับรู้สุขภาวะและประสบการณ์โดยรวมของผู้โดยสาร (เรวัตี กล้าโชติชัย และ เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2015) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีข้อจำกัดเฉพาะ เช่น ผู้แพ้อาหารหรือผู้ป่วยโรคเรื้อรัง การจัดเตรียมอาหารที่เหมาะสมสามารถลดความเสี่ยงด้านสุขภาพและลดความวิตกกังวลระหว่างการเดินทาง (ธรรมบุญ วิชาญศักดิ์ และ สุธินี มงคล, 2024) นอกจากนี้ งานศึกษาด้านอาหารเพื่อสุขภาพบนเที่ยวบินยังชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบทางโภชนาการ เช่น ปริมาณโซเดียมหรือไขมัน มีผลต่อความสบายทางกายของผู้โดยสาร (เรวัตี กล้าโชติชัย และ เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2015) จึงกล่าวได้ว่าอาหารพิเศษมีบทบาทเชิงป้องกัน (preventive role) ต่อสุขภาวะผู้โดยสาร

ในมิติด้านคุณภาพการบริการ อาหารพิเศษเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนมิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเอาใจใส่ (Empathy) ตามกรอบ SERVQUAL เนื่องจากการจัดเตรียมอาหารที่ถูกต้องตรงตามคำร้องขอของผู้โดยสารแสดงถึงความแม่นยำและความใส่ใจขององค์กร (Parasuraman et al., 1988) งานศึกษาด้านภาพลักษณ์สายการบินยังพบว่า คุณภาพอาหารบนเครื่องบินมีผลต่อการประเมินภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้โดยสาร (Steven & Sonoma, 2023) รวมถึงความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Chonsalasins et al., 2020)

ในเชิงกลยุทธ์ การจัดการอาหารพิเศษยังเชื่อมโยงกับการสร้างประสบการณ์ลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล (personalized service) ซึ่งเป็นแนวโน้มสำคัญในอุตสาหกรรมบริการยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นแนวโน้มสำคัญในอุตสาหกรรมบริการยุคปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากกรณีของ Singapore Airlines (2022) ที่บูรณาการบริการอาหารพิเศษเข้ากับแนวคิดความใส่ใจผู้โดยสาร (Empathy) โดยเปิดโอกาสให้ผู้โดยสารสามารถเลือกสรรเมนูอาหารล่วงหน้าตามความชอบและข้อจำกัดด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นการยกระดับประสบการณ์การเดินทางและสร้างความผูกพันต่อแบรนด์ในระยะยาว ชี้ให้เห็นว่าการออกแบบบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลสามารถเพิ่มคุณค่าการรับรู้และความแตกต่างทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น อาหารพิเศษบนเครื่องบินจึงควรถูกมองว่าเป็น “กลไกเชิงกลยุทธ์” ที่บูรณาการมิติสุขภาวะเข้ากับคุณภาพการบริการ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการวิจัยก่อนหน้านี้จะกล่าวถึงคุณภาพอาหารบนเครื่องบินหรือความพึงพอใจของผู้โดยสารในมิติต่างๆ แต่ยังไม่พบว่าการศึกษาที่สังเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษในลักษณะองค์รวม ซึ่งเชื่อมโยงสุขภาวะผู้โดยสารเข้ากับคุณภาพการบริการอย่างเป็นระบบ ยังมีจำนวนจำกัด ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นช่องว่างทางวิชาการที่บทความนี้มุ่งเติมเต็มผ่านการสังเคราะห์เอกสารอย่างเป็นระบบ

วิธีการศึกษาและแหล่งข้อมูล

บทความวิชาการฉบับนี้ใช้ระเบียบวิธีศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Literature Review) และการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงธีม (Thematic Content Analysis) เพื่อรวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้จากฐานข้อมูลวิชาการระดับสากลและระดับประเทศ (ค.ศ. 2015–2026) จำนวนกว่า 30 ฉบับ มุ่งเน้นการวิเคราะห์บทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบินในมิติด้านสุขภาวะผู้โดยสารและการยกระดับคุณภาพการบริการของสายการบินอย่างเป็นรูปธรรม

แหล่งข้อมูลและการสืบค้นเอกสาร

บทความวิชาการฉบับนี้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศทางวิชาการที่ได้รับการยอมรับ ได้แก่ Scopus ScienceDirect SpringerLink และ Google Scholar รวมถึงฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (ThaiJO) เพื่อให้ครอบคลุมบริบททั้งระดับสากลและระดับประเทศ



ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกเอกสาร (Inclusion Criteria) โดยมุ่งเน้นบทความวิจัยและบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2015–2026 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยสอดคล้องกับพลวัตของอุตสาหกรรมการบินในปัจจุบัน โดยใช้คำสำคัญ (Keywords) ในการสืบค้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ได้แก่ อาหารพิเศษบนเครื่องบิน (Special Meals) สุขภาวะผู้โดยสาร (Passenger Well-being) คุณภาพการบริการสายการบิน (Airline Service Quality) และความพึงพอใจของผู้โดยสาร (Passenger Satisfaction) ทั้งนี้ จากการสืบค้นเบื้องต้นพบเอกสารที่เกี่ยวข้องและนำมาเข้าสู่กระบวนการสังเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จำนวนกว่า 30 ฉบับที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษาย่างครบถ้วน

ผลการศึกษา

จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนกว่า 30 ฉบับ โดยสามารถจำแนกบทบาทของอาหารพิเศษบนเครื่องบินออกเป็น 4 มิติหลัก ดังนี้

บทบาทของอาหารพิเศษต่อสุขภาวะและความปลอดภัยของผู้โดยสาร

ผลการสังเคราะห์พบว่า อาหารพิเศษมีบทบาทสำคัญต่อสุขภาวะทางกาย โดยเฉพาะกลุ่มที่มีข้อจำกัดด้านสุขภาพ เช่น ผู้แพ้อาหารหรือผู้ป่วยโรคเรื้อรัง การจัดเตรียมอาหารที่เหมาะสมช่วยลดความเสี่ยงทางกายภาพระหว่างการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานการดูแลสุขภาพผู้โดยสารในระดับสากลที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการจัดการอาหารให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้เดินทาง (ICAO, 2022) ในมิติด้านความปลอดภัยอาหาร การแยกสายการผลิตตามมาตรฐานสากลช่วยลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนข้าม (Cross-contamination) ซึ่งสะท้อนถึงมาตรฐานสุขอนามัยที่เข้มงวด (IATA, 2023) โดยเฉพาะการจัดการสารก่อภูมิแพ้ในอาหาร (Food Allergies) ซึ่งถือเป็นมาตรการป้องกันวิกฤตทางสุขภาพที่สำคัญที่สุดระหว่างการทำการบิน (ปณยา ลากสมบุญรัมย์, 2564) การจัดการดังกล่าวสะท้อนถึงมาตรฐานด้านสุขอนามัยและการกำกับดูแลที่เข้มงวดในระบบครัวการบิน

นอกจากนี้ การปรับปรุงองค์ประกอบทางโภชนาการ เช่น การลดโซเดียมหรือไขมัน มีส่วนช่วยลดความไม่สบายทางกายในเที่ยวบินระยะไกล (เรวัตติ กล้าโชติชัย และ เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2015) ซึ่งจากการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของอาหารพิเศษในเที่ยวบินระยะไกล พบว่าการควบคุมสารอาหารอย่างเหมาะสมมีผลโดยตรงต่อระดับความอ่อนเพลียและประสิทธิภาพในการปรับตัวของผู้โดยสาร (Tas et al., 2025) จึงกล่าวได้ว่าอาหารพิเศษมีบทบาทเชิงส่งเสริมสุขภาวะ (health-supporting function) มากกว่าการเป็นเพียงทางเลือกด้านเมนูอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของสายการบินชั้นนำ อาทิ Emirates (2023) ที่มีการระบุข้อมูลโภชนาการอย่างละเอียดเพื่อสุขภาวะของผู้โดยสาร ในขณะที่มิติทางจิตวิทยา การได้รับอาหารที่ถูกต้องตามหลักศาสนาช่วยลดความวิตกกังวลและเสริมสร้างความมั่นใจเชิงจิตใจ (Burapharat et al., 2021) นอกจากนี้ จิตวิทยาในการเลือกอาหารยังมีบทบาทสำคัญในการลดสภาวะความเครียดที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางทางอากาศ (Travel-related stress) ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกผ่อนคลายและได้รับการดูแลอย่างเป็นรูปธรรม (Halsen et al., 2019) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของสุขภาวะเชิงจิตใจ

บทบาทของอาหารพิเศษต่อคุณภาพการบริการที่รับรู้ของผู้โดยสาร

อาหารพิเศษมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ (Perceived Service Quality) โดยเฉพาะมิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเอาใจใส่ (Empathy) ตามกรอบแนวคิด SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) การส่งมอบอาหารที่ถูกต้องแม่นยำแสดงถึงความใส่ใจในรายละเอียด ซึ่งสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ (Chonsalasin et al., 2020) นอกจากนี้ การออกแบบบริการแบบเฉพาะบุคคล (Service Personalization) ผ่านเมนูอาหารพิเศษยังเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างทางการแข่งขันได้เป็นอย่างดี (กตัญญูลี สุขแพทย



และ ชมสุภัค ครุฑกะ, 2018) ดังเช่นกรณีของ Singapore Airlines (2022) ที่เน้นความใส่ใจผู้โดยสารผ่านบริการเลือกเมนูล่วงหน้า

บทบาทของอาหารพิเศษต่อความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดีของผู้โดยสาร

เมื่อสายการบินตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้อย่างถูกต้อง จะส่งผลต่อการประเมินคุณค่าบริการในภาพรวม ในมิติภาพลักษณ์องค์กร การจัดการอาหารพิเศษอย่างมีระบบสะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพและความใส่ใจ (Steven & Sonoma, 2023) ซึ่งนำไปสู่ความเชื่อมั่นและความยั่งยืนเชิงบวกในระยะยาว (Zeithaml et al., 1996; Chonsalasin et al., 2020)

บทบาทของอาหารพิเศษในมิติความยั่งยืนและความสำเร็จการแข่งขันของสายการบิน

การบริหารจัดการอาหารพิเศษผ่านระบบสั่งล่วงหน้า (Pre-order system) ช่วยลดขยะอาหาร (Food Waste) และเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายผ่านมาตรฐานอาหารที่ปลอดภัยและครอบคลุมทุกความเชื่อ จึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมการบินยุคปัจจุบัน (กตัญชลี สุขแพทย์ และ ชมสุภัค ครุฑกะ, 2018)

แนวโน้มการจัดการอาหารเพื่อความยั่งยืน

ผลการสังเคราะห์ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่อุตสาหกรรมการบินเริ่มนำแนวคิดการจัดการอาหารอย่างยั่งยืนมาใช้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (วงศา เหล่ารววิทย์ และ อัคริน แสงพิกุล, 2566) โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการเลือกใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Salesa et al., 2022) นอกจากนี้ ในมิติการจัดการ เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการส่งมอบอาหารพิเศษ สายการบินจำเป็นต้องมีระบบการเยียวยาบริการ (Service Recovery) ที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการ (Chen et al., 2026) ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารระดับโลกที่ครัวการบินต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดเพื่อให้ครอบคลุมความปลอดภัยทุกด้านของผู้โดยสาร (International Flight Services Association [IFSA], 2023)

สรุปผลการศึกษา

บทความวิชาการนี้ชี้ให้เห็นว่าอาหารพิเศษบนเครื่องบินมีบทบาทสำคัญใน 4 มิติที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการเป็นกลไกสนับสนุนสุขภาวะและความปลอดภัย พื้นฐานของผู้โดยสารนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการบริการที่รับรู้ในมิติความน่าเชื่อถือและความเอาใจใส่ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้าในท้ายที่สุด กระบวนการเหล่านี้จะหล่อหลอมเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความยั่งยืนและความสำเร็จการแข่งขันให้แก่สายการบินในระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การรักษามาตรฐานคุณภาพอาหารบนเที่ยวบินเป็นปัจจัยกำหนดความพึงพอใจและรักษาลูกค้าในสภาวะการแข่งขันสูง (Hwang et al, 2024) การจัดการอาหารพิเศษจึงมิได้เป็นเพียงบริการเสริม แต่เป็นองค์ประกอบเชิงระบบที่บูรณาการมิติสุขภาพและมิติการบริการเข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์

อภิปรายผลการศึกษา

จากการสังเคราะห์ข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า อาหารพิเศษบนเครื่องบินมิได้เป็นเพียงบริการเสริมเชิงโภชนาการ แต่เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่สะท้อนความสามารถของสายการบินในการตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล (Service Customization) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิด SERVQUAL ในมิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเอาใจใส่ (Empathy) ประเด็นสำคัญที่ค้นพบคือ ความถูกต้องและความปลอดภัยของอาหารพิเศษมีผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพบริการโดยเฉพาะในกลุ่มผู้โดยสารที่มีข้อจำกัดด้านสุขภาพและศาสนา ซึ่งคาดหวัง



การบริการที่ปราศจากข้อผิดพลาดตามที่สายการบินได้ให้สัญญาไว้ การจัดการที่คลาดเคลื่อนจึงมีไม่เพียงปัญหา ด้านโภชนาการแต่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น (Trust) ในมาตรฐานขององค์กรโดยรวม

ในมิติของความเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมอาหารที่สอดคล้องกับสภาวะสุขภาพหรือข้อกำหนดทาง ศาสนาถือเป็นรูปธรรมของการบริการที่เน้นผู้โดยสารเป็นศูนย์กลาง (Customer-centric Service) ซึ่งสอดคล้อง กับข้อค้นพบของ Seanyen et al. (2021) ที่ระบุว่ากลุ่มผู้โดยสาร (โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ) ให้ความสำคัญกับความ เอาใจใส่และความพร้อมในการให้บริการในระดับสูง สะท้อนว่าการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่มมีผลสำคัญ ต่อการประเมินคุณภาพบริการในภาพรวม นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสนับสนุนแนวคิดของ ลลิตา พลสุวรรณ และ นิศากร สมสุข (2559) ที่ชี้ว่ามิติความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพในการส่งมอบบริการเป็นองค์ประกอบหลัก ของการประเมินคุณภาพสายการบิน แม้งานดังกล่าวจะมีได้ระบุถึงอาหารพิเศษโดยตรง แต่สามารถอธิบายได้ว่า การบริหารจัดการอาหารพิเศษอย่างเป็นระบบคือส่วนหนึ่งของการสร้างความน่าเชื่อถือที่แข็งแกร่งให้แก่สายการบิน

ขณะเดียวกัน ผลการศึกษายังเชื่อมโยงกับแนวคิดของ สกุลทอง เจริญทอง (2566) ที่ระบุว่าคุณภาพ การให้บริการของบุคลากรมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ การให้บริการอาหารพิเศษอย่างมี ประสิทธิภาพที่ต้องอาศัยทั้งทักษะ ความรู้ และความใส่ใจของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจึงเป็นจุดสัมผัสบริการ (Touchpoint) ที่มีศักยภาพสูงในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของผู้โดยสารในระยะยาว

เมื่อพิจารณาในมิติสุขภาวะผู้โดยสาร (Passenger Well-being) อาหารพิเศษถือเป็นเครื่องมือเชิงป้องกัน ความเสี่ยงด้านสุขภาพ (Preventive Healthcare) โดยเฉพาะในกรณีผู้แพ้อาหารหรือผู้ป่วยโรคเรื้อรัง การให้บริการที่ ไม่สอดคล้องกับความต้องการอาจนำไปสู่ภาวะวิกฤตทางกายภาพ ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาพลักษณ์และความ รับผิดชอบต่อสังคมของสายการบิน ดังนั้น อาหารพิเศษจึงควรได้รับการพิจารณาเป็นส่วนหนึ่งของระบบบริหารจัดการ คุณภาพบริการเชิงบูรณาการ (Integrated Quality Management) มากกว่าเป็นเพียงส่วนประกอบของงาน โภชนาการบนเครื่องบินทั่วไป

ข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ (Practical Recommendations)

การบูรณาการระบบฐานข้อมูล: สายการบินควรพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลความต้องการอาหารพิเศษ ของผู้โดยสาร (Passenger Profiling) อย่างเป็นระบบ เพื่อนำมาออกแบบเมนูที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคล (Personalization) ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพบริการในมิติความเอาใจใส่และความน่าเชื่อถือ

การสื่อสารและสร้างความเข้าใจ: พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินควรได้รับการฝึกอบรมทักษะการสื่อสาร และความรู้ด้านอาหารพิเศษ เช่น ส่วนประกอบของสารก่อภูมิแพ้ หรือข้อกำหนดทางศาสนา เพื่อสร้างความมั่นใจ และความปลอดภัยสูงสุดให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของสุขภาวะในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต (Research Recommendations)

การขยายผลสู่การวิจัยเชิงปริมาณ: ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) ระหว่างการรับรู้คุณภาพอาหารพิเศษ กับความพึงพอใจ และความภักดีของผู้โดยสารผ่านโมเดล สมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อยืนยันผลการสังเคราะห์ในเชิงสถิติ



การศึกษาเชิงเปรียบเทียบ: ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการอาหารพิเศษระหว่างสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service) และสายการบินต้นทุนต่ำ (LCCs) เพื่อวิเคราะห์ข้อจำกัดและโอกาสในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน

มิติด้านความยั่งยืน (Sustainability): ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังการจัดการขยะอาหาร (Food Waste Management) และการเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Sustainable Sourcing) เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในอุตสาหกรรมการบินระดับสากล

เอกสารอ้างอิง

- กตัญชลี สุขแพทย์ และ ชมสุภัค ครุฑกะ. (2018). รูปแบบการพัฒนาการคิดเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารระดับกลางบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). *BU Academic Review*, 17(2), 76-88.
- ทักษิณา แสนเย็น, กุลธวัช ศรายุทธ, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์, ธาวิต พลเสน, และ อาภาภรณ์ หาโสี. (2564). การประเมินคุณภาพการบริการของสายบินต่อผู้โดยสารสูงวัยในเส้นทาง กรุงเทพฯ-ภูเก็ต. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 26(1), 118-127.
- <https://so5.tci-thaijo.org/index.php/phiv/article/view/252420>
- ธรรมบุญ วิศิษฐ์ศักดิ์ และ สุธินี มงคล. (2024). ความพึงพอใจของกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่เดินทางอยู่เป็นประจำในการใช้บริการมืออาหารบนเครื่องบินโดยใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 21(1), 318-327.
- ปณยา ลากสมบูรณ์ยิ่ง. (2564). การคุ้มครองผู้บริโภคจากอาหารที่ก่อให้เกิดภูมิแพ้. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(3), 312-324.
- วงศา เหล่าวรัญญ์ และ อัคริน แสงพิกุล. (2566). การสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับมิติความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสายการบินในบริบทประเทศไทยและนานาชาติ. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 6(4), 67-78.
- เรวัติ กล้าโชติชัย และ เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2015). ความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารรถแข่งขันในการบริการบนเครื่องบิน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 9(2), 26-38.
- <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/31338>
- ลลิตา พลสุวรรณ และ นิศากร สมสุข. (2559). การพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 10(3), 147-163.
- สกลทอง เจริญทอง. (2566). กลยุทธ์การบริการของบุคลากรสายการบินเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน. *วารสารการจัดการการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต*, 1(1), 55-69.
- Azkat, M. (2024). In-flight Food and Beverage Safety from a Medical Perspective, and Its Influence on Passengers' Health-Driven Culinary Choices. *International Journal of BioLife Sciences*, 3(3), 106-114.
- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.007>
- Burapharat, Y., Christensen, T. M., & Suthichoti, S. (2021). *How Service Quality Enhances Customer Satisfaction: A Case Study of Hybrid Airlines in Thailand*. Vertex Research Society.



- Chen, M., Hsu, C., & Su, Y. (2026). Proposing improvement strategies for in-flight service in the post-COVID-19 pandemic era with passengers' requirements. *Journal of Air Transport Management*, 40(7), 490-510.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2025.102913>
- AirGuide. (2023). *Don't miss World Travel Catering & Onboard Services Expo (WTCE) 2023*.
- Jainudeen Nawas, M. (2025). *Optimizing In-Flight Catering: Balance passenger expectation, Operational Efficiency and sustainability*. Theseus.
<https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-202504116245>
- International Flight Services Association (IFSA). (2023). *World food safety guidelines for airline catering*.
- Hwang, E., Kim, Y., Baloglu, S., & Raab, C. (2024). Do healthy and environmentally sustainable inflight foods matter to international flight passengers? Frequent vs. occasional flyers. *Journal of Air Transport Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2024.102687>
- Manual on civil aviation medical practice. International Civil Aviation Organization. ICAO. (2022).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Salesa, A., León, R., & Moneva, J. M. (2022). Airlines practices to incorporate circular economy principles into the waste management system. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(1), 443-458.
https://doi.org/10.1002/csr.2365?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle
- Special meals. (2023). *Bangkok Airways*.
<https://www.bangkokair.com>
- Special meals and dietary requirements. (2023). *Emirates*.
- Special meals for passengers with dietary needs. (2022). *Singapore Airlines*.
- Standard Procedures for Special Meal (SPML) Codes. (2023). *IATA*.
- Steven, L., Sonoma, D. (2023). Airline satisfaction and loyalty: Assessing the influence of personality, trust and service quality. *Journal of Air Transport Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2023.102487>
- Tas, A. A., Perta, C., & Plunkett, A. (2025). Sky-high to so low: the provision for gluten-free foods in airline travel and the challenges for the food industry, airlines, and coeliac air-travellers-an opinion piece. *International Journal of Food Science and Technology*.
<https://doi.org/10.1093/ijfood/vvaf258>
- Halsen, S., Burke, L., & Pearce, J. (2019). Nutrition for Travel: From Jet lag To Catering. *International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism*, 29(2), 228-235.
<https://doi.org/10.1123/ijsnem.2018-0278>



Chonsalasin, D., Jomnonkwao, S., & Ratanavaraha, V. (2020). Key Determinants of Airline Loyalty Modeling in Thailand. *Sustainability*, 12(10), 4165.

<https://doi.org/10.3390/su12104165>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

<https://doi.org/10.1177/002224299606000203>





แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬา เพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข

Approaches to Organizing Physical Activity and Sports to Reduce Intergenerational Gaps and Promote a Peaceful Society

ธัชชัย นุสญา^{1*}, ยุทธกร ไพรวงษ์², กุลวดี เถนว่อง³, ไมตรี กุลบุตร⁴,
ชนกนถ รัตน์เฉลิมวงศ์⁵, พิชญ์นิตา สองสน⁶, ทศพล ธาณี⁷, เกษม พันธุสะ⁸

Tatchai Nussaya^{1*}, Yuttakorn Praiwong², Kulwadee Tanwong³, Maitree Koonlaboot⁴,
Chanoknat Rattanachaloemuaong⁵, Pichnita Songsanu⁶, Tosapol Tanee⁷, Kasem Pantusa⁸

^{1*, 2, 3, 4, 5, 6, 7} มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์ นครนายก

⁸ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

^{1*, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Faculty of Physical Education Srinakharinwirot University

⁸ Faculty of Innovation and Management Songkhla Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: Chanoknat@g.swu.ac.th

Received 22 January 2026 Revised 6 February 2026

Accepted 12 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมทางกายและกีฬาในแต่ละช่วงวัย และ 2) เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข ใช้ระเบียบวิธี วิจัยแบบผสมผสาน ข้อมูลเชิงปริมาณเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มแบบบังเอิญ และวิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละ ข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง และวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมทางกายและกีฬาช่วยป้องกันความขัดแย้ง ส่งเสริมการ ตระหนักรู้อารมณ์ การจัดการตนเอง และลดความรุนแรงทางสังคม 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ รองลงมาคือแซด วาย และเบบี้บูมเมอร์ 3) กิจกรรมยอดนิยมทุกช่วงวัย ได้แก่ เดิน วิ่ง และฟุตบอล ขณะที่กิจกรรม เสริมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ เวทเทรนนิ่ง โยคะ มวยไทย ชุมบ้า และหมากรุก และ 4) แนวทางการจัด กิจกรรมทางกายที่ช่วยลดช่องว่างระหว่างวัยอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้าง แรงจูงใจ 2) การเรียนรู้ร่วมกัน 3) การฝึกความร่วมมือ 4) การสะท้อนตนเอง และ 5) การสร้างชุมชนที่ยั่งยืนบน ฐานของความเข้าใจ และการมีส่วนร่วม ข้อเสนอแนะคือควรส่งเสริมกิจกรรมทางกายและกีฬาเป็นกลไกสร้างสาย สัมพันธ์และคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: กิจกรรมทางกายและกีฬา, การลดช่องว่างระหว่างวัย, สังคมสงบสุข



ABSTRACT

This study aimed to 1) examine the role of physical activity and sports in reducing intergenerational gaps and 2) propose guidelines for organizing such activities to enhance understanding and relationships among generations. The study involved 400 participants in Bangkok, selected through accidental sampling. Data were collected using questionnaires and interviews to explore participants' behaviors, engagement, and attitudes toward physical activity and sports. Quantitative data were analyzed using percentages, and qualitative data were examined through component analysis. Most participants were from Generation X, followed by Generation Z, Baby Boomers, and Generation Y, with the majority holding a bachelor's degree and working as government officers, state enterprise employees, or students. Effective activities included weight training, yoga, Muay Thai, Zumba, gymnastics, jump rope, combat sports, bodybuilding, and chess, promoting learning through communication, creativity, teamwork, and problem-solving. The organization of activities followed five steps: systematic planning, goal setting, voluntary and enjoyable participation, teamwork development, and fostering esprit de corps. These activities contributed to conflict prevention, emotional awareness, self-management, and reduced risk of violence. The study recommends that government policies support physical activity and sports to strengthen intergenerational bonds, enhance social cohesion, improve quality of life, and prepare communities for social and technological changes, ultimately promoting a peaceful and inclusive society.

Keywords: Physical Activity and Sports, Age Gap Reduction, Peaceful Society

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันกำลังเผชิญความท้าทายจากโครงสร้างประชากรที่มีความหลากหลายด้านช่วงวัยตั้งแต่เด็กวัยรุ่น คนวัยทำงาน จนถึงผู้สูงอายุ ความแตกต่างด้านประสบการณ์ การดำเนินชีวิต และค่านิยม ส่งผลให้เกิด “ช่องว่างระหว่างวัย” (generation gap) ซึ่งอาจนำไปสู่ความเข้าใจผิด ความขัดแย้ง และการลดลงของความร่วมมือในสังคม ปัญหานี้สอดคล้องกับรายงานขององค์การอนามัยโลก (WHO, 2020) ที่ชี้ว่าการสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจระหว่างวัยถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาสังคมที่สงบสุขและยั่งยืน

กิจกรรมทางกายและกีฬาเป็นเครื่องมือทางสังคมที่มีศักยภาพสูงในการเชื่อมโยงผู้คนต่างวัย เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เข้าถึงง่าย สนุกสนาน และสามารถสร้างโอกาสในการพบปะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้าง ความสัมพันธ์เชิงบวก งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ (Bronfenbrenner, 1979; Hastie & Wallhead, 2015) ยืนยันว่าการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายและกีฬาไม่เพียงส่งเสริมสุขภาพกายและจิตใจ แต่ยังช่วยพัฒนาทักษะทาง สังคม การสื่อสาร การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกัน และความเข้าใจซึ่งกันและกัน กิจกรรมทางกายและกีฬายัง สะท้อนคุณค่าของหลักปรัชญาโอลิมปิก เช่น ความพยายาม ความเป็นเลิศ ความสามัคคี การเคารพ และมิตรภาพ ซึ่งล้วนเอื้อต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข



นอกจากนี้ ความสำคัญของการส่งเสริมกิจกรรมทางกายและกีฬายังได้รับการตอกย้ำในระดับนโยบาย ทั้งในระดับสากลและระดับชาติ เช่น กฎบัตรขององค์การอนามัยโลก (WHO) ข้อกำหนดของคณะกรรมการโอลิมปิกสากล รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) รวมถึงกฎหมายเฉพาะด้านกีฬาและสุขภาพ เช่น พระราชบัญญัติ กีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 และพระราชบัญญัติส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ล้วน แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมทางกายและกีฬาไม่เพียงเป็นเครื่องมือส่งเสริมสุขภาพเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการ เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวัยและการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษารูปแบบและแนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาที่สามารถลด ช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุขในบริบทสังคมไทย ผ่านการวิเคราะห์นโยบายและกฎหมายที่ เกี่ยวข้อง การสำรวจพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชน และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมา สังเคราะห์เป็น แนวทางเชิงระบบที่เหมาะสมและสามารถประยุกต์ใช้ได้จริง ทั้งนี้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยเฉพาะ SDG 16 ที่เน้นการลดความรุนแรง การส่งเสริม ความปลอดภัย ความยุติธรรม และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ (United Nations, 2015)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมทางกายและกีฬาที่มีบทบาทในการลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือทางสังคมในการลด ช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างองค์ ความรู้ใหม่ ผ่านการผสมผสานระหว่างวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งมิติ ของประสบการณ์เชิงลึกและข้อมูลเชิงสถิติ

1. แหล่งข้อมูล ประชากร และตัวอย่าง

แหล่งข้อมูล ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกายและกีฬา การลดช่องว่างระหว่างวัย และการ เสริมสร้างสังคมสงบสุข

ประชากร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านพลศึกษา สังคมศาสตร์ และนิติศาสตร์ รวมถึงประชาชนทุกช่วงวัยใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ใช้วิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือก ตามเกณฑ์ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงประชาชน จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยคัดเลือกตามเกณฑ์ ได้แก่ สามารถตัดสินใจได้ ด้วยตนเอง มีพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมทางกายและกีฬาอย่างสม่ำเสมอ และเต็มใจให้ข้อมูลตลอดการ ดำเนินโครงการ สำหรับการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติ



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

- 2.1 แบบบันทึก เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาค้นคว้า
- 2.2 แบบสำรวจพฤติกรรมและการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายและกีฬาของประชาชนแต่ละช่วงวัย
- 2.3 แบบสำรวจทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัย
- 2.4 แบบสัมภาษณ์แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้าง

สังคมสงบสุขเครื่องมือผ่านการตรวจสอบคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งครอบคลุมด้านพลศึกษา สังคมศาสตร์ และนิติศาสตร์ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเหมาะสม ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อคำถามและใช้การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence: IOC) พบว่า ข้อคำถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษากิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข ได้แก่

1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบบันทึก เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาค้นคว้าจากกฎบัตรระดับนานาชาติ กฎหมายและนโยบายระดับชาติ กฎหมายท้องถิ่นและการศึกษา แนวคิดทฤษฎี ทางพลศึกษา การสื่อสารทางสังคม และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถแบ่งระดับกิจกรรมออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ 1. ระดับครอบครัว และ 2. ระดับสถานที่ทำงาน 2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจพฤติกรรมและการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายและกีฬาของประชาชนแต่ละช่วงวัย จากแนวคิดทฤษฎีทางพลศึกษาว่าเป็นการเคลื่อนไหวร่างกายใดๆ ที่เกิดจากการหดตัวของกล้ามเนื้อโครงร่างและใช้พลังงาน ด้วยกิจกรรมนันทนาการที่ใช้ในเวลาว่าง โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสำรวจให้แก่ตัวอย่าง และรับกลับด้วยตนเอง และ 3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจทัศนคติที่มีต่อกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัย จากแนวคิดทฤษฎีทางพลศึกษาว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยสามารถช่วยลดการเกิดความเสี่ยงทางกายภาพสร้างวินัย การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ การตัดสินใจและภาวะผู้นำ โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสำรวจให้แก่ตัวอย่าง และรับกลับด้วยตนเอง

ระยะที่ 2 ศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาที่เหมาะสมเป็นเครื่องมือทางสังคม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุขจากผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับแนวทางการลดช่องว่างระหว่างวัยและการเสริมสร้างสังคมสงบสุขด้วยกิจกรรมทางกายและกีฬา เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาใช้ในการกำหนดเป็นแนวทาง และรูปแบบการจัดกิจกรรม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 วิเคราะห์โดย 1) วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ประกอบด้วย การกำหนดประเด็นวิเคราะห์ การจัดหมวดหมู่และเข้ารหัสข้อมูล และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมทางกายและผลลัพธ์ทางสังคมเพื่อให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข รวมถึงกำหนดกรอบตัวแปรที่เกี่ยวข้องและต้องการศึกษา และ 2) วิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) 3)

ระยะที่ 2 วิเคราะห์โดย ตรวจสอบคุณภาพด้านความถูกต้อง (Accuracy) ความเหมาะสม (Propriety) และความเป็นไปได้ (Feasibility) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ครอบคลุมด้านพลศึกษา สังคมศาสตร์ และนิติศาสตร์ การตรวจสอบฉันทมติใช้ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) โดยเกณฑ์กำหนดว่าหาก Median



≥ 3.50 และ $IQR \leq 1.50$ ถือว่ามีความเห็นสอดคล้องสูงและบรรลุน้ำหนักดี หาก $IQR > 1.50$ แสดงว่าความเห็นยังแตกต่างและยังไม่ได้ฉันทมติ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

5. ผลการวิจัย

1. กิจกรรมทางกายและกีฬาที่มีบทบาทในการลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข

1.1 การทบทวนกฎหมายและนโยบายสำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2496-2580 พบว่า มี 8 ฉบับ/กรอบนโยบายภายใต้การรับผิดชอบของ 7 หน่วยงานหลัก ซึ่งล้วนมีความเชื่อมโยงกับการใช้กิจกรรมทางกายและกีฬาในการสร้างเสริมสุขภาพ ความสัมพันธ์ และการอยู่ร่วมกันในสังคม ดังนี้

ระดับรัฐธรรมนูญและยุทธศาสตร์ชาติ

รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) กำหนดสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนในการเข้าถึงสุขภาพและกีฬา ตลอดจนมุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่แข็งแรงลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างสังคมสงบสุขอย่างยั่งยืน

ระดับแผนพัฒนาประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) เน้นการพัฒนาคนทุก ช่วงวัย และใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างวัย

ระดับกฎหมายเฉพาะด้านกีฬาและสุขภาพ

พระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 และพระราชบัญญัติส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 สนับสนุนกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกายทั้งในระดับบุคคลและชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อสุขภาพกายใจที่ดีและการลดปัจจัยเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง ซึ่งสามารถใช้เป็นช่องทางเชื่อมโยงคนต่างวัยให้มีกิจกรรมร่วมกัน

ระดับกฎหมายท้องถิ่น

พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 และพระราชบัญญัติสภาตำบล พ.ศ. 2537 กำหนด บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาสวนสาธารณะ สนามกีฬา และกิจกรรมกีฬาชุมชน เพื่อเปิด โอกาสให้ประชาชนทุกวัยเข้าถึงพื้นที่การออกกำลังกายร่วมกัน

ระดับการศึกษา

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนควบคู่กับกิจกรรมกีฬาในสถานศึกษา ซึ่งช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์และการเรียนรู้ร่วมกันของนักเรียนต่างช่วงวัย

จากผลการศึกษา พบว่า กฎหมายและนโยบายของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2496-2580 รวม 8 ฉบับ ภายใต้การกำกับของ 7 หน่วยงานหลัก มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ระดับรัฐธรรมนูญและยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาประเทศ กฎหมายด้านกีฬาและสุขภาพ ไปจนถึงกฎหมายท้องถิ่นและการศึกษา โดย ทั้งหมดมีเป้าหมายร่วมกันในการใช้กิจกรรมทางกายและกีฬาเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิต สนับสนุนพื้นที่และกิจกรรมที่ทุกช่วงวัยเข้าถึงได้ ตลอดจนส่งเสริมความสัมพันธ์ ความเข้าใจ และความร่วมมือระหว่างวัย อันนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขในสังคมไทยอย่างยั่งยืน

1.2 พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัย



ตารางที่ 1 สรุปกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัย

ประเภทกิจกรรม	กิจกรรม	ลักษณะการเข้าร่วม
กิจกรรมยอดนิยมทุกช่วงวัย	การเดิน	นิยมสูงสุด เข้าร่วมได้ทุกวัย
	การวิ่ง	นิยมสูง เข้าร่วมทุกวัย
	แบดมินตัน	นิยม เข้าร่วมทุกวัย
	ฟุตบอล	นิยม เข้าร่วมทุกวัย
กิจกรรมอื่นๆ ที่เลือกเข้าร่วม	แอโรบิกแดนซ์	เน้นกลุ่มผู้ใหญ่และสูงวัย
	ไทเก๊ก	ผู้สูงวัยนิยม
	ตะกร้อ	วัยรุ่นและผู้ใหญ่
	วอลเลย์บอล	วัยรุ่นและผู้ใหญ่
	บาสเก็ตบอล	วัยรุ่นและผู้ใหญ่
	กอล์ฟ	ผู้ใหญ่และผู้สูงวัย
	กายบริหาร	ทุกวัย (ปรับสภาพร่างกาย)
	ลีลาศ	ผู้ใหญ่และผู้สูงวัย
	ขี่จักรยาน	ทุกวัย
	เทนนิส	ผู้ใหญ่และวัยรุ่น
	สเก็ตบอร์ด	เด็กและวัยรุ่น
	เปตอง	ผู้ใหญ่และผู้สูงวัย

จากตารางพบว่ากิจกรรมทางกายและกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดในทุกช่วงวัย ได้แก่ การเดิน การวิ่ง แบดมินตัน และฟุตบอล ซึ่งสามารถเข้าร่วมได้ทั้งเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ และผู้สูงวัย ส่วนกิจกรรมอื่นๆ แม้จะมีความนิยมแตกต่างกันตามช่วงวัย เช่น แอโรบิกแดนซ์และไทเก๊กนิยมในกลุ่มผู้ใหญ่และสูงวัย ขี่จักรยานและสเก็ตบอร์ดนิยมในเด็ก-วัยรุ่น แต่ทั้งหมดล้วนช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างวัย ลดช่องว่างทางสังคม และเสริมสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกลุ่มคนหลากหลายวัยในชุมชน

1.3 ผลการเปรียบเทียบกิจกรรมทางกายและกีฬาตามช่วงวัย

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบกิจกรรมทางกายและกีฬาตามช่วงวัย

กลุ่มช่วงวัย	ปีเกิด (พ.ศ.)	3 อันดับกิจกรรมหลัก	กิจกรรมเสริมที่นิยม
เบบี้ บลูเมออร์	2488-2507	1. เดิน 2. วิ่ง 3. ฟุตบอล	-
เจนเนอร์เรชั่น เอ็กซ์	2508-2522	1. เดิน 2. วิ่ง 3. ฟุตบอล	-



กลุ่มช่วงวัย	ปีเกิด (พ.ศ.)	3 อันดับกิจกรรมหลัก	กิจกรรมเสริมที่นิยม
เจนเนอร์เรชั่น วาย	2533-2537	1. เดิน 2. วิ่ง 3. ฟุตบอล	แบดมินตัน และ กายบริหาร
เจนเนอร์เรชั่น แซดเป็นต้นไป	2538	1. เดิน 2. วิ่ง 3. ฟุตบอล	แบดมินตัน และ กายบริหาร

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมทางกายและกีฬาที่ทุกช่วงวัยนิยมเหมือนกัน ได้แก่ การเดิน การวิ่ง และฟุตบอล ซึ่งถือเป็นกิจกรรมแกนกลางที่เข้าถึงง่ายและเหมาะสมกับทุกวัย ขณะเดียวกัน Generation Y และ Generation Z ยังเลือกกิจกรรมเสริม เช่น แบดมินตันและกายบริหาร ที่ช่วยเพิ่มความสุข ความท้าทาย และการเข้าสังคมมากขึ้น ในขณะที่ Baby Boomers และ Generation X เน้นกิจกรรมพื้นฐานที่เรียบง่าย และมุ่งรักษา สุขภาพเป็นสำคัญ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างด้านความต้องการและแรงจูงใจตามช่วงวัย แต่ก็ยังมี “กิจกรรม ร่วม” ที่สามารถใช้เป็นสะพานเชื่อมในการสร้างปฏิสัมพันธ์และลดช่องว่างระหว่างวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือทางสังคมในการลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข

1.1 จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า หลักการของรูปแบบกิจกรรมทางกายและกีฬาที่ลดช่องว่าง ระหว่างวัยและสร้างสังคมสงบสุขกับแนวทางป้องกันความขัดแย้ง มีหลักการสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจและการยอมรับระหว่างวัย ด้วยกิจกรรมทางกายและกีฬาช่วยให้คนแต่ละวัย ได้พบปะ เรียนรู้ และเข้าใจความแตกต่างของกันและกัน และส่งเสริมความตระหนักถึงความต้องการและข้อจำกัด ของแต่ละช่วงวัย

2. ส่งเสริมการทำงานร่วมกันและการสื่อสารและภาวะผู้นำอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้กีฬาและเกม เป็นเครื่องมือสร้างความร่วมมือ ลดความขัดแย้งด้วยการสร้างกติกาที่ชัดเจนและมุ่งเน้นความยุติธรรม

3. พัฒนาทักษะการจัดการอารมณ์และความตึงเครียดด้วยกิจกรรมทางกายช่วยให้เกิดการระบายอารมณ์ ทางบวกและลดพฤติกรรมรุนแรงและความตึงเครียดที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง

4. สร้างโอกาสในการเรียนรู้ร่วมกันและเชื่อมความสัมพันธ์ ด้วยกิจกรรมที่มีการรวมกลุ่มหลากหลายวัย ช่วยสร้างความผูกพันลดอคติและความเข้าใจผิดระหว่างวัย

5. การวางแผนและการออกแบบกิจกรรมเชิงป้องกันความขัดแย้ง โดยกำหนดเป้าหมาย กติกา และบทบาทให้ชัดเจน และใช้กิจกรรมที่ส่งเสริมความเคารพ การให้เกียรติ และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

1.2 การสังเคราะห์รูปแบบกิจกรรมทางกายและกีฬาที่นำไปสู่การลดช่องว่างระหว่างวัยและส่งเสริมสังคม ให้สงบสุข ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วม (Engagement) โดยส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมทุกวัยมีส่วนร่วมอย่างเต็มใจและใช้เกมหรือกีฬาเบื้องต้นที่สนุกและไม่ซับซ้อน

ขั้นตอนที่ 2 การเรียนรู้และเข้าใจซึ่งกันและกัน (Understanding) โดยส่งเสริมการสังเกต พูดคุย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างวัย และจัดกิจกรรมที่เน้นการเข้าใจมุมมองของผู้อื่น



ขั้นตอนที่ 3 การฝึกความร่วมมือและทักษะสังคม (Cooperation & Social Skills) โดยใช้กิจกรรมทีมที่ต้องร่วมมือ เช่น กีฬาแบบกลุ่มเกมแข่งขันเชิงสร้างสรรค์และฝึกการเจรจาต่อรองการแบ่งบทบาทและการทำงานเป็นทีม

ขั้นตอนที่ 4 การสะท้อนและปรับปรุงพฤติกรรม (Reflection & Adjustment) โดยให้ผู้เข้าร่วมสะท้อนบทเรียนที่ได้รับ และปรับปรุงทักษะการสื่อสารและภาวะผู้นำ การแก้ปัญหา และการจัดการความขัดแย้ง

ขั้นตอนที่ 5 การสร้างชุมชนและความสัมพันธ์ยั่งยืน (Sustainable Community Building) โดยส่งเสริมความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างวัย และสร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่สนับสนุนสังคมสงบสุข

1.3 แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬากับการลดช่องว่างระหว่างวัยเพื่อเสริมสร้างสังคมสงบสุข

1. การออกแบบกิจกรรม ควรคำนึงถึงความเหมาะสมของอายุและความสามารถ โดยเลือกกิจกรรมที่มีทั้งความสนุก ความปลอดภัย และความท้าทายเหมาะสม

2. การสร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้าง ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม และให้โอกาส ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและความสามารถ

3. การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างวัย ควรจัดกิจกรรมแบบกลุ่มผสมวัย และส่งเสริมการช่วยเหลือและเคารพซึ่งกันและกัน

4. การประเมินและติดตามผลควรประเมินความสัมพันธ์การลดความขัดแย้งและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมและปรับปรุงกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข ผู้วิจัยได้พบประเด็นองค์ความรู้และข้อค้นพบในการดำเนินงานทางการจัดกิจกรรมทางกาย และกีฬาเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข โดยให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืนตลอดไป โดยมีประเด็นที่ผู้วิจัยอภิปรายผล ดังนี้

1. ศึกษากิจกรรมทางกายและกีฬากับการลดช่องว่างระหว่างวัยเพื่อเสริมสร้างสังคมสงบสุข การศึกษากฎหมายและนโยบายสำคัญ พบว่ากิจกรรมทางกายและกีฬาเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการลด ช่องว่างระหว่างวัยและส่งเสริมสังคมสงบสุขในประเทศไทย การทบทวนกฎหมายและนโยบายระหว่างปี พ.ศ. 2496-2580 จำนวน 8 ฉบับ ภายใต้การกำกับของ 7 หน่วยงานหลัก แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องและความเชื่อมโยงระหว่างระดับรัฐธรรมนูญ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาประเทศ กฎหมายด้านกีฬาและสุขภาพ กฎหมายท้องถิ่น และการศึกษา โดยเน้นการสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี เปิดโอกาสให้ทุกช่วงวัยเข้าถึงกิจกรรมทางกาย และกีฬาได้อย่างเท่าเทียม และสนับสนุนความสัมพันธ์ ความเข้าใจ และความร่วมมือระหว่างวัย ผลการศึกษาชี้ชัดว่ากิจกรรมทางกายและกีฬาสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงนโยบายและชุมชนในการสร้างสังคมไทยที่สงบสุขและยั่งยืน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยเสริมสร้างสุขภาพกายและจิตใจ แต่ยังสนับสนุนการพัฒนาทักษะ ทางสังคม การสื่อสารและภาวะผู้นำ และความเข้าใจระหว่างผู้เข้าร่วมทุกช่วงวัย (World Health Organization [WHO], 2020)

การศึกษาพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางกายและกีฬากับการลดช่องว่างระหว่างวัยเพื่อเสริมสร้างสังคมสงบสุข พบว่า กิจกรรมยอดนิยมที่ผู้เข้าร่วมทุกช่วงวัยเลือกทำร่วมกัน ได้แก่ การเดิน การวิ่ง แบดมินตัน และฟุตบอล นอกจากนี้ กิจกรรมทางกายและกีฬาอื่นๆ เช่น แอโรบิกแดนซ์ ไทเก็ก ตะกร้อ วอลเลย์บอล



บาสเก็ตบอล กอล์ฟ กายบริหาร ลีลาศ ชีวจักรยาน เทนนิส สเก็ตบอร์ด และเปตอง ก็ได้รับความนิยม และมีผู้เลือกเข้าร่วมอย่างต่อเนื่องการเข้าร่วมกิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงส่งเสริมสุขภาพร่างกายและจิตใจ กิจกรรมทางกายและกีฬาเป็นกลไกสำคัญในการลดช่องว่างระหว่างวัยเสริมสร้างสังคมสงบสุข ลดปัญหาความขัดแย้งและความรุนแรง สร้างการมีส่วนร่วม สร้างทักษะทางสังคม เช่น ความเห็นอกเห็นใจ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความเข้าใจ ซึ่งกันและกัน และความร่วมมือ ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมเกิดความรู้สึกเป็นทีมเดียวกัน ทั้งภายในครอบครัวและในสถานที่ทำงาน สอดคล้องกับ Piyakanit Irada และ Sarayut สรุปว่า ความภาคภูมิใจในตนเอง พบว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบหลายด้าน ได้แก่ การยอมรับตนเอง การได้รับการยอมรับจากผู้อื่น และการตระหนักรู้ถึงเป้าหมายของ ตนเอง นอกจากนี้ ความสุขยังประกอบด้วยมิติต่างๆ ได้แก่ สุขภาพกายและสุขภาพจิต ความสัมพันธ์ทางสังคม ความรู้ ความมั่นคงทางการเงิน และทัศนคติต่อมหาวิทยาลัย จากการเข้าร่วมเวทีกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ พบว่า ความสุขในทุกมิติของนักศึกษา บุคลากร และชุมชนเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน (Piyakanit Chotivanich, 2024)

การสำรวจพฤติกรรมและการเลือกเข้าร่วมกิจกรรมทางกายและกีฬาของผู้เข้าร่วมในแต่ละช่วงวัย พบว่า 3 อันดับแรกของกิจกรรมยอดนิยมคล้ายคลึงกันในทุกช่วงวัย กลุ่ม Baby-Boomers (เกิด พ.ศ. 2488-2507) Generation X (เกิด พ.ศ. 2508-2522) Generation Y (เกิด พ.ศ. 2523-2537) และ Generation Z (เกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2538 ขึ้นไป) ต่างมีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมการเดิน การวิ่ง และฟุตบอลร่วมกับเพื่อนร่วมงานเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ กิจกรรมทางกายและกีฬาอื่นๆ เช่น แบดมินตัน และกายบริหาร ก็ได้รับความนิยมเป็นกิจกรรมเสริมในการออกกำลังกายร่วมกับเพื่อนร่วมงาน การเลือกกิจกรรมที่หลากหลายช่วยส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ การสื่อสารและภาวะผู้นำและความร่วมมือระหว่างวัย ส่งผลให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันและความรู้สึกเป็นทีม เดียวกันในบริบทครอบครัวและสถานที่ทำงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมทางกายและกีฬาไม่เพียงส่งเสริมสุขภาพ ร่างกายและจิตใจเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือทางสังคมในการลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข

ผลการวิจัยชี้ว่ากิจกรรมทางกายและกีฬาเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์และลดช่องว่างระหว่างวัย เนื่องจากการมีกิจกรรมทางกายและกีฬาที่เหมาะสมช่วยให้คนต่างช่วงวัยสามารถส่งเสริมสุขภาพด้านร่างกายให้ แข็งแรงขึ้น มีความสนุกสนาน คนต่างช่วงวัยร่วมมือกัน สร้างโอกาสการทำงานร่วมกัน สร้างความสามัคคี นำไปสู่การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ไม่แก่งแย่งชิงดีกัน การแข่งขันไม่ควรเป็นหัวใจหลักของกิจกรรม แต่ควรเน้นความ สามัคคีและความสัมพันธ์ที่ดี รวมทั้งการออกแบบกิจกรรมในบริบทครอบครัวและสถานที่ทำงานไม่เพียงช่วยส่งเสริม สุขภาพกายและจิตใจ แต่ยังสนับสนุนการพัฒนาทักษะสังคม การสื่อสารและภาวะผู้นำ การแก้ปัญหาและความ ร่วมมือของผู้เข้าร่วมทุกช่วงวัย (Bronfenbrenner, 1979; WHO, 2020; Rodríguez et al., 2025) การจัด กิจกรรมควรเน้นความร่วมมือ สอดคล้องกับแนวคิดของพลศึกษา (Hastie & Wallhead, 2015) ผ่านการสร้าง กติกา การเล่นกีฬาที่นำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ของช่วงวัยที่แตกต่างกัน มีความยืดหยุ่นในกติกา ให้โอกาสให้ผู้ เล่นสามารถเสนอแนวคิดหรือกติกาใหม่ ๆ ปรับปรุงกติกาตามความสามารถของผู้เล่นและคำนึงถึงความเหมาะสม เข้าใจความต้องการของแต่ละช่วงวัย เน้นส่งเสริมความสามัคคี เช่น การปรับความยากง่ายของกติกาให้เหมาะสมกับ

ความสามารถของแต่ละช่วงวัย เน้นการเล่นที่ง่ายขึ้นและมีความท้าทายมากขึ้น เพื่อให้ทุกคนสามารถ เข้าร่วมและสนุกได้ การปรับขนาดสนาม อุปกรณ์ หรือจำกัดเวลาในการเล่น เน้นความร่วมมือให้ความสำคัญ กับความร่วมมือกันในทีมมากกว่าการแข่งขัน เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแต่ละช่วงวัย สร้างกติกาการเล่นกีฬาที่มุ่งเน้นให้ผู้ เล่นมีความสามารถในการสนับสนุนและร่วมมือกัน สอดคล้องกับ Rodríguez และคณะที่สรุปว่า กีฬาและกิจกรรมการเคลื่อนไหวสามารถทำหน้าที่เอื้อให้เกิดปฏิสัมพันธ์เชิงบวกการทำงานร่วมกัน และการสร้างความ



ไว้วางใจระหว่างผู้เข้าร่วมที่มีความแตกต่างทั้งด้านอายุ บทบาท และบริบททางสังคม ซึ่งการออกแบบกิจกรรมที่ลดการเน้น การแข่งขันและเพิ่มการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม จะช่วยส่งเสริมความสามัคคี ความเข้าใจซึ่งกันและกัน และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ (Rodríguez et al., 2025) และยังสนับสนุนการเรียนรู้แบบมีประสบการณ์ของ Kolb ที่สรุปว่า การสร้างการเรียนรู้ให้รู้จักหน้าที่ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอายุให้มีโอกาสได้รวมตัวกันและทำกิจกรรมร่วมกันสร้างและพัฒนาความผูกพันในกลุ่มระหว่างสมาชิกภายในครอบครัวและภายในสถานที่ทำงาน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสะท้อนพฤติกรรม ปรับปรุงทักษะการสื่อสารและภาวะผู้นำ และสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน ช่วยลดช่องว่าง ระหว่างวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kolb, 2015)

รูปแบบการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาที่นำไปสู่การลดช่องว่างระหว่างวัยและส่งเสริมสังคมให้สงบสุข แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วม (Engagement) ขั้นตอนที่ 2 การเรียนรู้และเข้าใจซึ่งกันและกัน (Understanding) ขั้นตอนที่ 3 การฝึกความร่วมมือและทักษะสังคม (Cooperation & Social Skills) ขั้นตอนที่ 4 การสะท้อนและปรับปรุงพฤติกรรม (Reflection & Adjustment) และขั้นตอนที่ 5 การสร้างชุมชนและความสัมพันธ์ยั่งยืน (Sustainable Community Building) ล้วนสะท้อน คุณค่าตามปรัชญาโอลิมปิก เช่น ความพยายาม เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความสามัคคี ความเป็นเลิศ การเคารพ และมิตรภาพ ส่งเสริมสังคมสงบสุข ปลอดภัย ความรุนแรง มีพื้นที่ปลอดภัย เคารพความแตกต่าง และไม่เลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG16 มิติดความรุนแรงและส่งเสริมความยุติธรรมทางสังคม (United Nations, 2015) และหลักการนำไปปฏิบัติ ควรประกอบด้วย 4 มิติสำคัญ ได้แก่ การออกแบบนโยบายที่ ตอบสนองความต้องการผู้เข้าร่วมและกำหนดตัวชี้วัดการลดความรุนแรงทางกายภาพทุกรูปแบบอย่างชัดเจน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อร่วมกำหนดเป้าหมายและจัดสรรทรัพยากรอย่างเป็นธรรม การพิจารณาบริบทสถาบัน และสังคมเพื่อสร้างความปลอดภัย มั่นคง และความสุขของผู้เข้าร่วม และการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ โดยให้ประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยคำนึงถึงการยอมรับความแตกต่างและการไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการเคารพสิทธิ มนุษยชน เพื่อส่งเสริมความสามัคคีและความเห็นแก่ส่วนรวม (ณัฐปภัสร์ วรธัญญาสุก, 2557)

3. แนวทางการจัดกิจกรรมทางกายและกีฬากับการลดช่องว่างระหว่างวัยเพื่อเสริมสร้างสังคมสงบสุข คือการนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงนโยบายและภาคปฏิบัติ สรุปได้ 3 ประการคือ

1. เน้นความเป็นพลเมืองดีของสังคมและประเทศชาติ สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย สร้าง ความรักและความสามัคคีในหมู่คณะ อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ปฏิบัติในสิ่งที่ควรทำ ละเว้นการกระทำความผิด เหยียดหยาม รักษาสืบต่อวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงาม การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การมีน้ำใจในนักกีฬา รู้แพ้ รู้ชนะ และรู้ถ้อย เรียนรู้บทบาทต่อการสร้างเสริมความสัมพันธ์ในสังคม ได้แก่ การสร้างความรู้สึกรัก เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในกลุ่ม ชุมชน สังคม เพื่อให้เกิดความสามัคคีในครอบครัว และสังคมทำงานสอดคล้องกับ Campillo- Sánchez และคณะกล่าวว่าการทำกิจกรรมกีฬาเป็นกลไกเชื่อมต่อกันจากชุมชนต่างๆ ส่งเสริมการอยู่ร่วมกัน ลด การแยกกลุ่ม (Campillo-Sánchez et al., 2025)

2. กิจกรรมจะต้องสร้างโอกาสเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในสังคมตามสิทธิพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความมั่นคง เคารพและไม่ละเมิด สิทธิและเสรีภาพของ บุคคลอื่น และไม่กระทำการใดที่อาจก่อให้เกิดความแตกแยกหรือเกลียดชังในสังคม และมีสิทธิในการปกครองตนเอง (ชัยยศ อินทแสน. 2560) เน้นกิจกรรมทางกายและกีฬาที่ใช้การเล่นเป็นทีม เพื่อฝึกและพัฒนาทักษะทางสังคม การ ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล เรียนรู้ที่จะหาทางออกที่สร้างสรรค์เมื่อมีการปะทะ กันระหว่างทีมสามารถ ยอมรับและปรับตัวเข้ากับสังคมได้ และใช้กีฬาเป็นสื่อเพื่อสร้าง สังคมประชาธิปไตย เคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์



มีสิทธิเสรีภาพ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกันบนพื้นฐานของความยุติธรรม ยอมรับ เคารพและปฏิบัติต่อผู้อื่นโดยคำนึงถึงความเท่าเทียมกันจะลดความขัดแย้งลงได้ (ชนาภา ศรีวิสรณ์. 2563)

3. กิจกรรมจะต้องสร้างสังคมที่สงบสุข โดยทุกช่วงวัยสามารถอยู่ร่วมกันโดยเคารพความแตกต่างหลากหลาย ยึดหลักน้ำใจนักกีฬา นำไปสู่สังคมสมานฉันท์ มีสงบสุขอย่างยั่งยืน สามารถอยู่ร่วมกับ นานา อารยะประเทศได้อย่างเป็นมิตร ยึดถือหลักความอดทนอดกลั้น ยึดมั่น ในแนวทางสายกลาง พัทธการรักษาวินัย ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็น ประมุข ปราศจาก ความรุนแรงทุกรูปแบบ รวมถึงร่วมกันแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และจัดการความ ชัดแย้งโดยสันติวิธี ที่สอดคล้อง กับยุทธศาสตร์การต่อต้านการก่อการร้ายระดับโลกของสหประชาชาติแผนปฏิบัติการเพื่อป้องกันและรับมือกับ อุปสรรคของการบ่มเพาะแนวคิดหัวรุนแรงและแนวคิด สุดโต่งที่นิยมความรุนแรงแห่งภูมิภาคอาเซียน และ นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคง แห่งชาติปี 2562-2565 ของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติปี

2561-2580 ในประเด็นด้านเสริมสร้างความมั่นคง โดยส่งเสริมและสนับสนุนกลไกการขับเคลื่อนที่เน้นการมีส่วนร่วม ร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนให้การทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ และภาคประชาชน เพื่อให้ สังคมไทยมีความเข้มแข็งและความมั่นคงเน้นสร้างพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็นของกันและกันสอดคล้องกับ Sousa สรุปว่า กิจกรรมกีฬาที่เน้นการเรียนรู้มากกว่าการแข่งขัน จะช่วยส่งเสริมการเคารพกติกาและผู้อื่นการควบคุมอารมณ์ และการจัดการความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนทำงานร่วมกัน และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ยังช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมและลดพฤติกรรมก้าวร้าวในบริบทของโรงเรียน (Sousa, 2025)

ข้อเสนอแนะ

1. ระดับบุคลากร ได้แก่ ครูผู้ฝึกสอนและผู้นำกิจกรรมควรได้รับการพัฒนาในด้านทักษะการบริหารจัดการกลุ่มที่มีความหลากหลายวัย เพื่อให้สามารถสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เท่าเทียมและมีความเคารพซึ่งกันและกัน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการสร้าง กิจกรรมชุมชนเพื่อป้องกันความขัดแย้ง เช่น กิจกรรมครอบครัวสัมพันธ์ กิจกรรมผู้สูงอายุกับเยาวชน หรือโครงการกีฬาเพื่อสันติภาพ (Sport for Peace)

2. ระดับกิจกรรม (Activity Level) ควรจัดกิจกรรมทางกายและกีฬาเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับทุกวัย เช่น กีฬาเบ๊องตัน เกมเชื่อมสัมพันธ์ การออกกำลังกายแบบกลุ่ม โดยเน้นกระบวนการ 5 ขั้นตอน 1) Engagement 2) Understanding 3) Cooperation & Social Skills 4) Reflection & Adjustment 5) Sustainable Community Building และมีการวัดผลตาม Peace Indicator ได้แก่ ความปลอดภัย ความร่วมมือ การเคารพ ความแตกต่าง และความเป็นธรรม ซึ่งการจัดกิจกรรมควรมีความต่อเนื่องและมีการติดตามผลอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างวัย ไม่ใช่เพียงการจัดครั้งเดียวแล้วจบ

3. ระดับโครงการ (Program Level) ควรมีการรวมกิจกรรมเข้าด้วยกันในรูปแบบ “โครงการ” เช่น โครงการกีฬารอบครัว โครงการกีฬาสถานที่ทำงาน และโครงการกีฬาเชิงสังคมเพื่อคนทุกวัย โดยเชื่อมโยงกับหน่วยงานในชุมชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย องค์กรท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง และมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น-ระยะยาว เช่น การลดอัตราความขัดแย้งในครอบครัว การเพิ่มความร่วมมือระหว่างวัยในองค์กรและควรมีการนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการลดช่องว่างระหว่างวัยและเสริมสร้างสังคมสงบสุข



4. ระดับนโยบาย (Policy Level) ควรมีการขับเคลื่อนโครงการไปสู่การเป็น “นโยบายสาธารณะ” โดยอิง กับกรอบกฎหมายและยุทธศาสตร์ชาติ เช่น รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และบูรณาการเข้ากับนโยบายสุขภาพ กีฬาและการศึกษา เช่น พระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 พระราชบัญญัติส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 โดยเน้นการกำหนดมาตรการส่งเสริมการเข้าร่วมการสนับสนุนงบประมาณ และการจัดสรรทรัพยากรที่เป็นธรรม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งในด้านเพศ ช่วงวัย พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ และบริบททางสังคม เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมและนำไปใช้ได้กว้างขวางขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเภทกิจกรรมทางกายและกีฬา (เช่น กีฬาเป็นทีม กีฬาเดี่ยว กิจกรรมนันทนาการ) เพื่อวิเคราะห์ว่ากิจกรรมประเภทใดมีประสิทธิภาพสูงสุดในการลดช่องว่างระหว่างวัย
3. ควรมีการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) เพื่อวัดผลก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การเปลี่ยนแปลงในด้านทัศนคติ การสื่อสารและภาวะผู้นำ และความสัมพันธ์ทางสังคม
4. ควรพัฒนาเครื่องมือการประเมินผลที่เป็นมาตรฐานในการวัดระดับการลดช่องว่างระหว่างวัยและการ สร้างสังคมสุข เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือทางวิชาการ
5. ควรมีการศึกษาระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อติดตามผลของกิจกรรมทางกายและกีฬา ต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัยและความสุขในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2550). พระราชบัญญัติส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550. ราชกิจจานุเบกษา.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2558). พระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558. ราชกิจจานุเบกษา.
- กระทรวงมหาดไทย. (2496). พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496. ราชกิจจานุเบกษา.
- กระทรวงมหาดไทย. (2537). พระราชบัญญัติสภาตำบล พ.ศ. 2537. ราชกิจจานุเบกษา.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. ราชกิจจานุเบกษา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). ราชกิจจานุเบกษา.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2560). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. ราชกิจจานุเบกษา.
- องค์การสหประชาชาติ. (2558). เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ข้อที่ 16: สันติภาพ ความยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็ง.
- สหประชาชาติ.
- องค์การอนามัยโลก. (2563). กฎบัตรองค์การอนามัยโลก (World Health Organization Charter). องค์การอนามัยโลก.
- ชนาภา ศรีวิสรณ์. (2563). กระบวนการสร้างสุขสัมพันธตามหลักสันติวิธีเชิงบูรณาการของชุมชนดอยช้าง
- จังหวัดเชียงราย, คู่มือนิพนธ์พุทธศาสตร์คุณูปการ, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ชัยยศ อินทแสน. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2560). แนวทางการเสริมสร้างสังคมสุขของมูลนิธิมิราเคิลออฟไลฟ์
- ตามหลักพุทธสันติวิธี, วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 5(2), 299-311.



- ณัฐปภัสร์ วรธัญญาสุก. (2557) *การนำเสนอกระบวนการเสริมพลังชุมชนในการเสริมสร้างสงบสุขและความสมานฉันท์สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. หลักสูตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Harvard University Press.
- Campillo-Sánchez, J., Borrego-Balsalobre, F. J., Díaz-Suárez, A., & Morales-Baños, V. (2025). Sports and Sustainable Development: A Systematic Review of Their Contribution to the SDGs and Public Health. *Sustainability (Switzerland)*, 17(2), 562.
<https://www.mdpi.com/2071-1050/17/2/562>
- Hastie, P. A., & Wallhead, T. L. (2015). Models-based practice in physical education: The case for sport education. *Journal of Teaching in Physical Education*, 34(3), 280-299.
<https://doi.org/10.1123/jtpe.2014-0128>
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Education.
- International Olympic Committee. (2020). *Olympic Charter*. Lausanne: IOC.
- Piyakanit Chotivanich, I. P., Sarayut Phorncharoen. (2024). The Development of An Ecological Intelligence System to Promote Being a Happiness University of Students, Personnel, and Communities. *UBRU International Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 4(3), 125-134.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ubruj/article/view/277060/186729>
- Rodríguez, S., León-Prieto, C., Rodríguez-Jaime, M. F., & Lugo, L. S. (2025). Playing for peace: scoping review of sports programs as agents of peace. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 55(1), 60-76.
<https://doi.org/10.1007/s12662-024-00967-1>
- Rovininelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criteria- referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sousa, R. R. A. de. (2025). The relationship between sport and violence: how sports practice can be used as a tool to prevent violence, and how physical education teachers can help create a safe and peaceful school environment. *Revista Interseção*, 7(1), 203-213.
<https://doi.org/10.48178/intersecao.v7i1.465>





อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z

The Influence of Financial Risk Perception on Stock Market Investment for Future Financial Independence Among Generation Z

วัฒนา ชีวะประภาวรรณ^{1*}, กษิดิศ ประยูรวงศ์², นันทวุฒิ ยะหัตตะ³, ภูธเนศ แก้วพิศดาร⁴

Wattana Cheewaprapawan^{1*}, Kasidit Prayoonwong², Nanthawut Yahatta³,

Putanast Kaewpisadran⁴

^{1*, 2, 3, 4} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

^{1*, 2, 3, 4} Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus

E-mail: beenaruk.ten@gmail.com

Received 23 February 2026 Revised 9 April 2026

Accepted 26 May 2026 Available Online 30 June 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา อิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z จำนวน 340 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงขนาดตัวอย่างขั้นต่ำกำหนดตามสูตรของ Yamane (1973) โดยตั้งค่าความคลาดเคลื่อน (e) ที่ 5% ซึ่งให้ตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 184 คน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้เลือกเก็บตัวอย่างจำนวน 250 คน เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน การวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้น และการวิเคราะห์สถิติการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพล คือ ปัจจัยด้านการลงทุนในหุ้น ($\beta = 0.228, P < 0.001$) ปัจจัยด้านอิสรภาพทางการเงินในอนาคต ($\beta = 0.149, P < 0.001$) ถัดไปคือปัจจัยด้านทัศนคติต่อผลตอบแทน ($\beta = -0.135, P < 0.001$) ดังนั้น การพัฒนาองค์ความรู้ความเสี่ยงทางการเงินในตลาดหลักทรัพย์จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความมั่นคงและมีอิสรภาพทางการเงินในอนาคตมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์, ความง่ายของการลงทุน, การสร้างความมั่นคง, การวางแผนทางการเงิน

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of perceived financial risk on stock market investment for achieving future financial independence among Generation Z. A total of 340 questionnaires were distributed. The minimum sample size was determined using Yamane's (1973) formula with a margin of error (e) set at 5%, resulting in a minimum required sample of 184



respondents. However, the researcher collected data from 250 respondents in order to enhance accuracy and reduce sampling error.

The data were analyzed using descriptive statistics, including percentages, mean values, and standard deviations, as well as inferential statistics, comprising Pearson's correlation coefficient, preliminary assumption testing, and multiple linear regression analysis. The research findings revealed that the variable with the greatest influence was Stock factors ($\beta=0.228$, $p < 0.001$). Therefore, enhancing knowledge and understanding of financial risk in the stock market would be beneficial for strengthening financial stability and achieving greater financial independence in the future.

Keywords: Social Media Influencer, Easy of Investment, Building Security, Financial Planning

บทนำ

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology: FinTech) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมทางการเงินและการลงทุนของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่อย่าง Gen Z ซึ่งเติบโตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้รูปแบบการแสวงหาข้อมูลและการตัดสินใจลงทุนแตกต่างจากคนรุ่นก่อน (ศิริรัตน์ อุทัยรัตน์, 2567) โดย Gen Z มักใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube, TikTok และสื่อสังคมต่างๆ เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการประกอบการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (ศิริรัตน์ อุทัยรัตน์, 2567)

การพัฒนาเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มการลงทุน ทำให้การลงทุนในตลาดหุ้นสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ประกอบกับศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนที่สูง จึงกลายเป็นทางเลือกสำคัญในการสร้างความมั่นคงและอิสรภาพทางการเงินในอนาคต อย่างไรก็ตาม ตามแนวคิดการเงินเชิงพฤติกรรม (Behavioral Finance) การตัดสินใจลงทุนของบุคคลไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงเหตุผล เช่น ผลตอบแทนและความเสี่ยงเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาและการรับรู้ (อลิษา ตรีโรจนานนท์ และคณะ, 2567)

นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอก เช่น อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ความง่ายในการเข้าถึงการลงทุน และกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของสถาบันการเงิน ยังส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและพฤติกรรมการลงทุนของ Gen Z อย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกัน ปัจจัยภายใน เช่น การวางแผนทางการเงิน สภาพคล่องทางการเงิน ความรู้ด้านการลงทุน และทักษะการตัดสินใจทางการเงินก็มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เช่นกัน (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021)

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2540-2550 (ค.ศ. 1997-2007) เป็นกลุ่มที่เติบโตภายใต้อิทธิพลของการปฏิวัติดิจิทัล และกำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานในปัจจุบัน ทำให้พฤติกรรมทางการเงินและการลงทุนของกลุ่มนี้มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคต (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021)

ในด้านปัจจัยภายในของบุคคล การสร้างความมั่นคงและอิสรภาพทางการเงินในอนาคตนั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจทางการเงินของแต่ละบุคคล โดยเฉพาะการรับรู้ความสามารถของตนเองในการวางแผนทางการเงิน ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy Theory: SET) ที่เสนอโดย Bandura (1977) ซึ่งระบุว่าบุคคลจะเลือกทำกิจกรรมที่ตนเองเชื่อว่าสามารถทำได้ และมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจในสิ่งที่สอดคล้องกับความสามารถและความเชื่อมั่นของตนเอง (Bandura, 1977; Eccles, 2003)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยเชิงเศรษฐกิจหรือพฤติกรรมในภาพรวม และยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ “การรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน” ที่เชื่อมโยงกับตัวแปรหลากหลายมิติ ทั้งด้านพฤติกรรม ด้านทัศนคติ และด้านศักยภาพส่วนบุคคล โดยเฉพาะในบริบทของกลุ่ม Gen Z (อลิษา ตรีโรจนานนท์ และคณะ, 2567)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาว่า การรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Perception) และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในฐานะตัวแปรอิสระ ได้แก่ อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ความง่ายในการลงทุน การสร้างความมั่นคง อิสราภาพทางการเงินในอนาคต การลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ ทัศนคติทางการเงิน และความสามารถด้านการวางแผน การเงิน จะส่งผลต่อ การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (Investment Decision in the Stock Market) ซึ่งเป็นตัวแปรตามอย่างไร เพื่ออธิบายพฤติกรรมการลงทุนของ Gen Z และเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเงิน เพื่อส่งเสริมการสร้างอิสรภาพทางการเงินในอนาคต

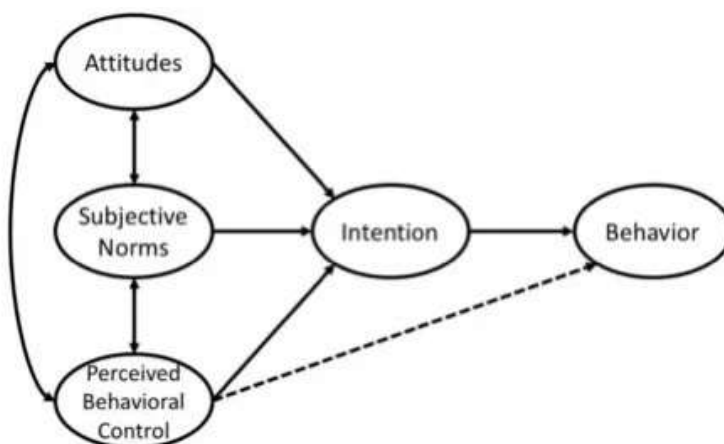
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีความคาดหวัง (Prospect Theory)

การรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินหมายถึงการประเมินของบุคคลต่อโอกาสที่จะสูญเสียผลประโยชน์ทางการเงิน อันเนื่องมาจากการตัดสินใจลงทุน (Sitkin & Pablo, 1992) โดยบุคคลจะรับรู้ความเสี่ยงแตกต่างกันตามประสบการณ์ ความรู้ทางการเงิน และทัศนคติส่วนบุคคล นักลงทุน Gen Z อาจรับรู้ความเสี่ยงสูงเกินจริง เมื่อเผชิญโอกาสขาดทุน และมีแนวโน้ม “หลีกเลี่ยงการลงทุนที่ดูเสี่ยง” แม้ผลตอบแทนจะสูง บางกลุ่มของ Gen Z ที่มี “ประสบการณ์ขาดทุน” กลับ ยอมเสี่ยงมากขึ้นเพื่อชดเชยความสูญเสียสิ่งนี้สะท้อนแนวคิดของ Prospect Theory ว่าความรู้สึกต่อ “การสูญเสีย” มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการเงินมากกว่าการคำนวณผลตอบแทนจริงซึ่งจะเชื่อมโยงกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)



ภาพที่ 1 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)



พฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจาก “ความตั้งใจ (Intention)” ซึ่งถูกกำหนดโดยปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ

- 1) ทักษะคติ (Attitudes) หมายถึง ระดับที่พฤติกรรมนั้นถูกมองว่าเป็นไปในทางที่ดีหรือ ไม่ดีเจตนาเชิงพฤติกรรม
- 2) บรรทัดฐานทางสังคม (subjective norms) หมายถึง ความเชื่อของกลุ่มอ้างอิงซึ่งมีความสำคัญต่อบุคคลนั้นๆ ได้แก่ พ่อ แม่ ครู เพื่อน วายอมรับต่อพฤติกรรมนั้น ๆหรือไม่ ซึ่งถ้ากลุ่มบุคคลอ้างอิงยอมรับจะทำให้บุคคลนั้นปฏิบัติตาม
- 3) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (perceived behavioral control) หมายถึงบุคคลจะรับรู้ว่ามีโอกาสที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ให้สำเร็จมากน้อยเพียงใดเมื่อบุคคลนั้นๆ มีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรม รับรู้ว่า สังคมมีการยอมรับพฤติกรรมนั้นๆ และรับรู้ว่าคุณเองมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้นๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Influencer)

อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Influencer) ในปัจจุบันการดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลกตลอดเวลา เป็นผลให้คนในสังคมจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้ชีวิตอยู่รอด และมีแนวโน้มว่าวิถีชีวิตของเราจะต้องปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบของออนไลน์ จึงเกิดการรวมกลุ่มบนสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, TikTok ฯลฯ มากขึ้น (อาทิตยา อย่างอิน, 2564) เพื่อสื่อสาร รับข้อมูลข่าวสาร และสร้างความบันเทิงทำให้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้งานในหลายมิติ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความง่ายในการลงทุน

ความง่ายในการลงทุน (Investment Ease) หมายถึง ระดับความสะดวก ความเข้าใจง่าย และความพร้อมของนักลงทุน ที่ส่งผลให้สามารถตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์หรือโอกาสลงทุนต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามหรือความรู้เชิงลึกมากนัก และสามารถเข้าถึงการลงทุนได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย (ปริยานันท์ ช่วยบุตตา, 2565) ในปัจจุบันมีการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โปรแกรมช่วยวิเคราะห์หลักทรัพย์ ซึ่งเป็นเครื่องมืออัตโนมัติเหล่านี้ผู้ออกแบบมีการรวบรวมปัญหาและจุดอ่อนต่าง ๆ ในการลงทุนเพื่อให้นักลงทุนได้ตัดสินใจช่วยเหลือหั่นจับจังหวะซื้อขาย คำนวณราคาก่อนส่งคำสั่งซื้อขาย และควบคุมความเสี่ยงเหมาะสำหรับนักลงทุนที่ต้องการยกระดับการลงทุนให้มีประสิทธิภาพ ทำให้ง่ายต่อการลงทุนโดยไม่ต้องใช้ความรู้ที่มาก แต่สามารถเข้าถึงการลงทุนได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น (ชลธิรัตน์ เกิดศรี และ นพดล พันธุ์พานิช, 2566)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความมั่นคง

ความมั่นคงทางการเงิน หมายถึง ความสามารถของระบบการเงินในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยไม่ทำให้การเงินของนักลงทุนเกิดความเสียหายหรือหยุดชะงัก ซึ่งสะท้อนถึงความแข็งแกร่งของสถาบันการเงิน ตลาด และระบบเศรษฐกิจโดยรวม ทั้งนี้ ในมุมมองของนักลงทุน ความมั่นคงทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยช่วยประเมินทั้งความเสี่ยงและโอกาสในการสร้างผลตอบแทน ผ่านการวิเคราะห์สถานะทางการเงินของบริษัท เช่น ความสามารถในการทำกำไร สภาพคล่องและความสามารถในการชำระหนี้ เนื่องจากหากบริษัทมีปัญหาทางการเงิน เช่น ขาดทุน รายได้ไม่พอใช้จ่าย ทำให้นักลงทุนมีความเสี่ยงขาดทุนเพิ่มขึ้นได้ (Rakmit & Sincharoonsak, 2024)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิสรภาพทางการเงินในอนาคต

อิสรภาพทางการเงิน หมายถึง ภาวะที่บุคคลสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นคงโดยไม่ต้องพึ่งพารายได้จากการทำงานเป็นหลัก และมีความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงินของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระดับของอิสรภาพทางการเงินของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทักษะทางการเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงส่วนบุคคล ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อรายได้ ค่าใช้จ่าย พฤติกรรมทางการเงิน และความสามารถในการลงทุนที่แตกต่างกัน อีกทั้งอิสรภาพทางการเงินยังมีบทบาทสำคัญต่อ



การตัดสินใจลงทุน เนื่องจากบุคคลที่มีอิสรภาพทางการเงินในระดับสูงมักมีความพร้อมในการรับความเสี่ยง มีศักยภาพในการจัดสรรเงินเพื่อการลงทุน ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนมีความเป็นเหตุเป็นผลและมีประสิทธิภาพมากกว่าบุคคลที่มีข้อจำกัดทางการเงิน (พิมพ์นารา ทรัพย์เรืองริน และ สันติ เต็มประเสริฐสกุล, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนในหุ้น (Stock)

การลงทุนในหุ้น (Stock Investment) หมายถึง การนำเงินไปลงทุนโดยการซื้อหลักทรัพย์ประเภทหุ้นของบริษัทจดทะเบียนเพื่อคาดหวังผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล (Dividend) และกำไรจากส่วนต่างราคา (Capital Gain) ในอนาคต โดยผู้ลงทุนจำเป็นต้องพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสในการได้รับผลตอบแทนควบคู่กัน ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยทางเทคนิค เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน Smart et al. (2022) อธิบายว่า การลงทุนในหุ้นเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนระหว่างความเสี่ยงและผลตอบแทน โดยนักลงทุนจะต้องประเมินข้อมูลทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อคาดการณ์ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนในทองคำ (Gold)

ทองคำถือเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าและได้รับการยอมรับในหลายสังคมมาอย่างยาวนาน (Baur & McDermott, 2010) ในอดีตคนไทยนิยมซื้อทองคำรูปพรรณเพื่อสวมใส่เป็นเครื่องประดับ แต่ปัจจุบันทองคำแท่งถูกมองว่าเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนเนื่องจากมีค่าธรรมเนียมหรือส่วนต่างราคาน้อยกว่าทองคำรูปพรรณ ทำให้เหมาะสำหรับการเก็งกำไรและการลงทุนระยะสั้นหรือระยะยาว (World Gold Council, 2023)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุน (Funds)

กองทุนรวมเป็นสินทรัพย์ที่บริหารจัดการโดยผู้ประกอบธุรกิจจัดการลงทุน ซึ่งถือเป็นผู้ลงทุนสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญ และมักตัดสินใจลงทุนโดยพิจารณาปัจจัยพื้นฐานของหลักทรัพย์และลงทุนในระยะยาว แตกต่างจากผู้ลงทุนรายย่อยที่มักเน้นการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นในระยะสั้น (Bogle, 2014; Setboonsarng & Xu, 2017)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อผลตอบแทน (Attitude toward Return)

ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประเมินความคุ้มค่าและประสิทธิภาพของการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตราสารทุนตราสารหนี้ หรือสังหาริมทรัพย์ (จิรัตน์ สังข์แก้ว, 2547)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อความเสี่ยง (Attitude toward Risk)

การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Management) เป็นกระบวนการในการระบุ วิเคราะห์ และจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยทางการเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ย, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา, และราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ซึ่งทฤษฎีที่สำคัญในด้านนี้ ได้แก่ ทฤษฎีการกระจายความเสี่ยง (Diversification Theory) ของ Harry Markowitz ที่เน้นการกระจายการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง และทฤษฎี Value at Risk (VaR) ที่ใช้ในการวัดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในตลาดการเงินโดยช่วยประเมินความเป็นไปได้ของการขาดทุนในช่วงเวลาที่กำหนด (Markowitz, H, 1952; Jorion, P., 2007)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน (Financial Planning)

การวางแผนทางการเงินเป็นกระบวนการสำคัญในการกำหนดเป้าหมายทางการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยครอบคลุมการบริหารรายได้ รายจ่าย การออม และการลงทุนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดความสมดุลทางการเงินและสามารถรองรับความไม่แน่นอนในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การวางแผนทางการเงินยังช่วยเสริมสร้างวินัยทางการเงิน เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสภาพคล่อง และสนับสนุนให้บุคคลสามารถตัดสินใจทางการเงินและการลงทุนได้อย่างมีเหตุผล ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว (สมพล จินดารักษ์ และคณะ, 2568)



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงิน (financial Liquidity)

สำหรับ Gen Z ซึ่งให้ความสำคัญกับ “อิสรภาพทางการเงินในอนาคต” การรับรู้ถึงความเสี่ยงทางการเงินจึงสัมพันธ์กับระดับสภาพคล่องที่ตนมี กล่าวคือ หากบุคคลมีสภาพคล่องทางการเงินสูงจะมีความกล้าในการลงทุน และสามารถรับความเสี่ยงได้มากกว่า

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเข้าใจด้านการลงทุน (Investment Knowledge)

Wade and Tavis (1999 อ้างถึงใน บุรฉัตร จันทร์แดง, 2562) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้วางใจพฤติกรรม คือ การกระทำของคนเราที่สังเกตได้ภายนอก กองราช (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำของบุคคล ซึ่งประกอบด้วยความมุ่งหมาย ความพร้อมสถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลของการกระทำนั้นๆ และปฏิกิริยาต่อผลของการกระทำในกรณีที่ผลลัพธ์ไม่ได้เป็นตามที่คาดหวังไว้จากการให้ความหมายข้างต้นนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะการตัดสินใจทางการเงิน (Financial Decision-Making Skills)

ทักษะการตัดสินใจทางการเงิน หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการวิเคราะห์ ประเมินทางเลือก และเลือกตัดสินใจทางการเงินอย่างมีเหตุผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินในระยะสั้นและระยะยาวอย่างเหมาะสม (Huston, 2010) ทักษะดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญของความฉลาดทางการเงิน (Financial Literacy) ซึ่งช่วยให้บุคคลสามารถจัดการรายได้ รายจ่าย การออม และการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lusardi & Mitchell, 2014)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (Investment Decision in the Stock Market)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Theories of Motivation) คำว่า "แรงจูงใจ" มีความหมายว่าเป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำให้บุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุกๆ วงการ (Domjan, 1996 : 199)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นกลุ่มผู้สนใจในการลงทุน Generation Z ที่รับรู้ความเสี่ยงของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทราบกลุ่มประชากร จึงได้เลือกใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง Yamane (1973) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ $\pm 5\%$ และความคลาดเคลื่อนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าจะได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 184 คนขึ้นไป ผู้วิจัยมีการคำนวณจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 250 ชุด เพื่อที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือ และทำการสำรวจเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถามเพิ่มอีกจำนวน 90 ชุด รวมทั้งหมดเป็น 340 ชุด เพื่อความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยการศึกษาวิจัยนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลผ่านวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms ที่มีลักษณะแบบปลายปิด โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค Generation Z ที่รับรู้ความเสี่ยงของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการส่ง Link และ QR Code ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 340 ชุด โดยมีกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวม ข้อมูลตลอดเดือนธันวาคม พ.ศ. 2568 จนถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2569 หลังจากนั้นข้อมูลที่ได้รับ



จะถูกนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences for Windows) โดยเป็นเวอร์ชันที่ได้รับสิทธิ์การใช้งานอย่างถูกต้องตามกฎหมายเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งด้านความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยเริ่มจากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ผลการทดสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในช่วง 0.713–0.764 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวัดแต่ละตัวแปรมีความน่าเชื่อถือและมีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences for Windows) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ย (Mean) รวมถึงค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption Test) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจำนวน 13 ตัว ได้แก่ ปัจจัยอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์, ความง่ายในการลงทุน, การสร้างความมั่นคง, อิสรภาพทางการเงินในอนาคต, การลงทุนในหุ้น, การลงทุนในทองคำ, การลงทุนในกองทุน, ทัศนคติต่อผลตอบแทน, ทัศนคติต่อความเสี่ยง, การวางแผนทางการเงิน, ความเข้าใจด้านการลงทุน, ความเข้าใจด้านการลงทุน, ทักษะการตัดสินใจทางการเงิน ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ในกลุ่ม Generation Z พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 อยู่ในช่วงอายุ 21-23 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์, ความง่ายในการลงทุน, การสร้างความมั่นคง, อิสรภาพทางการเงินในอนาคต, การลงทุนในหุ้น, การลงทุนในทองคำ, การลงทุนในกองทุน, ทัศนคติต่อผลตอบแทน, ทัศนคติต่อความเสี่ยง, การวางแผนทางการเงิน, ความเข้าใจด้านการลงทุน, ทักษะการตัดสินใจทางการเงิน, การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์



ตารางที่ 1 ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่ม Generation Z

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านทัศนคติต่อผลตอบแทน	4.4500	0.51835	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการวางแผนทางการเงิน	4.2787	0.50842	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านอิสรภาพทางการเงินในอนาคต	4.2793	0.49481	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านความง่ายในการลงทุน	4.2240	0.52751	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการลงทุนในกองทุน	4.2967	0.48665	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านความรู้ด้านการลงทุน	4.2740	0.48738	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการลงทุนในทองคำ	4.2032	0.53981	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านทักษะการตัดสินใจทางการเงิน	4.3340	0.41459	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการสร้างความมั่นคงทางการเงิน	4.2560	0.50324	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านความเข้าใจด้านการลงทุน	4.2333	0.48654	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านทัศนคติต่อความเสี่ยง	4.2264	0.53513	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการลงทุนในหุ้น	4.2620	0.48760	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์	4.2787	0.49575	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ในกลุ่ม Generation Z พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อผลตอบแทน ($\bar{X}$ = 4.4500, S.D. = 0.51835) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการวางแผนทางการเงิน ($\bar{X}$ = 4.2787, S.D. = 0.50842) ปัจจัยด้านอิสรภาพทางการเงินในอนาคต ($\bar{X}$ = 4.2793, S.D. = 0.49481) ปัจจัยด้านความง่ายในการลงทุน ($\bar{X}$ = 4.2240, S.D. = 0.52751) ปัจจัยด้านการลงทุนในกองทุน ($\bar{X}$ = 4.2967, S.D. = 0.48665) ปัจจัยด้านความรู้ด้านการลงทุน ($\bar{X}$ = 4.2740, S.D. = 0.48738) ปัจจัยด้านการลงทุนในทองคำ ($\bar{X}$ = 4.2032, S.D. = 0.53981) ปัจจัยด้านทักษะการตัดสินใจทางการเงิน ($\bar{X}$ = 4.3340, S.D. = 0.41459) ปัจจัยด้านการสร้างความมั่นคงทางการเงิน ($\bar{X}$ = 4.2560, S.D. = 0.50324) ปัจจัยด้านความเข้าใจด้านการลงทุน ($\bar{X}$ = 4.2333, S.D. = 0.48654) ปัจจัยด้านทัศนคติต่อความเสี่ยง ($\bar{X}$ = 4.2264, S.D. = 0.53513) ปัจจัยด้านการลงทุนในหุ้น ($\bar{X}$ = 4.2620, S.D. = 0.48760) และต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ = 4.2787, S.D. = 0.49575) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption Test)



ตารางที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ ระหว่าง การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ที่มีอิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงทางด้านการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน ของคน Gen Z

	Mean Market	Mean Social	Mean Invest	Mean Security	Mean Future	Mean Stock	Mean Gold
Mean Market	1						
Mean Social	0.061**	1					
Mean Invest	0.213**	0.074**	1				
Mean Security	0.105**	0.046**	0.263**	1			
Mean Future	0.187**	-0.036**	0.064**	-0.026**	1		
Mean Stock	0.275**	0.131**	0.127**	0.068**	0.152**	1	
Mean Gold	0.180**	0.115**	0.259**	0.258**	0.082**	0.214**	1
	Mean Fund	Mean Return	Mean Risk	Mean Plan	Mean Liqui	Mean Know	Mean Skill
Mean Fund	1						
Mean Return	0.067**	1					
Mean Risk	0.45**	0.028**	1				
Mean Plan	-0.46**	0.201**	0.62**	1			
Mean Liqui	0.46**	0.197**	0.22**	0.197**	1		
Mean Know	0.115**	0.161**	0.100**	0.016**	0.213**	1	
Mean Skill	0.149**	0.087**	0.201**	-0.017**	0.066**	0.342**	1
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05*							

หมายเหตุ : Mean Market = การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์; Mean Social = อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์; Mean Invest = ความง่ายในการลงทุน; Mean Security = การสร้างความมั่นคง Mean Future = อิสรภาพทางการเงินในอนาคต; Mean Stock = การลงทุนในหุ้น; Mean Gold = การลงทุนในทองคำ; Mean Fund = การลงทุนในกองทุน; Mean Return = ทักษะการตอบสนองต่อผลตอบแทน; Mean Risk = ทักษะการรับรู้ความเสี่ยง; Mean Plan = การวางแผนทางการเงิน; Mean Liqui = สภาพคล่องทางการเงิน; Mean Know = ความเข้าใจด้านการลงทุน; Mean Skill = ทักษะการตัดสินใจทางการเงิน

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นค่าความสัมพันธ์ ระหว่าง การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ความง่ายในการลงทุน การสร้างความมั่นคง อิสรภาพทางการเงินในอนาคต การลงทุนในหุ้น การลงทุนในทองคำ การลงทุนในกองทุน ทักษะการตอบสนองต่อผลตอบแทน ทักษะการรับรู้ความเสี่ยง การวางแผนทางการเงิน สภาพคล่องทางการเงิน ความเข้าใจด้านการลงทุน และทักษะการตัดสินใจทางการเงิน ที่มีอิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงทางด้านการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน ของคน Gen Z



ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเป็นอิสระจากกันของความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) เป็นการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรว่าเป็นอิสระจากกันหรือไม่ (Durbin-Watson) โดยวิเคราะห์จากตาราง Model Summary

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	0.424 ^a	0.180	0.138	0.45009	1.822

a. Social Media Influencer, Ease of Investment, Building Security, Financial freedom in the future, Stock, Gold, Funds, Attitude toward Return, Attitude toward Risk, Financial Planning, Financial Liquidity, Investment Knowledge, Financial Decision-Making Skills

b. Investment Decision in the Stock Market

จากตารางที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์ความเป็นอิสระจากกันของความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) โดยนำตัวแปรอิสระมาทดสอบความเป็นอิสระต่อกันว่ามีความสัมพันธ์กันภายในหรือไม่โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson จากตาราง Model Summary พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.822 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.5-2.5 โดยหมายความว่าตัวแปรอิสระที่ประกอบไปด้วย ปัจจัยอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์, ปัจจัยความง่ายในการลงทุน, ปัจจัยการสร้างความมั่นคง, ปัจจัยอิสระภาพทางการเงินในอนาคต, ปัจจัยการลงทุนในหุ้น, ปัจจัยการลงทุนในทองคำ, ปัจจัยการลงทุนในกองทุน, ปัจจัยทัศนคติต่อผลตอบแทน, ปัจจัยทัศนคติต่อความเสี่ยง, ปัจจัยการวางแผนทางการเงิน, ปัจจัยความเข้าใจด้านการลงทุน, ปัจจัยทักษะการตัดสินใจทางการเงิน, ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่ม Generation Z เป็นอิสระต่อกันโดยมีค่า R หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.424 หรือ 42.4% หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และมีค่า R Square เท่ากับ 0.180 หรือ 18.0% หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดในโมเดลนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ 18.0%

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตารางที่ 4 ค่า P-Value ควรใส่เครื่องหมาย * เพื่อแสดงความมีนัยสำคัญทางสถิติ

Model	UnderstandardizedB	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients β	t-test	P-Value
Social	0.004	0.057	0.004	0.070	0.944
Investment	0.109	0.061	0.115	1.793	0.074
Security	0.021	0.063	0.021	0.329	0.742
Future	0.137	0.057	0.149	2.388	0.018
Stock	0.210	0.064	0.211	3.260	0.001
Gold	0.076	0.065	0.076	1.169	0.244
Funds	-0.022	0.055	-0.024	-0.392	0.695



Model	UnderstandardizedB	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients β	t-test	P-Value
Return	-0.158	0.075	-0.135	-2.096	0.037
Risk	0.048	0.060	0.050	0.808	0.420
Planning	-0.063	0.062	-0.063	-1.018	0.310
Liquidity	0.065	0.057	0.072	1.142	0.254
Knowledge	0.114	0.065	0.115	1.746	0.082
Skill	0.071	0.067	0.073	1.065	0.288
R Square= 0.180, adjusted R-Square = 0.138, F = 4.085, P-value < 0.05					

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z ได้แก่ อิสรภาพทางการเงินในอนาคต, การลงทุนในหุ้น, ทักษะคิดต่อผลตอบแทน โดยพิจารณาจากค่า P-value หรือค่า Sig. กำหนดไว้ไม่เกิน 0.05 ที่ส่งผลต่อตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ผลต่อตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) พบว่ามีตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z มากที่สุดคือ อิสรภาพทางการเงินในอนาคต ($\beta = 0.149$, $P < 0.05$) รองลงมา การลงทุนในหุ้น ($\beta = 0.211$, $P < 0.05$) ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ และ ทักษะคิดต่อผลตอบแทน ($\beta = -0.135$, $P < 0.05$) ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ยืนยันว่าปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน ของคน Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การลงทุนในหุ้น รองลงมา คือ อิสรภาพทางการเงินในอนาคต ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยการลงทุนในหุ้นที่ให้ผลตอบแทนในระยะยาว และมองว่าการลงทุนเป็นเครื่องมือสำคัญในการบรรลุเป้าหมายในอิสรภาพทางการเงิน

ในขณะเดียวกัน ปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน ของคน Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ทักษะคิดต่อผลตอบแทน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่ม Gen Z รับรู้ถึงการลงทุนต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่สูง จึงเกิดการชะลอในการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ สำหรับปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของ Gen z คือ อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์, ความง่ายในการลงทุน, การสร้างความมั่นคง, การลงทุนในทองคำ, การลงทุนในกองทุน, ทักษะคิดต่อความเสี่ยง, การวางแผนทางการเงิน, ความเข้าใจด้านการลงทุน และทักษะการตัดสินใจทางการเงิน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวยังไม่ใช่วางใจที่จะทำให้เกิดการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของคนในกลุ่ม Gen Z



อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ยืนยันว่าปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การลงทุนในหุ้น รองลงมา คือ อิสรภาพทางการเงินในอนาคต ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยการลงทุนในหุ้นที่ให้ผลตอบแทนในระยะยาว และมองว่าการลงทุนเป็นเครื่องมือสำคัญในการบรรลุเป้าหมายในอิสรภาพทางการเงิน

ในขณะเดียวกัน ปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของคน Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ทศนคติต่อผลตอบแทน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่ม Gen Z รับรู้ถึงการลงทุนต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่สูง จึงเกิดการชะลอในการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ สำหรับ ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่ออิสรภาพทางการเงินในอนาคตของ Gen z คือ อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์, ความง่ายในการลงทุน, การสร้างความมั่นคง, การลงทุนในทองคำ, การลงทุนในกองทุน, ทศนคติต่อความเสี่ยง, การวางแผนทางการเงิน, ความเข้าใจด้านการลงทุน และทักษะการตัดสินใจทางการเงิน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวยังไม่ใช่ว่าแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของคนในกลุ่ม Gen Z

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทั้ง 13 ด้าน มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงสถิติต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของ Gen Z มีเพียง 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการลงทุนในหุ้น ปัจจัยด้านอิสรภาพทางการเงินในอนาคต และปัจจัยด้านทัศนคติต่อผลตอบแทน ขณะที่ปัจจัยอีก 10 ด้าน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของ Gen Z ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญกับการลงทุนที่สามารถสร้างผลตอบแทนและนำไปสู่ความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว รวมถึงมีทัศนคติเชิงลบต่อผลตอบแทนเนื่องจากกังวลเรื่องความเสี่ยงในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

ปัจจัยการลงทุนในหุ้นมีอิทธิพลสูงสุดในแบบจำลองการถดถอย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าหุ้น เป็นตัวสำคัญในการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของ Gen Z หากผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้นเพิ่มมากขึ้นก็จะส่งผลให้ผู้คนตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชินกฤต วงศ์รักษ์ (2564) พบว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้นถูกมองว่าน่าสนใจและเป็นช่องทางในการสร้างรายได้เพิ่มในระยะยาว ที่เหนือกว่าเงินเพื่อและสามารถนำไปลงทุนต่อในหุ้นได้ ซึ่งทำให้ผู้ลงทุนเกิดความสนใจและความมั่นใจเกี่ยวกับการลงทุนในหุ้น จนนำไปสู่การตัดสินใจลงทุนได้ง่ายขึ้น โดยข้อมูลปัจจัยพื้นฐานและผลตอบแทนมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการตัดสินใจของลงทุน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านอิสรภาพทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของ Gen Z สามารถอธิบายได้ว่า บุคคลที่มีความพร้อมทางการเงินหรือมีรายได้เพียงพอ จะมีความสามารถในการรับความเสี่ยงและมีศักยภาพในการจัดสรรเงินไปสู่การลงทุน ส่งผลให้มีแนวโน้มตัดสินใจลงทุนมากขึ้นผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวภพ ชัชวาลย์ และ ญัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการเงิน เช่น ความรู้และวินัยทางการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนว่าความพร้อมทางการเงินเป็นพื้นฐานสำคัญของการลงทุนซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Perrone, Vickers และ Jackson (2015) พบว่า ทศนคติต่อการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการวางแผนชีวิต โดยเฉพาะความไม่พึงพอใจต่อโครงสร้างการทำงานแบบดั้งเดิม ซึ่งมีข้อจำกัดด้านเวลาและความยืดหยุ่น ส่งผลให้บุคคล



จำนวนมากเริ่มแสวงหาทางเลือกอื่นในการดำเนินชีวิต เช่น การวางแผนเพื่อบรรลุอิสรภาพทางการเงิน (Financial Independence) เพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดของการทำงานในรูปแบบเดิม

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า เมื่อบุคคลมีอิสรภาพทางการเงินมากขึ้น จะยิ่งส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในเชิงบวก

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทัศนคติต่อผลตอบแทน (Attitude toward Return) มีอิทธิพลเชิงลบต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของกลุ่ม Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แม้กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการลงทุน แต่การมีทัศนคติที่คาดหวังผลตอบแทนมากเกินไปกลับส่งผลให้เกิดความลังเลหรือหลีกเลี่ยงการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดทางการเงินเชิงพฤติกรรมที่อธิบายว่า ความคาดหวังและความเชื่อมั่นของนักลงทุนสามารถมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ โดยเฉพาะเมื่อความคาดหวังต่อผลตอบแทนไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของตลาดการเงิน (Pham et al., 2025)

ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่า นักลงทุนกลุ่ม Generation Z ที่มีทัศนคติต่อผลตอบแทนในลักษณะ “ต้องได้รับผลตอบแทนสูงและในระยะเวลาอันรวดเร็ว” มักจะมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนและความผันผวนของตลาดหุ้น หากผลตอบแทนที่คาดหวังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่สูงขึ้น ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนลดลงหรือเกิดการชะลอการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาที่ พบว่า ความคาดหวังผลตอบแทนที่สูงเกินไปมักสัมพันธ์กับการประเมินความเสี่ยงในระดับสูง และนำไปสู่พฤติกรรมหลีกเลี่ยงการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยง (Su, 2025)

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่ขาดความน่าเชื่อถือและไม่สะท้อนปัจจัยพื้นฐานในการลงทุน นักลงทุน โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาสูง จึงเลือกพึ่งพาแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่า ทั้งนี้ ลักษณะของ Generation Z ซึ่งเติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัลและสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการลงทุนได้อย่างหลากหลาย อาจทำให้ปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ ความง่ายในการเข้าถึงแพลตฟอร์ม หรือระดับความรู้พื้นฐานด้านการลงทุน ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการตัดสินใจลงทุนอย่างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยเชิงแรงจูงใจและเป้าหมายทางการเงินโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Zainordin et al. 2025) ที่พบว่าปัจจัยภายนอก เช่น คำแนะนำหรืออิทธิพลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของกลุ่ม Generation Z นอกจากนี้ การที่ปัจจัยด้านการวางแผนทางการเงิน ความเข้าใจด้านการลงทุน และทักษะการตัดสินใจทางการเงินไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ อาจสะท้อนว่า Generation Z มีระดับความรู้และทักษะพื้นฐานที่ค่อนข้างใกล้เคียงกันจากการเรียนรู้ผ่านสื่อดิจิทัล ส่งผลให้ปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถอธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมการลงทุนได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Tubastuvi et al. 2024) อีกทั้ง ปัจจัยด้านทัศนคติต่อความเสี่ยงและการเลือกลงทุนในสินทรัพย์ประเภทอื่น เช่น ทองคำหรือกองทุนรวม อาจถูกมองว่าเป็นทางเลือกการลงทุนที่แยกออกจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์โดยตรง ทำให้ไม่เชื่อมโยงกับการตัดสินใจลงทุนในหุ้นอย่างชัดเจน



ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ งานวิจัยในครั้งถัดไปควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในรูปแบบอื่น เช่น การลงทุนในประกันชีวิต (Life Insurance) หรือประกันชีวิตควบการลงทุน (Unit Linked) รวมถึงสินทรัพย์ทางเลือกอื่นๆ เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมการลงทุนของผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

2. ควรขยายและเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างระหว่าง Generation ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการลงทุนระหว่างกลุ่ม Generation ต่างๆ เช่น Generation Z, Generation Y และ Generation Baby Boomer เนื่องจากแต่ละช่วงวัยมีประสบการณ์ทางการเงิน ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และทัศนคติในการลงทุนที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจความแตกต่างเชิงลึกและสามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการเงินได้อย่างเหมาะสม

3. ควรเพิ่มตัวแปรแทรก (Mediating) และตัวแปรกำกับ (Moderating) งานวิจัยในอนาคตควรนำตัวแปรชั้นกลาง (Mediating Variable) และตัวแปรกำกับ (Moderating Variable) เข้ามาศึกษาเพิ่มเติม เพื่ออธิบายกลไกความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น บทบาทของสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) รายได้ หรือระดับความรู้ทางการเงิน ที่อาจส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกันในแต่ละบุคคล

4. ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) การใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จะช่วยให้เข้าใจเหตุผลเชิงลึกของพฤติกรรมการลงทุนของ Generation Z ได้มากขึ้น ไม่เพียงแต่ผลลัพธ์เชิงสถิติ

5. ควรศึกษาพฤติกรรมในระยะยาว (Longitudinal Study) ควรมีการติดตามพฤติกรรมการลงทุนของกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาต่าง ๆ เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติและการตัดสินใจลงทุน โดยเฉพาะในช่วงที่สภาวะตลาดมีความผันผวน

6. ควรเจาะลึกบทบาทของสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มการลงทุน แม้ว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะพบว่าสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในอนาคตควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ “ประเภทของคอนเทนต์” หรือ “ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล” ว่ามีผลต่อการตัดสินใจลงทุนหรือไม่

7. ควรเพิ่มตัวแปรด้านจิตวิทยาการลงทุน (Behavioral Factors) เช่น ความกลัวการขาดทุน (Loss Aversion), พฤติกรรมเลียนแบบ (Herd Behavior) หรือความมั่นใจเกินไป (Overconfidence) เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมการลงทุนได้สอดคล้องกับแนวคิดการเงินเชิงพฤติกรรมมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จรู่วงได้ด้วยความรู้จากอาจารย์ ทักษกร สัมมะสุต อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่ได้ให้คำแนะนำ แนวคิด และช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอดจนงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ และผู้ปกครอง ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ รวมทั้งเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา



ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการ อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการศึกษาวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ซึ่งช่วยให้แบบสอบถามมีความถูกต้อง เหมาะสม และน่าเชื่อถือ

ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้รับเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้การสนับสนุน กำลังใจ และความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยหรือการประยุกต์ใช้ในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จิรัตน์ สังข์แก้ว. (2547). *การลงทุน*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/digital/api/DownloadDigitalFile/download_digi/122785/
บุรฉัตร จันทรแดง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงต่อยาเสพติดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่ตะเข็บชนแดนลุ่มน้ำโขง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 14(3), 424-432.

https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yrh_human/article/view/175134
พิมพ์นารา ทรัพย์เรืองริน และ สันติ เต็มประเสริฐสกุล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่ออิสรภาพทางการเงินของกลุ่มมิลเลนเนียลในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 12(1), 5.

<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/download/13951/11331/44468>
สมพล จินดารักษ์, ปัทมวรรณ จินดารักษ์, สุธปราณี วัฒนศิริ, และสนธยา เอี่ยมชีวะ. (2568). *การวางแผนการเงินและการออมเพื่อเตรียมพร้อมสู่วัยเกษียณในประเทศไทย*. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ.

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pyu/article/view/281774>
สวภาพ ชัชวาลย์, และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์. (2563). การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สำหรับบุคคลทั่วไป. *วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 18(2).

https://so04.tci-thaijo.org/index.php/mgsj/article/view/245663?utm_source=chatgpt.com
ปริญญานนท์ ช่วยบุตตา และ อธิษฐ์รัฐ รัตนพงศ์ปัญญา. (2565). *ปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการลงทุนที่นำไปสู่เป้าหมายในชีวิตของประชากร Generation Y ในจังหวัดนครปฐม* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/view/265182>
ชูลีรัตน์ เกิดศรี และ นพพล พันธุ์พานิช. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับยุคประเทศไทย 4.0. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 15(1), 203.

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/247844>
ชินกฤต วงศ์รักษ์. (2564). การตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อวางแผนการเกษียณของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(2), 188.

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/245904/168779>
ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/digital/api/DownloadDigitalFile/download_digi/122077/



- ศิริรัตน์ อุทัยรัตน์. (2567). พฤติกรรมการตัดสินใจทางการเงินของคนรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
https://so06.tci-thaijo.org/index.php/RMUTP_JBI/article/view/269951
- อาทิตย์ยา อย่างอิน. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบผู้ทรงอิทธิพลระดับจุลภาคและความภักดีในตราสินค้ารองเท้าวิ่ง (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4004>
- อลิชา ตรีโรจนานนท์, ชุติพร ช่างจิต, คัทซอลล์, โรเบิร์ต, ลอนกานี, รวี, และ ธนู ประเสริฐสุนทร. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดทุนไทย. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
<http://ir.stou.ac.th/handle/123456789/7179>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
<https://dradamvolungis.com/wp-content/uploads/2011/06/self-efficacy-unifying-theory-of-behavioral-change-bandura-1977.pdf>
- Baur, D. G., & McDermott, T. K. (2010). Is gold a safe haven? *Journal of Banking & Finance*, 34(8), 1886-1898.
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3229212>
- Bogle, J. C. (2014). The little book of common sense investing. Wiley decision-making in the digital era: The mediating role of risk tolerance. *Journal of Hunan University (Natural Sciences)*, 52(6).
https://www.jonuns.com/index.php/journal/article/download/1760/1752?utm_source
- Domjan, M. (1996). *The principles of learning and behavior*. Thomson Wadsworth.
- Eccles, J. S. (2003). Motivational beliefs, values, and goals. *Annual Review of Psychology*, 53, 109-132.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135153>
- Gitman, L. J., & Joehnk, M. D. (2014). *Personal finance* (13th ed.). Cengage Learning.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Jorion, P. (2007). *Value at risk: The new benchmark for managing financial risk* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
<https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91.
- Pham, Q., Pham, H., Pham, T., & Tiwari, A. K. (2025). Revisiting the role of investor sentiment in the stock market. *International Review of Economics & Finance*, 100, 104089.
<https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.104089>
- Setboonsarng, S., & Xu, K. (2017). *Mutual fund development and financial market growth in emerging economies*. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money.



- Sitkin, S. B., & Pablo, A. L. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of Management Review*, 17(1), 9-38.
<https://doi.org/10.5465/amr.1992.4279564>
- Su, H. (2025). Investor sentiment: How it drives stock returns. *Applied Economics and Finance*, 12(1), 34-44.
- Tubastuvi, N., Azaria, M. J. F., Purwidiyanti, W., & Aryoko, Y. P. (2024). Gen Z investment decision: Role of financial literacy, financial behaviour, financial experience and risk tolerance. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(4), 721-739.
<https://e-journal.unair.ac.id/AJIM/article/view/61315>
- World Gold Council. (2023). *Gold as an investment*.
<https://www.gold.org>
- Zainordin, N. A., Ann, A. L. S., Kho, Y. X., Mohd Rosli, N. A. I., & Annuar, N. (2025). The role of financial literacy in shaping stock market investment behaviour of generation Z in Klang Valley. *Jurnal Intelek*, 20(1), 163-171.
<https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/111272/1/111272.pdf>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
<https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Rakmit, U., & Sincharoonsak, T. (2024). Tools for analyzing financial stability. *Thai Interdisciplinary and Sustainability Review*, 13(1), 174.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JIRGS/article/view/275711/183382>
- Smart, S. B., Zutter, C. J., Vishwakarma, V. K., & Yüce, A. (2022). *Fundamentals of investing* (1st Canadian ed.). Pearson Canada.
https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/ca/en/campaigns/fundamentals-of-investing/A01_SMAR4760_01_SE_FM.pdf
- Capital Market Development Knowledge Promotion Center (CMDK). (2010). *การวางแผนทางการเงิน*.
https://www.asco.or.th/uploads/articles_attc/1584324596.pdf
- Perrone, L., Vickers, M. H., & Jackson, D. (2015). Working away: Exploring the experiences of non-standard work and its impact on individuals. *Journal of Management & Organization*, 21(3), 306-321.
<https://urlkub.co/CVa81I>





ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Factors Affecting the Efficiency of Accounting Operations
of Savings Cooperatives in Thailand's Northeastern Region

สุกัญญา พลบุญ^{1*}, ก้องเกียรติ สหายรักษ์², ประนอม คำผา³

Sukanya Polbun^{1*}, Kongkiat Sahayrak², Pranom Kumpha³

^{1*, 2, 3} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1*, 2, 3} Faculty of Business Administration and Management

Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: sukanya.pg64@ubru.ac.th

Received 16 February 2026 Revised 25 April 2026

Accepted 26 May 2026 Available Online 30 June 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่บัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 137 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่าที และการทดสอบค่าเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี รองลงมา ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี และด้านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี ตามลำดับ
2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านสามารถตรวจสอบได้ รองลงมา ด้านความถูกต้อง ครบถ้วน และด้านความทันต่อเวลา ตามลำดับ
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี และด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ร้อยละ 46.60



4.เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันมีปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ประสบการณ์ในการจัดทำบัญชี, จรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี, การปฏิบัติงานบัญชี

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to examine the accounting operational factors of savings cooperatives in the Northeastern region of Thailand, 2) to study the efficiency of accounting operations of savings cooperatives, 3) to investigate the factors affecting the efficiency of accounting operations of savings cooperatives, and 4) to compare the factors affecting the efficiency of accounting operations of savings cooperatives in the Northeastern region of Thailand as classified by demo-graphic characteristics. The sample was 137 accounting officers from savings cooperatives in the Northeastern region of Thailand. The research instrument used was a questionnaire. Statistical methods employed for data analysis included per-centage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, t-test, and F-test.

The research findings were as follows.

1. Overall, the accounting operational factors of savings cooperatives in Thailand's Northeastern region were at a high level. Considering the mean scores for each aspect in a descending order, they were as follows: professional ethics in accounting practice, understanding of accounting procedures, training related to accounting practices, and accounting knowledge and competency.

2. Overall, the efficiency of accounting operations of savings cooperatives in the Northeastern region of Thailand was at the highest level. Considering the mean scores for each aspect in a descending order, they were auditability, accuracy and completeness, and timeliness respectively.

3. The factors affecting the efficiency of accounting operations of savings cooperatives in the region under study were understanding of accounting procedures and professional ethics in accounting practice. These factors had a statistically significant influence on the dependent variable at the .01 level. Together, they were able to predict 46.60%.

4. The comparison of the factors affecting the efficiency of accounting operations of savings cooperatives in the region in the study as classified by personal factors revealed that differences in differences in work experience led to statistically significant differences in the understanding



of accounting procedures among accounting per-sonnel of savings cooperatives in the Northeastern region at the .05 level.

Keywords: Experience in Accounting Operation, Professional Ethics in Accounting Practice, Accounting Practice

บทนำ

ปัจจุบันสหกรณ์ในประเทศไทยมี 7 ประเภทตามกฎหมายกระทรวงกำหนดประเภทสหกรณ์ที่รับจดทะเบียน พ.ศ. 2548 ดังนี้ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน ประเภทของสหกรณ์ คือกลุ่มสหกรณ์ที่มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์หลักอย่างเดียวกัน เช่น กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสหกรณ์ประมง กลุ่มสหกรณ์นิคม กลุ่มสหกรณ์ร้านค้า ฯลฯ ตามมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 โดยวัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์คือความคาดหวังหรือสิ่งที่ต้องการที่มีนัยสำคัญในการดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกของสหกรณ์ และวัตถุประสงค์รองคือ จัดให้มีสวัสดิการหรือการสงเคราะห์แก่สมาชิกการส่งเสริมการศึกษาฝึกอบรม และวัฒนธรรมการดำเนินกิจกรรมเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน และสังคม (สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย 2566) ระเบียบนายทะเบียนสหกรณ์ ว่าด้วยการบัญชีของสหกรณ์ พ.ศ. 2542 กำหนดให้การจัดทำบัญชี และงบการเงินของสหกรณ์เป็นไปอย่างมีมาตรฐานตามหลักบัญชีที่รับรองทั่วไป และปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 65 และ 66 แห่งพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ซึ่งมีการกำหนดให้คณะกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดให้มีการปิดบัญชีและจัดทำงบการเงินทุกสิ้นปีบัญชีของสหกรณ์โดยสรุปรายการบัญชีต่างๆ ที่สหกรณ์จดบันทึกไว้เพื่อแสดงฐานะการเงินผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีดังกล่าวให้แล้วเสร็จโดยเร็ว และให้ผู้สอบบัญชีตรวจสอบแล้วนำเสนอเพื่ออนุมัติในที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์ภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชี (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2566)

กรมส่งเสริมสหกรณ์มีการสำรวจ และพบว่า มีสหกรณ์ที่มีความเสียหายที่เกิดจากความข้อบกพร่องของสหกรณ์ซึ่งอาจเกิดจากที่สหกรณ์ไม่มีผู้ทำบัญชี หรือผู้จัดทำไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำเอกสาร การบันทึกบัญชี การจัดท่างบการเงินการวิเคราะห์งบการเงิน (กิตติพิพัทธ์ สุจินา, 2564) การบัญชีเป็นหัวใจของธุรกิจถ้าหากว่าบัญชีไม่เรียบร้อยจะไปทำกิจการอื่นๆ หรือขยายธุรกิจก็ยาก ฉะนั้น การบัญชีจึงเป็นหัวใจที่สำคัญยิ่งบางครั้งการเกิดข้อบกพร่องทางการเงินอาจพบว่า มีข้อบกพร่องทางการเงินการบัญชีขึ้นด้วย โดยเหตุที่ว่าการเกิดทางด้านบัญชีจะช่วยปิดบังเงินหรือทรัพย์สินที่ทำการทุจริตได้สาเหตุที่ทำให้สหกรณ์เกิดข้อบกพร่องเกี่ยวกับบัญชีของสหกรณ์นั้น ปัจจุบันเอกสารหลักฐานไม่ครบถ้วนทำบัญชีไม่ถูกต้องมีการแก้ไขรายการในบัญชีทำให้ยอดเงินสดคงเหลือในบัญชีไม่ถูกต้อง ไม่ลงรายการบัญชีรับ-จ่ายในเวลาหลายวันในช่วงที่ไม่ลงบัญชีได้นำเงินสดรับไปหมุนใช้ส่วนตัว การรับเงินแล้วไม่นำเข้าบัญชีทำหลักฐานการรับ-จ่ายเงินไว้แต่ไม่นำรายการลงบัญชีหรือนำเข้าบ้างไม่นำเข้าบ้างยากแก่การตรวจสอบ ลงบัญชีไว้ผิดพลาดแก้ไขบ่อยลงบัญชีจ่ายเงินเกินกว่าหลักฐานที่จ่ายจริงลงบัญชีรับต่ำกว่าหลักฐานที่รับจริงลงรายการจ่ายเงินโดยไม่มีหลักฐานหรืออ้างว่าไปสำคัญสูญหายและการเขียนยอดยกมาต่ำกว่าที่ยกไปซึ่งเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนั้นทำให้สหกรณ์มีข้อบกพร่องด้านบัญชีและเป็นสาเหตุของการขาดความน่าเชื่อถือในด้านข้อมูลการเงินการบัญชีของสหกรณ์กระทบต่อความเชื่อมั่นของสมาชิก และบุคคลอื่น (สำนักงานนายทะเบียนและกฎหมายกรมส่งเสริมสหกรณ์, 2553)



สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีลักษณะคล้ายกับการดำเนินการของสถาบันการเงิน ซึ่งประกอบธุรกิจเงินทุนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์แต่ละประเภท รวมทั้งมีอำนาจในการกล่าวโทษดำเนินคดีสหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนียนกรณีกระทำผิดตามกฎหมายด้วย ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชี เพื่อการพัฒนาการปฏิบัติงานด้านบัญชีให้แก่เจ้าหน้าที่บัญชี/ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรในการปฏิบัติงานต่อไป

จากข้อมูลและเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยการเก็บข้อมูลจากผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงาน การส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในด้านต่างๆ และการกำกับดูแลการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงาน

ด้านความรู้ ความสามารถทางบัญชี (Accounting Knowledge) ปุณยวีร์ ท่ากระเบา (2560) ความสามารถทางบัญชี หมายถึง ความรู้ ความสามารถในทางวิชาชีพที่สูงเพียงพอต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อสาขาอาชีพตลอดจนเพื่อให้ความมั่นใจได้ว่าผลงานที่ได้ผ่านการกลั่นกรองจากบัญชีที่มีองค์ประกอบของความรู้ความสามารถที่ครบถ้วนในทุกๆ ด้านจะเป็นงานที่มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ด้านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี (Accounting Training) อมรรัตน์ บุรณะพล และปวีณา คำพุกกะ (2561) การฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี (Accounting Training) หมายถึง กิจกรรมที่เป็นการมุ่งเน้นให้นักบัญชีเกิดความรู้ ทักษะการพัฒนาด้านความรู้ความสามารถ และประสบการณ์อันเหมาะสมจนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ต้องการภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่กำหนด

ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี (Understanding of Accounting Procedures) ดลกณิศ เต็งอำนวย (2561) ขั้นตอนในการจัดทำบัญชีมีดังนี้

1. การระบุ (Identify) รายการค้า (Transaction) หรือกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับธุรกิจโดยรายการค้าที่เกิดขึ้นจะถูกแปลความหมาย และวิเคราะห์จัดประเภทรายการที่เกี่ยวข้อง



2. การบันทึก (Record) รายการค้าที่ได้วิเคราะห์จัดประเภทแล้วจะนำไปบันทึกบัญชีจำแนกเป็นหมวดหมู่เพื่อสรุปผลกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในกิจการ

3. การสื่อสาร (Communicate) เป็นการสรุปผล และจัดทำรายงานทางบัญชี (Accounting Reports) เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้รายงานต้องจัดทำ และนิยมมากที่สุด คือ งบการเงิน (Financial Statement) เนื่องจากเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย

ด้านประสบการณ์ในการจัดทำบัญชี (Accounting Experience) บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์ (2561) ได้กล่าวว่า ความชำนาญในวิชาชีพบัญชี (Accounting Experience) คือ ความรู้ความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้การสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นเวลาหลายปีของนักบัญชีแล้วนำมาปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ด้วยผลงานที่มีความถูกต้องได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับอยู่เสมอ

ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี (Professional Ethics) สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (2566) พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 กำหนดให้สภาวิชาชีพบัญชีจัดทำจรรยาบรรณอย่างน้อยต้องประกอบด้วยเรื่อง ดังนี้

1. ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
 2. ความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน
 3. ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ และรักษาความลับ
 4. ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน หรือบุคคลหรือนิติบุคคลที่ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้
- แนวคิด และทฤษฎีปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน**

ศิริพร มูลสาร และฐิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์ (2562) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หมายถึง การที่พนักงานสามารถปฏิบัติงานของหน้าที่ได้มอบหมายจากองค์กรได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและตรงตามเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดเอาไว้ คือ ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณ และด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน

สิรินภา ทาระนัด (2561) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน คือ ความสามารถของบุคคลที่จะปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา มีคุณภาพโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และประหยัด

ยุวกรณ์ คำชมภู (2564) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน คือ ความสัมพันธ์ของปัจจัยนำเข้าและผลลัพธ์ที่ได้ออกมาให้ทันเวลา ถูกต้อง และมีคุณภาพซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถทักษะของผู้ปฏิบัติงานที่จะต้องมีความตั้งใจปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถให้งานนั้นมีความทันเวลาถูกต้อง เพื่อประโยชน์และความสำเร็จของการปฏิบัติงาน

Millet (1954) ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงานซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการให้กับประชาชนโดยพิจารณาจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (equitable service)
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา (timely service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progression service)

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยดังนี้

1. ความทันต่อเวลา (Timeliness) หมายถึง การมีข้อมูลพร้อมให้ผู้ตัดสินใจทันเวลาที่ข้อมูลสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยทั่วไปข้อมูลยิ่งย้อนอดีตนานขึ้นข้อมูลยิ่งมีประโยชน์น้อยลงแต่ข้อมูลบางอย่างอาจยังถือว่าทันเวลา



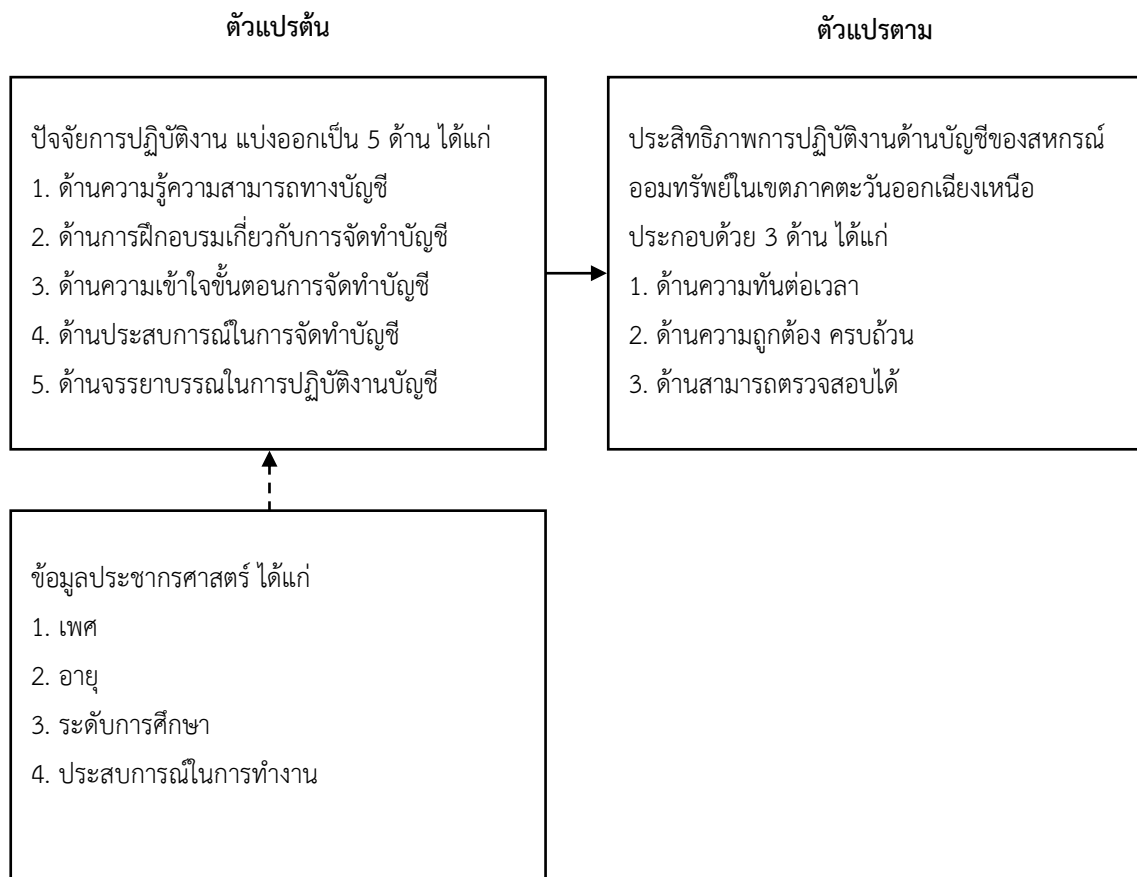
ไปเป็นระยะเวลาอันยาวนานหลังสิ้นรอบระยะเวลารายงานด้วยเหตุผลเช่น ผู้ใช้บางรายอาจจำเป็นต้องระบุ และประเมิน แนวโน้มต่างๆ สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (2566)

2. ความถูกต้อง ครบถ้วน (Accuracy Completeness) ความครบถ้วน หมายถึง การรวมข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นสำหรับผู้ใช้นั้นเพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์ที่ข้อมูลทางการเงินนั้นแสดงรวมถึงการให้ความหมายและคำอธิบายที่จำเป็นทั้งหมด และข้อมูลอื่นที่ถูกต้อง และเหมาะสมความครบถ้วน (Completeness) คือ รายการ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทุกรายการบันทึกบัญชีครบถ้วนแล้วไม่มีการละเว้น หรือบันทึกซ้ำ (จินทนา สาขากกร และศิลปพร ศรีจันเพชร, 2561)

3. สามารถตรวจสอบได้ (Comparability) สามารถตรวจสอบได้ด้านบัญชี (Auditability) หมายถึง ข้อมูลที่สามารถพิสูจน์ความถูกต้องได้ โดยผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ และทำงานอย่างมีหลักเกณฑ์มีหลักฐานอ้างอิงสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ (หทัยรัตน์ คำฟั่น, 2560)

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรตามเวลาที่กำหนดโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างประหยัด และคุ้มค่าเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร โดยมุ่งเน้น ความทันเวลา ความถูกต้อง ครบถ้วน และสามารถตรวจสอบได้

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้นำตัวแปรมาศึกษาตัวแปรอิสระในครั้งนี้ 5 ด้านเป็นการศึกษาปัจจัยด้านการปฏิบัติงานการทบทวนทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บัญชี/ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวนทั้งหมด 208 คน จากทั้งหมด 20 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ อุดรธาณี อุดรธาณี อำนาจเจริญ หนองบัวลำภู หนองคาย สุรินทร์ สกลนคร ศรีสะเกษ เลย ร้อยเอ็ด ยโสธร มุกดาหาร กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมาบึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2567)

ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บัญชี/ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนทั้งหมด 208 คน จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) ได้ตัวอย่าง เท่ากับ 136.84 คน เพื่อให้การจัดเก็บข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์ต่อไปผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลจำนวน 137 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และมีขั้นตอนในการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยประกอบด้วย ส่วนสำคัญ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน เป็นคำตอบที่สามารถให้เลือกได้เพียงคำตอบเดียวคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการปฏิบัติงาน โดยข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านบัญชีเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. นำแบบสอบถามส่งตรวจ ปรับปรุงโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของการใช้ภาษา (Wording) และประเมินความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ (Content Validity) สำหรับคำถามแต่ละข้อที่ต้องการวัด และให้คำแนะนำ สำหรับการปรับแก้เครื่องมือให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหา โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน
4. นำแบบสอบถามมาทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาแก้ไข ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยการประเมินข้อคำถามถึงความสอดคล้องแล้วจึงได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้โดยมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้ (ทองใบ สุดชาติ, 2549)



ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงวัตถุประสงค์

ผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญนำมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร $IOC = \Sigma R/N$

เมื่อ ΣR แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

วัดผลคะแนน IOC ดังนี้

คะแนน IOC ตั้งแต่ .05-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

คะแนน IOC ต่ำกว่า .05 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

ผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในของเครื่องมือวิจัยวัดผลคะแนน IOC ทั้งฉบับเท่ากับ .87 มีค่าความสอดคล้องมากกว่า .60 ขึ้นไป ถือเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (ทองใบ สุดซารี, 2549)

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เครื่องมือวิจัยที่ใช้ตัวอย่างที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 ชุด นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) ของเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ทางสถิติเครื่องมือวิจัยแต่ละด้านมีคุณภาพพอที่จะนำไปใช้ได้หรือไม่โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ Alpha Coefficient (α) ตามวิธีของ Cronbach ตามที่ Nunnally (1978) ได้เสนอแนะไว้ว่าค่า $\alpha \geq .70$

เครื่องมือในการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .79

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับตัวอย่าง โดยมีการดำเนิน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการวางแผนการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการส่งแบบสอบถามวิจัยทางไปรษณีย์และทาง Google from ใช้ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามเริ่มเดือนตุลาคม 2566 ถึง มกราคม 2567 รวมเป็นระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 เดือน

2. ขอความอนุเคราะห์หนังสือจากขอความอนุเคราะห์ข้อมูลวิจัย คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ในการส่งแบบสอบถามถึงประธานกรรมการสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อข้อมูลจากเจ้าหน้าที่บัญชี/ผู้ทำหน้าที่จัดทำบัญชี

3. ดำเนินการส่งแบบสอบถามถึงสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พร้อมแนบซองจดหมายตอบกลับแบบสอบถามถึงผู้วิจัย

4. รวบรวมแบบสอบถามที่ส่งกลับทางไปรษณีย์ และทาง Google From เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทางสถิติ

จำนวนส่งแบบสอบถามกลับที่ได้รับทางไปรษณีย์ จำนวน 93 ฉบับ ผ่าน Google from จำนวน 44 ฉบับ รวมเป็น 137 ฉบับ เนื่องจากผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ด้วยจึงต้องใช้เวลาในการส่งแบบสอบถาม และใช้เวลาในการส่งกลับแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่าที และการทดสอบค่าเอฟ

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้
จากผู้ตอบแบบสอบถาม 137 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 75.20 อายุส่วนใหญ่ 31-40 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 58.43 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 70.81 ประสบการทำงาน ส่วนใหญ่ น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 41.52 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาพรวม

ปัจจัยการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความรู้ ความสามารถทางบัญชี	4.17	.56	มาก
ด้านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี	4.21	.56	มาก
ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี	4.29	.52	มาก
ด้านประสบการณ์ในการจัดทำบัญชี	4.17	.48	มาก
ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี	4.60	.44	มากที่สุด
ภาพรวม	4.29	.31	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณารายชื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านจรรยาบรรณ ในการปฏิบัติงานบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมา ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) ด้านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) ด้านความรู้ ความสามารถทางบัญชี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และด้านประสบการณ์ในการจัดทำบัญชี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความทันต่อเวลา	4.45	.51	มาก
ด้านความถูกต้อง ครบถ้วน	4.51	.47	มากที่สุด
ด้านสามารถตรวจสอบได้	4.59	.48	มากที่สุด
ภาพรวม	4.51	.45	มากที่สุด



จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสามารถตรวจสอบได้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาด้านความถูกต้อง ครบถ้วน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) และด้านความทันต่อเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าถดถอยพหุคูณปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาพรวม โดยวิธี Stepwise (n=137)

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized		Standardized	t	p value
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	β		
ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี	.203	.057	.235	3.533**	.000
ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี	.587	.068	.574	8.641**	.000
Constant= .946 F = 60.450 Sig.=.000 R=.689 R ² = 474 R ² _{adj} = .466					

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่าการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Stepwise ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี และด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ .689 ($R^2=.689$) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 และตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ร้อยละ 46.60 ($R^2_{Adj} = .466$) ส่วนร้อยละ 54.40 เป็นอิทธิพลที่เกิดจากตัวแปรอื่นที่ไม่อยู่ในตัวแปรที่กำลังศึกษา

ดังนั้น เมื่อนำตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มาเขียนสมการได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = .946 + .203 \text{ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี} + .587 \text{ ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี}$$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .235 \text{ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี} + .547 \text{ ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี}$$

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยตัวแปร ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี และด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี

ถ้าต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 100 จะต้องเพิ่มการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี เท่ากับ 54.70 และด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี เท่ากับ 23.50 ตามลำดับ



การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติค่า t-test และ F-test

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	เพศ				t	p
	ชาย n=34		หญิง n=103			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี	4.30	.63	4.29	.48	.09	.92
ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี	4.56	.40	4.61	.45	.64	.52

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี และด้านจรรยาบรรณ
ในการปฏิบัติงานบัญชี บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	.38	3	.12	.45	.71
	ภายในกลุ่ม	37.22	133	.28		
	รวม	37.60	136			
ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	.40	3	.13	.68	.56
	ภายในกลุ่ม	26.43	133	.19		
	รวม	26.83	136			

จากตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีอายุต่างกัน มีการปฏิบัติงานด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี
และด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี ในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	1.48	2	.74	2.75	.06
	ภายในกลุ่ม	36.12	134	.27		
	รวม	37.60	136			
ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	.66	2	.33	1.69	.18
	ภายในกลุ่ม	26.17	134	.19		
	รวม	26.83	136			

จากตารางที่ 6 เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการปฏิบัติงานด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชีและด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี มีการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	2.24	3	.74	2.80*	.04
	ภายในกลุ่ม	35.36	133	.26		
	รวม	37.60	136			
ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	1.36	3	.45	2.38	.72
	ภายในกลุ่ม	25.46	133	.19		
	รวม	26.83	136			

* หมายถึง ค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน พบว่าบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	$\bar{X}$	จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน			
			น้อยกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	11 - 15 ปี	มากกว่า 15 ปี
ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี	น้อยกว่า 5 ปี	4.23	-	.05	.02	.46*
	5 - 10 ปี	4.29		-	.07	.40*
	11 - 15 ปี	4.21			-	.48*
	มากกว่า 15 ปี	4.70				-

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 พบว่าความแตกต่างรายคู่ตามวิธี LSD ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี พบความแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 ประสบการณ์ทำงาน น้อยกว่า 5 ปี กับมากกว่า 15 ปี คู่ที่ 2 ประสบการณ์ทำงาน 5-10 ปี กับมากกว่า 15 ปี และ คู่ที่ 3 ประสบการณ์ทำงาน 11-15 ปี กับมากกว่า 15 ปี มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ปัจจัยปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่สำคัญดังนี้

ปัจจัยปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามที่นายทะเบียนสหกรณ์กำหนด อีกทั้งมีการสรุปผลข้อมูล และรายงานข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และครบถ้วน และมีการจัดทำบัญชีได้ตามขั้นตอน และกระบวนการบัญชีสหกรณ์ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของแคทรียา วันวงศ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกรุงเทพมหานคร ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับบัญชีของผู้จัดทำบัญชี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยนักบัญชีในกรุงเทพมหานคร มีความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ และมีการปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวัง รอบคอบและด้วยความชำนาญตามมาตรฐานทางวิชาชีพบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของชวีวุฒิ อัมพวา, สมชาย เลิศภิรมย์สุข และสุขมงคล เลิศภิรมย์สุข (2567) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการพัฒนาผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีที่มีต่อความพร้อมในการปฏิบัติงานในระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ (New GFMS Thai) ของบุคลากรหน่วยงานราชการส่วนกลาง พบว่าการปฏิบัติงานในระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ด้านความรู้ความสามารถ



ด้านบัญชี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ปฏิบัติงานมีเข้าใจสามารถนำข้อมูลที่แสดงในรายงานการเงินมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันได้ และเข้าใจในระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบัญชีของหน่วยงานได้เป็นอย่างดี

2. ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการปฏิบัติงานด้วยความตรงไปตรงมาซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพไม่คดโกง ไม่หลอกลวง อีกทั้งการปฏิบัติงานบัญชีด้วยความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และซื่อสัตย์สุจริต และในการปฏิบัติงานตามหลักฐานที่เป็นจริง และเป็นไปตามที่นายทะเบียนสหกรณ์กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยไพลิน เวียงจันทร์ (2567) ได้ศึกษาเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในธุรกิจที่มาชำระภาษีกับสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 19 ผลการวิเคราะห์จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในธุรกิจที่มาชำระภาษีกับสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 19 โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยทั้งนี้จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีมีความซื่อสัตย์สุจริต ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ความรู้ความสามารถความเอาใจใส่และการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน โดยพฤติกรรมทางวิชาชีพ อีกทั้งการรักษาความลับ และความโปร่งใส เป็นจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของปญญาดา จงละเอียด (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช พบว่าสภาพการณ์การปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช ด้านคุณค่าจริยธรรมและความเที่ยงธรรม โดยผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต อุทิศตน ทุ่เม ดูแลทรัพย์สินขององค์กรที่ตนสังกัด โดยผู้ทำบัญชีจะต้องจัดให้มีหรือให้คำแนะนำระบบงานบริหารสินทรัพย์ให้เหมาะสมกับขนาดขององค์กรต้องใช้เวลาและทรัพย์สินขององค์กรที่ตนสังกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือบุคคลที่สามทั้งทางตรงและทางอ้อม

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การปฏิบัติงานสามารถชี้แจงได้หากมีประเด็นเป็นที่สงสัยในการตรวจสอบและพร้อมแสดงหลักฐานที่ถูกต้อง พร้อมทั้งสามารถให้ตรวจสอบ ตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันการรั่วไหลสูญหายของทรัพย์สินต่างๆ ของสหกรณ์ได้ โดยสามารถจัดทำบัญชี และทำรายงานทางการเงินได้ถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และมีการตรวจสอบ สอบทานความถูกต้องครบถ้วนก่อนเปิดเผยข้อมูลทางบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ คัมภีรชยา (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ธุรกิจซื้อขายไปในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีมีความเข้าใจและสามารถจัดทำข้อมูลทางบัญชีตามหลักบัญชีได้อย่างถูกต้อง สามารถส่งข้อมูลทางบัญชีได้ทันต่อเวลาที่กำหนด และสามารถวางแผนในการปฏิบัติงาน ทำให้สามารถนำเสนอส่งข้อมูลทางบัญชีได้ก่อนเวลาที่กำหนด และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ จันทร์เปล่ง (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีของนักวิชาการเงินและบัญชีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่าปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพด้านความเข้าใจในขั้นตอนการจัดทำบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีโดยรวม เนื่องจากในการจัดทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพ ผู้จัดทำบัญชีจะต้องมีความรู้ และความเข้าใจในหน้าที่ของตนเป็นอย่างดีว่าหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนนั้นมีรายละเอียดขั้นตอน และขอบเขตของการปฏิบัติเป็นอย่างดี ต้องมีความเอาใจใส่ศึกษาพื้นฐานของงานเพราะถ้าไม่เข้าใจพื้นฐานของงานแล้ว จะไม่สามารถปฏิบัติงานได้ดี และถูกต้องความเข้าใจเกี่ยวกับงานเป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงความเข้าใจในหลักการและวิธีการทางการบัญชี



เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน พบว่าบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 15 ปี ซึ่งเป็นบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานสูง และมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการทำงานด้านบัญชีสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแคทรียา วันวงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับบัญชีของผู้จัดทำบัญชี และด้านการมีประสบการณ์ในการทำงานของผู้จัดทำบัญชี ส่งผลต่อการปฏิบัติงานความมีจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีโดยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

การศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ค้นพบข้อเสนอแนะ เพื่อการประยุกต์ใช้และสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1. ด้านความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำบัญชี ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรการจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามที่นายทะเบียนสหกรณ์กำหนด และมีการสรุปผลข้อมูลและรายงานข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และครบถ้วน ให้เป็นปัจจุบัน
2. ด้านจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชี ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรปฏิบัติงานด้วยความตรงไปตรงมาซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพไม่คดโกง ไม่หลอกลวง โดยปฏิบัติงานตามหลักฐานที่เป็นจริง และเป็นไปตามที่นายทะเบียนสหกรณ์กำหนด
3. ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีประสบการณ์ทำงานที่มากกว่า 15 ปี ควรให้คำแนะนำหรือให้คำปรึกษากับผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้การปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความพร้อมกระบวนการความเข้าใจ และขั้นตอนการจัดทำบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ศึกษาจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานบัญชีที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. ศึกษาความต้องการพัฒนาตนเองผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



เอกสารอ้างอิง

- กิตติพัทธ์ สุจินา. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการพัฒนาความรู้ด้านบัญชีของข้าราชการตำแหน่งนักวิชาการ สหกรณ์
กรมส่งเสริมสหกรณ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ขวัญวลี อัมพวา, สมชาย เลิศภิรมย์สุข และสุขมงคล เลิศภิรมย์สุข. (2567). ผลกระทบของการพัฒนาผู้ปฏิบัติงาน
ด้านบัญชีที่มีต่อความพร้อมในการปฏิบัติงานในระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่
(New GFMS Thai) ของบุคลากรหน่วยงานราชการส่วนกลาง. *วารสารร่มยุงทอง*. 2(2), 59-74.
- แคทรียา วันวงศ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้า
อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- จันทนา สาขาร และศิลปพร ศรีจันทพร. (2561). *การบัญชีเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ทัฟเอนเพรส.
- จุฑามาศ จันทร์เปล่ง. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการจัดทำบัญชีของนักวิชาการเงินและบัญชี มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 14(3), 213-233.
- ดลกนิศ เต็งอำนวย. (2561). *บัญชีขั้นต้นสำหรับผู้มีใบนักบัญชี*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- ตรวจบัญชีสหกรณ์, กรม. (2566). *คู่มือระบบบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์*. (ออนไลน์) (อ้างถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2566) จาก
https://www.cad.go.th/main.php?filename=accounting_system
- ทองใบ สุดซารี. *การวิจัยธุรกิจ : ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา*. อุบลราชธานี: ยงสวัสดิ์อินเตอร์, 2549.
- เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกรมส่งเสริมสหกรณ์, ศูนย์. (2567). *เจ้าหน้าที่ผู้จัดทำบัญชีสหกรณ์*. (ออนไลน์)
(อ้างถึงเมื่อ 10 ตุลาคม 2568) จาก
<https://itc.office.cpd.go.th/?view=article&id=403:information-coop-2567&catid=196:cooperative-2567>
- นายทะเบียนและกฎหมายกรมส่งเสริมสหกรณ์, สำนักงาน. (2553). *ความรู้สหกรณ์*. (ออนไลน์) (อ้างถึงเมื่อ 27 มิถุนายน 2568) จาก
<https://rlo.office.cpd.go.th/>
- บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์. (2561). ผลกระทบของความชำนาญในวิชาชีพบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี
บริษัทกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. 13(2), 103-124.
- บุญญาดา จงละเอียด. (2561). ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*.
5(3), 1028-1043.
- บุญยวีร์ ทำกระเบา. (2560). อิทธิพลของความรู้ความสามารถทางบัญชีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของเสมียน
การเงินในระดับมณฑลทหารบกสังกัดกองทัพบกที่ 1. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พลอยไพลิน เวียงจันทร์. (2567). จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในธุรกิจที่มา
ชำระภาษีกับสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 19. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุวกรณ์ คำชมพู. (2564). *การรับรู้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานในระบบ
บัญชีคอมพิวเตอร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (e-LAAS) ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลำพูน*.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยแม่โจ้.



- วัชร คำอ้าย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของสำนักงานบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการรับงานทำบัญชี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริพร มูลสาร และฐิตาภรณ์ สินเจริญศักดิ์ (2562). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานบัญชีและการเงินของสหกรณ์ การเกษตรในประเทศไทย. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*. 9(2), 65-76.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2566). *กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน*. กรุงเทพฯ: สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย. (2566). หลักการ อุดมการณ์ และวิธีการสหกรณ์. (ออนไลน์)
(อ้างถึงเมื่อ 4 พฤษภาคม 2566) จาก
<https://www.clt.or.th/page.php?pid=122>
- สิรินภา ทาระนัด. (2561). การศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- หทัยรัตน์ คำพั่น. (2560). วิจัยทัศนทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านบัญชีของธุรกิจโรงแรมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- อมรรัตน์ คัมภีรชยา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ธุรกิจซื้อขายไปในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อมรรัตน์ บุณยะพล และปวีณา คำพุกกะ (2561). อิทธิพลของจริยธรรมและการฝึกอบรมของนักบัญชีที่มีต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของโรงพยาบาลสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 23(2), 103-114.
- Millet. J. D. (1954). *Management in the Public Service*. New York: McGraw Hill Book.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row.





แรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากร

สายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

The Motivational and Job Characteristics That Influence the Happy Workplace of Support Personnel at Ubon Ratchathani Rajabhat University

ชะ เข้ม^{1*}, อนันต์ สุนทราเมธากุล², ฐิติพร อุ๋นใจ³

Khak Khem¹, Anan Suntramethakul², Thitiphon Unchai³

^{1*, 2, 3} หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1*, 2, 3} Master of Business Administration Degree in Management

Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: khak.kg64@ubru.ac.th

Received 18 February 2026 Revised 18 June 2026

Accepted 25 June 2026 Available Online 30 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยดังกล่าวตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวน 262 คน ได้จากสูตรของ Yamane (1973) ที่ค่าคลาดเคลื่อน .05 และสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ ตามสัดส่วนหน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และเชิงอนุมาน (t-test, One-Way ANOVA พร้อม Scheffé) รวมถึงการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า ความรับผิดชอบ ความสำคัญของงาน นโยบายและการบริหาร ความก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ลักษณะของงาน สถานะทางอาชีพ และผลสะท้อนกลับจากงานส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ผลการเปรียบเทียบ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน และระยะเวลาการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความรับรู้ปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่อายุแตกต่างกันมีความรับรู้ความก้าวหน้าแตกต่างกัน สถานภาพแตกต่างกันมีความรับรู้สถานะทางอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอเชิงนโยบายเน้นการพัฒนากระบวนการป้อนกลับผลการทำงานที่ชัดเจน การออกแบบงานให้มีคุณค่า การมอบอำนาจและเส้นทางความก้าวหน้าที่โปร่งใส การบริหารที่ยุติธรรม การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และการยกย่องสถานะวิชาชีพ เพื่อขับเคลื่อนสู่องค์กรแห่งความสุขอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: องค์กรแห่งความสุข, แรงจูงใจในการทำงาน, คุณลักษณะของงาน, บุคลากรสายสนับสนุน

ABSTRACT

This quantitative research aimed to investigate motivational factors and job characteristics influencing the development of a happy workplace among support staff at Ubon Ratchathani Rajabhat University and to compare these factors according to personal characteristics. The sample consisted of 262 support staff members, determined using Yamane's formula (1973) with a margin of error of 0.05, and selected through stratified random sampling proportional to organizational units. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (t-test, One-Way ANOVA with Scheffé's post hoc test, and stepwise multiple regression analysis).

The findings revealed that

Motivational factors and job characteristics that significantly influenced the happy workplace of support staff at the 0.05 level included responsibility, task significance, policy and administration, advancement, relationship with supervisors, nature of work, professional status, and feedback from work.

Regarding comparisons based on personal factors, gender, education level, income, and job position did not significantly affect perceptions of motivational factors and job characteristics. However, age differences significantly affected perceptions of advancement, while marital status differences significantly affected perceptions of professional status at the 0.05 level.

Policy recommendations emphasize developing clear work feedback systems, designing meaningful jobs, delegating authority, establishing transparent career advancement paths, ensuring fair administration, strengthening relationships with supervisors, and recognizing professional status to sustainably promote a happy workplace organization.

Keywords: Motivational Factors, Job Characteristics, Happy Workplace, Support Staff

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ให้บริการทางการศึกษาแก่ประชาชนในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ และประเทศใกล้เคียง โดยจัดการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาบัณฑิตถึงปริญญาดุษฎีบัณฑิต บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยประกอบด้วย 5 ประเภท ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา พนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราวสายสนับสนุน (กองบริหารงานบุคคล, 2567) บุคลากรกลุ่มนี้ถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนพันธกิจของมหาวิทยาลัย เนื่องจากเป็นกำลังหลักในการดำเนินงาน กิจกรรม และโครงการต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันบุคลากรสายสนับสนุนต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าในวิชาชีพ ความสัมพันธ์และการยอมรับระหว่างบุคลากรแต่ละประเภท ภาระงานที่แตกต่างกัน สวัสดิการที่ไม่เท่าเทียม ตลอดจนการประเมินผลการปฏิบัติราชการที่มีมาตรฐานแตกต่างกัน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเศรษฐกิจ



สังคม และเทคโนโลยี ส่งผลให้บุคลากรเกิดความเครียด วิตกกังวล และขาดความสุขในการทำงาน ซึ่งกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานโดยรวม

แนวคิดองค์กรแห่งความสุข (Happy Organization) ได้รับความสนใจมากขึ้นในแวดวงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาที่ต้องเผชิญแรงกดดันจากนโยบายการอุดมศึกษาและข้อจำกัดด้านทรัพยากร การสร้างองค์กรแห่งความสุขถือเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว โดยมีผลต่อทั้งประสิทธิภาพการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และสุขภาวะของบุคลากร (Staw, 1986; De Giorgio et al., 2022) แรงจูงใจในการทำงาน (work motivation) และคุณลักษณะงาน (job characteristics) เป็นสองปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงาน งานวิจัยต่างประเทศชี้ว่า แรงจูงใจทั้งเชิงภายใน เช่น ความหมายของงาน ความภาคภูมิใจ และเชิงภายนอก เช่น ค่าตอบแทน สวัสดิการ ส่งผลโดยตรงต่อ work engagement และความผูกพันต่อองค์กร (Ahmad, Jasimuddin and Kee, 2018; Vigneshwar and Vyas, 2024) ส่วนคุณลักษณะของงานตามโมเดลของ Hackman and Oldham (1975) ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ ความสำคัญของงาน ความชัดเจนในบทบาท ระดับอิสระ และผลสะท้อนกลับมีผลเชื่อมโยงกับความพึงพอใจและความสุขของบุคลากร (Oerlemans and Bakker, 2018; Ćulibrk et al., 2018) การศึกษาชี้ให้เห็นว่าเมื่อบุคลากรรับรู้ว่างานที่ปฏิบัติมีความเหมาะสมกับความสามารถและความเชี่ยวชาญ จะทำให้เกิดความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าในงาน อันนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพ เพิ่มผลผลิต ลดความเครียด และลดอุบัติเหตุจากการทำงาน (ขวัญเมือง บวรอัศวกุล, 2563; มนชนก ชูพรรคเจริญ, 2562)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยที่ผ่านมามักมุ่งเน้นบุคลากรสายวิชาการมากกว่าสายสนับสนุน ทั้งที่บุคลากรกลุ่มหลังมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Magnier-Watanabe et al., 2020; Pang and Lu, 2018) นอกจากนี้ยังพบช่องว่างที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ ขาดงานวิจัยที่มุ่งเน้นบุคลากรสายสนับสนุนโดยเฉพาะ แม้บุคลากรกลุ่มนี้มีลักษณะงานและแรงจูงใจแตกต่างจากสายวิชาการ งานวิจัยจำนวนมากแยกการศึกษาแรงจูงใจออกจากคุณลักษณะงาน ไม่ได้พิจารณาปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ยังไม่เพียงพอที่จะอธิบายผลผ่านตัวแปรกลาง เช่น work engagement, perceived organization support หรือ sense of belonging รวมทั้งวัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างราชการ และข้อจำกัดด้านทรัพยากรของมหาวิทยาลัยภูมิภาคยังไม่ถูกศึกษาอย่างเป็นระบบ และงานส่วนใหญ่เป็น cross-sectional ไม่ได้ศึกษาระยะยาวหรือการเปรียบเทียบภายในหน่วยงาน

จากความสำคัญและช่องว่างดังกล่าว การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ และเปรียบเทียบปัจจัยดังกล่าวตามลักษณะส่วนบุคคล เพื่อนำข้อมูลและผลการวิจัยมาเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุข อันจะเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญต่อการออกแบบนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในมหาวิทยาลัยราชภัฏ รวมถึงการพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานที่เกื้อหนุนความสุข ความผูกพัน และการพัฒนาองค์กรให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในระยะยาว (Caraballo-Arias, Milani and Feola, 2024; Nurmasari et al., 2024)



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากร คือ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวน 586 คน (ข้อมูล ณ มีนาคม 2567)

ตัวอย่าง

ตัวอย่าง คือ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวนจำนวน 262 คน ซึ่งคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) อย่างเป็นสัดส่วน

ตัวแปรที่ศึกษา

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดที่พัฒนาจากแนวคิดแรงจูงใจของ Herzberg (1959) แนวคิดคุณลักษณะงานของ Hackman and Oldham (1975) และแนวคิดองค์กรแห่งความสุข (ความสุข 9 ประการ) ของ สสส.

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจ และปัจจัยคุณลักษณะงาน

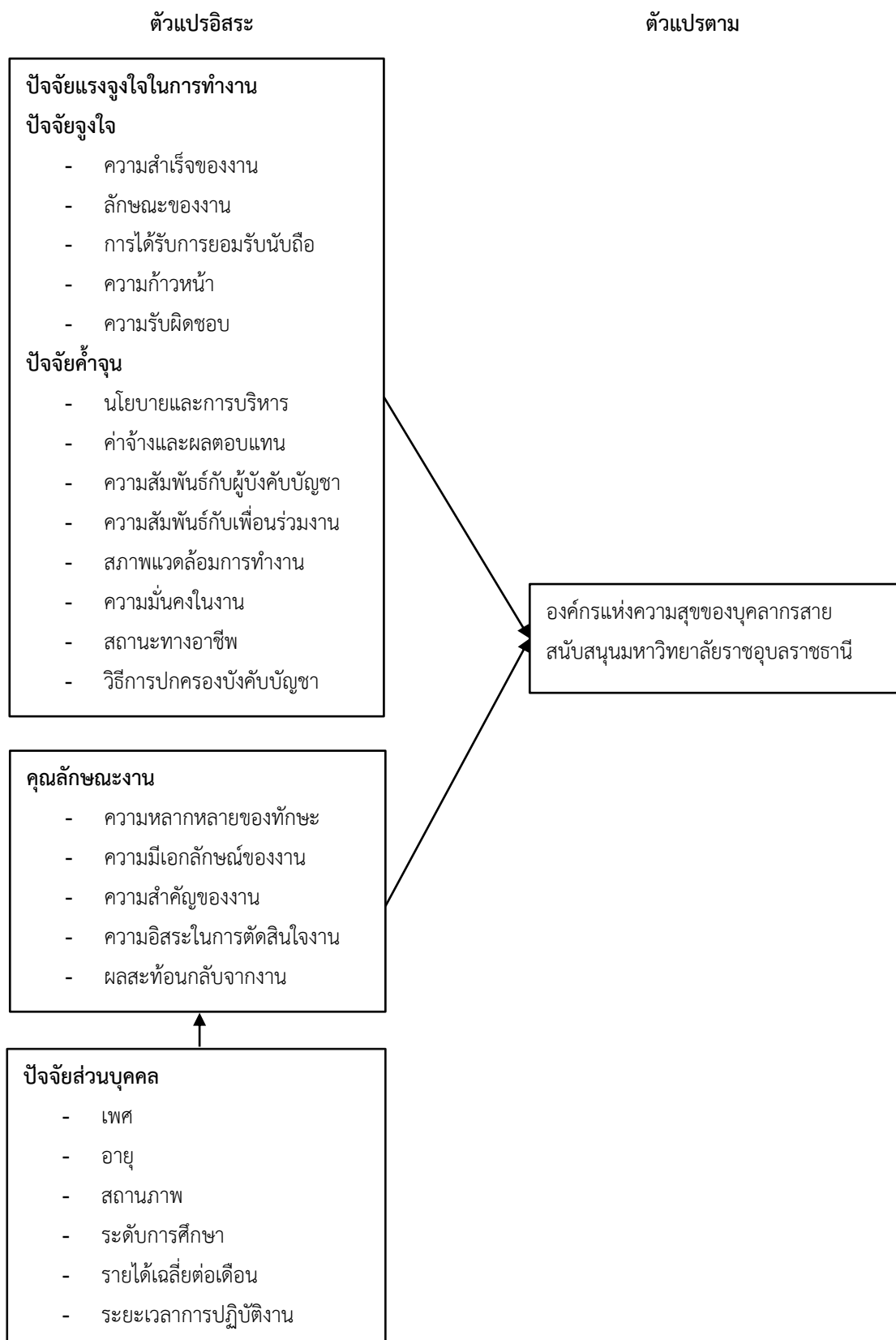
1.1 ปัจจัยแรงจูงใจ แบ่งเป็น ปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จของงาน ลักษณะของงานการได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้า ความรับผิดชอบ และปัจจัยค่าจ้าง ประกอบด้วย นโยบายและการบริหาร ค่าจ้างและผลตอบแทน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความมั่นคงในงาน สถานะทางอาชีพ วิธีการปกครองบังคับบัญชา

1.2 ปัจจัยคุณลักษณะงาน ประกอบด้วย ความหลากหลายของทักษะ ความมีเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความอิสระในการตัดสินใจงาน และผลสะท้อนกลับจากงาน

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ องค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุนตามแนวความคิดของ สสส. ความสุข 9 ประการในที่ทำงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการศึกษา โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้มีอยู่ 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมโดยตรงจากตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลส่วนนี้ได้จากการรวบรวมเอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงาน งานวิจัย และเว็บไซต์ จากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended questions) ซึ่งแบ่งเป็นส่วนข้อมูลส่วนบุคคล เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) มีจำนวน 7 ข้อ, ส่วนปัจจัยแรงจูงใจ จำนวน 52 ข้อ, คุณลักษณะงาน จำนวน 20 ข้อ และองค์กรแห่งความสุข จำนวน 18 ข้อ รวม 97 ข้อ มีลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดของ (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถาม มีคำตอบให้เลือกระดับการให้ความสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 5 ระดับ โดยกำหนด เกณฑ์การให้ค่าระดับคะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ได้แก่ ให้ความสำคัญมากที่สุด ให้ความสำคัญปานกลาง ให้ความสำคัญน้อย ให้ความสำคัญน้อยที่สุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่า IOC รวมเท่ากับ .91 และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่า Cronbach's Alpha Coefficient เท่ากับ .92

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด

2. นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์โดยทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การทดสอบค่า (t-test) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธี Scheffe Test

3. นำค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อใช้ในการแปลความหมายเป็นรายข้อ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 5 ระดับ คือ ให้ความสำคัญมากที่สุด ให้ความสำคัญมาก ให้ความสำคัญปานกลาง ให้ความสำคัญน้อย ให้ความสำคัญน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2553: 120-127 อ้างถึงใน นิดา ประพฤติธรรม 2563: 30)

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ระดับการให้ความสำคัญต่อองค์กรแห่งความสุขน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ระดับการให้ความสำคัญต่อองค์กรแห่งความสุขน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ระดับการให้ความสำคัญต่อองค์กรแห่งความสุขปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ระดับการให้ความสำคัญต่อองค์กรแห่งความสุขมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ระดับการให้ความสำคัญต่อองค์กรแห่งความสุขมากที่สุด



สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบของแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือแต่ละข้อ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ของ Alpha Coefficient (α) ตามวิธีการของ Cronbach's Coefficient

2. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (บุญชม ศรีสะอาด 2553: 122-124)

3. สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้การวิเคราะห์แบบ Stepwise (Pedhazur, 1997: 202) การทดสอบค่าที (t-test) (ชวนชัย เชื้อสาธุชน 2544: 200) การทดสอบค่าเอฟ (F-test) การเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธี Scheffe (Scheffe, 1953: 87-104)

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 58.78 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 51.53 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน

คิดเป็นร้อยละ 84.35 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ในช่วง 6-10 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 29.39 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001-35,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 66.79

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยคุณลักษณะงาน และปัจจัยองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยคุณลักษณะงาน และปัจจัยองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยคุณลักษณะงาน และปัจจัยด้านองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ตัวแปร	ระดับการให้ความสำคัญต่อองค์กรแห่งความสุข		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ปัจจัยแรงจูงใจ			
1. ด้านความสำเร็จของงาน (X_1)	4.40	0.57	มาก
2. ด้านลักษณะของงาน (X_2)	4.50	0.49	มาก
3. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (X_3)	4.27	0.62	มาก
4. ด้านความก้าวหน้า (X_4)	4.21	0.68	มาก
5. ด้านความรับผิดชอบ (X_5)	4.18	0.63	มาก
6. ด้านนโยบายและการบริหาร (X_6)	4.20	0.75	มาก
7. ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน (X_7)	3.68	0.79	มาก
8. ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (X_8)	4.14	0.82	มาก



ตัวแปร	ระดับการให้ความสำคัญต่อองค์กรแห่งความสุข		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ปัจจัยแรงจูงใจ			
9. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X_9)	4.39	0.68	มาก
10. ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน (X_{10})	4.35	0.63	มาก
11. ด้านความมั่นคงในงาน (X_{11})	4.06	0.74	มาก
12. ด้านสถานะทางอาชีพ (X_{12})	4.44	0.59	มาก
13. ด้านวิธีการปกครองบังคับบัญชา (X_{13})	4.22	0.75	มาก
ปัจจัยคุณลักษณะงาน			
14. ด้านความหลากหลายของทักษะ (X_{14})	4.33	0.58	มาก
15. ด้านความมีเอกลักษณ์ของงาน (X_{15})	4.33	0.66	มาก
16. ด้านความสำคัญของงาน (X_{16})	4.34	0.70	มาก
17. ด้านความอิสระในการตัดสินใจงาน (X_{17})	4.02	0.84	มาก
18. ด้านผลสะท้อนกลับจากงาน (X_{18})	4.14	0.69	มาก
องค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน	4.23	0.72	มาก
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (Y)			

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อยู่ในระดับมาก ($Y = 4.23$, S.D. = .72) ส่วนปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน (= 4.50, S.D. = .49) ระดับมาก ด้านสถานะทางอาชีพ (= 4.44, S.D. = .59) ระดับมาก ด้านความสำเร็จของงาน (= 4.40, S.D. = .57) ระดับมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ และวิเคราะห์ค่าการพยากรณ์ของปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ด้วยวิธี Stepwise

Model	Unstandardized		Standardized	t	P
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน					
ด้านลักษณะของงาน	0.05	0.02	0.10	2.27*	0.02
ด้านความก้าวหน้า	0.07	0.02	0.14	3.12**	0.00
ด้านความรับผิดชอบ	0.11	0.02	0.21	4.72**	0.00

Model	Unstandardized		Standardized	t	P
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ปัจจัยค่าจุณ					
ด้านนโยบายและการบริหาร	0.07	0.02	0.13	2.89**	0.00
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.06	0.02	0.12	2.71**	0.01
ด้านสถานะทางอาชีพ	0.05	0.02	0.09	1.99*	0.05
ปัจจัยด้านคุณลักษณะงาน					
ด้านความสำคัญของงาน	0.19	0.04	0.25	4.35**	0.00
ด้านผลสะท้อนกลับจากงาน	0.21	0.05	0.27	4.56**	0.00
Constant = 0.59 F = 41.57 Sig = 0.00 R = 0.75 R ² = 0.57 R ² adj = 0.55					

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า จากวิธี Stepwise ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยคุณลักษณะงานส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยทั้ง 8 ตัวแปรดังกล่าวสามารถร่วมกันทำนายการเป็นองค์กรแห่งความสุขได้ร้อยละ 55 (R² adj = .55) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .75 (R = .75) แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเป็นองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน เมื่อนำตัวแปรทั้ง 8 ตัวที่สามารถพยากรณ์การเป็นองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุนได้ มาเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณ ได้ดังนี้

$$Y = 0.59 + 0.27 (\text{ด้านผลสะท้อนกลับจากงาน}) + 0.25 (\text{ด้านความสำคัญของงาน}) + 0.21$$

$$(\text{ด้านความรับผิดชอบ}) + 0.14 (\text{ด้านความก้าวหน้า}) + 0.13 (\text{ด้านนโยบายและการบริหาร}) + 0.12 (\text{ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา}) + 0.10 (\text{ด้านลักษณะของงาน}) + 0.09 (\text{ด้านสถานะทางอาชีพ})$$

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยจำแนกตามอายุ

ปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงาน	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
ปัจจัยแรงจูงใจ						
ด้านความก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	3	20.31	6.77	3.44*	0.02
	ภายในกลุ่ม	258	507.69	1.97		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มอายุต่างกันมีความรับรู้ปัจจัยด้านความก้าวหน้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า $F = 3.44$ และ $P = 0.02$ เพื่อให้เห็นความแตกต่าง ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ตามวิธีของ Scheffe test ดังผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีจำแนกตามอายุ

ตัวแปร	21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F	P	หมายเหตุต่างคู่ (Scheffé)
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านความก้าวหน้า	3.42	1.34	3.07	1.40	2.71	1.41	2.73	1.48	3.44	0.02*	21-30 ปี ต่างจาก 41-50 ปี

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05; ผลต่างคู่ใช้เกณฑ์ Scheffé ($\alpha = .05$)

จากตารางที่ 4. พบว่า ช่วงอายุที่มีความแตกต่างในด้านความก้าวหน้า คือ ระหว่าง 21-30 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มอายุ 21-30 ปี มีการรับรู้ความก้าวหน้ามากกว่า

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยจำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงาน	แหล่ง ความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
ปัจจัยค่าจูน						
ด้านสถานะทางอาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	2	13.77	6.88	3.47	0.03*
	ภายในกลุ่ม	259	514.23	1.99		

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า สถานภาพแตกต่างกันมีการรับรู้ปัจจัยด้านสถานะทางอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า $F = 3.47$ และค่า Sig. = 0.03 เพื่อให้เห็นความแตกต่าง ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ตามวิธีของ Scheffe test ดังผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ตามตารางที่ 6



ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยแรงจูงใจ และคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีจำแนกตาม สถานภาพ

ตัวแปร	สมรส		หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่		โสด		F	P	หมายเหตุผลต่างคู่ (Scheffé)
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านสถานะทางอาชีพ	3.15	1.45	3.62	0.96	2.78	1.40	3.47	0.03*	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ต่างจากโสด

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05; ผลต่างคู่ใช้เกณฑ์ Scheffé ($\alpha = .05$)

จากตารางที่ 6 พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันในด้านสถานะทางอาชีพ คือกลุ่มโสดและกลุ่มหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ โดยกลุ่มหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีการรับรู้สถานะทางอาชีพมากกว่า ส่วน เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน และระยะเวลาการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความรับรู้ปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัยปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงานที่ส่งผลต่อองค์กรแห่งความสุขของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ดังนี้

1. ด้านความสำคัญของงาน พบว่า งานที่มีคุณค่าต่อองค์กร เพื่อนร่วมงาน และได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา เมื่อบุคลากรรับรู้ว่างานที่ทำมีคุณค่าและส่งผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กรและสังคม จะเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ การตระหนักถึงความหมายของบทบาทตนเองนำไปสู่ความสุขในการทำงานอย่างชัดเจน สอดคล้องกับ อัญมณี ศรีปลาด และ สุรวี ศุนาลัย (2565) ที่พบว่าความสำคัญของงานช่วยให้พนักงานตระหนักถึงบทบาทและคุณค่าของตนเอง และ Islam (2021) ที่พบว่าตัวงานที่มีคุณค่าส่งผลต่อความสุขของนักวิชาการ รวมทั้ง Arora (2020) ที่ย้ำว่าความหมายของงานเป็นแกนหลักที่หล่อเลี้ยงความสุข

2. ด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) พบว่า การมีอิสระในการทำงาน สามารถรับผิดชอบงานอย่างเต็มที่และได้รับมอบหมายงานใหม่ การเปิดโอกาสให้บุคลากรใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการแก้ปัญหาการยอมรับผลของการตัดสินใจทั้งด้านดีและไม่ดี ทำให้เกิดความรู้สึกภูมิใจในบทบาทตนเอง สอดคล้องกับ พิระพัฒน์ สมศรี และธัญนันท์ บุญอยู่ (2564) ที่พบว่าความรับผิดชอบส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน และ จตุพร ไชยราช (2561) ที่พบว่าความรับผิดชอบช่วยสร้างแรงบันดาลใจและความสุข รวมถึง Manalo and Apat (2021) ที่ชี้ว่าความรับผิดชอบมีอิทธิพลต่อผลการทำงานและทัศนคติเชิงบวก

3. ด้านความก้าวหน้า พบว่า โอกาสเลื่อนตำแหน่ง การพัฒนาทักษะ และการฝึกอบรมสัมมนา การมีเส้นทางความก้าวหน้าชัดเจนสร้างความเชื่อมั่นในอนาคต การได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างสม่ำเสมอเป็นแรงจูงใจเชิงบวก สอดคล้องกับ เจษฎา ภาติ (2566) ที่พบว่าความก้าวหน้าสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการทำงานได้ และ รัชนิกรรณ์ ปานวงษ์, อารี ชิวเกษมสุข และเรณูการ์ ทองคำรอด. (2563) ที่ระบุว่าโอกาส



ความก้าวหน้าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสุข ตลอดจน Bataineh (2019) ที่พบว่าความก้าวหน้าส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพและความสุข

4. ด้านนโยบายและการบริหาร พบว่า นโยบายที่ชัดเจน การประชุมชี้แจงสม่ำเสมอ และระบบบริหารที่โปร่งใสยุติธรรม การมีระบบบริหารจัดการที่โปร่งใสและตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากร การจัดระบบงานให้บุคลากรเรียนรู้การทำงานเป็นทีมและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์องค์กร สอดคล้องกับ เจษฎา ภาติ (2566) ที่ระบุว่านโยบายและการบริหารสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการทำงานได้ และ อัญมณี ศรีปลาด และ สุรวี ศุนาลัย (2565) ที่ยืนยันว่าการจัดการองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญ รวมถึง Islam (2021) ที่ระบุว่าโครงสร้างการจัดการงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสุข

5. ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา การได้รับคำชมเชย การให้คำปรึกษา และการเปิดโอกาสแสดงความคิดเห็น การได้รับการสนับสนุนและความเป็นธรรมจากผู้บังคับบัญชาส่งผลต่อความมั่นคงทางอารมณ์ความสัมพันธ์เชิงบวกช่วยลดความตึงเครียดและเพิ่มแรงจูงใจ สอดคล้องกับ เจษฎา ภาติ (2566) ที่พบว่าความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการทำงานได้ และ จตุพร ไชยราช (2561) ที่ชี้ว่าความสัมพันธ์ในที่ทำงานเป็นปัจจัยที่ดีที่สุดในการทำนายความสุข รวมทั้ง Manalo and Apat (2021) และ Islam (2021) ที่เน้นความสำคัญของการสนับสนุนจากผู้บริหาร

6. ด้านลักษณะของงาน พบว่า งานที่มีคุณค่า มีรายละเอียดชัดเจน มีความท้าทาย และตรงกับความสามารถลักษณะของงานที่ชัดเจนและสอดคล้องกับความสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสุข งานที่มีความท้าทายเหมาะสมเปิดโอกาสให้บุคลากรใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับ พิระพัฒน์ สมศรี และธัญนันท์ บุญอยู่ (2564) ที่พบว่าลักษณะของงานส่งผลต่อประสิทธิภาพ และ Islam (2021) และ Arora (2020) ที่ยืนยันว่าคุณลักษณะของงานมีผลต่อความสุขของนักวิชาการ

7. ด้านสถานะทางอาชีพ พบว่า ความรู้สึกว่าอาชีพมีความน่าเชื่อถือ มีเกียรติ และได้รับการยอมรับ การมีสถานะทางอาชีพที่มั่นคงและเป็นที่ยอมรับสร้างความภาคภูมิใจ การได้รับการยอมรับจากองค์กรและสังคมช่วยเสริมความสุขในมิติจิตวิทยาสังคม สอดคล้องกับ เจษฎา ภาติ (2566) ที่พบว่าสถานะทางอาชีพสามารถทำนายประสิทธิภาพการทำงานได้ และ Islam (2021) ที่ยืนยันว่าความมั่นคงในงานมีผลต่อความสุข รวมทั้ง Arora (2020) ที่ชี้ว่าการได้รับการยอมรับและมีบทบาททางสังคมส่งผลต่อความสุข

8. ด้านผลสะท้อนกลับจากงาน พบว่า การได้รับข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจน ถูกต้อง และทันเวลาเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน ส่งผลให้บุคลากรสามารถนำมาแก้ไขปรับปรุงและพัฒนางานได้ดียิ่งขึ้น ผลสะท้อนกลับช่วยให้บุคลากรทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของงาน รวมถึงผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับ Islam (2021) ที่ระบุว่า feedback เป็นตัวกำหนดสำคัญที่สุดของความสุขในที่ทำงานของนักวิชาการ และ อัญมณี ศรีปลาด และ สุรวี ศุนาลัย (2565) ที่พบว่าผลสะท้อนกลับจากงานเป็นองค์ประกอบแกนของความสุขในงานของกลุ่มเจนเอเรชันวาย รวมถึง Manalo and Apat (2021) ที่เน้นความสำคัญของ feedback ที่เป็นระบบต่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การเปรียบเทียบตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ มีผลต่อการรับรู้ด้านความก้าวหน้า โดยวัยทำงานต้นและกลางให้ความสำคัญกับโอกาสความก้าวหน้า ขณะที่วัยสูงเน้นเสถียรภาพและความมั่นคง สถานภาพสมรสมีผลต่อการรับรู้ด้านสถานะทางอาชีพ โดยกลุ่มที่สมรสหรือหย่า/หม้ายรับรู้ถึงความมั่นคงแตกต่างจากกลุ่มโสด เพศ, ระดับการศึกษา, รายได้, และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ไม่มีผลต่อการรับรู้ปัจจัยแรงจูงใจและคุณลักษณะงาน



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้บริหารควรสร้างกลไกสนับสนุนให้บุคลากรมีความรับผิดชอบและอิสระในการทำงานเพิ่มขึ้น เช่น การมอบอำนาจการตัดสินใจในบางเรื่อง
2. ควรกำหนดแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน รวมถึงการอบรมเพิ่มพูนทักษะ และโอกาสเลื่อนตำแหน่ง เพื่อสร้างแรงจูงใจและความผูกพัน
3. ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง การมีส่วนร่วม และการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากร เพื่อเพิ่มความไว้วางใจ
4. ควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชา โดยสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนและความเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน

ควรออกแบบลักษณะของงานให้เหมาะสมกับทักษะของบุคลากร มีความท้าทาย และเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเจาะลึกกลไกเชิงอธิบาย หรือการวิจัยระยะยาว (Longitudinal) เพื่อติดตามผลการเปลี่ยนแปลง

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารงานบุคคล. (มีนาคม 2567). *ความเป็นมามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*.
 ขวัญเมือง บวรธวัชกุล. (2563). *การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตกับการทำงานอย่างมีความสุข (Happy Workplace)*, เข้าถึงจาก <http://tpso4.m-society.go.th/index.php/th/tpso-news/2017-05-16-15-16-27/43-happy-workplace-8>
 จตุพร ไชยราช. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยพะเยา*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในระดับปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา.
 เจษฎา ภาติ. (2566). *ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอน้ำเกลี้ยง จังหวัดศรีสะเกษ*. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(2), 135-151.
<https://doi.org/10.14456/jmdubru.2023.1>
 ชวนชัย เชื้อสาธุน. (2544). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : พลิกสเซ็นเตอร์.
 บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
 พิระพัฒน์ สมศรี และ ธัญนันท์ บุญอยู่. (2564). *แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของกรมชลประทาน ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*.
 พงศ์วิศิษฐ์ สอนเฉลิม. (2562). *แรงจูงใจในการทำงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดนครราชสีมา*. *วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*.
 มนชนก ชูพรคเจริญ. (2562). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของพนักงานเอกชนในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ*. *สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น*.



- อัญมณี ศรีปลาด และ สุรวี ศุนาลัย (2565). สภาพแวดล้อมในการทำงานและคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 36(2), 134-149.
- Ahmad, K., Jasimuddin, S. & Kee, W. L. (2018). Organizational climate and job satisfaction: do employees' personalities matter?. *Management Decision*, 56(2), 421-440.
<https://doi.org/10.1108/MD-10-2016-0713>
- Arora, R. (2020). Happiness among Higher Education Academicians. A Demographic Analysis. *Rajagiri Management Journal*, 14(1), 3-17.
<https://doi.org/10.1108/RMJ-11-2019-0024>.
- Bataineh, K. A. (2019). Impact of Work-Life Balance, Happiness at Work, on Employee Performance. *International Business Research*, 12(2), 99-112.
- Caraballo-Arias, Y., Milani, S., & Feola, D. (2024). O-266 A STATE-OF-THE ART OF HAPPINESS AT WORK, *Occupational Medicine*, 74.
<https://doi.org/10.1093/occmed/kqae023.1098>
- Ćulibrk, J., Delić, M., Mitrović, S., & Ćulibrk, D. (2018). Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Involvement: The Mediating Role of Job Involvement. *Frontiers in psychology*, 9, 132.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00132>
- De Giorgio, A., Barattucci, M., Teresi, M., Rauli, G., Ballone, C., Ramaci, T., Pagliaro, S. (2022). Organizational identification as a trigger for personal well-being: Associations with happiness and stress through job outcomes. *Journal of Community & Applied Social Psychology*. 33, 138-151.
<https://doi.org/10.1002/casp.2648>.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the Design of Work: Test of a Theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16, 250-279.
[https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7).
- Scheffe, H.(1953). A Method for Judging all contrasts in the analysis of variance. *Biometrika*, 40(1-2), 87-110,
<https://doi.org/10.1093/biomet/40.1-2.87>.
- Islam, M. & Anjum, N. (2021). Workplace Happiness: Exploring the Factors Shaping Academics' Subjective Well-being. *Journal of Management in Practice*, 6(1), 1-23.
- Magnier-Watanabe, R., Uchida, T., Orsini, P. & Benton, C. F. (2020). Organizational virtuousness, subjective well-being, and job performance: Comparing employees in France and Japan. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(2), 115-138.
<https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2019-0210>
- Manalo, M. & Apat, E. J. (2021). Motivational Factors and its Influence on the Job Performance of Non-academic Staff in a University. *International Journal of Academic and Industry Research*, 2(3), 48-63.
<https://doi.org/10.53378/348729>.



- Nurmasari, E. Z, Endratno, H., Suyoto, & Haryanto, T. (2024). Antecedents of Job Satisfaction Mediated by Work Motivation. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 3(1), 21-40.
<https://doi.org/10.55927/ministal.v3i1.7395>.
- Oerlemans, W. G. M., & Bakker, A. B. (2018). Motivating job characteristics and happiness at work: A multilevel perspective. *Journal of Applied Psychology*, 103(11), 1230-1241.
<https://doi.org/10.1037/apl0000318>
- Pang, K. & Lu C. S. (2018). Organizational motivation, employee job satisfaction and organizational performance: An empirical study of container shipping companies in Taiwan. *Maritime Business Review*, 3(1), 36-52.
<https://doi.org/10.1108/MABR-03-2018-0007>
- Pedhazur, E.J. (1997). *Multiple Regression in Behavioral Research: An Explanation and Prediction*. Holt, Rinehart & Winston, New York.
- Staw, B. M. (1986). Organizational Psychology and the Pursuit of the Happy/Productive Worker. *California Management Review*, 28(4), 40-53.
<https://doi.org/10.2307/41165214>
- Vigneshwar, R. & Vyas, K. (2024). Analyzing the Relationship between Employee Motivation and Job Satisfaction. *Shanlax International Journal of Management*. 11, 239-242.
[10.34293/management.v11iS1-Mar.8048](https://doi.org/10.34293/management.v11iS1-Mar.8048).
- Yamane, T. (1973) *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.) Harper and Row, New York.





การพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
The Development of Bachelor of Art Program in Art and Design Innovation,
Faculty of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani Rajabhat University

สันติ หวังชื่น^{1*}, จตุพล รักเปี่ยม², พลวัฒน์ โตสารเดช³

Santi Wangchuen^{1*}, Jatupon Rakpiam², Phollawat Tosaradej³

^{1*, 2, 3} สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1*, 2, 3} Department of Art and Design Innovation, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Ubon Rachathani Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: Boomtom00086@gmail.com

Received 8 April 2026 Revised 24 June 2026

Accepted 25 June 2026 Available Online 30 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ 2) เพื่อพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อหลักสูตรดังกล่าว กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา นักออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตรจำนวน 5 ท่าน และผู้ใช้บัณฑิตจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสิ้น 80 คน ซึ่งเลือกมาโดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจความต้องการเข้าศึกษาต่อ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัย พบว่า 1) ความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45) โดยคุณลักษณะรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุดคือ ด้านทักษะศิลปะการออกแบบและการปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ 2) ผลการพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-Based Education: OBE) และกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ได้โครงสร้างหลักสูตรที่มีการบูรณาการข้ามศาสตร์และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ (AI) เข้าสู่คำอธิบายรายวิชา ควบคู่กับการรองรับห้องปฏิบัติการนวัตกรรม (3D Printing และ CNC) โดยมีจุดเด่นคือรูปแบบการเรียนรู้ 3+1 ร่วมกับสถาบันการศึกษาในประเทศจีน และรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญประเมินว่าหลักสูตรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรฐานทางวิชาชีพ 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อคุณภาพและการปฏิบัติงานของบัณฑิตในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.48) โดยด้านคุณธรรม จริยธรรม มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ขณะที่ด้านทักษะปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดแต่ยังคงอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$)

คำสำคัญ: การพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต, ศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ

ABSTRACT

This study utilized a research and development (R&D) methodology. The objectives were to 1) investigate the demand for further education in the Bachelor of Fine Arts Program in Art and Design Innovation, 2) develop the curriculum for the program, and 3) examine the satisfaction of graduate users toward the developed curriculum. The key informants and sample group, selected through purposive sampling, consisted of 85 participants, including prospective students, designers, 5 curriculum experts, and graduate users from both public and private sectors. The research instruments comprised a demand survey questionnaire, qualitative interview forms, and a graduate user satisfaction evaluation form. Quantitative data were analyzed using mean ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.), while qualitative data were analyzed through content analysis. The findings indicated that 1) the overall demand for further education in this curriculum was at the highest level ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45), with the highest demand identified in the area of art design skills and professional practice. 2) The curriculum development, grounded in Outcome-Based Education (OBE) and Design Thinking principles, yielded a curriculum characterized by cross-disciplinary integration and the implementation of digital technology (AI) into course descriptions. It also offered innovative laboratory support (3D Printing and CNC), a 3+1 international learning model with China, and creative entrepreneurship courses. The experts validated that the developed curriculum was highly appropriate and aligned with professional standards. 3) The overall satisfaction of graduate users toward the graduates' performance was at the highest level ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.48). Morality and ethics received the highest satisfaction score, whereas professional practical skills, despite being at the highest level, received the lowest average score ($\bar{X} = 4.25$).

Keywords: Development of The Bachelor of Arts Curriculum, Art and Design Innovation

บทนำ

ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพลิกผันทางเทคโนโลยีดิจิทัล สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ได้เล็งเห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการปฏิรูปการศึกษาเพื่อผลิตนักออกแบบนวัตกรรมที่เท่าทันต่อวิทยาการสมัยใหม่ คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินงานวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์โครงสร้างหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตฉบับใหม่ขึ้น โดยมีจุดเด่นในมิติการผสมผสานนวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้าสู่คำอธิบายรายวิชา การเตรียมความพร้อมห้องปฏิบัติการดิจิทัล และการสร้างความเป็นสากลด้วยรูปแบบการเรียนรู้ 3+1 ร่วมกับสถาบันการศึกษาในประเทศจีน ควบคู่กับการบรรจุรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ กระบวนการพัฒนาขับเคลื่อนผ่านแนวคิดการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (OBE) โดยเชื่อมโยงสัมพันธ์กับการระดมความคิดเห็นและการประเมินผลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholders) รวมทั้งสิ้น 80 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้เรียนที่มีความต้องการพัฒนาทักษะวิชาชีพ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร และกลุ่มผู้ใช้นิติตจากภาครัฐและเอกชนที่ร่วมให้ข้อมูลสะท้อนกลับเพื่อยกระดับขีดความสามารถของบัณฑิตให้ตอบโจทย์ตลาดแรงงานสากลได้อย่างยั่งยืน



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการที่จะศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี” เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดของไทเลอร์ (Tyler’s Curriculum Model) และทาบ (Taba’s Inverted Model) บูรณาการร่วมกับแนวคิดการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-Based Education: OBE) และกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ (Phases) ดังนี้ ระยะที่ 1 การศึกษาความต้องการและข้อมูลพื้นฐาน (Empathize & Define) สอดคล้องกับขั้นตอนของ Taba ในเรื่องการวินิจฉัยความต้องการ (Diagnosis of Needs) เพื่อกำหนดฐานคิดของหลักสูตร คณะผู้วิจัยดำเนินงานดังนี้ 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Key Stakeholders) ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา และนักออกแบบ จำนวน 40 คน โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสำรวจความต้องการเข้าศึกษาต่อ เพื่อประเมินสมรรถนะที่ผู้เรียนต้องการพัฒนา 3) การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการจัดส่งแบบสำรวจ นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อจัดลำดับความต้องการในการพัฒนาทักษะเฉพาะทางวิชาชีพและคุณธรรมจริยธรรม ระยะที่ 2 การพัฒนาและสร้างหลักสูตรนวัตกรรม (Ideate & Prototype) เป็นการดำเนินงานตามขั้นตอนการเลือกเนื้อหาและการจัดระเบียบประสบการณ์การเรียนรู้ (Selection and Organization of Learning Experiences) ของ Tyler ร่วมกับแนวคิด OBE เพื่อมุ่งเน้นผลลัพธ์ของศตวรรษที่ 21 คณะผู้วิจัยดำเนินงานดังนี้ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก: ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร ศิลปะ และนวัตกรรมการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน 2) กระบวนการพัฒนา คณะผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากระยะที่ 1 มาสังเคราะห์ร่วมกับพลวัตเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ร่างเป็นโครงสร้างหลักสูตรนวัตกรรมดีไซน์ และนำแนวคิดแบบสากลมาถอดเทรกรผ่านรูปแบบการเรียนรู้ 3+1 (เรียนร่วมกับประเทศจีน 1 ปี) พร้อมรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ 3) การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร นำร่างหลักสูตรเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญผ่านแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้อง (Consistency) ของคำอธิบายรายวิชา และนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อปรับปรุงหลักสูตรฉบับสมบูรณ์ ระยะที่ 3 การประเมินผลและสะท้อนกลับจากผู้บัณฑิต (Test & Evaluation) สอดคล้องกับขั้นตอนสุดท้ายในแบบจำลองของ Tyler คือ การประเมินผลสัมฤทธิ์ (Evaluation) และเป็นส่วนสำคัญในระบบควบคุมคุณภาพของ OBE คณะผู้วิจัยดำเนินงานดังนี้ 1) กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บัณฑิตจากหน่วยงานภาครัฐและสถานประกอบการภาคเอกชนที่สอดคล้องกับสายงานออกแบบสร้างสรรค์ จำนวน 40 คน โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง 2) เครื่องมือที่ใช้ในการ



วิจัย แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต ครอบคลุมสมรรถนะรายด้านตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 3) การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลระดับความพึงพอใจโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พร้อมนำข้อเสนอแนะและจุดอ่อนที่พบ (เช่น ค่าเฉลี่ยทักษะปฏิบัติหน้างานจริง 4.25) กลับมาเป็นข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback Loop) เพื่อวางแผนการจัดกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Project-based Learning) และยกระดับการฝึกงานในสถานประกอบการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ตัวย่อ (SH)

การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นเครื่องมือและกลวิธีที่ใช้ในการเป็นรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษารายกรณี การสัมภาษณ์เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนา ซักถาม พุดคุยโต้ตอบ และมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้ข้อมูล ก่อนเริ่มต้นสัมภาษณ์ผู้สัมภาษณ์ควรชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ให้ผู้ให้ข้อมูลทราบและขออนุญาตกรณีที่มีการบันทึกเสียง ระหว่างการสัมภาษณ์นั้นผู้สัมภาษณ์จะต้องบันทึกถ้อยคำให้ผู้สัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ หรืออาจใช้อุปกรณ์อื่นประกอบได้ อาทิ สมุดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง ทำการสังเกตบุคลิกภาพ อากัปกริยา พฤติกรรมการแสดงออก น้ำเสียงและวาจาควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้ผู้สัมภาษณ์ต้องสร้างบรรยากาศเชิงบวก สร้างความเป็นกันเอง นอกจากนี้ยังทำให้ผู้ทำการศึกษาสามารถสังเกตเห็นสีหน้าท่าทางของเขาได้ว่ามีความจริงใจในการให้คำตอบนั้นมากน้อยเพียงไร เชื่อถือได้หรือไม่จะเห็นว่าสิ่งต่างๆ เหล่านี้ไม่สามารถได้จากเครื่องมือและกลวิธีแบบอื่น เนื้อหา และรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องการสัมภาษณ์นี้ (ดร.ลักขณา สรวิวัฒน์. 2548, 102) ในการทำวิจัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(SH)

การสอบถาม หรือแบบสอบถาม (Questionnaire)

คือขั้นตอนที่สำคัญในการวิจัย ทั้งที่เป็นการวิจัยตลาดหรือการวิจัยด้านอื่นๆ การวิจัยตลาดเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกธุรกิจ กระบวนการวิจัย หากกล่าวโดยรวม จะประกอบด้วย การกำหนดหัวข้อวิจัยหรือหัวข้อที่สนใจศึกษา หาแนวคิดทฤษฎีมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์และออกแบบการวิจัย ตั้งข้อสมมติฐานเกี่ยวกับเรื่องที่สนใจศึกษา กำหนดคำถามการวิจัย ออกแบบการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล แปลความหมาย จัดทำข้อเสนอแนะ และจัดทำรายงานการศึกษา ดังนั้นผู้ที่สร้างแบบสอบถามจึงต้องมีความเข้าใจในกระบวนการวิจัยนี้ด้วย เพื่อให้การสร้างแบบสอบถามสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตรงกับความต้องการ (สมนึก ภัททิยธนี. 2562, 40)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ (SH)

1. ผู้ใช้บัณฑิตจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ได้แก่ กลุ่มนักร้องแบบ สมาคมนักปั้นโมเดล ผู้เชี่ยวชาญด้านการคิดเชิงออกแบบ ผู้ประกอบการด้านงานออกแบบเยาวชนที่มีความสนใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 40 คน

2. กลุ่มนักเรียนศิลปะที่ศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา และกลุ่มนักเรียนศิลปะอาชีวศึกษาอุบลราชธานี อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ ผู้ปกครองของนักศึกษาที่ขอศิลปะ ในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ได้แก่ จำนวน 40 คน ที่สนใจเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีการศึกษา 2569

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสำรวจความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2. แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



3. แบบประเมินความสอดคล้องของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

1. ผู้เชี่ยวชาญ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคีรัฐ
2. ผู้เชี่ยวชาญ คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยภาคเอกชน
3. ผู้เชี่ยวชาญ คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยภาคเอกชน
4. ผู้เชี่ยวชาญ ศิลปิน เจ้าของหอศิลป์แกลลอรี
5. ผู้เชี่ยวชาญ ประธานกลุ่มศิลปะ

4. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น สมุดจดบันทึก และเครื่องบันทึกเสียง เป็นต้น

คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research)
2. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินมาตรฐานหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
5. การจดบันทึก (Field Note) โดยดำเนินการบันทึกทุกครั้งและใช้เครื่องมืออุปกรณ์ประกอบการบันทึกข้อมูลช่วยเพิ่มเติมรายละเอียด เช่น กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ เครื่องบันทึกเสียง เป็นต้น

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นต่อการพัฒนาหลักสูตร สำหรับเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความชอบในด้านการคิดเชิงออกแบบ การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และกรอบแนวคิดทฤษฎีต่างๆ และสถิติที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ผู้สัมภาษณ์จะต้องสร้างบรรยากาศที่ในการสัมภาษณ์โดยทำความคุ้นเคย กับผู้ถูกสัมภาษณ์ให้มีความรู้สึกเป็นมิตร มีความสบายใจ การสร้างบรรยากาศที่ดีขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและไหวพริบของผู้สัมภาษณ์แต่ละคน
2. ใช้การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความกล้า และไม่ลังเลที่จะตอบ
3. ผู้สัมภาษณ์จะต้องใช้ไหวพริบสังเกตดูว่า จังหวะที่สัมภาษณ์นั้นเหมาะสม หรือไม่
4. ในระหว่างสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ไม่ควรเร่งรัดหรือคาดหวังคำตอบจากผู้ถูกสัมภาษณ์ ควรให้มีลักษณะที่เป็นอิสระแต่ต้องให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เข้าใจว่า คำตอบที่เป็นความจริงคือคำตอบที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการ (สมนึก ภัททิยธนี. 2562, 38)

สรุปจากคณะผู้วิจัยการจดบันทึกคำตอบในแบบสัมภาษณ์ ถือเป็นเรื่องสำคัญมากในการที่จะสรุปข้อมูล เนื้อหาสาระของการสัมภาษณ์ ผู้ที่สัมภาษณ์นั้นจะต้องจดบันทึกคำตอบทันทีหลังจากการสัมภาษณ์แล้ว เพื่อป้องกันการหลงลืมทำให้เห็นว่าจากตารางที่ 1 จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ทางผู้วิจัยไปสรุปออกมาดังต่อไปนี้



ตารางที่ 1 จากการสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตร สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ

ผู้เชี่ยวชาญ	การสัมภาษณ์ (Interview)
ผู้เชี่ยวชาญคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาครัฐ	ให้ความเห็นว่า หลักสูตรใหม่ควรมีเนื้อหาการเรียนการสอนให้มีการบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อประสบการณ์ด้านทักษะการคิดเชิงออกแบบให้เกิดความทันสมัยในเรื่องของเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำเอาความรู้และทักษะไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือประกอบอาชีพได้ทันที
ผู้เชี่ยวชาญคณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยภาคเอกชน	1. ให้ข้อคิดเห็นว่าในการผลิตนักศึกษาเพื่อในการรับใช้สังคม ควรปลูกฝังให้รู้จักรักศิลปะวัฒนธรรมอันดีงามของเมืองอุบล เช่น นำนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็นเครื่องมือในการช่วยผลิตผลงานศิลปะให้มีความทันสมัยทันสมัย 2. ในห้องเรียนของหลักสูตร(ใหม่) ศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ ควรจะมีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตที่ทันสมัยให้กับการรองรับในการสอนตามรายวิชาที่เหมาะสม เช่นวิชาที่เรียนประติมากรรมควรมีเครื่องพิมพ์ 3D, เครื่องสแกน 3D, และเครื่องแกะสลักคอมพิวเตอร์ CNC เป็นต้น
ผู้เชี่ยวชาญคณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยภาคเอกชน	1. ให้ข้อคิดเห็นว่าในหลักสูตรใหม่ นักศึกษาที่เรียนควรจะต้องมีความรู้ในภาษาจีน เพื่อให้ตอบโจทย์ใหม่ในการเรียนรูปแบบ3+1 ซึ่งจะเป็นผลดีกับนักศึกษาที่จะต้องไปเรียนที่ประเทศจีน 1 ปี 2. ในวิชาธุรกิจศิลปะเป็นวิชาที่ติดมากับนักศึกษา ควรจะให้มีการทำธุรกิจที่มีความแปลกใหม่เพื่อที่จะได้ทันยุคทันสมัย หรือมีการใช้AI มาช่วยในการสร้างความน่าสนใจมากขึ้น
ผู้เชี่ยวชาญศิลปิน เจ้าของหอศิลป์ แกลลอรี	ข้อคิดเห็นว่า ในปัจจุบันนี้ การทำงานศิลปะมีหลากหลายช่องทางในการทำงาน ยิ่งงานที่จะต้องให้คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยเพื่อให้ตอบสนองในการสร้างสรรค์ มีความจำเป็นมากที่นักศึกษาจะต้องเป็นเอาไว เพราะเวลามาฝึกงานหรือไปทำงานข้างนอกจะต้องมีพื้นฐานในการทำงานโปรแกรมศิลปะต่างๆ จึงอยากให้เพิ่มคำอธิบายรายวิชาในด้านของโปรแกรมที่ต้องเรียนในคำอธิบายรายวิชาด้วย
ผู้เชี่ยวชาญประธานกลุ่มศิลปะ	ข้อคิดเห็นว่า เรื่องของทักษะทางศิลปะเช่น วิชากายวิภาคนักศึกษาทุกคนควรจะต้องได้เรียนรู้ เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญเป็นอย่างมากในการที่จะได้นำไปใช้ต่อยอดในรายวิชาอื่นเพื่อที่จะเข้าใจในเรื่องของความงาม และอย่าให้หลักสูตรมีรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อที่จะสร้างช่องทางการหารายได้ให้กับนักศึกษาที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยในการเรียนการสอนจะต้องมีความทันสมัยให้ตอบโจทย์กับนักเรียน

จากตารางที่ 1 จากการสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ ทำให้เห็นความคิดของกรรมการแต่ละท่านที่มีความคิดแตกต่างกันออกไป กรรมการแต่ละท่านส่วนมากก็จะเน้นไปทางศิลปะกับการเรียนรู้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างผลงานศิลปะ



และสื่อเครื่องมือในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะชิ้นมาก เพื่อการผลิตบัณฑิตในการรับใช้สังคมให้มีความทันสมัย ควรปลูกฝังให้รู้จักศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของเมืองอุบลราชธานี จากการนี้คณะผู้วิจัยก็นำผลจากการสัมภาษณ์ เพื่อที่จะนำไปพัฒนาหลักสูตรศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย การสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการ ตลอดจน แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ นำมาสู่การออกแบบหลักสูตรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและมีความเหมาะสมในการจัดการศึกษาด้านศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นที่เกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ ข้อมูลในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการสื่อความหมายผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะผู้วิจัย ได้ดำเนินการสำรวจความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยมีกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักออกแบบ สมาคมนักปั้นโมเดล ผู้เชี่ยวชาญด้านการคิดเชิงออกแบบ ผู้ประกอบการด้านงานออกแบบ เยาวชนที่มีความสนใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้



ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความต้องการเข้า ศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
1	ชาย	5	12.
2	หญิง	30	84.50
อายุ			
1	18 ปี	9	22.50
2	19 ปี	29	70
3	20 ปี	2	6.50
4	มากกว่า 20 ปี	-	-
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)			
1	กลุ่มนักร้องแบบ	3	9
2	สมาคมนักปั้นโมเดล	5	12.50
3	ผู้เชี่ยวชาญด้านการคิดเชิงออกแบบ	24	58.50
4	ผู้ประกอบการด้านงานออกแบบ	8	20
5	เยาวชนที่มีความสนใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	10	13.5
6	วัฒนธรรมจังหวัดฯ	10	22.50

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ โดยจำแนกข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ เพศ อายุ และประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แสดงว่าความสนใจของผู้หญิงต่อการศึกษาต่อด้านศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบในระดับที่สูงกว่าเพศชาย

เมื่อพิจารณาด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 19 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคืออายุ 18 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และอายุ 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 โดยไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 20 ปี ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของหลักสูตรเป็นเยาวชนวัยเรียนที่กำลังอยู่ในช่วงตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

ในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการคิดเชิงออกแบบ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาคือ วัฒนธรรมจังหวัดฯ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และ ผู้ประกอบการด้านงานออกแบบ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าการสำรวจความคิดเห็นมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสายงานออกแบบและศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกลุ่มสำคัญต่อการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ตลาดแรงงาน และบริบทท้องถิ่น



ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิต

ลำดับ ที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
ด้านความรู้ความสามารถพื้นฐานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน				
1	ความรู้เชิงวิชาการ การออกแบบทั่วไป	4.62	0.53	มาก
2	ความรู้ความสามารถในวิชาชีพการออกแบบ	4.67	0.58	มากที่สุด
3	ความรู้เกี่ยวกับงานทั่วไปในหน่วยงานสายออกแบบ	4.72	0.44	มาก
4	ความรู้เกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ	4.77	0.42	มากที่สุด
5	ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง	4.83	0.38	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.73	0.46	มากที่สุด
ด้านคุณธรรม จริยธรรม				
1	มีจิตสำนึกและปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพในสายการออกแบบ	4.75	0.37	มากที่สุด
2	ความเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ตรงต่อเวลา	4.82	0.40	มากที่สุด
3	เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น	4.83	0.40	มากที่สุด
4	ทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ และแสดงออกซึ่งคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงานการศิลปะการออกแบบ	4.83	0.40	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.80	0.45	มากที่สุด
ด้านความรู้				
1	ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตนเองด้านการออกแบบและสามารถวิเคราะห์หลักทฤษฎีไปประยุกต์ใช้กับเครื่องมือนวัตกรรมได้	4.79	0.50	มากที่สุด
2	ความสามารถในการบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ในวิชาชีพของตนเอง	4.55	0.62	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.65	0.62	มากที่สุด
ด้านทักษะทางปัญญา				
1	ความสามารถในการวิเคราะห์งานด้านออกแบบริเริ่มสร้างสรรค์และใช้นวัตกรรมอื่นๆในการแก้ไขปัญหา	4.46	0.68	มากที่สุด
2	ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎีการออกแบบและภาคปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	4.46	0.52	มากที่สุด
3	ความสามารถในการวิเคราะห์สังเคราะห์ปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	4.71	0.46	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.60	0.42	มากที่สุด
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				
1	สามารถใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานและรับผิดชอบต่อที่ได้รับมอบหมาย	4.74	0.45	มากที่สุด
2	มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี	4.76	0.53	มากที่สุด

ลำดับ ที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
3	ความสามารถในการพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยในด้านการออกแบบ	4.74	0.42	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.72	0.45	มากที่สุด
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงการออกแบบ การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				
1	ความสามารถในการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์ในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานออกแบบได้	4.65	0.64	มากที่สุด
2	ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารและการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง	4.55	0.52	มากที่สุด
3	ความสามารถในการใช้ภาษาของศิลปะการออกแบบในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.45	0.55	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.60	0.52	มากที่สุด
ด้านทักษะศิลปะการออกแบบ การปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ				
1	ความสามารถในการปฏิบัติศิลปะงานออกแบบ และงานคอมพิวเตอร์ทางศิลปะ	4.66	0.65	มากที่สุด
2	ความสามารถในการคิดรูปแบบผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง	4.56	0.46	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.88	0.46	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยเฉลี่ยทุกด้าน		4.72	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิต พบว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิตในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 4.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 แสดงให้เห็นว่าบัณฑิตมีคุณลักษณะและสมรรถนะโดยรวมที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดตามตาราง คือ ด้านทักษะศิลปะการออกแบบ การปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ย 4.88 อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่าบัณฑิตมีความสามารถในการปฏิบัติงานด้านศิลปะ งานออกแบบ และงานคอมพิวเตอร์ทางศิลปะ รวมถึงสามารถคิดรูปแบบผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ของตนเองได้ดี รองลงมาคือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.80 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพและแสดงออกถึงคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่าบัณฑิตมีความรับผิดชอบ มีวินัย ซื่อสัตย์ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม ด้านความรู้ความสามารถพื้นฐานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูง คือ ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 4.83 สะท้อนว่าบัณฑิตมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองและปรับตัวต่อการทำงานได้ดี ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย 4.72 อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่าบัณฑิตสามารถรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี รวมทั้งสามารถพัฒนาตนเองและวิชาชีพให้ทันสมัยในด้านการออกแบบได้ ด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่าบัณฑิตสามารถนำความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพด้านการออกแบบไปประยุกต์ใช้กับเครื่องมือและนวัตกรรมได้ รวมถึงมีความสามารถในการบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ในวิชาชีพของตนเอง ส่วนด้านทักษะ



ทางปัญญา และด้าน ทักษะการวิเคราะห์เชิงการออกแบบ การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 อยู่ในระดับมากที่สุด แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น แต่ยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง แสดงว่าบัณฑิตมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา ประยุกต์ใช้ความรู้ และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและการแสวงหาความรู้ได้ดี

แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิตโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจุดเด่นของบัณฑิตอยู่ที่ทักษะการปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ คุณธรรมจริยธรรม ความรับผิดชอบ และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อการทำงานในสายศิลปะและการออกแบบ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิต

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
ด้านความรู้ความสามารถพื้นฐานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน				
1	ความรู้เชิงวิชาการ การออกแบบทั่วไป	4.61	0.52	มาก
2	ความรู้ความสามารถในวิชาชีพการออกแบบ	4.64	0.53	มากที่สุด
3	ความรู้เกี่ยวกับงานทั่วไปในหน่วยงานสายออกแบบ	4.70	0.44	มาก
4	ความรู้เกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ	4.74	0.42	มากที่สุด
5	ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง	4.83	0.35	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.70	0.49	มากที่สุด
ด้านคุณธรรม จริยธรรม				
1	มีจิตสำนึกและปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพในสายการออกแบบ	4.84	0.36	มากที่สุด
2	ความเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ตรงต่อเวลา	4.73	0.40	มากที่สุด
3	เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น	4.85	0.41	มากที่สุด
4	ทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ และแสดงออกซึ่งคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงานการศิลปะการออกแบบ	4.82	0.44	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.85	0.40	มากที่สุด
ด้านความรู้				
1	ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตนเองด้านการออกแบบและสามารถวิเคราะห์หลักทฤษฎีไปประยุกต์ใช้กับเครื่องมือนวัตกรรมได้	4.74	0.52	มากที่สุด
2	ความสามารถในการบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ในวิชาชีพของตนเอง	4.61	0.62	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.71	0.52	มากที่สุด
ด้านทักษะทางปัญญา				
1	ความสามารถในการวิเคราะห์งานด้านออกแบบริเริ่มสร้างสรรค์ และใช้นวัตกรรมอื่นๆในการแก้ไขปัญหา	4.65	0.46	มากที่สุด
2	ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎีการออกแบบ และภาคปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม	4.42	0.51	มากที่สุด

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
3	ความสามารถในการวิเคราะห์สังเคราะห์ปัญหาและสามารถแก้ไข ปัญหาในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	4.73	0.45	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.66	0.45	มากที่สุด
ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				
1	สามารถใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานและรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย	4.75	0.41	มากที่สุด
2	มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี	4.74	0.51	มากที่สุด
3	ความสามารถในการพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัย ในด้านการออกแบบ	4.54	0.45	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.65	0.45	มากที่สุด
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				
1	ความสามารถในการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์หรือ คณิตศาสตร์ในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานออกแบบได้	4.45	0.65	มากที่สุด
2	ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารและ การแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง	4.54	0.63	มากที่สุด
3	ความสามารถในการใช้ภาษาของศิลปะการออกแบบในการ สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.55	0.45	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.61	0.59	มากที่สุด
ด้านทักษะการปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ				
1	ความสามารถในการปฏิบัติศิลปะงานออกแบบ และงาน คอมพิวเตอร์ทางศิลปะ	4.65	0.45	มากที่สุด
2	ความสามารถในการคิดรูปแบบผลงานสร้างสรรค์ที่มีความเป็น เอกลักษณ์ของตนเอง	4.54	0.42	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.25	0.46	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยเฉลี่ยทุกด้าน		4.72	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

การวิจัยเรื่อง "การพัฒนาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี" เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ซึ่งคณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาความต้องการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรฯ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและนวัตกรรมการออกแบบ จากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่



ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านทักษะศิลปะ การออกแบบ การปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ รองลงมาคือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านความรู้ความสามารถพื้นฐานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ผลการพัฒนาหลักสูตรฯ

การพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome-Based Education: OBE) และแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ส่งผลให้ได้หลักสูตรที่มีการบูรณาการข้ามศาสตร์และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในรายวิชาการออกแบบ มีโครงสร้างพื้นฐานรองรับห้องปฏิบัติการนวัตกรรม (3D Printing, 3D Scanner และ CNC) มุ่งเน้นความเป็นสากลด้วยรูปแบบการเรียนรู้ 3+1 ร่วมกับสถาบันการศึกษาในประเทศจีน ส่งเสริมภาษาจีน และสร้างเสริมทักษะผู้ประกอบการผ่านรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล โดยที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์และรากเหง้าภูมิปัญญาท้องถิ่นของเมืองอุบลราชธานีเอาไว้ผ่านวิชาพื้นฐานทางวิชาชีพที่เข้มข้น

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อหลักสูตรฯ

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่อคุณภาพและการปฏิบัติงานของบัณฑิต พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.48) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม รองลงมาคือ ด้านความรู้ และด้านความรู้ความสามารถพื้นฐานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลตามหลักวิชาการได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ความต้องการพัฒนาทักษะเฉพาะทางควบคู่คุณธรรมวิชาชีพ

จากการที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความต้องการเข้าศึกษาต่อในภาพรวมระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) โดยเน้นหนักที่ "ด้านทักษะศิลปะการออกแบบและการปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ" และ "ด้านคุณธรรม จริยธรรม" ชี้ให้เห็นว่าผู้เรียนและสังคมในยุคปัจจุบันไม่ได้มองหาเพียงแค่ความรู้ในตำรา แต่ต้องการหลักสูตรที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง (Hands-on Experience) เพื่อให้เกิดทักษะที่สามารถนำไปประกอบอาชีพได้ทันทีหลังสำเร็จการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนักการศึกษาที่ว่า หลักสูตรในศตวรรษที่ 21 ต้องมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะ (Competency-based) มากกว่าการท่องจำเนื้อหา และต้องสร้างสมดุลระหว่างความเชี่ยวชาญในงานกับจรรยาบรรณวิชาชีพ

ประเด็นที่ 2 การตอบรับนวัตกรรมดิจิทัล (AI) และความเป็นสากล (รูปแบบ 3+1)

ผลการพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งเน้นการผสานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเครื่องมือสร้างชิ้นงานระบบดิจิทัล (เช่น 3D Printing) ได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญว่าเป็นหลักสูตรที่มีความทันสมัย ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันของเทคโนโลยี (Digital Disruption) ในปัจจุบัน บัณฑิตจำเป็นต้องปรับตัว การที่หลักสูตรใส่เนื้อหาเหล่านี้ลงไป ประกอบกับการสร้างทางเลือกรูปแบบการเรียนรู้ 3+1 ร่วมกับประเทศจีน ถือเป็นการยกระดับบัณฑิตให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล และพร้อมก้าวสู่ตลาดงานยุคใหม่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภาษา



ประเด็นที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตและความสอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์

ผู้ใช้บัณฑิตให้คะแนนความพึงพอใจต่อภาพรวมของบัณฑิตในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "ด้านคุณธรรม จริยธรรม" ได้คะแนนสูงสุด แสดงให้เห็นว่าการออกแบบหลักสูตรที่เน้นย้ำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และวินัยในการทำงานสามารถตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการได้อย่างตรงจุด อย่างไรก็ตาม ผลวิจัยสะท้อนว่า "ด้านทักษะการปฏิบัติเฉพาะวิชาชีพ" แม้จะอยู่ในระดับมากที่สุด แต่กลับมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในบรรดาทุกประเด็นทั้งหมด ($\bar{X} = 4.25$) ประเด็นนี้อธิบายได้ว่า สถานประกอบการคาดหวังความเชี่ยวชาญในงานและความพร้อมในการเริ่มงานทันที (Ready to Work) ที่สูงมาก ซึ่งเป็นโจทย์สำคัญที่หลักสูตรจะต้องนำไปปรับปรุงในกระบวนการจัดการเรียนการสอนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยและคณะควรจัดสรรงบประมาณเพื่อเตรียมความพร้อมด้านห้องปฏิบัติการนวัตกรรม (เช่น เครื่องพิมพ์ 3 มิติ, เครื่อง CNC และระบบซอฟต์แวร์ AI) ให้พร้อมใช้งานและเพียงพอกับจำนวนนักศึกษา เพื่อรองรับแผนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริงตามที่หลักสูตรกำหนดไว้
2. ด้านการบริหารจัดการหลักสูตรแบบ 3+1 คณะและสาขาวิชาควรจัดตั้งระบบดูแลช่วยเหลือนักศึกษา ด้านภาษาและวัฒนธรรมจีนล่วงหน้าก่อนเดินทาง รวมถึงการจัดทำข้อตกลงการเทียบโอนหน่วยกิต (Credit Transfer) กับสถาบันพันธมิตรในประเทศจีนให้มีความชัดเจนและโปร่งใส เพื่อไม่ให้กระทบต่อระยะเวลาการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษา
3. ด้านการยกระดับทักษะปฏิบัติหน้างานจริง จากผลการประเมินของผู้ใช้บัณฑิตที่พบว่าทักษะปฏิบัติวิชาชีพมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด สาขาวิชาควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการจัดรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เช่น การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานร่วมกับสถานประกอบการ (Project-based Learning with Industry) หรือขยายระยะเวลาการฝึกงาน/สหกิจศึกษา เพื่อสร้างความมั่นใจและความเชี่ยวชาญให้กับนักศึกษาก่อนเรียนจบ

เอกสารอ้างอิง

- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2548). *การศึกษารายกรณี*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- เมธี ปิณฑานนท์.(2523). *การออกแบบการสอนแผนพัฒนาการสอนและรายวิชา*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- ศรัณย์ วงศ์คำจันทร์. (ม.ป.ป.). *ปรัชญาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อมรรณพิมพ์
- สมนึก ภัททิยธนี. (2562). *การวัดผลการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : ประสานการพิมพ์
- สุจิตรา ธรรัตน์. (2538). *ศาสนาเปรียบเทียบ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดวงแก้ว
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552*.



กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

Integrated Marketing Strategies Affecting Creative Tourism Achievement
of Community Enterprises in the Central River Basinภาสกร รอดแผลง^{1*}Paskorn Roodplang^{1*}^{1*} สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิชาเอกการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี^{1*} Lecturer from Business Administration, Marketing Major, the Faculty of
Management Science Thepsatri Rajabhat University

*Corresponding author; Email: Paskorn.r@lawasri.tru.ac.th

Received 2 February 2026 Revised 26 June 2026

Accepted 28 June 2026 Available Online 30 June 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง 2) เพื่อทำนายกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย ปัจจัยของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวิสาหกิจชุมชนเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง จำนวนขนาดตัวอย่างพิจารณาจากจำนวนประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย การวิเคราะห์สถิติ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติไทย เพศหญิง อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ รายได้อยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยว คือสมาชิกครอบครัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 1-2 วัน ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ ลักษณะของปัจจัยภาพลักษณ์ของแบรนด์ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้คุณภาพการบริการ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ตามลำดับ ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือคู่ความสัมพันธ์ระหว่าง การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของแบรนด์ สะท้อนให้เห็นว่าการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชน เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านตัวแบบพยากรณ์ พบว่าปัจจัยทั้งหมด



สามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 73 โดยมีอิทธิพลรายด้านประกอบด้วยภาพลักษณ์ของแบรนด์ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, วิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

The objectives of this research were twofold: 1) to investigate the personal characteristics of tourists and examine factors including integrated marketing communication, perceived service quality, customer relationship management, brand image, and the achievement of creative tourism within community-based tourism enterprises in the Central River Basin region; and 2) to predict the influence of integrated marketing strategies-consisting of integrated marketing communication, perceived service quality, customer relationship management, and brand image-on the achievement of creative tourism in the aforementioned area. The study's sample comprised 400 tourists visiting community enterprises in the Central River Basin, calculated based on an unknown population size and selected through simple random sampling. Statistical analysis involved percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation, and multiple regression analysis. The research findings revealed that the majority of the tourists were Thai females, aged 41-50, holding a bachelor's degree, employed as civil servants, and earning a monthly income between 20,001 and 30,000 Bath. Travel decisions were primarily made in conjunction with family members, with most visits lasting 1-2 days. Overall, all studied factors-namely brand image, customer relationship management, creative tourism achievement, perceived service quality, and integrated marketing communication-were rated at a moderate level. Furthermore, the study found that integrated marketing communication, perceived service quality, customer relationship management, and brand image were all positively correlated with the achievement of creative tourism. The strongest correlation was observed between customer relationship management and brand image, reflecting that maintaining strong relationships with tourists directly contributes to brand confidence in these community enterprises. Regarding the predictive model, the analysis demonstrated that all factors collectively explained 73% of the variance in creative tourism achievement. The individual factors influencing this success, ranked by their impact, were brand image, perceived service quality, customer relationship management, and integrated marketing communication, respectively.

Keywords: Integrated Marketing Strategy, Creative Tourism, Community-Based Enterprise



บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศการสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค และการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกเป็นจำนวนมาก เช่น โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และการคมนาคมขนส่ง ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้ก่อให้เกิดการลงทุนและการจ้างงาน รวมทั้งก่อให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นำมาซึ่งรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ

โดยในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 35.54 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.27 และรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 1.67 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.0 จากปี พ.ศ. 2566 และในปี พ.ศ. 2568 คาดการณ์ว่าคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น 37.5-39.0 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5-10 % และรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 1.78-2.23 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.5-33.5 เป้าหมายของ ททท. ที่ตั้งไว้โดยรวมปัจจัยบวก เช่น การขยายวีซ่าฟรี, การจัด Event ใหญ่ระดับโลกตลอดปี 2568 (Grand Tourism Year), และการเพิ่มเที่ยวบินตรงจากเมืองรองในต่างประเทศจากปี พ.ศ. 2566 (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มในทิศทางที่ การที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น สาเหตุหนึ่งมาจากการที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) จะให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ และพร้อมที่จะเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เข้าใจและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (new normal) กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนามาออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) จากยุทธศาสตร์ข้างต้นสามารถนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กล่าวคือการเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมที่เน้นการบริโภคทรัพยากร (Passive Tourism) ไปสู่การท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมและการสร้างคุณค่า (Active and Value-Based Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่มีแนวคิดในการส่งเสริมการผลิตจากฐานรากทางความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความนิยมในกระแสดังกล่าว กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทที่เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านและแขกผู้มาเยือน การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ล้วนแต่ช่วยสร้างประสบการณ์และสีสันทางการท่องเที่ยว ชื่อเสียงและความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลายแห่งในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา กลายเป็นต้นแบบที่กระตุ้นท้องถิ่นต่างๆ หันมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างแพร่หลาย โดยมากจะจัด



กิจกรรมการพักค้างคืนในหมู่บ้านหรือโฮมสเตย์และมีการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ

จากลักษณะของการดำเนินวิสาหกิจชุมชนและหลักคิดในการจัดตั้งให้ประสบความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน จะเห็นได้ว่ามีปัญหาในการจัดตั้งคือ การขาดการวิเคราะห์ศักยภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มและชุมชน ขาดทักษะการบริหารจัดการ บางกลุ่มอาจขาดทักษะในการผลิต ขาดการวางแผนธุรกิจชุมชน และการวิเคราะห์ตลาด ขาดการจัดลำดับความสำคัญ การใช้เงินทุนหรือในกรณีที่ได้มีการจัดตั้งแล้วพบว่ามีปัญหาในเรื่องการขาดการพัฒนาความรู้เฉพาะทางเพื่อต่อยอด ได้แก่ การบัญชี การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ขาดข้อมูลด้านการตลาด โดยเฉพาะเมื่อกลุ่มมุ่งขยายตลาด ขาดตลาดประจำ และมีต้นทุนการตลาดสูง ขาดการวิเคราะห์ต้นทุน และวิเคราะห์ตลาด ขาดเงินทุนหมุนเวียน และต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอก ขณะเดียวกันความต้องการของกลุ่มแต่ละกลุ่มก็มีความต้องการที่แตกต่างกัน กล่าวคือในพื้นที่ยากจน ต้องการขยายตลาดให้กลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ต้องการเงินหมุนเวียนมากขึ้น เพื่อจะได้รับซื้อสินค้าจากสมาชิกมากขึ้น ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น ให้องค์การบริหารส่วนตำบลจัดการประชุมในชุมชนให้บ่อยขึ้น เพื่อที่จะได้แลกเปลี่ยนปัญหาและเปิดโอกาสให้กลุ่มได้ชี้แจงให้เห็นประโยชน์การรวมกลุ่ม รวมทั้งต้องการให้มีการจัดอบรมการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจัดหาสถานที่เพื่อจำหน่ายและสนับสนุนการซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์ ต้องการให้ธุรกิจเอกชนช่วยเหลือในการรับสินค้าไปจำหน่ายให้มากขึ้นวิสาหกิจชุมชนทั่วไป ต้องการปรับปรุงเทคนิคการผลิต เช่น การศึกษาดูงาน หรือปรึกษาผู้มีความรู้ มาพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ต้องการความช่วยเหลือหรือสามารถกู้ยืมเงินซื้อเครื่องมือเครื่องจักร ต้องการหาตลาดเพิ่มขึ้นรวมทั้งการพัฒนาผู้นำกลุ่ม จากลักษณะปัญหาและความต้องการดังกล่าว ภาครัฐจะต้องทำหน้าที่ในการเชื่อมโยง และต่อยอดความรู้ของชุมชน (นันทิ ขจรกิตติยา, 2550, หน้า 154)

ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเป็นนัยเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยในการวางแผนการตลาดเพื่อติดต่อกับเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มแม่น้ำภาคกลาง เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มในการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าและองค์กร จากแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, P. & Keller, K.L., 2016) กล่าวว่า การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ(Integrated Marketing Communication) เป็นการวางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อการสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อมกับลูกค้าเพื่อเข้าใจในตราสินค้าหรือแบรนด์นั้นๆ อีกทั้งเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยวิธีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย 8 กิจกรรม ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดเชิงกิจกรรมและประสบการณ์ การประชาสัมพันธ์ การตลาดปฏิสัมพันธ์ การตลาดแบบบอกต่อ การขายโดยพนักงานขาย และการตลาดทางตรง โดยองค์ประกอบดังกล่าวทำให้เกิดการสื่อสาร/ข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์และเพิ่มยอดขาย โดยทำให้เกิดการตระหนักรู้ในตราสินค้าหรือบริการ เชื่อมโยงสู่ภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้อยู่ในความทรงจำของลูกค้าในเชิงบวก และจากแนวคิดการรับรู้คุณภาพการบริการตามแนวคิดของพาราสุมานและคณะ (Parasuraman, et al., 1988) มีความเห็นว่า คุณภาพการบริการ คือการรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพการบริการโดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง และการที่องค์กรจะได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพการบริการต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับการรับรู้ของลูกค้า หรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า จากแนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ตามแนวคิดของแรพพ์และคอลลินส์ (Rapp, S. & Collins, T.L., 1995) มีความเห็นว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์



กับฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยทั้งหมด เช่น ซัพพลายเออร์ ลูกค้า พันธมิตรทางการค้า เน้นความสัมพันธ์กับทุกฝ่าย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวและความจงรักภักดีของลูกค้า นอกจากนี้จากปัญหา แนวคิดภาพลักษณ์ตราสินค้า จากแนวคิดของเอเคอร์ (Aaker, D., 2008) กล่าวว่าภาพลักษณ์แบรนด์เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการสร้างความใกล้ชิดที่ส่งผลต่อทัศนคติ ความคิด และความรู้สึกทั้งทางด้านบวกและด้านลบของลูกค้า ซึ่งทำให้แบรนด์และภาพลักษณ์แบรนด์มีความแข็งแกร่งเป็นที่รู้จักและส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของลูกค้า ทำให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ในปริมาณที่มากขึ้นและในราคาที่ธุรกิจกำหนดไว้

จะเห็นได้ว่าการตลาดแบบบูรณาการของวิสาหกิจชุมชนยังไม่มีการพัฒนา สำหรับส่งข้อมูลการให้บริการให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จัก ขาดความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยว ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไม่ดีพอ จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเข้าถึงได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

จากความเป็นมาและปัญหาการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาอยู่น้อยมาก ส่วนใหญ่จะศึกษาเน้นไปแต่ละปัจจัย ไม่ได้ศึกษาปัจจัยหลายปัจจัยที่มีผลต่อด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งปัจจัยที่กำหนดเป็นตัวแปรที่สำคัญแสดงถึงความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่สำคัญ ผลจากการวิจัยจะนำไปวางแผนกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลางที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยว และเป็นการกำหนดทิศทางการตลาดและการนำเครื่องมือการตลาดมาใช้ดำเนินงานในอนาคตของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลางให้มีความสามารถแข่งขันกับธุรกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง
2. เพื่อทำนายกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย ปัจจัยของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการคือ กระบวนการวางแผนและบริหารจัดการการสื่อสารเรื่องราวของแบรนด์ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยใช้การสื่อสารเพื่อจุดมุ่งหมายหลายรูปแบบเพื่อสร้างความรับรู้และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การสื่อสารการตลาดเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ซึ่งในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 1) การโฆษณา (Advertising) 2) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) 3) การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) 4) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)



5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) 6) การตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) 7) การตลาดแบบต่อปาก (Word of Mouth Marketing) 8) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) (Kotler, P. & Keller, K.L., 2009) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการช่วยเสริมสร้างการรับรู้ กระตุ้นการมีส่วนร่วม และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ต้องอาศัยสื่อสังคมออนไลน์ และการตลาดเนื้อหา เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดการรับรู้คุณภาพการบริการ

การรับรู้คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ในประเทศไทย ซึ่งในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 1) สิ่งที่มีมองเห็นจับต้องได้ (Tangible) 2) การรับประกัน (Assurance) 3) การตอบสนองต่อการบริการ (Responsiveness) 4) ความเชื่อถือได้ (Reliability) และ 5) ความเอาใจใส่ (Empathy) (Grönroos, C., 1990; Parasuraman, A.V.A. ; Zeithaml, Bitner & Gremler, 2018) การพัฒนาคุณภาพการบริการ เน้นที่มาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศ ความรวดเร็ว ความสะอาด ความปลอดภัย และความเป็นมิตรของบุคลากร ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ

แนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ คือกระบวนการที่ใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งและยาวนานระหว่างลูกค้ากับองค์กร การจัดการลูกค้าสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ซึ่งในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 1) การสร้างความสัมพันธ์ด้วยรางวัล 2) การสร้างความสัมพันธ์ตามเงื่อนไขสัญญา 3) การสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 4) การให้ความรู้เฉพาะด้านและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Rapp, S. & Collins, T.L., 1995; Kotler, P., 2003; Gartner Group, 2003) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ช่วยให้องค์กรทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง นำไปสู่การเสนอสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดจนเกิดความภักดี (Customer Loyalty) และภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว

แนวคิดภาพลักษณ์ของแบรนด์

ภาพลักษณ์ของแบรนด์ คือ ความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อตราสินค้าหรือองค์กรผ่านประสาทสัมผัสและประสบการณ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ซึ่งในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของตราสินค้า 2) ภาพลักษณ์เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสินค้า 3) ภาพลักษณ์เกี่ยวกับคุณค่า 4) ภาพลักษณ์เกี่ยวกับบุคลิกภาพของตราสินค้า และ 5) ภาพลักษณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นบวกช่วยเพิ่มพลังในการต่อรอง ดึงดูดนักลงทุน และสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน

ผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถือได้ว่าเป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจแค่พักผ่อนหย่อนใจมาสู่การเดินทางท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม ของชุมชน และใส่ใจในการรักษาสภาพแวดล้อมให้ยั่งยืนของชุมชนในการพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชน และการสร้างความผูกพันของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในพื้นที่ชุมชนนั้น ได้ประสบการณ์ที่แท้จริง การปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว และเป็นผลให้เกิดความจดจำสถานที่ท่องเที่ยว ประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว ซึ่งในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย ได้แก่แนวคิดผลสัมฤทธิ์การดำเนินธุรกิจที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจ 2) การใช้บริการซ้ำ 3) การแนะนำบอกต่อ 4) ทศนคติเชิงบวก และ 5) วิสาหกิจชุมชนที่นึกถึงเป็นแห่งแรก (Keller, K. L. (2008; Kotler, P. & Keller, K.L., 2009)

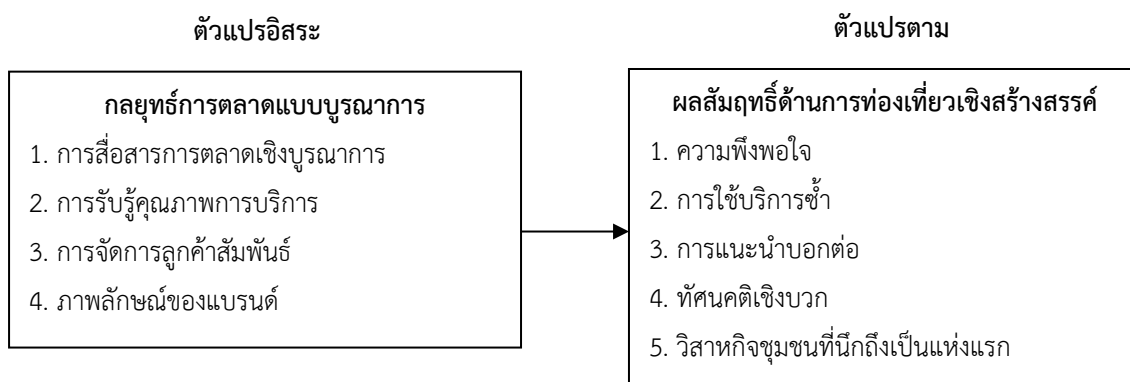
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลางครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ประกอบด้วย 1) สัญชาติ 2) เพศ 3) อายุ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ 6) รายได้ 7) ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และ 8) ระยะเวลาการท่องเที่ยว ใช้ตัวแปรมาตราวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดอันดับ (Ordinal Scale) โดยใช้คำถามแบบเลือกตามคำตอบเดียว (multiple choice)
2. กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย ปัจจัยการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยตัวแปรมาตราวัดเป็นอันตรภาค (Interval Scale) และสร้างตอบคำถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวที่มาจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง จำนวน 907 แห่ง ของเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเขตนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนกลุ่มประชากร คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวิสาหกิจชุมชนเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลางใน 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สุพรรณบุรี และสิงห์บุรี คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอกซ์แลน (Cochran, W. G., 1977) วิธีนี้เหมาะที่สุดสำหรับการวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่ประชากรมีจำนวนมาก พิจารณาจากจำนวนประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน



(Unknown Population) โดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 หรือค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 คำนวณได้เท่ากับ 384.16 ตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ตัวอย่าง (นิยมปัดขึ้นเป็น 400 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของชุดข้อมูลหรือแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์และลดความคลาดเคลื่อนในการทำนาย) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกับวิสาหกิจชุมชน โดยการเก็บกับนักท่องเที่ยวเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

ขั้นตอนการของการสร้างแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ เอกสาร บทความเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการ ปัจจัยการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ปัจจัยภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนำมาสร้างข้อคำถาม (item) ของแบบสอบถามผ่านการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ มาใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามและ

ขั้นที่ 3 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย โดยการทำโครงสร้างของแบบสอบถาม

ขั้นที่ 4 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่างตามโครงสร้างของแบบสอบถาม

ขั้นที่ 5 การหาคุณภาพของเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามใช้วิธีทดสอบเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้านที่จะทำการพิจารณาแบบสอบถาม จำนวน 5 ท่าน (เพื่อเป็นการทดสอบความตรง ความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษาและความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามที่หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Objective Congruence -IOC) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (ยุทธ ไกยวรรณ, 2553) โดยเกณฑ์คือข้อคำถามต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.6 จึงเป็นที่ยอมรับ แบบสอบถามฉบับนี้มีค่า IOC มากกว่า 0.6

ขั้นที่ 6 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความสมบูรณ์และนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2549) แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคอนบรัค (Cronbach,s Alpha Coefficient) (Cronbach, Lee. J., 1990) โดยเกณฑ์คือจะต้องได้ค่าแอลฟามากกว่า 0.8 ขึ้นไป จึงจะเชื่อถือได้ แบบสอบถามฉบับนี้มีค่า 0.926

ขั้นที่ 7 ผู้วิจัยนำข้อบกพร่องจากการทดลองมาปรับปรุงครั้งสุดท้าย เพื่อนำไปพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แนวทางผสมผสานเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง คือ 1) ผู้วิจัยลงพื้นที่จัดเก็บข้อมูลด้วยตนเองในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย โดยได้รับความอนุเคราะห์และความร่วมมือจากคนในชุมชนช่วยประสานงาน เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาการเข้าพักและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่นอนในแต่ละช่วงเวลา 2) ผู้วิจัยประสานงานร่วมกับประธานและคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนใน 7 จังหวัด เพื่อขอความร่วมมือในการกระจายแบบสอบถาม โดยส่งลิงก์แบบสอบถามผ่านทาง Line Official ของชุมชนให้นักท่องเที่ยวทันทีหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของการเข้ามาท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ซึ่งมีค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics analysis) ได้แก่ Pearson Correlation และ Multiple Regression ด้วยโปรแกรม Jamovi

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลางลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติไทย จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 เป็นเพศชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 126 คนคิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาได้แก่ อายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 267 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาได้มีรายได้ที่ 10,001-20,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ สมาชิกครอบครัว จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาได้แก่ เลือกด้วยตนเอง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 1-2 วัน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาได้แก่ 3-4 วัน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนของลักษณะของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ลักษณะ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3.02	0.531	ปานกลาง
การรับรู้คุณภาพการบริการ	3.03	0.645	ปานกลาง
การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3.23	0.618	ปานกลาง
ภาพลักษณ์ของแบรนด์	3.34	0.575	ปานกลาง
ผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.15	0.594	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนของลักษณะของภาพลักษณ์ของแบรนด์ มีค่าเฉลี่ย 3.34 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.15 การรับรู้คุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.03 และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ย 3.02 ตามลำดับ

2. ผลการดำเนินงานกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย ปัจจัยของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

ตารางที่ 2 เมทริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปร	IMC	SQP	CRM	BDI	TCA
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)	1.000				
การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP)	0.649*	1.000			
การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)	0.509*	0.654*	1.000		
ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI)	0.472*	0.598*	0.716*	1.000	
ผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA)	0.461*	0.623*	0.628*	0.664*	1.000

จากตารางที่ 2 เมทริกซ์ความสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า ผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA) พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทุกปัจจัย โดยตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์สูงสุดคือ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) ที่ระดับ 0.664 รองลงมาคือ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ที่ระดับ 0.628 และ การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP) ที่ระดับ 0.623 ตามลำดับ ในขณะที่การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA) น้อยที่สุดในกลุ่มที่ระดับ 0.461 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน พบว่า การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) มีค่าความสัมพันธ์สูงสุดในตารางเท่ากับ 0.716 สะท้อนให้เห็นว่าการมีระบบการจัดการลูกค้าที่ดีส่งผลโดยตรงและเข้มข้นต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP) และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงที่ 0.654 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคุณภาพการบริการเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีความสัมพันธ์



กับคุณภาพการบริการ (SQP) มากที่สุดที่ระดับ 0.649 แต่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์แบรนด์ (BDI) และผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA) ในระดับที่ค่อนข้างต่ำกว่าปัจจัยอื่น คือ 0.472 และ 0.461 ตามลำดับ

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การจะผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ประสบความสำเร็จนั้น นักพัฒนาหรือผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ในการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการทำระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีค่าความสัมพันธ์ต่อผลสัมฤทธิ์สูงสุด แม้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะมีความสำคัญ แต่ต้องทำงานควบคู่ไปกับการรักษาคุณภาพการบริการเพื่อส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์แข็งแกร่งขึ้นนำไปสู่ความสำเร็จในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ตัวแปรทำนาย	Estimate	SE	t	p-value
ค่าคงที่	0.5098	0.1396	3.651	0.001*
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)	0.0209	0.0514	0.407	0.001*
การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP)	0.2571	0.0488	5.266	0.001*
การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)	0.1708	0.0521	3.280	0.001*
ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI)	0.3722	0.2685	7.060	0.001*

หมายเหตุ: $R^2 = 0.730$, Adjusted $R^2 = 0.553$, , p-value < 0.05

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่าตัวแปรพยากรณ์ประกอบด้วย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 73.0 ($R^2 = 0.730$)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรพยากรณ์

เมื่อพิจารณาอิทธิพลรายด้านของตัวแปรพยากรณ์ พบว่าตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) พบว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สูงสุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Estimate) เท่ากับ 0.3722 การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP) มีอิทธิพลรองลงมา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.2571 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.1708 และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดในแบบจำลองพยากรณ์นี้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.0209

สมการพยากรณ์

จากตารางข้างต้น สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$TCA = 0.5098 + 0.0209(IMC) + 0.2571(SQP) + 0.1708(CRM) + 0.3722(BDI)$ ความหมายของสมการคือ ค่าคงที่ 0.5098 คือ ค่าพยากรณ์ของผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมื่อตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นศูนย์ ทุกๆ 1 หน่วยที่เพิ่มขึ้นของภาพลักษณ์แบรนด์ (BDI) จะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น



ถึง 0.3722 หน่วย โดยควบคุมปัจจัยอื่นให้คงที่ ในขณะที่การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) แม้จะมีนัยสำคัญ แต่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของผลสัมฤทธิ์เพียง 0.0209 หน่วยต่อ 1 หน่วยการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น

ผลการวิจัยนี้ชี้ชัดว่า เพื่อที่จะบรรลุผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญสูงสุดกับการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) และการพัฒนาคุณภาพการบริการ (SQP) เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการพยากรณ์และส่งผลต่อความสำเร็จอย่างชัดเจนที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติไทย เพศหญิง อายุ 41-50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ รายได้อยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยว คือสมาชิกครอบครัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 1-2 วัน ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ ลักษณะของปัจจัยภาพลักษณ์ของแบรนด์ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้คุณภาพการบริการ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ตามลำดับ

2. เพื่อทำนายกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย ปัจจัยของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง พบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (IMC) การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) ต่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA) โดยปัจจัยที่มีความเชื่อมโยงกันสูงคือความสัมพันธ์ระหว่าง การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) สะท้อนให้เห็นว่าการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านตัวแบบพยากรณ์ พบว่า ปัจจัยทั้งหมดสามารถรวมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 73 โดยมีรายละเอียดอิทธิพลรายด้านประกอบด้วยภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลต่อความสำเร็จสูงสุด การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP) มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ในลำดับรองลงมา การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระดับปานกลาง และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีค่าน้ำหนักการพยากรณ์น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น



อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 คือ เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง อายุ 41-50 ปี อาชีพข้าราชการ ซึ่งตัดสินใจท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว และเน้นการท่องเที่ยวระยะสั้น 1-2 วัน จากผลการวิจัยจะเห็นว่ากลุ่มข้าราชการช่วงวัย 41-50 ปี เป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงทางการเงินและให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนุชนารถ รัตนสูงค์ชัย (2566) ที่พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มวัยกลางคนในไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตเพื่อการพักผ่อนกับครอบครัวเป็นหลัก การที่ผลการประเมินปัจจัยต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนว่าวิสาหกิจชุมชนในลุ่มแม่น้ำภาคกลางมีการจัดการพื้นฐานที่ดี แต่ยังขาดจุดเด่นหรือความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่จะยกระดับจากระดับปานกลางไปสู่ระดับสูงได้ การที่ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอยู่ในระดับปานกลาง อาจเกิดจากปัญหาที่พบทั่วไปในชุมชนท่องเที่ยว คือ การขาดความต่อเนื่องและข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนิรุทธิ์ เจริญสุข และคณะ (2568) พบว่าชุมชนมักประสบปัญหาการสื่อสารที่ยังไม่ครอบคลุมพอ ขาดการใช้สื่อดิจิทัลและออนไลน์ในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และข้อมูลแผนที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมมักไม่มีการทำให้ข้อมูลทันสมัย ในเรื่องของการรับรู้คุณภาพการบริการที่อยู่เพียงระดับปานกลาง สะท้อนว่าวิสาหกิจชุมชนอาจมีมาตรฐานการบริการพื้นฐานแล้ว แต่ยังขาดความประทับใจที่เหนือความคาดหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของกรมล มุสิกชาติ (2568) พบว่า ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำจะสูงขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงมาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศทั้งความรวดเร็ว ความถูกต้อง และความเป็นมิตรของบุคลากร ซึ่งหากชุมชนสามารถพัฒนาทักษะเฉพาะด้านและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาลดเวลาการรอคอย จะช่วยยกระดับความพึงพอใจสู่ระดับสูงได้ ในเรื่องของภาพลักษณ์ของแบรนด์ พบว่า ชุมชนขาดจุดเด่นหรืออัตลักษณ์เพื่อยกระดับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์ (2567) ซึ่งพบว่าปัญหาหลักของวิสาหกิจชุมชนคือ รูปแบบการสื่อสารที่ขาดความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) และความทันสมัย การจัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการในเรื่องการสร้างตราสินค้า เพื่อกำหนดอัตลักษณ์และรูปแบบของตราสินค้าของชุมชน โดยภายหลังจากการอบรมได้จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อร่วมกันออกแบบและพัฒนาแบบการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งรูปแบบของการสื่อสารการตลาดที่ได้ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภท นามบัตร แผ่นพับ แคตตาล็อกสินค้า และ ป้ายประชาสัมพันธ์ ช่วยแก้ปัญหาการสื่อสารที่ขาดความเป็น อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นได้ในเรื่องของผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่าเพื่อให้ได้ผลสัมฤทธิ์ในระดับสูง วิสาหกิจชุมชนต้องปรับเปลี่ยนจาก "การชม" เป็น "การมีส่วนร่วม" ตามแนวคิดของริชาร์ดและเรมอนด์ (Richards, G., & Raymond, C., 2000) กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ นักท่องเที่ยวต้องได้เข้าไปเรียนรู้และมีประสบการณ์จริงกับกิจกรรมเฉพาะของพื้นที่ ซึ่ง นิตินันท์ ศรีสุวรรณ และปริญญ์วิทย์ ธนนาถเขาวรินทร์ (2568) กล่าวเสริมว่าเทคโนโลยีจะมีส่วนสำคัญในการเป็นเครื่องมือส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

จากวัตถุประสงค์ข้อ 2 คือ เพื่อทำนายกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย ปัจจัยของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การรับรู้คุณภาพการบริการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง พบว่าปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) การรับรู้คุณภาพการบริการ (SQP) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)



และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) สูงที่สุด ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการที่วิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว จะส่งผลโดยตรงต่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler, P. & Keller, K.L., 2016) ที่ระบุว่าการบริหารความสัมพันธ์เชิงลึกกับลูกค้าเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าแบรนด์ (Brand Equity) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิป จันทรสุริยและคณะ (2563) ที่ศึกษาการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง Facebook ทั้งยังมีการแพร่ภาพสด บรรยากาศภายในตลาดและกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ ทั้งการถ่ายทอดรายการ เพื่อเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ และการเผยแพร่ผ่านช่องทาง Youtube ทำให้ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจันเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทั้งหมดร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จได้ร้อยละ 73.0 มีประเด็นอภิปรายที่สำคัญได้แก่อิทธิพลของภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับงานวิจัยของริชาร์ด (Richards, G., 2020) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องการอัตลักษณ์ที่ชัดเจน การสร้างแบรนด์ชุมชนให้เข้มแข็งจะดึงดูดกลุ่มครอบครัวข้าราชการได้ดีกว่าการโฆษณาทั่วไป อิทธิพลของคุณภาพการบริการ (SQP) มีอิทธิพลรองลงมา และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลสัมฤทธิ์ในระดับสูงสอดคล้องกับแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) ที่ว่าคุณภาพการบริการเป็นหัวใจสำคัญของความพึงพอใจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยววัย 41-50 ปี ที่มักมีความคาดหวังต่อมาตรฐานการต้อนรับและความสะดวกสบาย ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และภาพลักษณ์แบรนด์ (BDI) ผลวิจัยพบค่าความสัมพันธ์สูงสุด ชี้ให้เห็นว่าการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler, P. & Keller, K.L., 2016) ที่อธิบายว่าการบริหารความสัมพันธ์ที่ดีย่อมนำไปสู่การจดจำตราสินค้าในเชิงบวก บทบาทของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) แม้จะมีค่าความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดับปานกลาง แต่อิทธิพลทางตรงในการพยากรณ์กลับมีค่าน้อยที่สุด ประเด็นนี้อภิปรายได้ว่าสำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำภาคกลาง การรับรู้ผ่านประสบการณ์จริง (คุณภาพบริการ) และชื่อเสียง (ภาพลักษณ์) มีผลต่อผลสัมฤทธิ์มากกว่าการสื่อสารเพียงอย่างเดียว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลการวิจัยที่ พบว่า ตัวแปรทั้งหมดร่วมกันพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีภาพลักษณ์แบรนด์และคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยหลัก จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) เนื่องจากภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) มีอิทธิพลต่อความสำเร็จสูงสุด วิสาหกิจชุมชนควรสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นผ่านเรื่องราว (Storytelling) ของท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการจดจำและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. การพัฒนามาตรฐานคุณภาพการบริการ (Service Quality) ประเด็นนี้วิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ (SQP) อย่างเป็นระบบ เนื่องจากมีอิทธิพลสูงรองลงมา โดยควรเน้นการสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบไปจนถึงสิ้นสุดกิจกรรมการท่องเที่ยว



3. การใช้ระบบลูกค้าสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมแบรนด์ จากค่าความสัมพันธ์ที่สูงที่สุดระหว่างการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) ชี้ให้เห็นว่าการมีระบบจัดการลูกค้าที่ดีจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ให้เข้มแข็งขึ้น วิสาหกิจชุมชนจึงควรเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาบริการที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคล (Personalization)

4. การสื่อสารการตลาดที่มุ่งเน้นเนื้อหาคุณภาพประเด็นนี้ แม้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) จะมีอิทธิพลน้อยที่สุดในแบบจำลองแต่ยังคงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยอื่น จึงควรเปลี่ยนจากการสื่อสารเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวเป็นการสื่อสารเชิงคุณภาพที่สะท้อนถึงคุณภาพการบริการและตัวตนของชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาตัวแปรคนกลาง (Mediating Variables) กล่าวคือควรมีการศึกษาว่าภาพลักษณ์ของแบรนด์หรือการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) และผลสัมฤทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (TCA) หรือไม่ เนื่องจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีค่าความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นสูง แต่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลสัมฤทธิ์ค่อนข้างน้อย

2. การเพิ่มตัวแปรเชิงคุณภาพ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรมชุมชนหรือปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและกายภาพ

3. การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อขยายผลจากข้อมูลเชิงตัวเลขในประเด็นภาพลักษณ์แบรนด์ว่ามีองค์ประกอบย่อยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

4. การเปรียบเทียบตามบริบทพื้นที่ ประเด็นนี้ควรมีการนำแบบจำลองนี้ไปทดสอบกับวิสาหกิจชุมชนในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น ชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรเทียบกับชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อดูความสอดคล้องหรือความแตกต่างของอิทธิพลในแต่ละปัจจัย

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าให้เห็นว่า ในบริบทวิสาหกิจชุมชนลุ่มน้ำภาคกลาง การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ไม่ใช่เพียงการรักษาฐานลูกค้า แต่เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ การสร้างแบรนด์วิสาหกิจชุมชนไม่ได้เริ่มต้นที่การโฆษณาแต่เริ่มต้นที่การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งกับนักท่องเที่ยว เมื่อความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งจะเกิดขึ้นตามมาโดยอัตโนมัติ

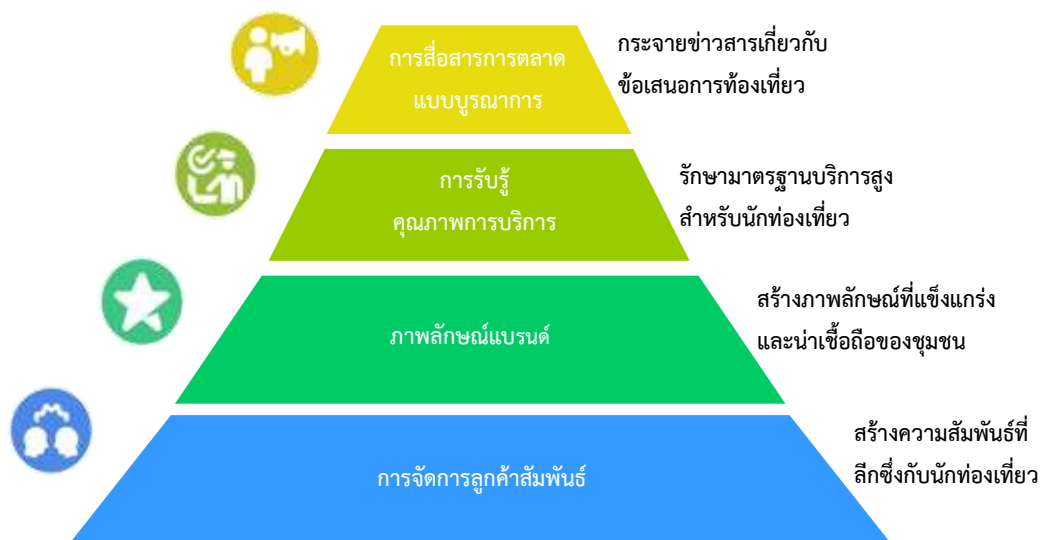
2. ปัจจัยที่เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (BDI) และคุณภาพการบริการ (SQP) ในขณะที่การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) เป็นเพียงปัจจัยสนับสนุนเท่านั้น ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตัดสินใจจากตัวตนของชุมชนและคุณภาพที่สัมผัสได้มากกว่าสื่อที่ได้รับ

3. พฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน อาชีพข้าราชการ ที่ท่องเที่ยวกับครอบครัว คือกลุ่มที่ต้องการ คุณค่าผ่านภาพลักษณ์ ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำภาคกลางไม่ได้วัดที่จำนวนคน แต่คือการสร้างพื้นที่แห่งการเรียนรู้ร่วมกันของครอบครัวที่เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจมาเที่ยวที่นี่ ซึ่งพื้นที่นี้มีภาพลักษณ์แบรนด์ที่น่าเชื่อถือ

4. โมเดลการพัฒนาเชิงบูรณาการ (Integrated Development Model) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต้องใช้กลยุทธ์คือ เน้นสร้างภาพลักษณ์ (BDI) ให้ชัดเจน ควบคุมคุณภาพบริการ (SQP) ให้ได้มาตรฐาน ใช้การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เป็นตัวเชื่อมโยง แล้วจึงใช้การสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) เป็นตัวกระจายข่าวสารต่างๆ ในเรื่องสินค้าและบริการของชุมชน ตลอดจนอัตลักษณ์ชุมชนให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของชุมชน

องค์ความรู้ใหม่นี้เปลี่ยนมุมมองจากการเน้นการส่งเสริมการขายไปสู่การเน้นการสร้างคุณค่าผ่านอัตลักษณ์ชุมชน อัตลักษณ์สินค้าและคุณภาพที่นักท่องเที่ยวต้องการซึ่งเป็นโมเดลสำคัญในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลางให้เกิดความยั่งยืน

โมเดลกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ภาพที่ 2 โมเดลกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
(สร้างโดย Napkin, 2025)

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จลงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดีทุกท่านของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี คณะบดี รองคณะบดี คณะวิทยาการจัดการที่ข้าพเจ้าสังกัด ที่ให้การสนับสนุนผู้วิจัยดำเนินการวิจัย ตลอดจนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวิสาหกิจชุมชน เขตลุ่มแม่น้ำภาคกลางที่ให้ข้อมูลความร่วมมือเป็นอย่างดีตลอดมา ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินงานวิจัย บุคคลที่กล่าวมามีความสำคัญที่ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

กรกมล มุสิกชาติ. (2568). แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวไทยในโรงแรม อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 16(2), 139-154.



กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2567.

<https://www.mots.go.th/news/category/758>.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2566-2570.

<https://planning.dusit.ac.th/>.

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2569). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนในแผนที่.

<https://smce.doe.go.th/>.

นันทิ ขจรกิตติยา. (2550). การจัดการธุรกิจชุมชน: แนวทางสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. 2(2), 150-162.

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ และบุริญญวิทย์ ธนนาถเขาวรินทร์. (2568). การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 21(1), 77-102.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัยและคณะ. (2565). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี และลพบุรี. วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 19(1). 37-73.

บุญธรรม กิจปรีดาภิสุทธิ์. 2549. สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

ยุทธ ไกยวรรณ. (2553). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์. (2568). การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย ตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วิทยาการจัดการปริทัศน์, 26(1), 112-124.

อธิป จันทร์สุริยและคณะ. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. ทัศนะวัฒนธรรม. 19(2). 141-162.

อนิรุทธิ์ เจริญสุข, วาริท วสยางกูร, และ มนสิรดา ทองเกิด. (2568). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของชุมชนปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง. วารสารศิลปการจัดการ, 9(1), 18-35.

Aaker, D. (2008). *Strategic Market Management*. USA. John Wiley & Sons.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed), New York: John Wiley and Sons.

Cronbach, Lee. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.) New York: Harper & Row.

Gartner Group. (2003). *CRM success is in strategy and implementation, not software* (Online). Available: <http://www.gartner.com>

Grönroos, C. (1990). *Service management and marketing: managing the moments of truth in service competition*. Massachusetts-USA: Lexington Books.

Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (3rd ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. (2003). *Marketing management*. (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. (13th ed). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice- Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Napkin AI. (2025). *AI-generate image*. Napkin.

<https://napkin.ai>



- Parasuraman, A.; V.A. Zeithaml; & L. L. Berry. (1985). A conceptual model of service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49, pp.41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for Measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.
- Rapp, S.& Collins T.L. (1995). *The New Maxi-marketing, United States of America: McGraw-Hill*.
- Richards, G. (2020). Designing Creative Tourism Experiences. *Journal of Creative Tourism*.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. (7th ed.). McGraw-Hill Education.

นโยบายด้านบรรณาธิการ (Editorial Policy)

วารสารศรีวนาลัยวิจัย รับผิดชอบบทความวิชาการและบทความวิจัยที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับด้านสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Humanities and Social Sciences) โดยไม่ได้จำกัดเฉพาะนักศึกษา และบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเท่านั้น แต่ยังเปิดกว้างสำหรับคณาจารย์ นักวิชาการ ผู้บริหาร นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปจากภายนอกและจากต่างประเทศซึ่งทุกบทความที่จะได้รับการตีพิมพ์จะต้องผ่านกระบวนการการพิจารณาถ้อยแถลง โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จากสถาบันที่มีความแตกต่างกันจำนวน 3 คน เป็นอย่างน้อย โดยบทความต้องแสดงถึงคุณภาพด้านวิชาการและมีประโยชน์ต่อผู้อ่านอย่างชัดเจน

ขอบเขตของวารสารศรีวนาลัยวิจัย จะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องในด้าน Humanities and Social Sciences ตลอดจนเนื้อหาอื่นๆ ที่ไม่ได้กำหนดไว้ในที่นี้

- การพัฒนาชุมชน
- ดนตรีนาฏศิลป์และการละคร
- ภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ
- ศิลปกรรม
- การท่องเที่ยวและการบริการ
- การปกครองท้องถิ่น
- สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
- การบริหารการพัฒนาท้องถิ่น
- การพัฒนา ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- การบริหารธุรกิจ (การจัดการ การตลาด การเงิน การบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์)
- เศรษฐศาสตร์
- ด้านการบริหารการศึกษา ด้านการเรียน และการสอน

จริยธรรมในการตีพิมพ์ (Publication Ethics)

จริยธรรมและบทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้อง (Publication Ethics Authors)

1. บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

1) ผู้เขียนบทความต้องการส่งบทความที่ไม่มีการคัดลอกผลงานทั้งส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดจากเนื้อหาบทความของผู้อื่น รวมถึงบทความที่ส่งจะต้องไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้เขียนบทความโดยตรง

2) ผู้เขียนบทความยินดีแก้ไขปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของบทความ ให้ถูกต้องและเหมาะสมตามข้อเสนอแนะเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการฯ ก่อนเข้าสู่กระบวนการพิจารณาในขั้นตอนของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ 3 ท่าน ต่อหนึ่งบทความ

3) ผู้เขียนบทความต้องมีการอ้างอิงเอกสาร ผลงานทางวิชาการ ฯลฯ โดยระบุแหล่งที่มาของข้อมูลให้ครบถ้วนถูกต้องไว้ในตอนท้ายของบทความเสมอ โดยจัดรูปแบบการอ้างอิงตามที่กองบรรณาธิการได้กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด (APA)

4) เนื้อหาและข้อมูลที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารศรีวนาลัยวิจัย ถือเป็นข้อคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้นๆ โดยตรง ซึ่งกองบรรณาธิการและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ไม่จำเป็นต้องมีส่วนเห็นด้วยหรือร่วมรับผิดชอบใดๆ

5) ในกรณีที่บทความของผู้เขียนบทความได้รับการตอบรับการตีพิมพ์ ผู้เขียนบทความยินดีตรวจสอบความถูกต้อง ระเบียบของรูปแบบและเนื้อหาบทความ ซึ่งกองบรรณาธิการฯ จะจัดส่งให้ผู้เขียนบทความได้พิจารณาแก้ไขปรับปรุงรอบสุดท้าย ก่อนขั้นตอนของการเผยแพร่ทางเว็บไซต์วารสาร และการจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มวารสารต่อไป

6) ผู้เขียนบทความต้องรับทราบและยอมรับถึงข้อกำหนด และนโยบายในการรับพิจารณาตีพิมพ์บทความจากวารสารศรีวนาลัยวิจัย เป็นอย่างดีแล้ว

7) ผู้เขียนบทความพึงทราบว่า บทความ ข้อมูล เนื้อหา รูปภาพ ฯลฯ ที่ได้รับการลงตีพิมพ์ในวารสารศรีวนาลัยวิจัย ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มิใช่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้เขียนบทความแต่อย่างใด

2. บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editor)

1) บรรณาธิการเป็นผู้พิจารณาว่า ต้นฉบับบทความที่ส่งเข้ามานั้น มีความเหมาะสม สอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์และขอบเขต (Aim and Scope) ของวารสารศรีวนาลัยวิจัยหรือไม่ ในกรณีที่เนื้อหาบทความไม่เหมาะสม สอดคล้องกับวารสารฯ บรรณาธิการต้องรีบแจ้งให้ผู้เขียนบทความได้รับทราบ

2) บรรณาธิการเป็นผู้ส่งต้นฉบับบทความให้กองบรรณาธิการวารสาร เพื่อช่วยพิจารณาคุณภาพเบื้องต้นของบทความที่ส่งเข้ามาว่าอยู่ในระดับเหมาะสมที่จะส่งต่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ จำนวน 3 ท่าน อ่านพิจารณาในขั้นตอนต่อไปหรือไม่

3) หากบรรณาธิการไม่แน่ใจเกี่ยวกับเนื้อหาและคุณภาพเบื้องต้นของบทความเรื่องใดๆ บรรณาธิการต้องไม่พิจารณาปฏิเสธบทความเรื่องนั้นๆ ทันที อาจพิจารณาขอความเห็นเพิ่มเติมจากกองบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับเนื้อหาบทความนั้นๆ ก่อนเสมอ

4) บรรณาธิการเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ในการประเมินบทความเรื่องนั้นๆ โดยจะไม่เปิดเผยชื่อของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความหรือผู้เขียนบทความให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ทราบโดยเด็ดขาด รวมทั้งบุคคลอื่นที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง

5) เมื่อเกิดกรณีที่ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความทั้ง 3 ท่าน มีความขัดแย้งกัน บรรณาธิการจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะดำเนินการในขั้นตอนถัดไปกับบทความเรื่องนั้นๆ อย่างไรต่อไป เช่น อิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความท่านใดท่านหนึ่ง หรือพิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความท่านที่ 4 ต่อไป

6) บรรณาธิการเป็นผู้จัดสรรบทความที่ผ่านกระบวนการประเมินบทความและอยู่ในสถานะพร้อมตีพิมพ์เผยแพร่ โดยจะพิจารณาจากเหตุผลหลักคือ ลำดับก่อนหลังของการส่งบทความ (Queue) และความน่าสนใจ/ความหลากหลายของเนื้อหาบทความ (Content) รวมถึงเหตุผลในด้านความเหมาะสมอื่นๆ (Suitability) เป็นสำคัญ

7) ในกรณีที่มีเหตุผลสำคัญ ที่อาจจะไม่นำบทความของผู้เขียนบทความเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ลงตีพิมพ์ในวารสารศรีวนาลัยวิจัย ในฉบับตามที่ระบุในหนังสือตอบรับให้ได้นั้น บรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการนำบทความดังกล่าวลงตีพิมพ์ในวารสารศรีวนาลัยวิจัยในฉบับต่อไป ตามที่เห็นสมควร โดยบรรณาธิการจะต้องแจ้งให้ผู้เขียนบทความเรื่องนั้นๆ ได้รับทราบล่วงหน้าก่อนเสมอ

8) บรรณาธิการเป็นผู้กำกับดูแลให้มีความสำคัญต่อการตีพิมพ์เป็นรูปเล่มของวารสารในแต่ละฉบับ รวมถึงการเผยแพร่ทางเว็บไซต์วารสาร ให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ และออกตรงตามกำหนดเวลาอย่างเคร่งครัด