

# วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

## SRIPATUM CHONBURI JOURNAL

2 5 6 5

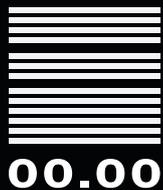
**K  
N  
W  
L  
E  
D  
G  
E**

ISSN 1686-5715



**NO  
.01**

**SPU**  
SRIPATUM  
UNIVERSITY  
@Chonburi



00:00  
**2022**

# SRIPATUM

วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565  
[www.chonburi.spu.ac.th/journal/](http://www.chonburi.spu.ac.th/journal/)



# วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

SRIPATUM CHONBURI JOURNAL

ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565 ISSN 1686-5715

## เจ้าของ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี  
79 หมู่ 1 ต.คลองตำหรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000  
โทร. 0 3814 6123  
โทรสาร 0 3814 6011

## ที่ปรึกษา

รองอธิการบดี

## บรรณาธิการบริหาร

ดร. บุษบา ชัยจินดา  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

## หัวหน้ากองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ประภัสสร คำสวัสดิ์

## กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง

รองศาสตราจารย์ ดร. ฉันทวิช วิเชียรพันธ์  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวดล บัวบางพลู  
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ดร. กิตติศักดิ์ แป้นงาม  
กระทรวงศึกษาธิการ

ดร. พรนับพัน วงศ์ตระกูล  
ศูนย์การเรียนรู้บ้านสามขา

อาจารย์ชาติรี วงษ์แก้ว  
ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์

## ฝ่ายศิลปกรรม

นายธีระ แสงศิริสายันท์กุล

## ฝ่ายอิเล็กทรอนิกส์

อาจารย์อดิศักดิ์ ภิญญาคง  
นายสิทธิพงษ์ พุทธวงษ์

## ฝ่ายตรวจบทความภาษาอังกฤษ

อาจารย์มนตรี พลเยี่ยม

## ฝ่ายพิสูจน์อักษร

นางกุสุมา ถาวรปัญญา

## ฝ่ายเลขานุการ

นางสาวรัศมีพร พยุ่งพงษ์

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความทางวิชาการและผลงานวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในสาขา วิชาการศึกษา กฎหมายและการปกครอง บริหารธุรกิจ การบัญชี ศิลปศาสตร์ สื่อสารมวลชน รวมถึงเทคโนโลยี เพื่อสังคมของอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ทั้งในและนอกสถาบัน

2. เพื่อเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนผลงานทางวิชาการ ระหว่างคณะ ทั้งในและนอกสถาบัน

3. เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยในด้านคุณภาพ ทางวิชาการตามระบบประกันคุณภาพทางการศึกษา

## กำหนดออก

ปีละ 4 ฉบับ (มกราคม-มีนาคม,  
เมษายน-มิถุนายน, กรกฎาคม-กันยายน  
และ ตุลาคม-ธันวาคม)

## สำนักงาน

สำนักงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี  
โทรศัพท์ 0 3814 6123 ต่อ 2506  
โทรสาร 0 3814 6011

e-Mail: [research@chonburi.spu.ac.th](mailto:research@chonburi.spu.ac.th)

ข้อเขียนที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้ เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะส่วนตัวของผู้เขียน  
ซึ่งต้องรับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นได้ ไม่มีผลต่อกองบรรณาธิการ



## ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (peer reviewers)

1. ศาสตราจารย์ ดร. ชูติมา สัจจามันท์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. ศาสตราจารย์สุชาติ เกาทอง มหาวิทยาลัยบูรพา
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ครรชิต มัลย์วงศ์ ราชบัณฑิตยสถาน
4. รองศาสตราจารย์ ดร. อองอาจ นัยพัฒน์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยา ตันศิริ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
6. รองศาสตราจารย์ ดร. น้ำทิพย์ วิภาวิน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ศรีวรรณ ยอดนิล มหาวิทยาลัยบูรพา
8. รองศาสตราจารย์ ดร. สุพจน์ บุญวิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา
9. รองศาสตราจารย์ ดร. จรัสดาว อินทรทัศน์ นักวิชาการอิสระ
10. รองศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์มาศ สุขกสิ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
11. รองศาสตราจารย์ ดร. ชชาติชาย อีสรัมย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
12. รองศาสตราจารย์ ดร. ธันยวิชัย วิเชียรพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
13. รองศาสตราจารย์ ดร. เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
14. รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิศ ดาราวงษ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
15. รองศาสตราจารย์ระเบียบ สุภวีรี มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. รองศาสตราจารย์ลัดดา ศุขปรีดี มหาวิทยาลัยบูรพา
17. รองศาสตราจารย์กาญจนา มณีแสง มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
18. รองศาสตราจารย์ประภัสสร คำสวัสดิ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุพงษ์ อินฟ้าแสง มหาวิทยาลัยธนบุรี
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณิ ยะทะกร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชฎาวรรณ นิมานวล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรัชย์ สุขสกุลชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อลิสา ทรงศรีวิทยา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมพันธ์ จันทร์ดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภาวี หัตถกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทนงค์ดี ไสวจิตสดากุล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิไล เอื้อปิยฉัตร มหาวิทยาลัยบูรพา
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ อุสาหะ มหาวิทยาลัยบูรพา
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกวิทย์ มณีธร มหาวิทยาลัยบูรพา
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรสวัสดิ์ ศิริศาสนันท์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวดล บัวบางพลู มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชา คนกาญจน์ นักวิชาการอิสระ
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลปวิภักย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุเทพ อุสาหะ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราพร ระโหฐาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปารีชาติ คุณปลื้ม มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรพงษ์ จันทรงาม มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีรวิชัย เลิศไทยตระกูล มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงกมล อุณจิตติ มหาวิทยาลัยบูรพา
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารีย์ รังสีโยภาส นักวิชาการอิสระ
42. ดร. พิมพนิต คอนดี มหาวิทยาลัยมหิดล
43. ดร. ธนัช ทัทมงคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
44. ดร. พรเพชร ชลศักดิ์ตระกูล มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
45. ดร. สุจินดา ขจรรุ่งศิลป์ สถาบันอาศรมศิลป์
46. ดร. กิตติศักดิ์ แป้นงาม กระทรวงศึกษาธิการ
47. ดร. บวรวิทย์ เป็รื่องวงศ์ ศาลอุทธรณ์ ภาค 6
48. ดร. สิรินธร สิ้นจินดาวงศ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
49. ดร. ศศิวุฒม์ วงษ์มณฑา มหาวิทยาลัยบูรพา
50. ดร. นริศ สวัสดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



## บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เล่มนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความทางวิชาการ และผลงานวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในสาขาวิชาการศึกษา กฎหมายและการปกครอง บริหารธุรกิจ การบัญชี ศิลปศาสตร์ สื่อสารมวลชน รวมถึงเทคโนโลยีเพื่อสังคม ของอาจารย์ บุคลากรและนักศึกษา ทั้งในและนอกสถาบัน อันเป็นประโยชน์ในรูปแบบของการผสมผสานศาสตร์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อการต่อยอดสู่การพัฒนาเชิงการปฏิบัติ

ฉบับนี้มีบทความที่น่าสนใจในรูปแบบขององค์ความรู้ทั้งในลักษณะของบทความวิจัยและบทความวิชาการที่มีความหลากหลาย มีบางส่วนที่สามารถนำมารวบรวมเป็นกลุ่มงานเดียวกันได้ เช่น กลุ่มงานด้านบริหารการศึกษา/งานวิจัยในชั้นเรียน ตัวอย่างเช่น เรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน เป็นต้น กลุ่มงานด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น เรื่อง พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา เรื่อง การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและหวังโซ่อุปทานท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนบ้านโฉนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน เป็นต้น รวมไปถึงบทความที่น่าสนใจอื่น ๆ ที่รวบรวมอยู่ในวารสารฉบับนี้ ปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของงานวิจัยมากขึ้น เพราะงานวิจัยมีประโยชน์ต่อมวลมนุษยชาติ ในการนำความรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติมาสร้างสรรค์เป็นงานนวัตกรรม เพื่อให้เกิดคุณค่าและคุณประโยชน์ที่จะเป็นตัวผลักดันให้ประเทศเกิดการเจริญเติบโตในด้านต่าง ๆ ทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม

(รองศาสตราจารย์ประภัสสร คำสวัสดิ์)

หัวหน้ากองบรรณาธิการ



## สารบัญ

บทบรรณาธิการ

บทความวิจัย

THE EFFECT OF MASS COMMUNICATION FACTOR IN SOCIAL NETWORK WITH COMMUNICATION PRODUCT PURCHASING DECISION

Thanyawich Vicheanpant.....1-12

THAI PRIMARY SCHOOL ENGLISH LANGUAGE TEACHERS' SELF-EFFICACY

Montree Polyium and Thanaset Chavangklang.....13-23

THE INFLUENCE OF EXTERNAL ENVIRONMENTAL FACTORS ON THE CONSUMPTION BEHAVIOUR OF CHINA'S NEW MAINSTREAM FILM AUDIENCES

Qi Wu and Eksiri Niyomsilp.....24-38

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN UNIVERSITY TEACHERS' PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND ORGANIZATIONAL COMMITMENTS

Yueqi Han and Eksiri Niyomsilp.....39-46

การพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยใน จังหวัดร้อยเอ็ด

ศักดิ์ศรี สืบสิงห์, สุกิมล บุญพอก และนิธินาถ อุดมสันต์.....47-57

ผลของการใช้การดันพื้น 30 วินาที ที่มีผลต่อการพัฒนาสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา

กรรชิต บุญสุวรรณ, สริน ประดู่ และอภิรักษ์ สืบพิมพ์วงศ์.....58-71

การพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ ด้วยตนเองในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

กิตติศักดิ์ แป้นงาม และกนิษฐา บางภูมร.....72-82

ผลของการใช้กิจกรรมทางกายเพื่อพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของนักเรียนระดับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา

สริน ประดู่ และวาญู แวงแก้ว.....83-93



ปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและหลักสูตรพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล

**ทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ, สกุนตลา แซ่เตียว และวรินทร์ลดา จันทวีเมือง.....94-107**  
พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

**รัศมีพร พยุงพงษ์ และเจกิตาน์ ศรีสรवल.....108-116**  
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน

**สิพิมพ์ สุกวาทิน, วราภรณ์ เต็มแก้ว และอภิรดา นามแสง.....117-134**  
การศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก

**อนุรักษ์ ทองขาว.....135-145**  
การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนบ้านโหนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน

**อาริยา ภูระหงษ์, ศศิธร เจตานนท์, ชินวัฒน์ ศาสนนันท์ และพูนทรัพย์ เศษศรี...146-158**  
บทบาทของรูปแบบภาวะผู้นำที่มีต่อการจัดการภาวะวิกฤตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19: กรณีศึกษาธุรกิจสายการบินในประเทศไทย

**อิชยาพร ช่วยชู และรพีพร ต้นจ้อย.....159-170**  
การพัฒนาแอปพลิเคชันกิจกรรม การสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

**พัชรินทร์ ม่วงประเสริฐ และทศพร แสงสว่าง.....171-182**  
แนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

**วรากร อัครจรัสโรจน์, วรุฒิ เฟิงพันธ์ และสุวิชัย โกศัยยะวัฒน์.....183-194**  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

**สาคร อามาตหิณ และธนภูมิ อติเวทิน.....195-210**



## บทความทางวิชาการ

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพและความงามภายหลัง COVID-19 เป็นโรคประจำถิ่น

ธัญนันท์ สมบูรณ์รัตน์โชค.....211-223



# THE EFFECT OF MASS COMMUNICATION FACTOR IN SOCIAL NETWORK WITH COMMUNICATION PRODUCT PURCHASING DECISION

**Thanyawich Vicheanpant**

Assoc. Prof., Bachelor of Arts Digital Media Design, School of Communication Arts,  
Sripatum University at Chonburi, e-Mail: thanyawich@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2022, July 7; Revised: 2022, August 9; Accepted: 2022, August 13)

## ABSTRACT

This study examines the effects of mass communication factors in Social Networks with Communication Product Purchasing Decision, including demographic factors in terms of gender, age, education level Average monthly income by collecting data from a sample of 405 people via a questionnaire. Then analyzed the obtained data with statistical results according to the research objectives with a ready-made program. The results shows that mass communication factors in Social Network and purchasing decisions for consumers' communication in terms of demographic differences reveals that different demographic factors, gender, age, and income factors affect consumers' purchasing decision to purchase products for communication, and that the factors of mass communication in social networks are effective and affect consumers' purchasing decisions. Consumers' decision to buy communication products e.g., discounts or gifts the most followed by tracking, soliciting through the seller's inbox and the use of presenter or influencer with statistical significance at .05 level.

**Keywords:** Mass Communication in Social Network, purchasing decision to buy products for Communication.



## INTRODUCTION

Relating to consumer behavior, the development of Thailand's Ecommerce sector, the growth of consumer internet services, and government-driven growth. Communication in social networks is crucial and plays a part in business if the National Electronics and Computer Technology Center (NECTEC) or the Department of Business Development Trade Ministry of Commerce fully supports eCommerce business entrepreneurs along with high-speed internet service that is advantageous for business growth and all types of customers, especially online retails between entrepreneurs and consumers (Business to Consumer-B2C). Communication is the main aim of marketing. The majority of business owners desire profitable outcomes with customers. Therefore, understanding consumer behavior especially the factors that are the consumers' elements in their purchase decisions is crucial especially the dimension of communication in customers' Social Network will help online business operators to know the behavior of consumers. The factors of mass communication in Social Network that consumers pay attention to in the dimensions of entrepreneurs, how to design marketing communications to satisfy consumers as well as being able to use the research results as a guideline for formulating strategies for communicating online business marketing in line with consumer demand.

## RESEARCH OBJECTIVES

1. To study the demographic factors affecting the purchasing decision on products for communication of consumers.
2. To study the factors of mass communication in the Social Network that affect the consumers' decision to purchase products and services online.



## RESEARCH HYPOTHESIS

1. Different demographic factors affect consumers' purchasing decisions for communication purposes differently.
2. Different factors of mass communication in Social Network affect consumers' decision to buy products and services online.

## RESEARCH FRAMEWORK

1. To study the behavior of decision making to buy products for communication via Social Network of employees in distance sales, SPV Gas Company Limited, Marinos Global Company Limited, Beauty Pack Company Limited and KJ Soft Company. Co., Ltd.
2. To study the factors affecting the decision to buy products and services of consumers consist of demographics factors and mass communication in the Social Network are inviting through the seller's inbox, discounts or gifts, using a presenter or influencer, posting or sharing content that is attractive and reliable, and media or VDO clips related to with interesting products.

### Literature Review

Theories or concepts of communication in Social Networks (Kotler, 1997) states that in online marketing operations Marketers will start by creating a "Home Page" on the Internet comparable to setting up a shop on the Internet or opening an "Electronic Storefront" to wait for customers or network users to pay a visit. The home page provides users with a wide variety of information, both images and audio book and various programs. It contains 5 Communication tools: discounts or gifts, online publicity, Follow-up solicitation through the seller's Inbox, the use of Presenter or Influencer, and online direct marketing direct-response media to mix systematically and appropriately for news media that is clear and unified, focusing on target customers. Therefore, it will produce good results with the most efficiency online marketing materials are therefore brought Combined with the Ecommerce process that has 5 important steps as follows:



1. Information search - The first step of purchasing a product is to search for the desired product information and then bring the information to each shop for analysis and comparison by using popular websites or Search Engines such as <http://www.google.com> etc.

2. Ordering when the customer has selected the desired product, they will put the desired item into a basket and the total cost will be calculated where customers can adjust the items and the quantity ordered

3. Payment - when the customer decides to buy the product they wanted, the next step will be to determine the payment method, depending on the convenience of the customer to choose which method is convenient for them

4. Delivery of the product - after the customer has already determined the payment method, they will enter the method of selecting which the delivery of the product may be delivered to the customer directly using the services of a freight forwarding company or transmitted through Ecommerce media such as music downloads, etc.

5. After-sales service - after the completion of each order, the stores must have an after-sales Service for customers. This can be communicating with customers via the Internet such as e-mail and web forums

### **Theories or Concepts of Consumer Purchasing Decisions**

Factors that influence buyers and understand how consumers actually make purchasing decisions, especially to distinguish who made the purchase decision, format and steps in What is the purchase process? What are the steps of the purchasing process? Each step is as follows;

1. Need Recognition or Problem Recognition - The perception of the difference between the desired state and the present state which is enough to stimulate to the decision-making process Kotler (1997) or may refer to the truth that consumers know the difference between what exists and what should be. This is considered the first step in the decision-making process. There are three things to consider when recognizing the need



1) information is stored in memory; 2) there is an internal difference person or scope of psychological factors, 3) influenced by environmental or social, cultural, environmental factors, these functions work within the individual's mind and together in determining needs

2. Search for Information or Pre-Purchase Search is the stage where consumers begin to search for information about product properties that can solve problems or meet the needs of consumers. There are 2 important sources of information: 2.1) Internal Search or sources that rely on the scope of psychology, 2.2) External Search are information from the media, salespeople, advertising, etc.

3. Evaluation the Alternative - when consumers have the information, they begin to understand and evaluate their options. Marketers need to know the different methods consumers use to evaluate their alternatives. The evaluation process it's not an easy thing and it's not the same process applies to all consumers and not to the one-person purchaser in every purchase situation.

4 Purchase Decision - The consumer will decide to buy the product, he must face the risk of whether the purchased product be as good as advertised? Will the quality be worth the price? causing most consumers to stick with the product that they are used to. Therefore, new products to be presented to consumers must find ways to motivate consumers to change their minds and make their purchasing decisions

5. Post purchase feeling happens after purchase or use the product. Whether or not the expected result is satisfied or if the result is lower than expected, the result will be unsatisfied

The researcher applied theories or concepts about consumer purchasing decisions to study the sample group. For example, how is the communication decision-making process used in conjunction with theories or concepts of consumer purchasing decisions?



## Research Related

Chuaychunu (2016, p. 92) conducted a research study on factors influencing purchasing decisions through social media found Demographic opposing factors such as gender, age, educational level, occupation, and income, which were different, had no different effect on purchasing decisions via social media. part factor Marketing mix includes personnel and product quality, pricing, marketing promotion, product and store image and store information product information and service process, every factor affects the decision to buy products via social media.

Java (2011, p. 124) conducted a research study on factors affecting the purchase of fashion clothing products of adolescent consumers through e-commerce in Bangkok, found that consumers with different demographic characteristics and internet usage behaviors have factors affecting the purchasing decisions of goods and services through Ecommerce systems differ significantly.

Watanakul (2012, p. 69) conducted a research study on factors influencing purchasing decisions for communication via Ecommerce and E-marketplace found that factors influencing decision making Product name for communication via Ecommerce and E-marketplace of consumers from this research are able to identify the importance of each influencing factor and can affect the expectations of customers, consisting of 8 factors influence on purchasing decisions for communication through central marketing channels Ecommerce The e-marketplaces, in descending order, are website performance factor and product offering, product factor, brand loyalty factor, product variety factor, and price. The marketing promotion factors and the provision of promotional information, privacy factors and personal service, brand awareness factor, and product benefit and bargaining factors, respectively. The researcher studied the relevant research to compare demographic data as well as other factors affecting consumers' communication purchasing decisions with similar research studies.



## RESEARCH METHODOLOGY

### Population

The population used in this research was those of all telecommunication sales staff in 4 companies,

1. SPV Gas Company Limited	79 Persons
2. Marinos Global Company Limited	104 Persons
3. Beauty Pack Company Limited	123 Persons
4. KJ Soft Company Limited	99 Persons
Total	405 peoples

### Tool

The researcher used a questionnaire as a tool for collecting data by the sample. The questionnaire was divided into two parts as follows:

Part 1: listed questions about general information of the respondents, including gender, age and average monthly income,

Part 2: listed questions about the evaluation of communication purchase to see if there are any opinions regarding the communication factors in Social Network, including

1. Follow up, invite through seller's inbox,
2. Discounts or gifts,
3. Using Presenter or Influencer,
4. Post or share content that is attractive, interesting, reliable, and
5. Media or VDO clip about interesting products.

The questions in this part are of a rating scale questionnaire which has criteria for determining the value. The assessment weight was divided into 5 levels according to the Five Point Likert Scales.

### Data analysis

The data analysis and hypothesis testing of research on marketing journalism factor online that affects purchasing decisions for communication consumers with a confidence level of 95% can be divided into two parts:



1. Inferential Statistics is the study of the sample data and hypothesis testing using a statistical package which this research will use statistical analysis tools were as follows: Multiple Regression Analysis [MRA] Analysis of Independent Sample *t* test to compare the difference between two variables (gender) and One-Way ANOVA. For demographic characteristics testing of the samples that differed in age and income is to compare the difference between more than 2 variables.

2. Descriptive statistics for descriptive characterization the demography of the sample. The level of opinions about communication factors in social networks and the level of purchasing decisions for communication by studying and presenting in the form of a table distribution of frequency, percentage, mean, and standard deviation.

## RESEARCH RESULT

1. Information on opinions on the exposure of social media journalism factors affecting decision-making in purchasing products for consumer communication. Based on the table, it was found that the sample group made the decision to buy communication products at a high level (mean = 3.87), the total standard deviation was 0.45. (Table 1.)

Table 1. Shows the mean and standard deviation with the exposure to mass communication in the Social Network of the sample

Variable	Mean	Standard Deviation
Independent Variable		
Discounts or gifts	3.29	0.72
Posting or sharing interesting and reliable contents	3.13	0.67
Using a Presenters or Influencers	3.17	0.78
Follow up and invite via seller's inbox	2.67	0.89



Table 1. (Continued)

Variable	Mean	Standard Deviation
Media or VDO clip on interesting products	2.39	0.82
Dependent Variable		
Purchasing decision on communication products	3.87	0.45

2. Information on the factors of mass communication in social networks affecting consumer purchasing decisions. The communication in Social Network that affects consumers' purchasing decision for the communication products Mass communication in Social Networks affects consumers' purchasing decisions for communication products accounted for 32.00% (adjusted  $R^2 = 0.320$ ), and when the influence of independent variables was controlled to be constant, there were 3 independent variables that affect consumers' purchasing decision toward communication products, i.e. discounts or freebies ( $\beta = .291$ ) the most, followed by follow-up, solicitation via seller's inbox ( $\beta = .209$ ) and sales by using Presenter or Influencer ( $\beta = .197$ ). (Table 2.)

Table 2. Shows factors of mass communication in social networks affecting consumer purchasing decisions

Communication in Social Networks	Consumers' Decision	
	$\beta$	$p$
Discounts or gifts	.291**	.000
Posting or sharing interesting and reliable contents	.093	.182
Using a Presenters or Influencers	.197**	.001
Follow up and invite via seller's inbox	.209**	.000
Media or VDO clip on interesting products	.097	.112
Adjusted $R^2$		

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$



3. The analysis of demographic factor and consumers' purchasing decisions. The different gender demographic characteristics affecting consumer's purchasing decisions toward online services are different. The test of gender and the purchasing decision level were determined by estimating the difference between the mean of the two independent sample  $t$  test ( $p=.81$ ), which was greater than  $\alpha .05$ , thus rejecting hypothesis 1. Therefore, it was concluded there was no statistically significant difference on both males and females with levels of decision making in the purchase of goods and consumer online services at the .05 level.

4. The data on different age demographic characteristics affecting communication purchasing decisions of different consumers. The test of age and purchasing decision level by One-Way ANOVA ( $p=.67$ ), which is greater than  $\alpha .05$ . Therefore, it can be concluded that communication of consumers was not significantly different at the .05 level.

5. The data on different income demographic characteristics affecting consumers' purchasing decisions and online services are different. The test of the income test against the purchasing decision level by One-Way ANOVA ( $p=.43$ ), which is greater than the value  $\alpha .05$ . Therefore, it was concluded that different incomes affected the consumer's purchasing decisions for communication products were not significantly different at the .05 level.

## DISCUSSION

The research on factors affecting consumers' purchasing decisions for communication products in demographics show that different demographic factors influence the purchasing decisions of goods and services was not different in accordance with Chuaychunu (2016, p. 145) gender, age, education, employment, and income differences were found to not affect how people choose which products to buy on social media, according to test results on the demographic characteristics.



The factors of marketing mix are personnel and product quality, price, marketing promotion, image aspect of products and shops and store information, product information and service process every factor affects consumers' purchasing decisions toward products via Social Network, which is consistent with Java (2011, p. 77) found that consumers with different demographics and internet usage behaviors have different factors influencing purchasing decisions and services through Social Networks differ significantly and in accordance with Wattanakul (2012, p. 158) found that factors influencing consumers' purchasing decision toward products through Ecommerce channels from this research are able to identify the importance of each factor that influences and affects customer expectations, consisting of 8 factors namely website performance and product presentation, product, Brand loyalty, Product variety and price, marketing promotion and providing information, news, promotions, privacy factors and personal service, brand awareness, and product benefit and bargain factors respectively.

## SUGGESTION

### **Suggested Applications of Research findings**

This research very useful for to become a based line data of consumer behavior, the development of Thailand's Ecommerce sector, the growth of consumer internet services, and government-driven growth. Communication in social networks is crucial and plays a part in business. Therefore, understanding consumer behavior especially the factors that are the consumers' elements in their purchase decisions is crucial especially the dimension of communication in customers' Social Network will help online business operators to know the behavior of consumers. The factors of mass communication in Social Network that consumers pay attention to in the dimensions of entrepreneurs, how to design marketing communications to satisfy consumers as well as being able to use the research results as a guideline for formulating strategies for communicating online business marketing in line with consumer demand.



### Suggestions for Future Studies

Research on factors affecting consumer's purchasing decisions for communication products as a quantitative study alone should be adapted mixed methods approach both qualitative and quantitative research design to obtain in-depth information using an in-depth interview or a focus group interview of entrepreneurs. In addition, the sample group is a diverse consumer in the occupation group. Most of the purchasing decisions of goods and services are open to marketing communications online is high and it was found that a discount or a free gift affects the consumers' purchasing decision toward communication products significantly. Associated online business owners may develop other forms of communication on social networks to be more effective in decision-making or increase discounts or rewards through their own business websites to increase the frequency or number of them to increase the urging of consumers to make decisions to buy more products for communication.

### REFERENCES

- Chuaychunu, Piyaporn. (2016). *Factors Influencing Social Shopping Decisions*. Master of Business Administration Thesis Digital Marketing, Business School Thammasat University.
- Java, Pennaruemon. (2011). *Factors Affecting the Purchase of Fashion Clothing among Teenagers via Ecommerce System in Bangkok*. Master of Business Administration Thesis Marketing Communication, Faculty of Business Administration Rajamangala Thanyaburi.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th ed). Prentice Hall, NJ: Upper Saddle River.
- Watanakul, Aparporn. (2012). *Factors related to consumer purchasing behavior through Thailand's most popular electronic website*. Master of Business Administration Thesis Business Administration, Business School Srinakharinwirot University.



## THAI PRIMARY SCHOOL ENGLISH LANGUAGE TEACHERS' SELF-EFFICACY

Montree Polyium, Thanaset Chavangklang\*

Lecturer, English, School of Liberal Arts, Sripatum University at Chonburi,

e-Mail: 41970526@chonburi.spu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, June 14; Revised: 2022, August 17; Accepted: 2022, August 23)

### ABSTRACT

Teacher's qualification has raised concerns about the students' performance in English learning in Thailand. This study investigated Thai primary school English language teachers' self-efficacy, which is the belief about their ability to achieve desired goals. Questionnaires were randomly sent to 800 public primary schools under the Nakhonratchasima Primary Education Service Area Office. One English teacher from each school was asked to complete the questionnaire. The total number of 196 questionnaires was returned for analysis. The followed-up semi-structured interviews were conducted. The statistics used in the data analysis included descriptive analysis, analysis for means, correlational analysis, and comparative analysis. Frequency and percentages were used to analyze the general characteristics of the respondent concerning their field of study and years of teaching. The results showed variations in the levels of self-efficacy. The respondents reported their self-efficacy at the mean score of 3.40 ( $SD=0.54$ ), which was at the moderate level. Significant differences occurred between the self-efficacy of English and non-English major teachers. A moderate level of self-efficacy was also perceived by all respondents in the Non-English major group (mean=3.21,  $SD=0.49$ ). However, in the English major, only the Novice group viewed their efficacy at the moderate level (mean=3.48,

---

\*Lecturer, English, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, e-Mail: tns.cvk@gmail.com



$SD=0.67$ ), while the other two groups perceived their high level, with the mean score of 3.56 ( $SD=0.43$ ) and 3.55 ( $SD=0.41$ ), respectively. Certain patterns of teacher's response were identified from the analysis of the interview data. The researchers concluded that teachers' qualification influenced how teachers perceived their efficacy, which may affect their performance as a teacher of English.

**Keywords:** Self-efficacy, English teaching.

## INTRODUCTION

Although most Thai students have learned English for more than 12 years, their English proficiency is relatively low, either benchmarked regionally or internationally. Dhanasobhon (Online, 2006) and ONEC (2003, p. 75) reported that the problem was caused by poorly-trained teachers, poorly-motivated students, and rare opportunities for student exposure to English outside of class time to the list. Wiryachitra (2002, p. 5, citing Biyaem, 1997) listed the following difficulties in English language teaching and learning in Thailand: teachers' heavy teaching loads, inadequately equipped classrooms and education technology, the university entrance examination system, teachers' insufficient English language skills, cultural knowledge, challenging interference from Thai language, lack of opportunity to use English in their daily lives, unchallenging English lessons, being passive, learners, being too shy to speak English with classmates, being poorly-motivated and suffering from lack of responsibility for their own learning. Dueraman (2013, p. 176) cited that it was hard to find Thai students enjoy extra English reading activities out of their personal interests. Many studies outside Thailand have explored teachers' perceptions of their abilities in teaching English and found that the teachers' self-efficacy was positively correlated with self-reported English proficiency (Klassen, & Tze, 2014, p. 71; Takahashi, 2014, p. 34; Ghonsoolya, Khajavyb, & Mahjoobic, 2014, p. 596). Despite a number of studies on self-efficacy in different subject matters, little



research has been conducted to explore the perceived efficacy of non-native English speaking teachers in different ESL and EFL contexts (Eslami, 2008, p. 13). Little on this issue has been examined in the case of Thai English language teachers. This may play an important role in the failure of English language education in Thailand.

## RESEARCH OBJECTIVE

To study the levels of self-efficacy that may influence Thai primary school English language teachers' confidence in carrying out English teaching tasks in relation to their fields of study or qualifications and years of teaching experience.

## LITERATURE REVIEW

Self-efficacy is the belief about one's ability to achieve desired goals. In his Social Learning Theory, Bandura (1997, p. 36) defined perceived self-efficacy as "beliefs in one's capabilities to organize and execute the courses of action required to produce given attainments." In the same work, he proposed that teachers' judgments about their teaching competence influenced EFL teachers' practice in terms of efforts, goals, and challenges they set up for themselves and for their students. Tschannen-Moran, Woolfolk, & Hoy (1998, p. 233) defined teacher efficacy as the teacher's belief in his or her capability to organize and execute courses of action required to successfully accomplish a specific teaching task in a particular context.

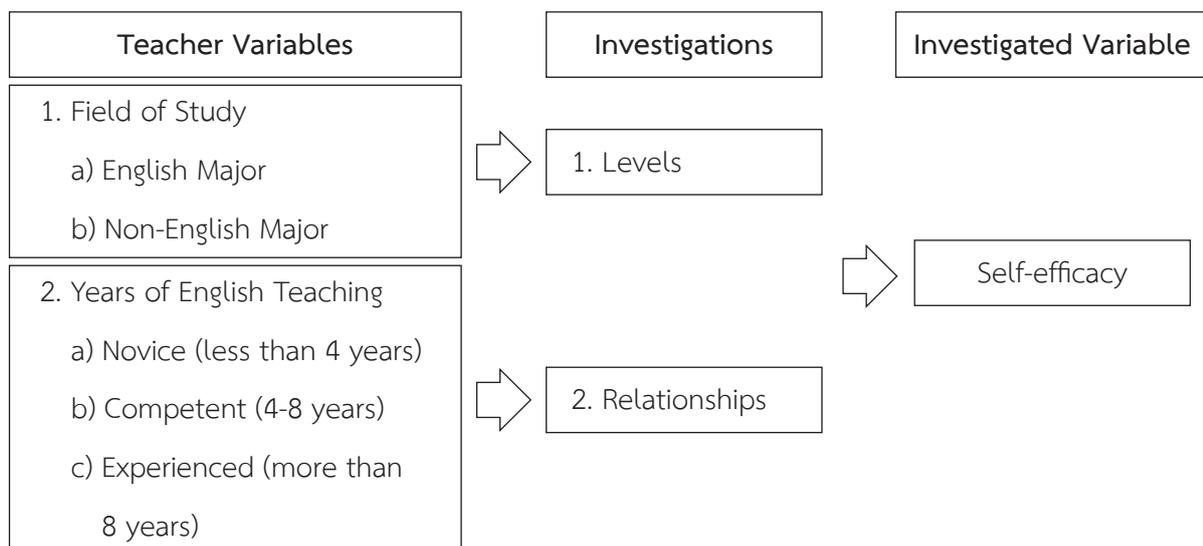
Chacón (2005, p. 258) explored self-efficacy beliefs among EFL teachers in selected schools in Venezuela and found that teachers' perceived efficacy was correlated with self-reported English proficiency; that is, the more proficient the participants judged themselves across the four skills, the higher their sense of efficacy. Examining Iranian EFL teachers' perceptions of their teaching efficacy in terms of personal capabilities to



teach EFL and their perceived English language proficiency level, Eslami (2008, p. 14) also reported a similar correlation between the teachers' perceived efficacy and perceived proficiency. Such correlation has been confirmed by several more research studies (Klassen, & Tze, 2014, p. 72; Ghonsooly, Khajavy, & Mahjoobi, 2014, p. 596).

Teacher self-efficacy was defined as one's perceived competence to deal with all demands and challenges implied in teachers' professional life. Teachers' self-efficacy is related to job satisfaction (Klassen, & Chiu, 2010, p. 753), teaching experience (Oh, 2011, p. 236), supportive school climate (Meristo, & Eisenschmidt, 2014, p. 2), language proficiency and motivation to teach (Damon, 2007, p. 366), and anxiety (Kesen, & Aydın, 2014, p. 881).

## RESEARCH FRAMWORK



## RESEARCH METHODOLOGY

### Samples of the Study

The samples included Thai school teachers of English in public primary schools under the Nakhon Ratchasima Primary Education Service Area Office. The total of 800 schools was randomly selected for this study,



where one teacher of English from each school was asked to answer the questionnaire. As the fields of study and years of English teaching were the main interests in this study, the selection of the schools was totally randomized, regardless of school size, location, and other related properties.

### **Data Collection Tools**

Two data collection tools were used in this study: a questionnaire and a semi-structured interview. The questionnaire consisted of two parts: respondent's background information and teacher's perceived proficiency.

The information asked in the first part included the school's name, years of English teaching, and fields of study at different levels (undergraduate level-major and/or minor, master level, doctoral level, and other additional certification). Years of teaching were classified into three groups: "Novice" (less than 4 years), "Competent" (4-8 years), and "Experienced" (more than 8 years). This information on fields of study was used to classify teachers into English major and non-English major ones. Teachers who indicated their field of study as "English" in any study level, either as major or minor subjects were considered as English major. The rest were classified as non-English major.

The semi-interview was conducted after the respondents had answered the questionnaire. Twelve teachers were randomized for a semi-structured telephone interview. Two teachers were selected from each of the six groups of the participants: Non-English Major-Novice, Non-English Major-Competent, Non-English Major-Experienced, English Major-Novice, English Major-Competent, and English Major- Experienced. They were additionally asked about reasons for their responses to their self-efficacy in relation to their fields of study and years of teaching experience.

### **Data Analysis**

The statistics used in the data analysis included descriptive analysis, analysis for means, correlational analysis, and comparative analysis. The analysis of qualitative data was performed with the response in the semi-structured interview. The analysis was to find patterns of reasons the



respondents provided to explain their responses about their self-efficacy in relation to their field of study and years of English teaching.

## RESULTS

### Number of Respondents

Of the 196 respondents, 119 (60.71 percent) were English majors and 77 (39.29 percent) were non-English majors. Based on their years of teaching, most of the respondents (42.35 percent) had less than 4 years of teaching, while 35.20 and 22.45 percent of them reported more than 8 years and 4-8 years of English teaching, respectively. See Table 1.

Table 1. Number of respondents

Respondents	Frequency	Percent
- Non-English Major	77	39.29
- English Major	119	60.71
Total	196	100.00
- Novice (less than 4 years)	83	42.35
- Competent (4-8 years)	44	22.45
- Experienced (more than 8 years)	69	35.20
Total	196	100.00

### Levels of Self-efficacy

The respondents ( $n=196$ ) reported their self-efficacy at the mean score of 3.40 ( $SD=0.54$ ), which was at the moderate level. A moderate level of self-efficacy was also perceived by all 53 respondents in the Non-English major group (mean=3.21,  $SD=0.49$ ). However, in the English major, only the Novice group viewed their efficacy at the moderate level (mean=3.48,  $SD=0.67$ ), while the other two groups perceived their high level, with the mean score of 3.56 ( $SD=0.43$ ) and 3.55 ( $SD=0.41$ ), respectively. See Table 2.



Table 2. Levels of self-efficacy

Field of Study	Years of Teaching	<i>n</i>	Self-efficacy		
			Mean	<i>SD</i>	Level
Non English Major	Novice	30	3.16	0.43	moderate
	Competent	14	3.01	0.51	moderate
	Experienced	33	3.34	0.50	moderate
	Total	53	3.21	0.49	moderate
English Major	Novice	53	3.48	0.67	moderate
	Competent	30	3.56	0.43	high
	Experienced	36	3.55	0.41	high
	Total	119	3.52	0.54	high
Total	Novice	83	3.36	0.61	moderate
	Competent	44	3.39	0.52	moderate
	Experienced	69	3.45	0.47	moderate
	Total	196	3.40	0.54	moderate

### Comparison of self-efficacy

Statistical comparison of self-efficacy revealed that, while there was no difference among teachers of different years of study, a significant difference at the .01 level was found between the groups of non-English major and English major teachers. The mean score of the latter group was .359 (out of 6) points higher than the former. See Tables 3 and 4.

Table 3. Overall Comparison of self-efficacy

Comparison	Source	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Fields of Study	Contrast	5.406	1	5.406	19.949**	.000
	Error	51.494	190	.271		
Years of Teaching	Contrast	.846	2	.423	1.561	.213
	Error	51.494	190	.271		

\*\* $p < .01$



Table 4. Comparison of the pair of difference in self-efficacy

Field of Study		Mean Difference (I-J)	Std. Error	<i>p</i>	95% Confidence Interval for Difference	
					Lower Bound	Upper Bound
English Major (I)	Non English Major (J)	.359*	.080	.000	.201	.518

\* $p < .05$

### Interviews' Results

Most non-English major teachers reported that they did not have sufficient English proficiency and were not confident in teaching the subject. The most problematic skill for them was speaking. These teachers, especially the Novice group, found professional trainings and self-study essential. However, when these teachers became more experienced, their need for training was reduced. Due to their schools' lack of English-major teachers, these teachers were required to teach the subject. Among these teachers two types were found, determined and undetermined. The determined ones looked forward to professional trainings, were serious about self-study, and were concerned with students' achievement, while the undetermined ones were simply carefree, feeling that, without English proficiency, they were unable to do anything.

Unlike the Non-English group, the English-major teachers felt that they did not have any difficulty teaching the English subject. They were satisfied to teach English and preferred serious professional training. When asked what difficulty they had in their English classes, they said the problems were due to students' poor background, low motivation, and passive class participation.



## DISCUSSION

The respondents reported their overall self-efficacy at the moderate level, as for the Non-English major group. However, in the English major, only the Novice group viewed their efficacy at the moderate level, while the other two groups perceived it at the high level. That most Non-English major teachers perceived their competence at the same level could be due to their low perceived proficiency and low motivation to teach, as reported in Damon (2007, p. 366). This could contribute to anxiety in working, confirming Kesen & Aydın's study (2014, p. 882). And that the Novice English-major teachers' perceived self-efficacy was lower than the other two groups suggested that the Novice teachers still lack experience in teaching, confirming the study of Klassen, & Chiu (2010, p. 754), Oh (2011, p. 240), and Aslrasouli, & Vahid (2014, p. 311).

## CONCLUSION

### **Suggestions for English teachers**

Little study has been conducted to explore the self-efficacy of non-native English speaking teachers in EFL contexts like in Thailand. Therefore, the present study investigated the levels of self-efficacy in relation to fields of study and years of teaching experience of Thai primary school English language teachers. The study indicated that Non-English major teachers suffered anxiety because they underestimated their real competence. The results showed that the more proficient the EFL teachers perceived themselves to be, the more efficacious they felt, and the more satisfied they felt toward their work. Therefore, it is suggested that non-English major teachers believe in their real competence in teaching.

### **Suggestions for future studies**

More studies on the perception of teachers towards these factors should be conducted in more EFL contexts. One variable recommended to make the study of this kind more complete is the students' tested proficiency,



for it is the real product of the whole process. Students' learning contexts like their family, parents, and neighborhoods should be taken into consideration. The relationship between the content of professional training programs and the expectations of participants of their application in a real class is another topic worth examining.

## REFERENCES

- Aslrasouli, M., & Vahid, M. S. P. (2014). An investigation of teaching anxiety among novice and experienced Iranian EFL teachers across gender. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *98*, pp. 304–313.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: W. H. Freeman.
- Chacón, C. T. (2005). Teachers' perceived efficacy among English as a foreign language teachers in middle schools in Venezuela. *Teaching and Teacher Education*, *21*(3), pp. 257-272.
- Damon, W. (2007). Dispositions and teacher assessment: The need for a more rigorous definition. *Journal of Teacher Education*, *58*(5), pp. 365-369.
- Dhanasobhon, S. (2006). *English language teaching dilemma in Thailand* (Online). Available: [https://kukrdb.lib.ku.ac.th/journal/KERJ/search\\_detail/download\\_digital\\_file/200913/131100](https://kukrdb.lib.ku.ac.th/journal/KERJ/search_detail/download_digital_file/200913/131100) [2018, June 23].
- Dueraman, B. (2013). Focus on Thai learners of English: Their self-reports about foreign language learning. *International Research Journal of Arts and Social Sciences*. *2*(7) pp. 176-186.
- Eslami, Z. R., & Fatahi, A. (2008). Teachers' Sense of Self-efficacy, English Proficiency, and Instructional Strategies: A Study of Nonnative EFL Teachers in Iran. *TESL-EJ*, *11*(4), p. 1-19.
- Ghonsooly, B., Khajavy, G. H., & Mahjoobi, F. M. (2014). Self-efficacy and Metacognition as Predictors of Iranian teacher trainees' academic performance: A path analysis approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *98*, pp. 590-598.



- Kesen, A., & Aydin, Z. (2014). Anxiety levels of novice and experienced EFL instructors: Istanbul Aydin University case. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, **116**, pp. 880-883.
- Klassen, R. M., & Chiu, M. M. (2010). Effects on teachers' self-efficacy and job satisfaction: Teacher gender, years of experience, and job stress. *Journal of Educational Psychology*, **102**(3), p. 741.
- Klassen, R. M., & Tze, V. M. (2014). Teachers' self-efficacy, personality, and teaching effectiveness: A meta-analysis. *Educational Research Review*, **12**, pp. 59-76.
- Meristo, M., & Eisenschmidt, E. (2014). Novice teachers' perceptions of school climate and self-efficacy. *International Journal of Educational Research*, **67**, pp. 1-10.
- Office of the National Education Commission (ONEC). (2003). *Education in Thailand 2002/2003*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Oh, S. (2011). Preservice teachers' sense of efficacy and its sources. *Psychology*, **2**(3), p. 235.
- Takahashi, H. (2014). Nonnative English-speaking teachers' self-perceived language proficiency levels, anxieties, and learning strategies. *International Journal of Christianity and English Language Teaching*, **1**(1), p. 4.
- Tschannen-Moran, M., Hoy, A., & Hoy, W. (1998). Teacher efficacy: Its meaning and measure. *Review of Educational Research*, **68**(2), pp. 202-248.
- Wiriyaichitra, A. (2002). English language teaching and learning in Thailand in this decade. *Thai TESOL Focus*, **15**(1), pp. 4-9.



# THE INFLUENCE OF EXTERNAL ENVIRONMENTAL FACTORS ON THE CONSUMPTION BEHAVIOUR OF CHINA'S NEW MAINSTREAM FILM AUDIENCES

Qi Wu, Eksiri Niyomsilp\*

Ph.D. Candidate (Management), School of Management, Shinawatra University, Academic Year 2022,  
e-Mail: fiveseven5757@163.com

(Received: 2022, February 5; Revised: 2022, April 25; Accepted: 2022, April 30)

## ABSTRACT

In China, almost all the new mainstream films have gained good word-of-mouth and high box office. This paper aimed to find out the effect of external environmental factors and the mediator effect of internal factors on the consumption behavior of the new mainstream movie audiences. Based on quantitative research method, this paper adopted questionnaire survey to collect data. A total of 444 valid questionnaires were collected. AMOS software was used for structural equation model test of hypothesis. Respondents had to have experience watching new mainstream Chinese films, and the author relied on the Film and Television of Communication University and the Film Association to distribute the questionnaire.

It was found that cultural values and internal psychological factors had a direct positive impact on ticket buying behavior. When internal psychological factors were used as mediating variables, marketing mix, cultural values, group pressure and media information could all have a positive impact on ticket buying behavior. Therefore, in order to further improve the box office, filmmakers should pay special attention to the formulation of industrial policies to improve the recognition of cultural values, and the society should strengthen art education to improve the

---

\*Ph.D., Management, School of Management, Shinawatra University. e-Mail: eksiri.n@siu.ac.th  
(Corresponding Author)



audience's aesthetic appreciation.

**Keywords:** external environmental factors, consumption behavior, china's new mainstream films audiences.

## INTRODUCTION

Since 2010, China's new mainstream films have gradually become an important genre among all kinds of films, and have achieved high box office and good public praise. Box office returns, however, are a risky business, with only three or four out of ten films breaking even. Combing through box-office data from the past decade, the authors found that almost all new mainstream films were profitable. In the process of literature review, it can be found that the concept of new mainstream film in China was first put forward by Ning Ma in 2000: the real starting point of new mainstream film. (Ning, 1999 p. 3). As a popular film genre with high box office, new mainstream films have not been studied on the influencing factors of their consumption behavior. This paper will find out the factors influencing the high box office of new mainstream films in China from the perspective of audience consumption behavior. So as to provide advice for the next investment direction of film investors, so that they can get the maximum profit.

## RESAERCH OBJECTIVES

1. To explore the external environmental factor on the ticket buying behavior of China's new mainstream films.
2. To study the external environmental factor on behavior of buying ticket through audience internal factor.
3. To study the degree of influence of various factors on audience's ticket buying behavior.



## CONCEPTUAL FRAMEWORK

In the process of consumer behavior research, the academic field has put forward different theoretical models to explain consumer buying behavior. This paper takes Schiffman and Canuk model as the main model, and refer to Kotler model and Howard and Shays model to establish the basic theoretical research framework. This framework consists of three parts: external environmental factors, internal psychological factors and consumer behavior, which constitute independent variables, mediator variables and dependent variables respectively.

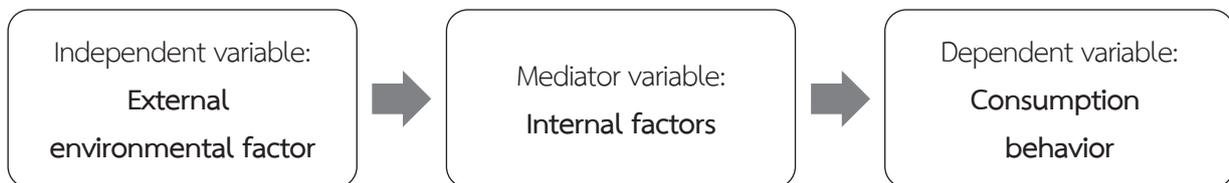


Figure 1. Main concept to modify for conceptual framework

Although the theoretical framework of consumer behavior is almost as shown in the figure above, different researchers have different sub-variables for movie ticket buying behavior. The most representative scholar to study the factors influencing box office in the world is Litman from the United States. In the article "prediction of film economic success: based on the experience of people in the 1980s", he attributed the main influencing factors to three major factors including creativity, distribution and marketing. (Litman, 1989, pp. 35-36) Gilad Mishne and Natalie Glance noticed the guiding effect of the rise of the Internet and new media on public opinion .After obtaining the audience's evaluation of the film through micro-blog, the empirical analysis method is used to find that the quantity of evaluation has a far greater impact on the box office than the quality of evaluation. (Gilad, & Natalie, 2006, pp. 2-3) Justin connor pointed out that the economic value of cultural products mainly depends on the amount of



cultural value they carry. For the film industry, its box office revenue depends on the spiritual value of the film itself and the quality of cultural connotation. Wenbin Zhang and Steven Skiena note that exposure has a positive impact on the box office. They believe that only by letting the audience know the information about a certain film can the audience's interest be aroused, especially the tidbits, posters and trailers related to the film's main creative team and the story. (Wenbin, & Steven, 2009, pp. 51-53) In the process of reading literature, the author found that there are as many as 13 kinds of film type common in the west, different influencing factors of different types of box office films. Combined with the changes of audience culture, consumers' tastes and preferences, different types of audiences have different understandings in the same film. As a result, the research conclusions of scholars on the influence of film types on box office are different and difficult to be unified. In addition, through literature review of journal articles including (Shan, 2019, pp. 40; Nannan, 2017, pp. 33-34; Liyu, 2013, p. 53; Xiaoping, 2016, p. 61; Hongdi, 2015, p. 6; Xuguang, 2017, pp. 13-21). The research framework of is obtained.

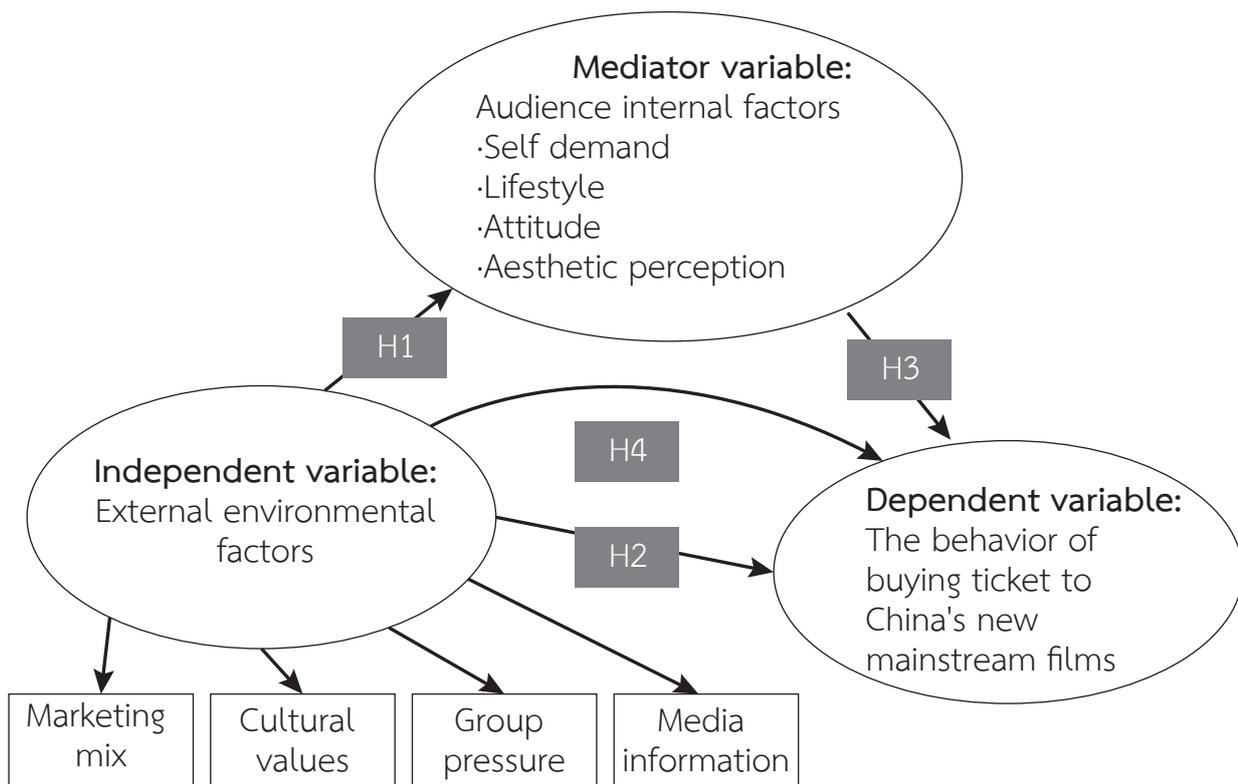


Figure 2. Conceptual framework from original study

Source: Designed by the author, the following will be represented by abbreviations in parentheses.

This paper proposes the following hypothesis 1) Assumptions about independent variables and mediator variables: Marketing mix, Cultural values, Group pressure, Media information have a positive impact on the audience's internal factors. 2) Assumptions about independent variables and dependent variables: Marketing mix, Cultural values, Group pressure, and Media information has a positive impact on ticket buying behavior. 3) Assumptions about mediator variables and dependent variables: Audience's internal factors have an impact on the ticket buying behavior. 4) Assumptions about mediator effect: Marketing mix, Cultural factors, Social pressure, and Media information has a positive impact on ticket buying behavior through audience's internal factors.



## RESEARCH METHODOLOGY

### Population and sample size

The population for the study is for all Chinese audiences who like watching movies. Only the audiences who often go to the cinema can make a correct judgment and evaluation on the new mainstream films in China more objectively. According to the 2021 China film market report, the country's mainstream movie-goers made 11.67 million visits in 2021. (China film bureau, Online, 2021) China has a population of 1.4 billion, which is too large for the data collection of this study. In this paper, the Cochran formula is chosen for research. According to the formula, the sample number is 384.

### Research tool and quality

Likert's scale was adopted to set five options from "totally disagree" to "totally agree", and a score of 1 to 5 was given to measure. 30 pretest questionnaires were distributed and recovered through the Questionnaire star APP. The audience of Chinese new mainstream films living in Taiyuan, Shanxi Province is selected as the research object. Because Taiyuan can represent most of China's provincial capitals. The respondents are limited to the consumers who like movies and have watched movies in the cinema in the past year. A total of 502 questionnaires were issued, 58 invalid questionnaires were removed, and a total of 444 valid questionnaires were collected.

### Data analysis

This chapter mainly studies hypothesis testing. On the basis of questionnaire recovery, SPSS23.00 was used to conduct descriptive statistics, Variance analysis, reliability test, exploratory factor analysis and correlation analysis for each variable. The confirmatory factor analysis was performed using AMOS and the hypotheses were tested using structural equations.



## RESEARCH RESULTS

### Structural equation model

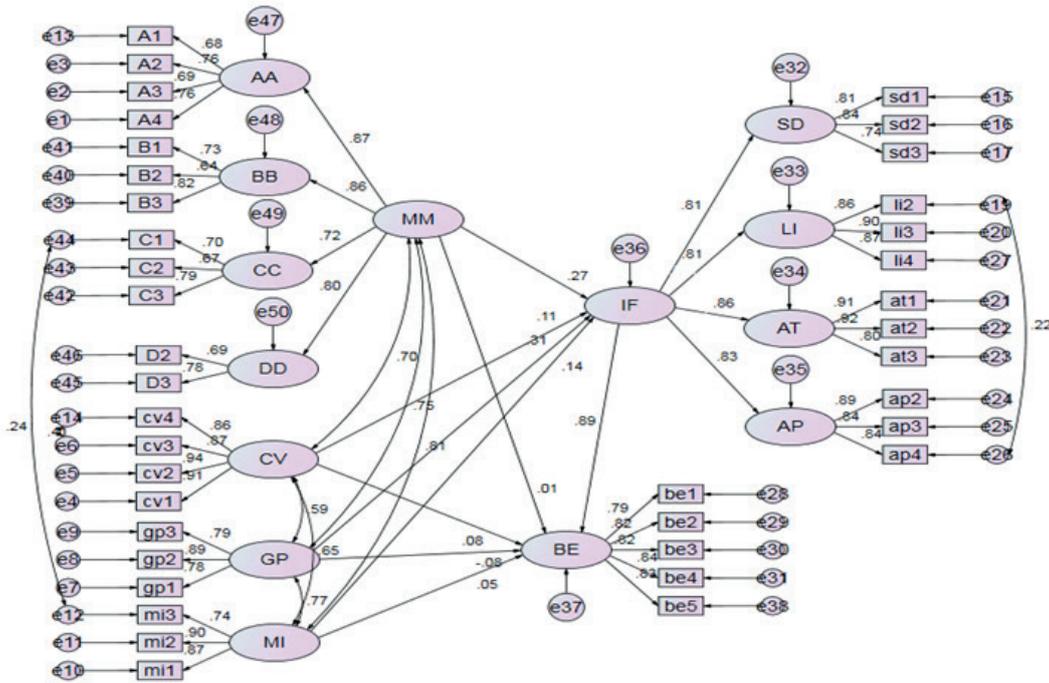


Figure 3. Structural of equation model of fitting degree index

Table 1. Model parameters of data analysis

			Nonstandard parameter	S.E.	Standard parameters	C.R.	<i>p</i>
IF	<---	MM	0.424	0.169	0.274	2.515	0.012*
IF	<---	CV	0.119	0.067	0.110	1.776	0.076
IF	<---	GP	0.343	0.091	0.308	3.771	0.000***
IF	<---	MI	0.143	0.098	0.135	2.548	0.011*
BE	<---	MI	0.048	0.064	0.053	0.748	0.454
BE	<---	GP	-0.071	0.06	-0.075	-1.182	0.237
BE	<---	CV	0.074	0.044	0.081	3.161	0.000***
BE	<---	MM	0.01	0.109	0.008	0.094	0.925



Table 1. (Contitued)

			Nonstandard parameter	S.E.	Standard parameters	C.R.	<i>p</i>
BE	<---	IF	0.753	0.053	0.887	14.336	0.000***
SD	<---	IF	0.712	0.046	0.806	15.474	0.000***
AT	<---	IF	0.775	0.04	0.857	19.296	0.000***
AP	<---	IF	0.912	0.042	0.833	21.549	0.000***
LI	<---	IF	1		0.805		

\* $p < .05$ , \*\*\* $p < .001$

As can be seen from the table

1. Marketing mix, Group pressure and Media information all had significant influence on internal factors ( $p < .05$ ), with regression coefficients of 0.274, 0.308 and 0.135, respectively; Culture value has a weak influence on internal factors, only reaching the significance level of .001.

2. Culture value and internal factors had significant influence on buying ticket behavior ( $p < .05$ ). The regression coefficient was 0.081 and 0.887, while Marketing mix, Group pressure and Media information had no significant influence on BE ( $p > .05$ ).

3. Marketing mix, culture values, group pressure, media information, self-demand, lifestyle, attitude, aesthetic perception and buying ticket behavior, all the variables reached the significance level of .05, indicating that they all made significant contributions to the model.



Table 2. Bootstrap of mediating effect analysis

The path	Effect	Effect estimates	90% confidence interval		$p$	Judgment
			The path	The path		
MM-IF-BE	Total	0.251	0.074	0.403	0.021	Complete mediation model
	Direct	0.008	-0.161	0.144	0.985	
	Indirect	0.243	0.145	0.369	0.001	
CV -IF-BE	Total	0.178	0.076	0.268	0.004	Complete mediation model
	Direct	0.081	-0.008	0.179	0.134	
	Indirect	0.097	0.004	0.193	0.084	
GP -IF-BE	Total	0.198	0.061	0.333	0.024	Complete mediation model
	Direct	-0.075	-0.228	0.057	0.298	
	Indirect	0.273	0.182	0.399	0.000	
MI-IF-BE	Total	0.173	0.036	0.325	0.040	Complete mediation model
	Direct	0.053	-0.072	0.212	0.477	
	Indirect	0.120	0.008	0.226	0.078	

The Bootstrap analysis results showed that the 90% confidence interval of indirect effects did not include 0, indicating the existence of indirect effects. The 90% confidence interval for direct effects includes 0, indicating that direct effects do not exist. Indirect effects exist and direct effects do not exist, indicating a complete mediation model in this study.

1. As external environmental, marketing mix, group pressure and media information have a positive impact on internal psychological factors. Cultural values and internal psychological factors have a direct positive impact on ticket buying behavior.

2. When internal psychological factors are used as mediating variables, marketing mix, cultural values, group pressure and media information all have a positive impact on ticket purchasing behavior.



3. According to the regression coefficient, indicating that group pressure has the greatest impact on individual psychological factors in the external environment, followed by marketing mix and media information. Cultural values and internal psychological factors have a direct positive impact on ticket buying behavior, and the regression coefficient is 0.081 and 0.887 respectively, indicating that internal psychological factors have the greatest impact on ticket buying behavior. When internal psychological factors are used as mediating variables, the influence of audience attitude as a mediating variable is the largest.

## DISCUSSION

China's new mainstream films have excellent internal and external qualities. The characters portrayed in the films are different from the perfect images in the previous theme films, but choose a new human perspective to interpret the values and mainstream spirit of the theme films. Both its excellent production quality and its firm collectivism and patriotism are the core selling points of differentiation from other theme films.

1. According to the research results, cultural values are the only environmental factor that directly affects the audience's ticket buying behavior, so it is very important to create an identity concept of cultural values. In the future, new mainstream films should continue to build Bridges between mainstream values and the audience, so that the audience can gain a sense of honor and mission from the exquisite and closed story experience. Therefore, it is necessary to strengthen the implementation of film industry policies and improve their effectiveness.

Many countries in the world guide audience values through film industry policies. In Hollywood of America, movies are not pure entertainment as some people understand, but "national propaganda". In a memo to the White House in the 1920s, the motion picture association of America made it clear: "movies can be the best way to conduct national propaganda at a



minimal or even zero cost. (Jinghua, 2004, p. 11) In Bollywood of India, India's film industry has long been a strength as a powerhouse producing more than 1,000 films a year. (Mihir, 2018, p. 39) In Britain, France, Japan and other countries also spare no effort to promote the development of cultural industry through government plans. Since 1997, Britain has made the development of creative industries a national strategy. In the 1990s, the Japanese government put forward the slogan of "Anime diplomacy" and quickly gained a leading position in the global market in the field of anime mainly consumed by teenagers, which greatly improving the image of Japan. (Dan, 2015, p. 87) The film Industry Promotion Law, the first law on the film industry, was enacted in 2017, which should be taken as an opportunity to enhance the effectiveness of film industry policies. In the process of formulating film industry policies, we should start from the feasibility of policy implementation, clarify the specific content of the policy and strengthen the implementation of the policy.

2. According to the data analysis, aesthetic perception, as one of the mediating factors, is an important psychological factor that affects the audience's behavioral intention to purchase tickets. Jauss, one of the researchers of reception aesthetics, put forward the concept of "horizon of expectation" in reception aesthetics. "Horizon of expectations" is a kind of literature acceptance activity, which is "readers' directional and potential aesthetic expectation of works before reading and understanding, and this expectation has a relatively certain space. (Jauss, 1987, p. 155) The choice of such grand themes does conform to the cultural genes and value appeals of the new mainstream films. However, whether such films can continue to bring aesthetic expectations and fresh experiences to the audience, will largely determine the development trend of new mainstream films in the future.

Wolfgang Iser also believes that the summoning structure is the essential feature of any text. The more uncertainty and white space there are in the text, the richer the meaning and connotation given by the text



will be. (Wolfgong, 1969, p. 11) Only when the reader's reading activity is given play can the reader be attracted by the work. So, readers are encouraged to keep up with the author's thinking and adjust their aesthetic expectations accordingly, so that they can grow in reading, and finally the work is sublimated, and the intrinsic meaning and artistic value of the text can be realized. However, if the text inserts too much white space, beyond the reader's "horizon of expectation" wild, the reader feels difficult to grasp, will end the reading of the work. Therefore, the author must lay appropriate "blanks" and "uncertainties" within the scope of satisfying the reader's "horizon of expectations". The movie-going needs of moviegoers are diversified. Therefore, for the new mainstream films in China, it is necessary to strengthen the grasp of the movie-going psychology in the production process. To stimulate the consumption demand and increase the vitality of film consumption by satisfying the needs of different film audience.

3. Through the empirical research results, it can be found that the product, price, channel and promotion in marketing will influence the ticket buying behavior of the audience through their psychological factors, and the product is the sub-factor with the highest degree of influence. In 1960, McCarthy, an American marketing expert E. J. Professor Macarthy creatively put forward the famous 4P marketing mix theory, namely Product, Price, Place and Promotion. (William, 2004, p. 97) According to the research results, the quality of the product is the most important thing for the audience in the film marketing. Audiences have high requirements on "plot content", "audiovisual technology", "actor selection" and "genre degree". In the future, new mainstream films in China should first continue the new changes presented by new mainstream films in narration, that is, the unification of individual value and macro consciousness should be reflected, it also reflects the harmonious relationship between the state and the individual, which makes the narration of the new mainstream film have humanistic concern and make the audience obtain some illusory sense of heroism and achievement through the film narration. Combined with the questionnaire



on the data analysis results can be found on the level of marketing, marketing strategy matrix mean value of 3.7, and the score is relatively uniform, visible "film narrative and audio-visual", "promotion", "the ticket price", "place" marketing is to the audience to watch the new mainstream Chinese film a larger impact on behavior choice. Therefore, it is suggested that China's new mainstream films in the future can be as follows: First, based on the film product itself, improve the film quality. Secondly, integrate marketing tools to improve the communication effect. Whether through traditional marketing methods or online communication using Internet technology, we should give full consideration to the actual situation of film products and carry out accurate marketing in combination with the positioning of films and target audiences. At last. Develop IP industry chain, so that the development of film products from scripts to derivatives can achieve revenue, to form a more loyal fan group to contribute to the film IP consumption.

## RECOMMENDATIONS

### Recommendation in research in use

1. Researchers find out the key factors influencing China's new mainstream box office in this paper and fill in some gaps in the study of film consumption behavior. Filmmakers should pay special attention to the formulation of industrial policies to improve the recognition of cultural values, and the society should strengthen art education to improve the audience's aesthetic appreciation.

2. Suggestions can be provided for the next investment direction, so as to maximize the profits of film investors and promote the prosperity of film industry. New mainstream Chinese films remain one of the genres filmmakers can invest in.

### Recommendations in research in future

1. In terms of influencing factors of audience behavior, researchers



can compare the influencing factors of the behavior of new mainstream movie audiences in China with those of other types of movies.

2. The future research on the influencing factors of ticket buying behavior of new mainstream films in China can focus on the audience's internal psychological factors, and separate independent variables of self demand, lifestyle, attitude and aesthetic perception can be incorporated into the structural equation model.

3. The film industry has been greatly affected by the global spread of COVID-19, with cinemas sometimes closed and audiences' ticketing behavior affected by the epidemic prevention and control policies. Future research can focus on online film screening according to the actual situation of the latest film industry.

## REFERENCES

- China Film Bureau. (2021). *China Hall of Film* (Online). Available: <http://Chinafilm.gov.cn> [2021, November 8].
- Dan, Xie. (2015). *Image infiltration of national image Construction —— A Study on the creative value of Korean director Lin Quan-taek's films*. Drama and Film Science and Art Program, School of Academy of Television and Film Chongqing University.
- Gilad, Mishne., & Natalie, Glance. (2006). *Leave a Reply: An Analysis of Weblog Comments* (3rd ed.). Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem, Edinburgh: UK.
- Hongdi, Nie. (2015). *An empirical study on the factors affecting the movie box office revenue in China*. Program of Production management, Management, School of Management Beijing JiaoTong University.
- Jauss, H.R. (1987). *Reception aesthetics and reception theory*. Shen Yang Liao: Liaoning Publishing House.
- Jinghua, Dai. (2004). *Film criticism*. Beijing: Peking University Press.



- Litman, B. R. (1989). Predicting Success of Theatrical Movies: The 80's Experience. *Journal of Media Economics*, 11(3), pp. 35-50.
- Liyu, Liu. (2013). *The influence of the film reputation on young consumer's willing*. Program of Production Management Management, School of Management Hunan University.
- Mihir, Bose. (2018). *A history of Bollywood cinema*. Shanghai, Shanghai province: Fudan University Press.
- Nannan, Cao. (2017). *Research on Arts consumer behavior of domestic big-budget Movies*. Theory of art Arts Management Program, College of Art and Design Wuhan University of Technology.
- Ning, Ma. (1999). 2000: The real beginning of the new mainstream. *Contemporary Cinema*, 2, pp. 16-19.
- Shan, Sang. (2019). *Study on influence of overseas imported movies on Chinese film audience consumption preference based on TRA Model*. Program of News and Communication News and Media Management, School of Management ZheJiang University.
- Wenbin, Zhang., & Steven, Skiena. (2009). *Improving Movie Gross Prediction through News Analysis*. in ACM International Conference on Web Intelligence.
- William, J. B. (2004). *Management and the arts*. Beijing: Five Senses.
- Wolfgong, Iser. (1969). *The summoning structure of text*. Beijing: China Social Sciences Press.
- Xiaoping, Fan. (2016). *Research on the Motivation and behavior intention of superhero movie audience——take marvel movies as an example*. Journalism and Communication program Department of Communication, School of Journalism and Communication Jinan University.
- Xuguang, Chen. (2017). *Chinese New Mainstream Blockbuster Movie: Interpretation and Construction*. Movie and Media program, Hundred Schools in Arts Hunan University and Technology.



# RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN UNIVERSITY TEACHERS' PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND ORGANIZATIONAL COMMITMENTS

Yueqi Han, Eksiri Niyomsilp\*

Ph.D.Candidate, (Management) School of Management, Shinawatra University Academic Year 2022

e-Mail: hanyueqi163@163.com

(Received: 2022, January 30; Revised: 2022, April 27; Accepted: 2022, April 30)

## ABSTRACT

The objectives of this study were to study factors of psychological capital influencing the university teachers' organizational commitment in Shanxi Province, China. This quantitative research design made use of a questionnaire to collect data from the teachers. Descriptive statistics were employed to analyze the data and inferential statistics. This research found that psychological capital of university teachers had a significant impact on organizational commitment.

University administrators need to increase the psychological capital investment of teachers, shape a positive and healthy work attitude, and enhance the professionalism of teachers. They also need to attach importance to the guidance of university teachers' organizational commitments and continue to effectively improve university organizational performance and core competitive advantages.

**Keywords:** Organizational Commitment, Psychological Capital University Teachers.

---

\*Ph.D., Management, School of Management, Shinawatra University. e-Mail: eksiri.n@siu.ac.th  
(Corresponding Author)



## INTRODUCTION

With the development of information technology, more and more intelligent devices are used in teaching methods of teachers, and students can acquire knowledge online and offline in multiple ways (Bai, Ling & Li, 2011). And higher requirements are put forward for the level of teachers. Many teachers failed to adjust their mentality in time in the classroom education reform, intelligent equipment update, and service process expansion, reduced organizational commitment (Ke & Sun, 2018).

Psychological capital refers to the positive psychological state shown by an individual in the process of growth, and is a psychological resource that promotes personal growth and performance improvement (Luthans, Avolio, Walumbwa & Li, 2005, p. 251). The theory of psychological capital believes that individuals can shape a psychological state that is more suitable for the work environment through the guidance of psychological capital, and promote their continuous integration into the work environment and career development, so as to give full play to their initiative and stimulate their creativity (Zhong, 2007, p. 329). Psychological capital mainly includes four dimensions: self-confidence, hope, optimism and tenacity (Luthans, Vogelgesang, & Lester, 2006, p. 388).

Organizational commitment theory originated in the 1960s and can be divided into following 2 dimensions. Emotional commitment is an individual's active commitment to an organization, the individual is willing to accept the organization's culture and system, and is willing to integrate into the organization's management. Continuous commitment refers to the individual's commitment to the organization (Sui, 2008, p. 18).



## RESEARCH OBJECTIVES

1. To study the influence on psychological capital and organizational commitment.
2. To explore new positive ways to improve the organizational commitment of universities teachers.

## RESEARCH METHODOLOGY

**Research Design** This study uses questionnaires to collect data and conduct research using empirical research methods. From the number of calculated by Yamane that university teachers who currently are in office of different universities (Abu, 1967, p.129).

**Population and Sample** According to the statistics of Shanxi Provincial Education Commission, the number of academics of universities in Shanxi as population 22,610. The sample size would be 397 calculated by Yamane's formula for determining the sample size.

**Variable Measurement** In terms of measurement dimensions, except control variables, this study also introduces 2 main variables, psychological capital and organizational commitment. The independent variable scale is the psychological capital scale (Luthans, James & Patera, 2008, p. 269). The dependent variable scale is the University Teachers' Organizational Commitment scale.

### Reliability and Validity Analysis

**Reliability Analysis** The reliability analysis of the psychological capital scale, the minimum CITC value is .95, both greater than .40. the minimum Cronbach's Alpha value if Item Deleted is .94 greater than .70; the Total Cronbach's Alpha is .954, which is greater than .70, indicate that the overall reliability level is high and there is no need to delete the item. Psychological capital scale have good reliability and meet the requirements of data analysis.

**Validity Analysis** The validity analysis of the organizational commitment scale and KMO coefficient of the psychological capital scale is .787, higher



than .70 And the Chi-square value of Bartlett's Test of Sphericity is 3741.119 ( $p < .001$ ), indicating that it is suitable for factor analysis. Using feature values greater than 1 as the standard extraction factor, a total of 2 main components were obtained, with feature values of 7.186, and 2.414, respectively, which explained a total variation of 62.62%. The factors of the 24 items are consistent with the original hypothetical dimensions, and there is no cross-factor loading. The factor loads of items emotional commitment 4 and continuous commitment 4 are .453 and .468, which is slightly lower than the .50 standard, which basically meets the effect Degree test, organizational commitment scale has a high structural validity.

**Data Collecting Method** Using questionnaire to collect first-hand data. Refer to the established foreign scale, combined with the opinions of experts and scholars to modify and improve, and finally determine the questionnaire.

**Data Analysis** Use descriptive analysis of each problem in this thesis was expressed. Use difference test in condition if the difference test if significant, then in the subsequent regression analysis, these demographic statistical variables need to be used as control variables to exclude the influence of non-study variables. Use correlation analysis in each research variable, and the preliminary prediction of whether the relationship between variables is consistent with the hypothesis of this study. Use linear regression analysis method is used to verify the relevant hypothesis.

## RESEARCH RESULTS

### Descriptive Analysis of Demographic Profile

Majority of the respondents were male which slightly more than female academics, respondent age which the most university academics are between 36 and 40 years old. Working experience of the samples are mostly 11-15 years. Most of the academics in universities in Shanxi are Master degree. Income were 4,001-6,000 yuan. Majority were humanities,



and second tier universities and third tier universities are the vast majority that more than first tier universities.

### Descriptive Analysis of Variables

As the result from analysis, revealed that the respondents placed talent training performance at the highest level (mean=4.17), followed by job performance, self-confidence, optimism, psychological capital, hope, tenacity, scientific research performance, social service performance. Above the Median 3 points.

### Regression Analysis

It can be seen from table blow that the psychological capital of teachers is positively correlated with emotional commitment and continuous commitment. The correlation coefficients R of teachers' psychological capital, emotional commitment and continuous commitment are 0.809 and 0.565, respectively, and the p values of both are less than .001, indicating that the psychological capital of teachers has a significant positive correlation with both. H1 and H2 are verified. (Table1.)

Table 1. Regression analysis results of psychological capital on Organizational Commitment

Item	Variable	Emotional Commitment	Continuous Commitment
		H1	H2
Control variable	Age	0.008	0.133
	Working Experience	-0.041	0.109
	Academic Degree	-0.037	-0.105
	Professional Title	0.198	0.176
Main effect	Psychological Capital		
	$\beta$	0.813***	0.569***
	r R <sup>2</sup>	0.491	0.254
	Adjusted R <sup>2</sup>	0.409	0.335
	F	18.429***	9.981***

\*\*\* $p < .001$



## DISCUSSION

The regression conclusion shows that there is a significant positive correlation between the psychological capital of teachers and emotional commitment and continuous commitment. High-level psychological capital can effectively enhance the organizational commitment of teachers, and encourage them to love colleges and universities and their positions as teachers (Jiang, 2018, p. 125). Combining psychological capital theory (Luthans, Avolio, Walumbwa & Li, 2005, p. 251), the optimistic, confident and hopeful mental state of teachers helps them actively integrate into the working environment and organizational culture of colleges and universities, enhance their sense of organizational identity, voluntarily follow the rules and regulations of colleges and universities to carry out their work (Kang, 2019, p. 74). High-level psychological capital can effectively improve the resilience and self-satisfaction of teachers in their work, and encourage them to work voluntarily, continuously and enthusiastically (Guo, Guo & Meng, 2019, p. 76).

## RECOMMENDATION

### **Recommendation for Research Results in Use**

1. Increase the psychological capital investment. To shape a positive and healthy work attitude, and enhance the professionalism of teachers
2. Pay attention to organizational commitments guidance. To transform psychological capital into organizational commitment and behavioral orientation, so as to enhance the loyalty of teachers and make them love the cause of colleges and universities

### **Recommendation for Further Research**

1. A larger sampling should be taken, and the universities should be further divided into research-type, research-teaching-type, teaching-research-type, and teaching-type to discuss separately to verify the conclusions of this study.



2. Subsequent research may consider further extending the existing theoretical models, looking for effective adjustments or incorporating other intermediary variables into the model, thereby enriching the relevant content of the mechanism of psychological capital's impact on organizational commitments.

## REFERENCES

- Abu Yaman, I. K. (1967). Biologie des prozessiosspinnners (*thaumetopoea wilkinsoni* tams) in jordanien. *Anzger für Schdlingskunde*, *40*(10), pp. 154-156.
- Bai, Guanglin, Ling, Wenzhen, & Li, Guohao. (2011). Research on the relationship between occupational plateau and job satisfaction, organizational commitment and turnover intention. *Soft Science*, *2*, pp. 108-111.
- Guo, Tongmei, Guo, Qiuyun, & Meng, Libing. (2019). Research on the relationship between psychological capital and innovation performance of knowledge workers. *Economic*, *10*, pp. 71-78.
- Jiang, Ling. (2018). A comparative study on the professional learning community of librarians at home and abroad from a cross-cultural perspective. *Library Work and Research*, *3*, pp. 122-128.
- Kang, Chaoqun & Yang, Qing. (2019). The influence of the psychological capital of university librarians on their organizational citizenship behavior: the mediating role of organizational commitment. *Libraries*, *5*, pp. 1-7.
- Ke, Jianglin & Sun, Jianmin. (2018). The influence of internal control personality, transformational leadership and organizational culture on employees' psychological capital. *Economics and Management Research*, *9*, pp. 136-144.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Li, W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, *1*(2), pp. 249-271.



- Luthans, F., Vogelgesang, G. R., & Lester, P. B. (2006). Developing the psychological capital of resiliency. *Human Resource Development Review*, 5(1), pp. 25-44.
- Luthans, F. , Avey, J. B. , & Patera, J. L. (2008). Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital. *Academy of Management Learning & Education*, 7(2), pp. 209-221.
- Sui, Yifan., & Tang, Qianfan. (2008). A 30-year development practice study of social services in Chinese universities. *Chinese Higher Education Research*, 11, pp. 18-22.
- Zhong, Lifeng. (2007). Influence of psychological capital on employees' job performance, organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Acta Psychological Society* 2, pp. 328-334.



# การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด

## THE DEVELOPMENT OF STEM EDUCATION LEARNING MANAGEMENT MODEL FOR EARLY CHILDHOOD TEACHERS IN ROI ET PROVINCE

ศักดิ์ศรี สืบสิงห์, สุภิมล บุญพอก\*, นิธินาถ อุดมสันต์\*\*

Saksri Suebsing, Supimol Boonpok\* Nitthinarth Udomsun\*\*

รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาวิชาชีพครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด,

e-Mail: sci.sak@gmail.com (Corresponding Author)

Associate Professor, Teacher Profession, Faculty of Education, Roi Et Rajabhat University,

e-Mail: sci.sak@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2021, December 7; Revised: 2022, March 4; Accepted: 2022, March 8)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 และเพื่อเปรียบเทียบผลการพัฒนาครูด้านการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูที่สอนระดับปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นแบบไม่เป็นสัดส่วน (Disproportionate stratified random sampling) จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คู่มือการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา แบบทดสอบก่อนและหลังฝึกอบรมการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และแบบประเมินความพึงพอใจของครูที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที่  $t$  test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า

1. ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด มีประสิทธิภาพ 81.50/91.20 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80

\*, \*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด,  
e-Mail: supi24child@gmail.com, noiudomsan@gmail.com

Assistant professor, Early Childhood Education Program, Roi Et Rajabhat University,  
e-Mail: supi24child@gmail.com, noiudomsan@gmail.com



2. ผลการเปรียบเทียบคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้ที่เน้น STEM Education

**คำสำคัญ:** การพัฒนาการจัดการเรียนรู้, การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา, สะเต็มศึกษา

## ABSTRACT

This study aimed to study the effectiveness of STEM Education learning management for early childhood teachers in Roi Et Province in accordance with specified criteria 80/80 and to compare the results of teacher development in learning management emphasizing STEM Education for early childhood teachers in Roi Et. The sample groups selected by Disproportionate stratified random sampling were 200 early childhood teachers in Roi Et. The tool used in the study was a full-scale learning management manual. The test before and after training for learning management STEM and the satisfaction assessment of teachers and students towards learning STEM management study were conducted. Statistics used in data analysis were mean, standard deviation, percentage, and t test by using statistical package program. It was found as follows:

1. The efficiency of learning activities using full-scale learning management for early childhood teachers in Roi Et Province had the efficiency level of 81.50/91.20, which was higher than the set criteria 80/80.

2. The comparison of achievement test scores before and after learning management by using learning management study by STEM Education for early childhood teachers in Roi Et Province had a significant difference at the .01 level, with the average score after learning management higher than that before learning management using learning management study by STEM Education.

**Keywords:** The development of learning, Learning management study by STEM Education.



## บทนำ

การจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาผู้สอนเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ คือ เป็นผู้อำนวยความสะดวกและโค้ชผู้เรียน โดยสร้างสถานการณ์ที่เป็นปัญหาที่ท้าทายความคิดของผู้เรียน และให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาโดยใช้ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ดังนั้น เพื่อให้การจัดการเรียนรู้ดังกล่าวมีประสิทธิภาพมากที่สุดผู้สอนจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษา โดยจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียนและบริบทของชั้นเรียน นอกจากนี้การจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่นั้น ผู้สอนควรวัดและประเมินผลผู้เรียนว่ามีความรู้ความเข้าใจมีทักษะและเจตคติต่อการจัดการเรียนรู้ดังกล่าว ซึ่งในการวัดและประเมินผลตามแนวสะเต็มศึกษาสามารถทำได้ 2 วิธี คือ 1. กรณีที่ผู้สอนใช้วิธีการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry-based Learning) ในการสอนวิทยาศาสตร์ ผู้สอนสามารถประเมินผู้เรียน ดังนี้ 1.1) การตั้งคำถามในแบบทดสอบ 1.2) การปฏิบัติการทดลอง 1.3) การรายงานผลการทดลอง 1.4) การศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการทดลอง 2. กรณีที่ผู้สอนใช้วิธีการจัดการเรียนรู้โดยการออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design) ผู้สอนสามารถประเมินกระบวนการออกแบบทางวิศวกรรมของผู้เรียน ดังนี้ 2.1) การระดมความคิด 2.2) การพัฒนาโมเดลต้นแบบ 2.3) การทำงานเป็นทีม (Reeve, 2013, pp. 12-15) ในการวัดและประเมินผลตามแนวสะเต็มศึกษาผู้สอนควรใช้การประเมินหลายครั้ง คือ ประเมินก่อนเรียน ระหว่างเรียน และประเมินหลังเรียน การประเมินระหว่างเรียนผู้สอนทำได้โดยการใช้คำถามการสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน การประเมินตนเองและการประเมินจากเพื่อน และการบันทึกข้อมูลงานที่ทำเสร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ส่วนการประเมินหลังเรียนผู้สอนสามารถประเมินโครงการที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ จะเห็นได้ว่าการจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาผู้สอนสามารถจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีการจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้เผชิญปัญหาและแก้ปัญหาจากสภาพจริง โดยคำนึงถึงบริบทแวดล้อมที่สัมพันธ์กับความเป็นจริง ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่มีความหมายต่อผู้เรียนในการจัดการจัดการเรียนรู้ดังกล่าว ผู้สอนควรใช้การจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายได้แก่ การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based learning) การจัดการเรียนรู้โดยโครงการเป็นฐาน (Problem-Based learning) การจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry Learning) ซึ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะการสืบเสาะหาความรู้ จนนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้จากบริบทที่เป็นจริง โดยผู้เรียนได้ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในการศึกษาหาข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างซับซ้อน



## ในชีวิตประจำวัน

การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษา (STEM Education) เป็นรูปแบบการจัดการศึกษารูปแบบหนึ่งที่ตอบสนองให้เด็กหรือผู้เรียน ได้พัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่จำเป็น ในยุคปัจจุบันและอนาคต (ชลธิศ สมานิติ, 2557 อ้างอิงจาก พัทธนันท์ ไตรทามา, 2563) การใช้แนวการสอนแบบสะเต็มศึกษาในระดับปฐมวัยซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ทางการศึกษา โดยจะต้องบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เดิมทีสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) ส่งเสริมให้ครูใช้การสอนตามแนวสะเต็มศึกษา (STEM Education=Science/ Technology/Engineering/Mathematics) เพื่อเสริมสร้างเยาวชนไทยรุ่นใหม่ให้มีความรู้และทักษะการคิดวิเคราะห์ โดยการบูรณาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และคณิตศาสตร์ ซึ่งมุ่งหวังเด็กไทยให้มีศักยภาพที่จะสร้างนวัตกรรมและสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมา อันจะนำไปสู่การประกอบอาชีพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จะทำให้ประเทศไทยปรับตัวจากสังคมผู้บริโภคนเป็นสังคมผู้สร้างนวัตกรรม (อารีย์ ศรีอำนาจ, 2561) ต่อมาภายหลังมีนักวิชาการกลุ่มหนึ่งมีความเห็นว่าความสำเร็จของศาสตร์ต่าง ๆ ล้วนแล้วจะต้องมีจินตนาการอยู่เบื้องหลัง โดยสะเต็มศึกษาจะเน้นไปทางการใช้สมองซีกซ้ายที่เกี่ยวกับการคิดตรรกะเป็นหลัก ในขณะที่จินตนาการต้องอาศัยกิจกรรมศิลปะจะใช้สมองด้านขวา ซึ่งจะส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่าง ๆ จึงได้เพิ่มส่วนที่เป็นศิลปะ (A=Art) เข้าไปในกรอบแนวคิดเดิมของสะเต็มจนกลายเป็น STEAM (Sharapan, 2012; Lindeman, Jabot & Berkle, 2013) และเป็นที่ทราบกันว่าข้อมูลความรู้บนโลกนั้นมีมากมาย ข้อมูลบางข้อมูลมีประโยชน์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต ในขณะที่ข้อมูลบางข้อมูลอาจจะไม่ได้เป็นประโยชน์หรือส่งผลต่อการดำเนินชีวิตโดยตรง สะเต็มศึกษานี้เป็นการจัดการศึกษาที่จัดขึ้นเพื่อมุ่งให้เด็กเชื่อมโยงประสบการณ์ความรู้ และเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันมาต่อยอดให้เกิดประโยชน์จริง การจัดประสบการณ์ด้วยวิธีบูรณาการดังกล่าวจะทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้นเป็นการนำความรู้มาใช้อย่างมีความหมาย

จากเหตุผลข้างต้นดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจพัฒนาในการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนา STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยเน้นการจัดการเรียนรู้ด้วย STEM Education เพื่อเป็นแนวทางให้ครูผู้สอนใช้ในการจัดการเรียนรู้ และเพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะกระบวนการคิด รู้จักวิเคราะห์ แก้ปัญหาโดยเชื่อมโยงประสบการณ์ของตนเองในการแก้ปัญหา มีทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่สูงขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันเพื่อพัฒนาตนเอง สังคม และประเทศชาติต่อไป



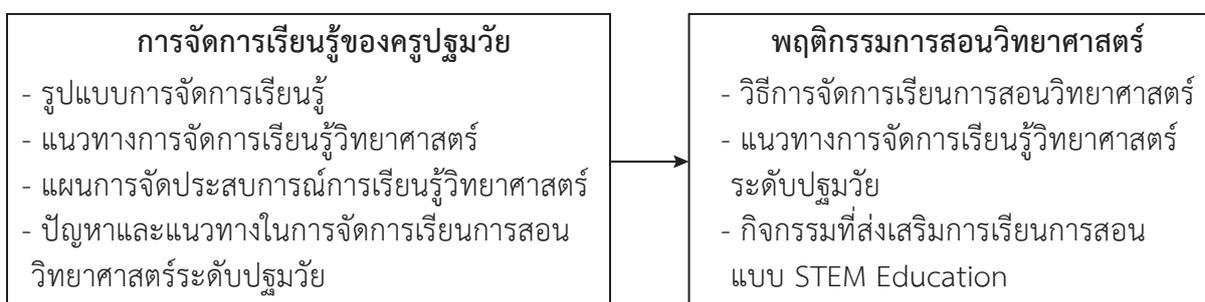
## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ที่เน้น STEM สำหรับครูระดับปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80
2. เพื่อเปรียบเทียบผลการพัฒนาครูด้านการจัดการเรียนรู้ที่เน้น STEM Education สำหรับครูระดับปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ดมีประสิทธิภาพในการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80/80
2. ผลการพัฒนาครูด้านการจัดการเรียนรู้ที่เน้น STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

**แบบแผนการวิจัย** การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็นครูที่สอนในระดับชั้นพื้นฐานในจังหวัดร้อยเอ็ด ปีการศึกษา 2564 จำนวน 23,876 คน (สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดร้อยเอ็ด, 2564)



กลุ่มตัวอย่าง เป็นครูที่สอนระดับปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ แบบไม่เป็นสัดส่วน (Disproportionate stratified random sampling)

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ คู่มือการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และแบบทดสอบก่อนและหลังการใช้คู่มือจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาสำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นแบบทดสอบแบบปรนัย จำนวน 20 ข้อ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินการดังนี้

1. คู่มือการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา ดำเนินการสร้างคู่มือการจัดการเรียนรู้ โดยมีขั้นตอนการจัดกิจกรรม 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ทดสอบก่อนอบรมเชิงปฏิบัติการ ขั้นตอนที่ 2 แบ่งกลุ่มศึกษาเนื้อหาจากสื่อ ขั้นตอนที่ 3 การจัดการเรียนรู้ที่เน้นสะเต็มศึกษา โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากแบบฝึกจากสถานการณ์ต่าง ๆ และใบงาน ขั้นตอนที่ 4 อภิปรายผลและสรุป ขั้นตอนที่ 5 ทดสอบหลังอบรมเชิงปฏิบัติการ เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าตั้งแต่ .50 ขึ้นไป

2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการใช้คู่มืออบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งนำแบบทดสอบก่อนและหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าตั้งแต่ .50 ขึ้นไป โดยนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปใช้ทดลองกับครูปฐมวัยในกลุ่มลุ่มน้ำชี อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 20 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีค่าความยากง่าย มีค่าระหว่าง .20 ถึง .80 ค่าอำนาจจำแนกมีค่าระหว่าง .20 ถึง 1 และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบด้วยวิธีของสูตรคูเดอร์-ริชาร์ดสัน 20 (Richardson Method KR-20) มีค่าเท่ากับ .87

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ระยะเวลาในการใช้คู่มือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา ดำเนินการในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 ระหว่างวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2564 ถึงวันที่ 30 มีนาคม 2564 โดยไม่รวมเวลาทดสอบก่อนและหลังการใช้คู่มือการจัดการเรียนรู้

2. ทดสอบก่อนเรียน (Pre test) โดยทำการทดสอบก่อนการอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวนข้อสอบ 20 ข้อ เวลา 1 ชั่วโมง ครูระดับประถมศึกษา จำนวน 100 คน แล้วตรวจบันทึกคะแนนไว้เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3. ดำเนินการเรียนตามชุดฝึกที่สร้างขึ้นสำหรับครูระดับปฐมวัยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยในแต่ละครั้งจะมีคู่มือการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาและแบบทดสอบก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรมของครูระดับปฐมวัย แล้วตรวจให้คะแนนบันทึกไว้เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล



4. เมื่อทำการฝึกอบรมครบแล้ว นำแบบทดสอบชุดเดียวกันกับที่ทำการทดสอบก่อนฝึกอบรมมาทดสอบภายหลังการใช้ชุดฝึกอบรม (Post test) และตรวจให้คะแนนเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

**การวิเคราะห์ข้อมูล** ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) และการทดสอบค่าที่  $t$  test

## ผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาสำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

รายการ	จำนวน ครู	คะแนน เต็มเฉลี่ย	$\bar{X}$	ร้อยละ
คะแนนจากกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา แต่ละกิจกรรม	100	10	8.15	81.50
การทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์หลังการจัดการเรียนรู้ แบบสะเต็มศึกษา	100	20	18.24	91.20

จากตารางที่ 1 พบว่าประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาสำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 81.50/91.20 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80

2. ผลการเปรียบเทียบคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา สำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ดังแสดงในตารางที่ 2



## ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนจากผลการทดสอบก่อนและหลังการใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา

แบบประเมิน	จำนวนครู (คน)	$\bar{x}$	SD	t	p
ก่อนเรียน	100	8.88	3.12		
หลังเรียน	100	18.24	1.36	86.65**	.000

\*\* $p < .01$

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการเปรียบเทียบคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาสำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังการจัดการเรียนรู้สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา

### อภิปรายผล

1. ประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาสำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 81.50/91.20 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้ เนื่องจากครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ดทุกคนที่เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการได้มีการฝึกปฏิบัติตามการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องตามแผนการจัดการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา สอดคล้องกับ ศักดิ์ศรี สืบสิงห์ (2563, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการพัฒนาการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาที่เน้นทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ สำหรับครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 3 พบว่าประสิทธิภาพของชุดฝึกสะเต็มศึกษาที่เน้นทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์สำหรับครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 3 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 89.90/86.78 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้ เนื่องจากการที่ครูระดับประถมศึกษาทุกคนได้ฝึกปฏิบัติตามการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องตามแผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางของชุดฝึกทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ สอดคล้องกับ พัทธนันท์ ไตรทามา (2563, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการพัฒนา



ทักษะพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ของเด็กปฐมวัยด้วยการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนว  
 สะเต็มศึกษา พบว่าประสิทธิภาพของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษา  
 เพื่อพัฒนาทักษะพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ของเด็กปฐมวัยมีประสิทธิภาพเท่ากับ  
 86.19/85.50 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80

2. การเปรียบเทียบคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้  
 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาสำหรับครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความแตกต่าง  
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังการจัดการเรียนรู้สูงกว่า  
 คะแนนเฉลี่ยก่อน การจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา เนื่องจาก  
 ครูปฐมวัยในจังหวัดร้อยเอ็ดได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีกระบวนการเรียนอย่าง  
 เป็นระบบ มีขั้นตอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริงตามแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็ม  
 ศึกษา และการฝึกทักษะจากใบงาน กิจกรรม และแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ รู้จักกระบวนการทำงาน  
 เป็นกลุ่ม อีกทั้งกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดสำหรับการพัฒนาการจัดการเรียนรู้แบบ  
 สะเต็มศึกษาโดยเน้นการปฏิบัติจริง สอดคล้องกับ ศักดิ์ศรี สืบสิงห์ (2563, บทคัดย่อ) พบว่า  
 คะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุดฝึกสะเต็มศึกษา  
 ที่เน้นทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ สำหรับครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงาน  
 เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 3 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
 ที่ระดับ .05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยหลังการจัดการเรียนรู้สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการจัดการ  
 เรียนรู้โดยใช้ชุดฝึกสะเต็มศึกษา เนื่องจากนักเรียนได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มี  
 กระบวนการเรียนอย่างเป็นระบบมีขั้นตอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะกระบวนการทาง  
 วิทยาศาสตร์จากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ รู้จักกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม อีกทั้งกิจกรรมการ  
 เรียนรู้ตามแนวคิดสำหรับการพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์โดยเน้นการปฏิบัติจริง  
 สอดคล้องกับ พัทธนันท์ ไตรทามา (2563, บทคัดย่อ) พบว่าเด็กปฐมวัยมีทักษะพื้นฐานทาง  
 วิทยาศาสตร์จากการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษา มีคะแนนเฉลี่ย  
 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ  
 รสริน พันธุ์, ชุภวิภาค์ เขมวิมุตติวงศ์ อโนดาซ์ รัชเวทย์ และภาณุพัฒน์ ชัยวร (2562) ที่ศึกษา  
 รูปแบบการพัฒนาผู้นำครูสะเต็มศึกษาสำหรับสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่  
 การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 พบว่าผลการพัฒนารูปแบบและคู่มือการพัฒนา  
 ผู้นำครูสะเต็มศึกษาสำหรับสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา  
 เชียงใหม่ เขต 2 ได้รูปแบบ คือ Leader Teacher STEM Model : LT STEM Model  
 และคู่มือการพัฒนาผู้นำครูสะเต็มศึกษาให้สามารถสร้างแผนกิจกรรมการเรียนรู้สะเต็ม



ศึกษาที่สอดคล้องกับสาขาวิชา บริบท และตอบสนองต่อศักยภาพของนักเรียนสำหรับสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 ที่มีผลการประเมินคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อยู่ในระดับคุณภาพมาก

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรมีการศึกษาวิธีการนำวิธีการจัดการเรียนรู้ที่เน้น STEM Education สำหรับครูระดับประถมศึกษาไปใช้ โดยครูจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการใช้โดยละเอียด และดำเนินการใช้ตามคำชี้แจง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการนำไปใช้สำหรับการจัดการเรียน การสอนต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาค้นคว้าหรือการวิจัยเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนรู้ที่เน้นสะเต็มศึกษาไปใช้กับกลุ่มอื่น ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของครู
2. ควรมีการเฉพาะเจาะจงในเนื้อหาวิชาที่ต้องการเน้นให้เกิดการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่เน้นสะเต็มศึกษาสำหรับนักเรียน เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา นั้นมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

จารีพร ผลมูล สุณี๋ย เหมาะประสิทธิ์ และเกริกศักดิ์ สุภาพ. (2557). *การพัฒนาหน่วยการเรียนรู้บูรณาการแบบ STEAM สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3: กรณีศึกษาชุมชนวังตะกอกจังหวัดชุมพร*. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการทางการศึกษาและการจัดการเรียนรู้, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พัทธนันท์ ไตรทามา. (2563). *การพัฒนาทักษะพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ของเด็กปฐมวัยด้วยการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษา*. ปรินญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยหลักสูตรและการสอน, คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.



- รสริน พันธุ์, ชุภลักษณ์ เขมวิมุตติวงศ์, อโนดาช รัชเวทย์ และภาณุพัฒน์ ชัยวร. (2562). รูปแบบการพัฒนาผู้นำครูสะเต็มศึกษาสำหรับสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*. 13(3), หน้า 133-144.
- ศักดิ์ศรี สืบสิงห์. (2563). การพัฒนาการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษาที่เน้นทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ สำหรับครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 3. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*. 17(1), หน้า 1-9.
- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดร้อยเอ็ด. (2564). *ข้อมูลสารสนเทศด้านการศึกษา ประจำปีการศึกษา 2563*. ร้อยเอ็ด: กลุ่มนโยบายและแผน สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดร้อยเอ็ด.
- อารีย์ ศรีอำนาจ. (2561). *รายงานวิจัยกระบวนการเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับข้าว ด้วยวิธีบูรณาการการสอนตามแนวสะเต็มศึกษาของเด็กปฐมวัยโดยชุมชนมีส่วนร่วม*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- Lindeman, Karen, W., Jabot, Michael, & Berkley, Mira. T. (2013). “The role of STEM (or STEAM) in the early childhood setting.” In Cohen L., & Waite-Stupiansky, S. (Eds.), *Learning across the early childhood curriculum*. 17, pp. 95-114. Emerald Group.
- Reeve, Edward M. (2013). *Implementing Science, Technology, Mathematics, and Engineering (STEM) Education in Thailand and in ASEAN*. A Report Prepared for The Institute for the Promotion of Teaching Science and Technology (IPST).
- Sharapan, Hedda. (2012). From STEM to STEAM: How early childhood educators can apply Fred Rogers’ approach. *Young Children*. 67(1), pp. 36-40.



ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565

ผลของการใช้การดันพื้น 30 วินาที ที่มีผลต่อการพัฒนาสมรรถภาพ  
ทางกายเพื่อสุขภาพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6  
โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา

EFFECTS OF 30-SECOND PUSHUP ON THE DEVELOPMENT OF  
PHYSICAL FITNESS FOR THE HEALTH OF 12th GRADERS AT  
KASETSART UNIVERSITY LABORATORY SCHOOL CENTER FOR  
EDUCATIONAL RESEARCH AND DEVELOPMENT

กรรชิต บุญสุวรรณ, สริน ประดู่\*, อภินันท์ สืบพิมพาวงศ์\*\*  
Kanchit Boonsuwan, Sarin Pradoo\*, Apinan Suebpimpawong\*\*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา  
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, e-Mail: Kanchit@gmail.com

Lecturer, Kasetsart University Laboratory School, Center for Educational Research and Development,  
Faculty of Education, Kasetsart University, e-Mail: Kanchit@gmail.com

(Received: 2022, April 28; Revised: 2022, May 19; Accepted: 2022, May 26)

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้การดันพื้น 30 วินาที ที่มีต่อการพัฒนาสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักเรียนโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาคปลาย ปีการศึกษา 2562 จำนวน 212 คน ผลการวิจัยพบว่า การทดสอบทดสอบสมรรถภาพทางกายและหลังทำการทดสอบสมรรถภาพทางกายด้วยการดันพื้น 30 วินาที ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้ปฏิบัติกิจกรรมตามโปรแกรมการฝึก ช่วงเย็นสัปดาห์ละ 3 วัน จันทร์ พุธ ศุกร์ เป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ มีพัฒนาการที่ก้าวหน้าจากระดับที่ต่ำขึ้นสู่ระดับที่สูงขึ้น โดยผลของการทดสอบสมรรถภาพ

\*,\*\*อาจารย์โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, e-Mail: noteting12@hotmail.com, feduapn@ku.ac.th (Corresponding Author)  
Lecturer, Kasetsart University Laboratory School, Center for Educational Research and Development, Faculty of Education, Kasetsart University, e-Mail: noteting12@hotmail.com, feduapn@ku.ac.th (Corresponding Author)



ทางกายของนักเรียนก่อนการออกกำลังกายโดยโปรแกรมการฝึก ดังนี้ ระดับดีมาก จำนวน 5 คน ร้อยละ 2.35 ระดับดี จำนวน 10 คน ร้อยละ 4.71 ระดับปานกลาง จำนวน 43 คน ร้อยละ 20.28 ระดับค่อนข้างต่ำ จำนวน 77 คน ร้อยละ 36.32 ระดับต่ำ จำนวน 77 คน ร้อยละ 36.32 หลังจากการออกกำลังกายโดยโปรแกรมการฝึก ผลการทดสอบสมรรถภาพทางกายนักเรียนมีพัฒนาการทางสมรรถภาพเพิ่มขึ้นจากเดิม ดังนี้ ระดับดีมาก จำนวน 14 คน ร้อยละ 6.60 ระดับดี จำนวน 21 คน ร้อยละ 9.90 ระดับปานกลาง จำนวน 74 คน ร้อยละ 34.90 ระดับค่อนข้างต่ำ จำนวน 53 คน ร้อยละ 25 ระดับต่ำ จำนวน 50 คน ร้อยละ 23.58 โดยภาพรวมนักเรียนมีความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้อแขนและกล้ามเนื้อส่วนบนของร่างกายที่ดีขึ้น

**คำสำคัญ:** สมรรถภาพทางกาย, สุขภาพ, นักเรียน, ดันพื้น 30 วินาที

## ABSTRACT

The objective of this study was to investigate the effect of using a 30-second pushup on the development of physical fitness for the health of 12th graders. The samples of this research were 212 12th graders at Kasetsart University Laboratory School, Educational Research and Development Center. The eight-week training program consisted of using 30-second pushup for three days a week. The result of this research showed that before the training program the 12th grade students were as follows: 5 students are in the high level (2.35%), 10 students in the good level (4.71%), 43 students in the moderate level (20.28 %), 77 students in the relatively low level (36.32%), and 77 students in the low level (36.32%). After participating in the eight-week training program, most of the students improved their performance from the original level as follows: 14 students were in the high level (6.60%), 21 students in the good level (9.90%), 74 students in the moderate level (34.90%), 53 students in the relatively low level (25%), and 50 students in the low level. Overall, 23.58% of the students had improved strength and endurance of their arm and upper body muscles.

**Keywords:** physical fitness, health, students, 30-second sit-ups.



## บทนำ

ยุคสมัยที่เปลี่ยนไปทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตและไลฟ์สไตล์ของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปด้วยในการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ และความทันสมัยของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทความสำคัญต่อการดำรงชีวิตทำให้การใช้ชีวิตที่สะดวกสบายมากขึ้น การทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตัวเองน้อยลง ซึ่งทำให้ร่างกายขาดการกระตุ้นพัฒนาอย่างเหมาะสมในด้านระบบประสาทสัมผัสและการเคลื่อนไหว ร่างกายที่ไม่ได้เคลื่อนไหวเป็นเวลานาน ๆ ทำให้ส่งผลต่อสุขภาพ กระทรวงศึกษาธิการ (2551, หน้า 164) ได้ให้ความหมายของสุขภาพไว้ว่า สุขภาพ คือ ภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางปัญญา หรือจิตวิญญาณ สุขภาพหรือสุขภาวะเป็นเรื่องสำคัญเพราะเกี่ยวข้องกับทุกมิติของชีวิต ซึ่งทุกคนควรจะได้เรียนรู้เรื่องสุขภาพ เพื่อจะได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีเจตคติ คุณธรรม และค่านิยมที่เหมาะสม รวมทั้งมีทักษะปฏิบัติด้านสุขภาพจนเป็นกิจนิสัย อันจะส่งผลให้สังคมโดยรวมมีคุณภาพ สอดคล้องกับ สุพิตร สมานีโต (2541, หน้า 1) กล่าวว่าสภาวะของร่างกายที่อยู่ในสภาพที่ดีเพื่อที่จะช่วยให้บุคคลสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดอัตราความเสี่ยงของปัญหาทางสุขภาพที่เป็นสาเหตุมาจากขาดการออกกำลังกาย สร้างความสมบูรณ์และแข็งแรงของร่างกายในการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกายได้อย่างหลากหลาย บุคคลที่มีสมรรถภาพทางกายดีก็จะสามารถปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การออกกำลังกาย การเล่นกีฬา และการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

ด้วยผู้วิจัยเป็นครูสอนโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และได้ทำการทดสอบสมรรถภาพของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่าสมรรถภาพทางกายของนักเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำโดยเฉพาะในรายการต้นพื้น 30 วินาที เพราะเป็นท่าที่ยากและต้องใช้ความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้อแขนและกล้ามเนื้อส่วนบนของร่างกาย จึงสนใจที่จะพัฒนาสมรรถภาพทางกายของนักเรียนโดยเป็นกิจกรรมที่นักเรียนสามารถปฏิบัติได้จริง โดยเป็นการออกกำลังกายในช่วงเย็นที่บ้านของนักเรียน ดังที่ เจริญ กระบวนรัตน์ (2557ก หน้า 5-7) กล่าวว่า ความสม่ำเสมอ (Frequency) คือ การฝึกหรือการปฏิบัติกิจกรรมในการออกกำลังกายเพื่อให้บรรลุผลเป้าหมายตามที่ต้องการผู้ออกกำลังกายควรกระทำ การออกกำลังกายหรือการฝึกปฏิบัติบ่อยครั้งแค่ไหนจึงจะได้ผล โดยทั่วไปประโยชน์ของการออกกำลังกายและความปลอดภัยในการฝึกปฏิบัติจะบังเกิดผลดีต่อสุขภาพ เมื่อได้มีการออกกำลังกายสม่ำเสมออย่างน้อย 3-5 วันต่อสัปดาห์ สอดคล้องกับ จิรจิตติกาล ชัยประทุม (2562, หน้า 113) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพกับกิจกรรมทางกาย



ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่าปริมาณการประกอบกิจกรรมทางกายในระดับปานกลางถึงหนักมีความสัมพันธ์กับความอดทนของระบบหัวใจและการไหลเวียนเลือดและความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาสมรรถภาพทางกายด้านของความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้อแขนและกล้ามเนื้อส่วนบนของร่างกาย คือ การดันพื้น เป็นรายการ 1 ใน 6 แบบทดสอบของกลุ่มสาระการเรียนรู้พลศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแบบทดสอบสมรรถภาพทางกายของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ตามเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายตามที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพกำหนด ผู้วิจัยจึงต้องการทราบผลของการออกกำลังกายที่มีผลต่อการพัฒนาสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ในการทดสอบการดันพื้น 30 วินาที ว่ามีพัฒนาการเป็นอย่างไรก่อนและหลังการทดสอบ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลของการใช้การดันพื้น 30 วินาที ที่มีต่อการพัฒนาสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร

ประชากรเป็นนักเรียนโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคปลาย ปีการศึกษา 2562 จำนวน 212 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 อายุ 12-18 ปี ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อประเมินความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงานของอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวกับส่วนประกอบของร่างกาย ความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้อ คือ ดันพื้น 30 วินาที (Push-Up 30 Seconds) องค์ประกอบที่ต้องการวัด เพื่อวัดความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้อแขนและกล้ามเนื้อส่วนบน



ของร่างกาย หน่วยวัดเป็นจำนวนครั้ง ภายในเวลา 30 วินาที

### อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1. แผ่นรองสำหรับการทดสอบดันพื้น
2. นาฬิกาจับเวลา บอกลักษณะ 2 ตำแหน่ง
3. ใบบันทึกผลการทดสอบสมรรถภาพทางกาย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษารายละเอียดแบบทดสอบ ขั้นตอนการปฏิบัติ และรายละเอียดต่าง ๆ ในการ

เก็บรวบรวมข้อมูล

3. นัดหมายนักเรียน กำหนดวัน เวลา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล
4. จัดเตรียมสถานที่ และอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. อธิบาย สาธิตขั้นตอนการปฏิบัติงาน รายละเอียดต่าง ๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล กับนักเรียน เพื่อความเข้าใจให้ถูกต้องตรงกัน

6. ดำเนินการทดสอบแบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพสำหรับเด็กไทย อายุ 12-18 ปี ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ก่อนการฝึก

7. ดำเนินการทดลองตามโปรแกรมการฝึกโดยใช้ระยะเวลาในการฝึก 8 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 3 วันโดยทำการฝึกวันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ ช่วงเย็น

8. ดำเนินการทดสอบ แบบทดสอบและเกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพสำหรับเด็กไทย อายุ 12-18 ปี ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หลังการฝึก

9. นำผลการทดสอบสมรรถภาพทางกาย มาวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสถิติ และแปลผลต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ ของการดันพื้น
2. เกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายดันพื้น 30 วินาที (Push-Up 30 Seconds)

แบ่งชาย/หญิง โดยกำหนดเกณฑ์และระดับ ดังนี้

เพศชาย

ผู้ที่ได้คะแนนสูงมาก 43 ครั้งขึ้นไป/30 วินาที ถือว่ามีระดับสมรรถภาพ

ทางกายระดับดีมาก

ผู้ที่ได้คะแนนสูง 35-42 ครั้ง/30 วินาที ถือว่ามีระดับสมรรถภาพ



ทางกายระดับดี	ผู้ที่ได้คะแนนปานกลาง	27-34 ครั้ง/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ	
ทางกายระดับปานกลาง	ผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	19-26 ครั้ง/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ	
ทางกายระดับค่อนข้างต่ำ	ผู้ที่ได้คะแนนต่ำมาก	18 ครั้งลงมา/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ	
ทางกายระดับต่ำ	เพศหญิง	ผู้ที่ได้คะแนนสูงมาก	33 ครั้งขึ้นไป/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ
ทางกายระดับดีมาก	ผู้ที่ได้คะแนนสูง	26-32 ครั้ง/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ	
ทางกายระดับดี	ผู้ที่ได้คะแนนปานกลาง	19-25 ครั้ง/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ	
ทางกายระดับปานกลาง	ผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	12-18 ครั้ง/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ	
ทางกายระดับค่อนข้างต่ำ	ผู้ที่ได้คะแนนต่ำมาก	11 ครั้งลงมา/30 วินาที	ถือว่ามึระดับสมรรถภาพ	
ทางกายระดับต่ำ				

### 3. เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบความเรียง

## ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การทดสอบสมรรถภาพทางกายก่อนการฝึกของนักเรียนชาย ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของท่าตันพื้นที่ 30 วินาที

ระดับสมรรถภาพ	ระดับคะแนน	จำนวนครั้ง	จำนวน (123 คน)	ร้อยละ
ดีมาก	5	43 ขึ้นไป	4	3.25
ดี	4	35-42	7	5.69
ปานกลาง	3	27-34	26	21.13
ค่อนข้างต่ำ	2	19-26	44	35.77
ต่ำ	1	18 ลงมา	42	34.14



จากตารางที่ 1 พบว่าเกณฑ์ปกติสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 วินาที ก่อนทำการทดสอบนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษาตามจำนวนครั้ง มีค่าดังนี้ ระดับดีมาก ตั้งแต่ 43 ครั้งขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ระดับดี ระหว่าง 35-42 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.69 ระดับปานกลาง ระหว่าง 27-34 ครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.13 ระดับค่อนข้างต่ำ ระหว่าง 19-26 ครั้ง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 35.77 ระดับต่ำ ตั้งแต่ 18 ครั้งลงมา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 34.14 นักเรียนชายส่วนใหญ่มีระดับสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 นาที อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ตารางที่ 2 การทดสอบสมรรถภาพทางกายก่อนการฝึกของนักเรียนหญิง ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของท่าต้นพื้น 30 วินาที

ระดับสมรรถภาพ	ระดับคะแนน	จำนวนครั้ง	จำนวน (89 คน)	ร้อยละ
ดีมาก	5	33 ขึ้นไป	1	1.12
ดี	4	26-32	3	3.37
ปานกลาง	3	19-25	17	19.10
ค่อนข้างต่ำ	2	12-18	33	37.07
ต่ำ	1	11 ลงมา	35	39.32

จากตารางที่ 2 พบว่าเกณฑ์ปกติสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 วินาที ก่อนทำการทดสอบนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ตามจำนวนครั้ง มีค่าดังนี้ ระดับดีมาก ตั้งแต่ 33 ครั้งขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12 ระดับดี ระหว่าง 26-32 ครั้ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.37 ระดับปานกลาง ระหว่าง 19-25 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 ระดับค่อนข้างต่ำ ระหว่าง 12-18 ครั้ง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 37.07 และระดับต่ำ ตั้งแต่ 11 ครั้งลงมา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 39.32 นักเรียนหญิงส่วนใหญ่มีระดับสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 นาที อยู่ในระดับต่ำ



ตารางที่ 3 การทดสอบสมรรถภาพทางกายก่อนการฝึกของนักเรียนชาย-หญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวม ของทำด้นพื้น 30 วินาที

สมรรถภาพทางกาย	ชาย (คน)	ร้อยละ ( % )	หญิง (คน)	ร้อยละ ( % )	รวม (คน)	ร้อยละ ( % )
ดีมาก	4	3.25	1	1.12	5	2.35
ดี	7	5.69	3	3.37	10	4.71
ปานกลาง	26	21.13	17	19.10	43	20.28
ค่อนข้างต่ำ	44	35.77	33	37.07	77	36.32
ต่ำ	42	34.14	35	39.32	77	36.32
รวมจำนวนนักเรียนทั้งหมด	123	100.00	89	100.00	212	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าเกณฑ์ปกติสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการด้นพื้น 30 วินาที ก่อนทำการทดสอบนักเรียนชาย-หญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ตามจำนวนครั้งในภาพรวมมีค่าดังนี้ ระดับดีมาก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.35 ระดับดี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.71 ระดับปานกลาง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.28 ระดับค่อนข้างต่ำ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 36.32 ระดับต่ำ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 36.32 ก่อนทำการทดสอบในภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการด้นพื้น 30 วินาที อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำและต่ำ



#### ตารางที่ 4 การทดสอบสมรรถภาพทางกายหลังการฝึกของนักเรียนชาย ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของท่าตันพื้น 30 วินาที

ระดับสมรรถภาพ	ระดับคะแนน	จำนวนครั้ง	จำนวน (123 คน)	ร้อยละ
ดีมาก	5	43 ขึ้นไป	10	8.13
ดี	4	35-42	16	13.00
ปานกลาง	3	27-34	39	31.70
ค่อนข้างต่ำ	2	19-26	30	24.39
ต่ำ	1	18 ลงมา	28	22.76

จากตารางที่ 4 พบว่าเกณฑ์ปกติสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 วินาที หลังทำการทดสอบนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ตามจำนวนครั้ง มีค่าดังนี้ ระดับดีมาก ตั้งแต่ 43 ครั้งขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.13 ระดับดี ระหว่าง 35-42 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ระดับปานกลาง ระหว่าง 27-34 ครั้ง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 ระดับค่อนข้างต่ำ ระหว่าง 19-26 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 24.39 ระดับต่ำ และตั้งแต่ 18 ครั้งลงมา ไม่มี นักเรียนชายส่วนใหญ่มิมีระดับสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 นาที อยู่ในระดับปานกลาง

#### ตารางที่ 5 การทดสอบสมรรถภาพทางกายหลังการฝึกของนักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของท่าตันพื้น 30 วินาที

ระดับสมรรถภาพ	ระดับคะแนน	จำนวนครั้ง	จำนวน (89 คน)	ร้อยละ
ดีมาก	5	33 ขึ้นไป	4	4.49
ดี	4	26-32	5	5.61
ปานกลาง	3	19-25	35	39.32
ค่อนข้างต่ำ	2	12-18	23	25.84
ต่ำ	1	11 ลงมา	22	24.71



จากตารางที่ 5 พบว่าเกณฑ์ปกติสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 วินาที หลังทำการทดสอบนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ตามจำนวนครั้ง มีค่าดังนี้ ระดับดีมาก ตั้งแต่ 33 ครั้งขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49 ระดับดี ระหว่าง 26-32 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.61 ระดับปานกลาง ระหว่าง 19-25 ครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 39.23 ระดับค่อนข้างต่ำ ระหว่าง 12-18 ครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.84 และระดับต่ำ ตั้งแต่ 11 ครั้งลงมา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 24.71 นักเรียนหญิงส่วนใหญ่มีระดับสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 วินาที อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมรรถภาพทางกายหลังการฝึกของนักเรียนชาย-หญิง ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวม ของท่าต้นพื้น 30 วินาที

สมรรถภาพทางกาย	ชาย (คน)	ร้อยละ (%)	หญิง (คน)	ร้อยละ (%)	รวม (คน)	ร้อยละ (%)
ดีมาก	10	8.13	4	4.49	14	6.60
ดี	16	13.00	5	5.61	21	9.90
ปานกลาง	39	31.70	35	39.32	74	34.90
ค่อนข้างต่ำ	30	24.39	23	25.84	53	25.00
ต่ำ	28	22.76	22	24.71	50	23.58
รวมจำนวนนักเรียน ทั้งหมด	123	100.00	89	100.00	212	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าเกณฑ์ปกติสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 วินาที หลังทำการทดสอบนักเรียนชาย-หญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ตามจำนวนครั้งในภาพรวม มีค่าดังนี้ ระดับดีมาก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 ระดับดี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ระดับปานกลาง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 ระดับค่อนข้างต่ำ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระดับต่ำ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.58 นักเรียนชาย-หญิง หลังทำการทดสอบในภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการต้นพื้น 30 นาที อยู่ในระดับปานกลาง



## ตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมรรถภาพทางกายก่อนและหลังการฝึกของนักเรียนชาย-หญิง ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมของท่าดันพื้น 30 วินาที

สมรรถภาพทางกาย	ก่อน		หลัง	
	รวม (คน)	ร้อยละ (%)	รวม (คน)	ร้อยละ (%)
ดีมาก	5	2.35	14	6.60
ดี	10	4.71	21	9.90
ปานกลาง	43	20.28	74	34.90
ค่อนข้างต่ำ	77	36.32	53	25.00
ต่ำ	77	36.32	50	23.58
รวมจำนวนนักเรียนทั้งหมด	212	100.00	212	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าเกณฑ์ปกติสมรรถภาพทางกายเพื่อสุขภาพในรายการดันพื้น 30 วินาที ก่อนฝึก ระดับดีมาก ร้อยละ 2.35 ระดับดี ร้อยละ 4.71 ระดับปานกลาง 20.28 ระดับค่อนข้างต่ำ ร้อยละ 36.32 ระดับต่ำ ร้อยละ 36.32 และจากตารางที่ 6 หลังการฝึก นักเรียนมีพัฒนาการทางสมรรถภาพเพิ่มขึ้นจากเดิมในระดับดีมาก เป็นร้อยละ 6.60 ระดับดี ร้อยละ 9.90 ระดับปานกลาง ร้อยละ 34.90 ระดับค่อนข้างต่ำ ร้อยละ 25.00 ระดับต่ำ ร้อยละ 23.58

สรุปว่าการทดสอบสมรรถภาพทางกายก่อนการฝึกของนักเรียนชายและหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของท่าดันพื้น 30 วินาที ผ่านเกณฑ์ ปานกลาง จำนวน 43 คน ดี จำนวน 10 คน และดีมาก จำนวน 5 คน รวมจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 สำหรับการทดสอบสมรรถภาพทางกายหลังการฝึกของนักเรียนชายและหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของท่าดันพื้น 30 วินาที ผ่านเกณฑ์ ปานกลาง จำนวน 71 คน ดี จำนวน 21 คน และดีมาก จำนวน 14 คน รวมจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 แสดงให้เห็นว่าโปรแกรมการฝึกที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสามารถพัฒนาสมรรถภาพทางกายท่าดันพื้นให้กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยผ่านเกณฑ์ปานกลางมากขึ้น



## อภิปรายผล

ก่อนทำการทดสอบสมรรถภาพทางกายและหลังทำการทดสอบสมรรถภาพทางกายด้วยการดันพื้น 30 วินาที ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นักเรียนที่กลับไปถึงบ้านได้ปฏิบัติตามกิจกรรมตามโปรแกรมการฝึก ช่วงเย็นสัปดาห์ละ 3 วัน จันทร์ พุธ ศุกร์ เป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ ก่อนถึงวันทดสอบสมรรถภาพทางกายด้วยการดันพื้น 30 วินาที จะมีพัฒนาการที่ก้าวหน้าจากระดับที่แย่มากขึ้นสู่ระดับที่ดีขึ้นจะเห็นได้จากตารางที่ 3 ก่อนทำการทดสอบสมรรถภาพทางกาย ระดับดีมาก ร้อยละ 2.35 ระดับดี ร้อยละ 4.71 ระดับปานกลาง 20.28 ระดับค่อนข้างต่ำ ร้อยละ 36.32 ระดับต่ำ ร้อยละ 36.32 และจากตารางที่ 6 หลังทำการทดสอบสมรรถภาพทางกาย นักเรียนมีพัฒนาการทางสมรรถภาพเพิ่มขึ้นจากเดิมในระดับดีมาก เป็นร้อยละ 6.60 ระดับดี ร้อยละ 9.90 ระดับปานกลาง ร้อยละ 34.90 ระดับค่อนข้างต่ำ ร้อยละ 25.00 ระดับต่ำ ร้อยละ 23.58 ดังที่ เจริญ กระบวนรัตน์ (2557ก, หน้า 9) กล่าวว่าหากต้องการให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ ควรใช้หลักการหรือแนวทางในการปฏิบัติ ดังต่อไปนี้ 1) ความสม่ำเสมอในการออกกำลังกาย (Frequency) อย่างน้อย 3-5 วันต่อสัปดาห์ 2) ความหนักในการออกกำลังกาย (Intensity) ประมาณ 65-85 เปอร์เซ็นต์ของอัตราการเต้นของหัวใจสูงสุด 3) ระยะเวลาในการออกกำลังกาย (Time) ขึ้นเริ่มต้นประมาณ 20-30 นาทีต่อเนื่อง 4) รูปแบบ/วิธีการในการออกกำลังกายแบบแอโรบิก (Type/Mode) ดังนั้นการออกกำลังกายมีส่วนช่วยในการพัฒนาสมรรถภาพทางกายของนักเรียน เสริมสร้างความมั่นใจในการดำเนินชีวิต ครอบครัวหรือสังคมควรมีแนวทางในการส่งเสริมกิจกรรมการออกกำลังกายในแต่ละครั้ง เพื่อเป็นแนวทางในการตรวจสอบประเมินสุขภาพของตนเอง สอดคล้องกับ จิรฐิติกาล ชัยประทุม (2562, หน้า 113) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพกับกิจกรรมทางกายของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่าปริมาณการประกอบกิจกรรมทางกายในระดับปานกลางถึงหนักมีความสัมพันธ์กับความอดทนของระบบหัวใจและการไหลเวียนเลือดและความแข็งแรงและความอดทนของกล้ามเนื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จะเห็นได้ว่าสมรรถภาพทางกายสามารถสร้างขึ้นได้ด้วยการทำให้ร่างกายได้ออกกำลังกายหรือมีการเคลื่อนไหวเท่านั้น สมรรถภาพทางกายเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และหายไปได้ การที่เราจะรักษาให้ร่างกาย มีสมรรถภาพคงอยู่เสมอ นั้น จึงจำเป็นต้องมีการออกกำลังกายเป็นประจำเพื่อให้มีสมรรถภาพทางกายที่คงสภาพและเป็นการสร้างเสริมสมรรถภาพทางกายให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไปอีกด้วย



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างในระดับชั้นอื่นเพื่อเปรียบเทียบถึงความแตกต่างระหว่างช่วงอายุ

2. ควรมีการย้ำเตือนกลุ่มตัวอย่างในเรื่องโปรแกรมการฝึก

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างในระดับชั้นอื่นเพื่อหาความแตกต่าง

2. ควรมีการทำวิจัยการฝึกสมรรถภาพการออกกำลังกายชนิดอื่น ๆ

3. ควรศึกษาว่าสมรรถภาพทางกายนั้นส่งเสริมสุขภาพร่างกายได้อย่างไรบ้าง

## บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช*

*2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

กรมพลศึกษา. (2545). *รายงานวิจัยการศึกษสมรรถภาพทางกายของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น*. กรุงเทพฯ: งานวิจัยส่วนส่งเสริมพลศึกษา สุขภาพ และนันทนาการ สำนักงานพัฒนาการ.

\_\_\_\_\_. (2555). *เกณฑ์มาตรฐานสมรรถภาพทางกายของเด็กไทยอายุ 17-18 ปี*. สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กลุ่มสาระการเรียนรู้พลศึกษา ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา. (2559). *แบบทดสอบสมรรถภาพทางกายระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 อายุ 12-18 ปี*. กรุงเทพฯ: โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา.

จิรัชิติกาล ชัยประทุม. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพกับกิจกรรมทางกายของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เจริญ กระบวนรัตน์. 2550. *ยาง...ยึดชีวิตพิชิตโรค*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.

\_\_\_\_\_. (2557ก). “การประยุกต์หลักการพื้นฐานในการฝึกซ้อม (FITT)”. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และนันทนาการ*, 40(2), หน้า 5-12.



- \_\_\_\_\_. (2557๗). *วิทยาศาสตร์การฝึกสอนกีฬา (Science of Coaching)*. กรุงเทพฯ: สินธนา ก๊อปปี้ เซ็นเตอร์.
- สุพิตร สมานิติโต. (2541). *แบบทดสอบสมรรถภาพทางกาย Kasetsart Youth Fitness Test*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2548). *แบบทดสอบสมรรถภาพทางกายที่สัมพันธ์กับสุขภาพสำหรับเด็กไทย อายุ 7-8 ปี*. นนทบุรี: พี.เอส.ปรี้น.



ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565

## การพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์ การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

### THE DEVELOPMENT OF GUIDELINE FOR TEACHER LEARNING MANAGEMENT TO PROMOTE SELF-DIRECTED LEARNING OF STUDENTS PRATHOMSUKSA 6 IN THE EPIDEMIC SITUATION OF THE CORONAVIRUS DISEASE 2019

กิตติศักดิ์ แป้นงาม, กนิษฐา บางภูมอร\*  
Kittisak Pan-Ngam, Kanittha Bangpoomorn\*

ศึกษานิเทศก์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก,  
e-Mail: kittisakit@gmail.com (Corresponding Author)

Educational Supervisor, Nakhonnayok Primary Education Service Area Office,  
e-Mail: kittisakit@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2021, December 24; Revised: 2022, March 4; Accepted: 2022, March 8)

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 2) เพื่อศึกษาความรู้และความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และ 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลังจากเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ครูผู้สอนวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 30 คน ด้วยการสุ่มหลายขั้นตอน 2) นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจากนักเรียนในห้องเรียน

\*อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, e-Mail: Kanittha.ban@kmutt.ac.th  
Lecturer, Division of Computer and Information Technology, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, e-Mail: Kanittha.ban@kmutt.ac.th



ของครูที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง กำหนดห้องเรียนละ 10 คน หากห้องเรียนใดมีจำนวนนักเรียนไม่ถึง 10 คน ให้ใช้นักเรียนทั้งหมดของห้องเรียนนั้น รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างนักเรียน จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 2) แบบทดสอบความรู้ด้านการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง 3) แบบประเมินความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง 4) แบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน

ผลการวิจัยพบว่า 1) แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประกอบด้วย ก่อ-ร่าง-สร้าง-ตัว มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 2) ความรู้ของครูด้านการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง หลังการใช้แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีคะแนนเฉลี่ย 31.80 สูงกว่าก่อนการใช้แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครู ให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองคะแนนเฉลี่ย 21.23 อย่างมีนัยสำคัญ และมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 และ 3) พฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38

**คำสำคัญ:** การจัดการเรียนรู้ในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, การเรียนรู้ด้วยตนเอง, การจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง

## ABSTRACT

The purpose of this research were 1) to develop teachers' guidelines in learning management of sixth grade students to promote self-directed learning during the epidemic situation of the coronavirus disease 2019, 2) to study the teachers' knowledge and the ability in managing learning to promote sixth grade students' self-directed learning, and 3) to study the sixth grade students' self-directed learning behavior. The population for the research included 2 groups. The first group contained 30 science teachers selected by multi-stage sampling. The second group included



300 sixth grade students, selected by the purposive sampling technique. The research instruments were: 1) a guideline for teacher's learning management to promote sixth grade students' self-directed learning in the epidemic situation of the coronavirus disease 2019, 2) a test evaluating teacher's knowledge of promoting students' self-directed learning, 3) a test evaluating teacher's ability in promoting students' self-directed learning, and 4) a learning behavior form of self-directed learning students. The statistics used to analyze data included mean, standard deviation, and *t* test.

The results were as follows: 1) The teachers' guidelines in learning management of sixth grade students to promote self-directed learning during the epidemic situation of the coronavirus disease 2019 consisted of Goal, Plan, Create, and Summarize, which were at a high level of appropriateness, with an average of 4.48, 2) The teacher's knowledge of learning management to promote self-directed learning significantly had a higher score, an average score of 21.23 before the experiment and that of 31.80 after the experiment. The teacher had an ability in managing the self-directed learning at a high level, with an average of 4.36, and 3) The sixth grade students' self-directed learning behaviors were at a high level with an average of 4.38.

**Keywords:** Learning Management in the Coronavirus Disease 2019, Self-directed Learning, Teacher's Learning Management to Promote Students' Self-directed Learning.

## บทนำ

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในหลายประเทศทั่วโลกได้รับผลกระทบเกิดการติดเชื้อค่อนข้างรุนแรง ทุกประเทศจึงมีมาตรการเพื่อป้องกันและหยุดการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 จึงมีมาตรการปิดประเทศ (Lockdown) ให้ประชาชนหยุดกิจกรรมต่าง ๆ หยุดการเดินทางอยู่ในที่ตั่งหรือที่พักตามระยะเวลาที่กำหนด และงดกิจกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการด้านสาธารณสุขและเว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงการหยุดการเรียนการสอนในสถานศึกษาด้วยเช่นกัน ประเทศไทยกระทรวงศึกษาธิการประกาศให้สถานศึกษาในสังกัดและในกำกับปิดเรียนด้วยเหตุพิเศษ



โดยให้สถานศึกษาจัดให้มีการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินจากการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และประกาศนโยบายการจัดการเรียนการสอนช่วงโรคไวรัสโคโรนา 2019 โดยวางแนวทางการจัดการเรียนการสอนภายใต้สถานการณ์วิกฤตในทุกระดับชั้น (กระทรวงศึกษาธิการ, ออนไลน์, 2563) ดังนี้ 1) รูปแบบการเรียนการสอนออกแบบ Onsite ในพื้นที่ที่มีความปลอดภัยสามารถไปโรงเรียนได้ และมีการเรียนรู้เสริมผ่านระบบ Online 2) ลดการประเมินและงดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นโดยเน้นเรียนเฉพาะวิชากลุ่มสาระหลัก 3) การเตรียมพร้อมในด้านระบบการเรียนรู้ทางไกลและระบบออนไลน์ 4) กระทรวงศึกษาธิการจะสนับสนุนการเรียนการสอนทางไกลในสัดส่วน 80% อีก 20% หรือมากกว่าให้ทางโรงเรียนและครูผู้สอนในแต่ละพื้นที่พิจารณาออกแบบตามความเหมาะสม และ 5) การเรียนผ่านการสอนทางไกลใช้สื่อโทรทัศน์ (DLTV) เป็นหลักของมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในพระบรมราชูปถัมภ์ และใช้วิธีการสอนผ่านระบบออนไลน์ (Online) ร่วมกับการจัดการสอนแบบรับ-ส่งปฏิบัติตามใบงาน (On hand) แต่การใช้วิธีการสอนผ่านระบบออนไลน์ (Online) ยังมีนักเรียนบางกลุ่มโดยเฉพาะนักเรียนในครอบครัวที่มีฐานะยากจนไม่สามารถเข้าถึงระบบการเรียนรู้ได้เพราะไม่มีอุปกรณ์เทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ หรือแท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยมีแนวคิดว่าควรเปลี่ยนให้ทุกที่กลายเป็นโรงเรียน เพราะการเรียนรู้ยังต้องดำเนินอยู่แม้นักเรียนไม่สามารถไปโรงเรียนตามปกติ จำเป็นต้องหาวิธีการจัดการเรียนการสอน อาจใช้เทคโนโลยีดิจิทัลประกอบการเรียนรู้บ้างตามบริบทของนักเรียน ซึ่งจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำการเข้าถึงเทคโนโลยีวิธีการหนึ่ง นั่นคือ การจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนได้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ให้นักเรียนได้หาความรู้ ค้นคว้าหาคำตอบด้วยตนเอง เน้นการปฏิบัติจริงเป็นการเรียนรู้ในแบบ Learning by Doing การสอนแบบโครงการ หรือโครงงาน หรือการสอนแบบ Project Based Learning เป็นการสอนวิธีหนึ่งที่ทำให้นักเรียนได้เรียนจากการปฏิบัติจริงจากประสบการณ์ตรงนักเรียน ได้ทดลองทำปฏิบัติ เสาะหาข้อมูล จัดระเบียบข้อมูล หาข้อสรุป ค้นคว้าหาวิธีการด้วยตนเอง วรรณญาพักอยู่ (2562, หน้า 36) ได้กล่าวถึงการจัดการเรียนรู้โดยการสอนแบบโครงการจะช่วยนักเรียนนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม และวิมลรัตน์ สุทรโรจน์ (2553, หน้า 72) มีความเห็นว่าการจัดการเรียนการสอนแบบโครงการจะเกิดประโยชน์กับผู้เรียน และเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรอย่างแท้จริง เนื่องจากกิจกรรมการเรียนการสอนเน้นที่นักเรียนเป็นสำคัญ ครูเพียงจัดการเรียนการสอน



ให้นักเรียนได้ค้นหาคำตอบด้วยตนเอง ศึกษาค้นคว้า ทดลอง และลงมือปฏิบัติจริง ผู้วิจัย จึงได้พัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยนำหลักการเรียนรู้ด้วยตนเอง แนวคิดการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ปัญญาและการสอนแบบโครงการมาพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อให้ครูได้นำไปใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และได้เลือกชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ใช้ในการวิจัยเนื่องจากนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กำลังจะเริ่มก้าวสู่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น นักเรียนระดับชั้นนี้มีประสบการณ์และเริ่มมีการนำความรู้จากการเรียนรู้ไปใช้มากขึ้นในระดับที่สูงขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
2. เพื่อศึกษาความรู้ และความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลังจากเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

### สมมติฐานของการวิจัย

1. แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
2. ครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในระดับมาก และมีคะแนนหลังการใช้แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สูงกว่าก่อนการใช้ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05
3. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองหลังจากการเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก



## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นครูผู้สอนวิทยาศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครนายก ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 มีขั้นตอนได้กลุ่ม ตัวอย่าง ดังนี้

1. ครูผู้สอนวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครนายก ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 30 คน ด้วยวิธีการสุ่ม หลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) ดังนี้

1.1 สุ่มโรงเรียนด้วยการสุ่มแบบชั้น (Cluster Sampling) โดยการจับฉลาก รายชื่อโรงเรียน จากศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาประจำอำเภอ 15 ศูนย์พัฒนาคุณภาพ การศึกษา และมีจำนวนโรงเรียนภายในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาจำนวนใกล้เคียงกัน โดยจับสลากรายชื่อโรงเรียนครั้งละ 1 รายชื่อโรงเรียน ให้ได้ศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาละ 2 โรงเรียน จะได้โรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 โรงเรียน

1.2 สุ่มครูผู้สอนวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนละ 1 คน จาก กลุ่มตัวอย่างโรงเรียนที่ได้จากข้อ 1.1 จำนวน 30 โรงเรียน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากรายชื่อครูครั้งละ 1 รายชื่อ จนครบจำนวน 30 โรงเรียน จะได้ครูผู้สอนวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

2. นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักเรียนในห้องเรียนของครูที่ได้จากการสุ่มจากข้อ 1.2 โดยกำหนดสุ่ม นักเรียนห้องเรียนละ 10 คน หากห้องเรียนใดมีจำนวนนักเรียนไม่ถึง 10 คน ให้ใช้นักเรียน ทั้งหมดของห้องเรียนนั้น รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างนักเรียน จำนวน 300 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2. แบบทดสอบความรู้ของครูด้านการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ ด้วยตนเอง เป็นแบบทดสอบแบบ 4 ตัวเลือก (Multiple Choice) และแบบเลือกถูกผิด (True False)

3. แบบประเมินความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ ด้วยตนเอง เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale)



4. แบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

#### การรวบรวมข้อมูล

1. สังเคราะห์เอกสาร แนวคิด หลักการ งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างต้นแบบแนวทาง การจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2. นำต้นแบบที่ได้ตามข้อ 1 ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมและรับรอง ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) และทดสอบภาคสนาม (Tryout) เพื่อหาประสิทธิภาพ

3. ประชุมชี้แจงสร้างความรู้และความเข้าใจการใช้แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

4. ทดสอบความรู้ของครูด้านการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนการทดลอง

5. นิเทศและติดตามการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

6. ทดสอบความรู้และประเมินความสามารถการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง หลังการทดลอง

7. ประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

8. ทดลองซ้ำเพื่อยืนยันและปรับปรุง ทดลองซ้ำกับครูชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 ในรายวิชาภาษาไทย คณิตศาสตร์ และสังคมศึกษา ได้จากการสุ่มครูทั้ง 3 รายวิชา รายวิชาละ 1 คน ศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาละ 1 โรงเรียน จากศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษา 15 ศูนย์รวมได้ครูกลุ่มตัวอย่างทำซ้ำ 45 คน

9. ทดลองการใช้แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซ้ำเช่นเดียวกับข้อ 4 ถึง ข้อ 7 เพื่อยืนยันผลการทดลองอีกครั้ง

10. สรุปผลจากทดลองซ้ำเพื่อปรับปรุงแนวทางการสอนของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ให้มีความสมบูรณ์ และนำไปเผยแพร่ต่อไป



## ผลการวิจัย

1. แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ดังนี้ **ขั้นตอนที่ 1** ก่อ : **Goal** ประกอบด้วย กำหนดเป้าหมายของการเรียนรู้ **ขั้นตอนที่ 2** ร่าง : **Plan** ประกอบด้วย 1) ทบทวนความรู้เดิมเรื่องที่จะเรียนรู้ 2) วางแผนการเรียนรู้ **ขั้นตอนที่ 3** สร้าง : **Create** ประกอบด้วย 1) ลงมือปฏิบัติตามแผนการเรียนรู้ 2) บันทึก สิ่งที่เกิดขึ้น ระหว่างการปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ และ **ขั้นตอนที่ 4** ตัว : **Summarize** ประกอบด้วย 1) สรุปผลการเรียนรู้ 2) เผยแพร่สิ่งที่ได้จากการเรียนรู้ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้มีค่าเฉลี่ย 3.51 หรือในระดับความเหมาะสมมากขึ้นไป

2. ครูมีความสามารถในการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ระดับความสามารถในการสอนของครูให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองอยู่ในระดับมากขึ้นไปหรือมีค่าเฉลี่ย 3.51 ขึ้นไป และมีความรู้ของครูด้านการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนทดลอง มีคะแนนเฉลี่ย 21.23 อยู่ในระดับความรู้น้อย หลังการทดลองมีคะแนนเฉลี่ย 31.80 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ครูต้องมีคะแนนระหว่าง 26 – 30 หรือระดับความรู้ปานกลาง ขึ้นไป เมื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการทดลองใช้แนวทางการจัดการเรียนรู้ของครู ให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง พบว่าคะแนนหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. พฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลังเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นักเรียนต้องมีระดับพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองในระดับมากขึ้นไปหรือมีค่าเฉลี่ย 3.51 ขึ้นไป

## อภิปรายผล

1. จากการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประกอบด้วย 1) ก่อ : **Goal** 2) ร่าง : **Plan** 3) สร้าง : **Create** 4) ตัว : **Summarize** มีความสอดคล้องกับแนวทางการจัดการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน



และการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ปัญญาจะช่วยสนับสนุน ส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบ สุจิตา สาตารม (2553, บทคัดย่อ) ที่กล่าวถึงการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐานจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ของนักเรียนให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ ช่วยให้นักเรียนเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถปรับใช้กับการเรียนรู้นอกห้องเรียนในที่สุด และดำรงศักดิ์ ทรัพย์เชื่อนพันธ์ (2553, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่อง การนวดไทย พบว่าการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้นักเรียนสามารถสร้างชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง

2. การเรียนรู้ด้วยตนเองตามแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้วิจัยได้เลือกใช้การเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ปัญญาและการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงการเป็นฐาน มีความเหมาะสมต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เนื่องจากมีกระบวนการมีลำดับขั้นตอนของกิจกรรมให้นักเรียนได้ปฏิบัติ เช่นเดียวกับ ทิศนา ขมณี (2553, หน้า 139) มีความเห็นตรงกันว่าหากนักเรียนมีโอกาสได้สร้างความคิดและนำความคิดของตนเองไปสร้างชิ้นงาน โดยอาศัยกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสม จะทำให้ความคิดนั้นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน นักเรียนเป็นฝ่ายสร้างความรู้ขึ้นด้วยตนเองมิใช่มาจากครูและในการสร้างความรู้นั้นผู้เรียนจะต้องลงมือสร้างขึ้นมาโดยอาศัยสื่อและเทคโนโลยี รสมาริน ญาณบุญ (2550, บทคัดย่อ) และดลยา แต่งสมบุรณ์ (2551, หน้า 20) มีความเห็นที่สอดคล้องกันที่ว่า การใช้กิจกรรมแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง นักเรียนจะมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์และจำแนกหมวดหมู่ได้ การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนจึงเป็นการจัดการเรียนรู้ที่นักเรียนสามารถสร้างขึ้นได้ด้วยตนเอง

3. ผลการนำแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปใช้ ส่งผลให้ครูมีความรู้และความสามารถในการจัดการสอนให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ เนื่องจากแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ออกแบบภายใต้เงื่อนไข และองค์ประกอบด้าน การเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ปัญญา การเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐานและการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นแนวคิดที่มีความเหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์การสอนของครูในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการสอนจากวิธีการแบบเดิมไปสู่วิธีการใหม่ด้วยการชี้แนะหรือการให้ข้อมูลย้อนกลับ ตามกิจกรรมของแนวทางการจัดการเรียนรู้ของครูให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค



ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สอดคล้องกับ ปวีณสุตา นุภาพ (2557, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามหลักทฤษฎี Constructionism เพื่อพัฒนาการคิดสร้างสรรค์ชิ้นงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อวิชาคอมพิวเตอร์ของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่านักเรียนที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เรียนรู้ด้วยตนเองจะมีความคิดสร้างสรรค์ชิ้นงานอยู่ในระดับดี

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การนำแนวทางการจัดการเรียนรู้ของคุณให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปใช้การเรียนรู้ต้องสนุกสนาน ไม่เคร่งเครียด ให้มีการสนทนาแลกเปลี่ยนความรู้ความคิด
2. ครูควรศึกษาคู่มือการจัดการเรียนรู้ของคุณให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนนำไปใช้จริง ให้มีความเข้าใจในวิธีการ และขั้นตอนการจัดการเรียนรู้เพื่อให้การจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการจัดการเรียนรู้ของคุณให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง กับโรงเรียนขนาดเล็กที่มีความขาดแคลนครู
2. ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบแนวทางการจัดการเรียนรู้ของคุณให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองในสถานศึกษาที่มีขนาดต่างกัน และต่างสังกัด
3. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน

## บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2563). *การเตรียมความพร้อมของกระทรวงศึกษาธิการก่อนเปิดภาคเรียน 1 กรกฎาคม 2563* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://moe360.blog/2020/05/08/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A1%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81/> [2564, 1 กรกฎาคม].



- ดลยา แต่งสมบูรณ์. (2551). *การศึกษาผลการพัฒนาการคิดวิเคราะห์โดยใช้กิจกรรม การแสวงหาและค้นพบความรู้ด้วยตนเองประกอบการประเมินตามสภาพตามจริง สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3*. ปรินูญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดำรงศักดิ์ ทรัพย์เชื่อนจันทร์. (2553). *การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่อง การนวดไทย*. ปรินูญานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาผู้ใหญ่, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทิตนา แคมณี. (2553). *ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ ที่มีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปวีณส์สุดา นุภาพ. (2557). *การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามหลักทฤษฎี Constructionism เพื่อพัฒนาการคิด สร้างสรรค์ชิ้นงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเจตคติต่อวิชา คอมพิวเตอร์ของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- รสมาริน ญาณบุญ. (2550). *การใช้กิจกรรมการเรียนรู้ในห้องเรียนธรรมชาติเพื่อส่งเสริม การจัดการความรู้ของผู้เรียน*. การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา วิชาจิตวิทยาการศึกษาและแนะแนว, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรัญญา พักอยู่. (2562). *การพัฒนาการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษาและวัฒนธรรม โดยใช้โครงงานของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรการสอน, วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิมลรัตน์ สุทรโรจน์. (2553). *การออกแบบการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดแบบ Backward Design* (พิมพ์ครั้งที่ 4). มหาสารคาม: กากะเยีย.
- สุชิตา สาทารม. (2553). *การส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองและกลวิธีการเรียนภาษาอังกฤษ โดยการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยเรียนภาษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.



ผลของการใช้กิจกรรมทางกายเพื่อพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน  
ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1  
โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา  
EFFECTS OF PHYSICAL ACTIVITY ON THE DEVELOPMENT  
OF BASIC MOTOR SKILLS OF PRATHOMSUKSA 1 STUDENTS  
AT KASETSART UNIVERSITY LABORATORY SCHOOL CENTER  
FOR EDUCATIONAL RESEARCH AND DEVELOPMENT

สริน ประดู, วายุ แวงแก้ว\*

Sarin Pradoo, Wayu Waengkaew\*

อาจารย์โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, e-Mail: noteting12@hotmail.com (Corresponding Author)

Lecturer, Kasetsart University Laboratory School, Center for Educational Research and Development,  
Faculty of Education, Kasetsart University, e-Mail: noteting12@hotmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2021, December 28; Revised: 2022, March 4; Accepted: 2022, March 8)

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้กิจกรรมทางกาย เพื่อพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1/4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 แบ่งเป็นนักเรียนชาย จำนวน 17 คน และนักเรียนหญิง จำนวน 19 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) โปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวมี 4 กิจกรรม ดังนี้ กิจกรรมการวิ่ง กิจกรรมการกระโดด กิจกรรมการโยน กิจกรรมการเตะ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยผ่านการตรวจความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน มีค่า IOC = .80 2) แบบทดสอบการเคลื่อนไหวที่มีความเชื่อถือได้ .95 ( $r = .95$ ) ระยะเวลาในการฝึก 8 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน โดยประเมินทักษะการเคลื่อนไหว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ก่อนและ

\*อาจารย์โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, e-Mail: wayu.w@ku.ac.th

Lecturer, Kasetsart University Laboratory School, Center for Educational Research and Development,  
Kasetsart University, e-Mail: wayu.w@ku.ac.th



หลังการฝึก 8 สัปดาห์ และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบค่าที (Dependent  $t$  test) ผลการวิจัยพบว่า โปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวทำให้การเคลื่อนไหวของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมการเคลื่อนไหวของกิจกรรมการวิ่ง กิจกรรมการกระโดดและลงสู่พื้น กิจกรรมการโยน กิจกรรมการเตะ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบการเคลื่อนไหวของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ระหว่างก่อนการฝึกและหลังการฝึกพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่าโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสามารถพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวได้

**คำสำคัญ:** การเคลื่อนไหวพื้นฐาน, กิจกรรมทางกาย, นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา

## ABSTRACT

The purpose of this research was to study the effects of physical activity on the development of basic motor skills of grade 1 students at the Demonstration School of Kasetsart University, Center for Educational Research and Development. The sample groups were 17 male and 19 female students (class 1/4) enrolled in Academic Year 2/2021 at the Demonstration School of Kasetsart University, Center for Educational Research and Development. The tools used in this research were 1) the researcher-created movement development program consisting of 4 activities: running, jumping, throwing, and kicking and passing a content validity test from 5 experts, with IOC value of .80 and 2) movement test with reliability level of .95 ( $r = .95$ ). The duration of the training was 8 weeks, 3 days a week by assessing the motor skills. The data were analyzed by mean and standard deviation before and after 8 weeks of training, and dependent  $t$  test.

The results showed that, with the movement development program, the movement of elementary school students had a change in their motor activities in running, jumping, landing, throwing, and kicking activities. Comparing the average movement tests of elementary school students before with after training, the change was statistically different at the level of .05. It may be concluded that the movement development program created by the researcher can develop the students' motor skills.

**Keywords:** Basic movement, Physical activity, Elementary school students.



## บทนำ

จากสถานการณ์ปัจจุบันสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วการดำเนินชีวิตเร่งรีบ เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น และจากภาวะปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ผู้คนไม่กล้าที่จะออกไปไหนและทำกิจกรรมต่าง ๆ น้อยลง ดังที่ World Health Organization (Online, 2021) เรียกร้องให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจในภาคส่วนด้านสุขภาพ กีฬา การศึกษา และการขนส่ง เร่งขยายการจัดหาโปรแกรมและบริการที่ครอบคลุมมากขึ้นและสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น ซึ่งส่งเสริมการออกกำลังกายในทุกชุมชนมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะให้ผู้คนมีโอกาสที่ดีขึ้นในการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขดี ทุกวันนี้ ความเป็นไปได้ที่ผู้คนจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางกายนั้นไม่สม่ำเสมอ ความไม่เท่าเทียมกันนี้ยิ่งเลวร้ายลงในช่วงการระบาดใหญ่ของ COVID-19 โดยเฉพาะในเด็กนักเรียนที่จะต้องเรียนออนไลน์อยู่ที่บ้านทำให้ขาดการเคลื่อนไหวร่างกายตามวัย และการปฏิบัติกิจกรรมทางกาย สอดคล้องกับ มหาวิทยาลัยมหิดล (2559) พบว่าเด็กและเยาวชนไทยอายุระหว่าง 6-17 ปี มีกิจกรรมทางกายระดับต่ำมาก ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรมเนือยนิ่งในระดับสูงมาก ซึ่งเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ก็จะได้ปฏิบัติการออกกำลังกายในช่วงโมงวิชาพลศึกษา ดังที่ วรศักดิ์ เพียรชอบ (2560) กล่าวว่ากระบวนการศึกษาทางพลศึกษาและกีฬาเป็นกระบวนการศึกษาอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้ผู้เรียนได้มีการพัฒนาการทั้งในด้านร่างกาย ด้านทักษะ ด้านความรู้ ด้านคุณธรรม และด้านเจตคติที่ดีไปพร้อม ๆ กัน โดยใช้กิจกรรมพลศึกษาและกีฬาเป็นสื่อให้ผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ และมีพัฒนาการด้วยการมีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริงด้วยตนเอง

การเรียนการสอนวิชาพลศึกษาที่ถูกต้องตามหลักการที่แท้จริงนั้น คือ การเรียนการสอนที่ช่วยให้นักเรียนได้เป็นคนที่สมบูรณ์ โดยให้การพัฒนาในทุก ๆ ด้าน แต่การดำเนินการส่งเสริมกิจกรรมทางกายในสถานศึกษา เน้นผ่านรูปแบบการเรียนวิชาพลศึกษาอาจไม่เพียงพอ เนื่องจากยังมีนักเรียนประมาณร้อยละ 73 ที่มีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ การจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้นักเรียนนั่งเรียนในห้องเรียนตลอดทั้งวัน และการเรียนพิเศษหลังเลิกเรียนต่อ ล้วนเป็นการทำให้พฤติกรรมเนือยนิ่งของเด็กมีมากขึ้น (คณะกรรมการพัฒนาร่างแผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย, ออนไลน์, 2560) สอดคล้องกับ ญัฐวุฒิ เอี่ยมอรุณชัย (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมทางกายของนักเรียนชาย และนักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มรายวิชาบรรยายและกลุ่มรายวิชาปฏิบัติ ยังไม่สามารถทำให้นักเรียนชายและหญิงมีกิจกรรมทางกายในความหนักระดับ ปานกลางและความหนักระดับหนักได้ และพฤติกรรมการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือนันทนาการ ส่วนใหญ่ประกอบกิจกรรมทางกาย



ในความหนักระดับปานกลางวันละมากกว่า 60 นาที นักเรียนชาย ร้อยละ 40.50 และนักเรียนหญิงร้อยละ 30.20 เท่านั้นที่ประกอบกิจกรรมทางกายในความหนักระดับปานกลาง ความหนักด้วยการสะสมเวลามากกว่า 60 นาที/วัน

จากงานวิจัยจึงเห็นได้ว่าต้องมีการส่งเสริมให้นักเรียนมีการทำกิจกรรมทางกายมากยิ่งขึ้น เพราะกิจกรรมทางกายถือเป็นรากฐานสำคัญของชีวิต กิจกรรมทางกายทำให้ร่างกายมีการทำงานเพิ่มขึ้น เช่น การทำงานเพิ่มขึ้นของระบบกล้ามเนื้อและระบบหัวใจ และหายใจ การทำงานเพิ่มขึ้นของร่างกายมีข้อดี คือ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของร่างกาย หรือสมรรถภาพทางกายให้สูงขึ้น (สนธยา สีละมาต, 2557, หน้า 1) ดังที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2556, หน้า 6) ได้ให้ความหมายว่า กิจกรรมทางกาย คือ การเคลื่อนไหวโดยใช้กล้ามเนื้อโครงสร้างและใช้พลังงานของร่างกายมากกว่าขณะพัก ซึ่งกิจกรรมทางกายที่สามารถช่วยให้มีสุขภาพที่ดีขึ้นได้ หมายถึง การใช้กล้ามเนื้อในระดับปานกลาง เช่น การเดินเร็ว หรือเดินอย่างกระฉับกระฉ่ง และทำต่อเนื่องกันรวมเป็น 30 นาที ในเกือบทุกวันของสัปดาห์ สอดคล้องกับเจริญ กระบวนรัตน์ (2556, หน้า 2) ได้กล่าวว่ากิจกรรมทางกาย หมายถึง กิจกรรมการเคลื่อนไหวของร่างกายทุกรูปแบบที่เกิดจากการหดตัวของกล้ามเนื้อโครงสร้างหรือกล้ามเนื้อมัดใหญ่ ทำให้ร่างกายมีการเผาผลาญหรือใช้พลังงานเพิ่มขึ้นจากขณะพัก

ด้วยเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า กิจกรรมทางกายนั้นมีความสำคัญมาก ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรที่จะใช้กิจกรรมทางกายเพื่อพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งนักเรียนระดับชั้นประถมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกกำลังกายเพื่อให้พัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย การออกกกำลังกายช่วยส่งเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายของนักเรียนระดับชั้นประถมให้มีการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของร่างกายดีขึ้น การออกกกำลังกายสำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมควรจะต้องเหมาะสมตามหลักการออกกกำลังกาย เพื่อให้มีการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ และระบบไหลเวียนโลหิตของร่างกาย เพื่อให้การเคลื่อนไหวดีขึ้น รวมทั้งป้องกันการบาดเจ็บที่อาจเกิดจากการออกกกำลังกาย นอกจากนี้การออกกออกกำลังกายยังช่วยให้กลุ่มนักเรียนระดับชั้นประถม มีความสุข สนุกสนาน อีกทั้งยังได้ใช้ทักษะการคิด ในระหว่างกิจกรรมออกกกำลังกาย ทำให้เด็กนักเรียนสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุขและทำให้เกิดการพัฒนาด้านสติปัญญา



## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลของการใช้กิจกรรมทางกาย เพื่อพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นนักเรียนโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 280 คน (ข้อมูลนักเรียนปีการศึกษา 2564 จากงานทะเบียนและประมวลผลโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา) สังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ห้อง 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) จำนวน 36 คน แบ่งเป็นนักเรียนชาย จำนวน 17 คน และนักเรียนหญิง จำนวน 19 คน มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. เป็นห้องที่มีค่าเฉลี่ยจากการทดสอบการเคลื่อนไหวอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ
2. กลุ่มตัวอย่างต้องมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงได้รับวินิจฉัยจากแพทย์ว่าไม่มีโรคประจำตัว
3. กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัยทุกคนมีความสมัครใจเข้าร่วม และได้รับการอนุญาตจากผู้ปกครอง
4. กลุ่มตัวอย่างต้องเข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอย่างน้อย 90 % หรือขาดได้ไม่เกิน 3 ครั้ง จึงถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. โปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 4 ฐาน ฐานที่ 1 กิจกรรมการวิ่ง ฐานที่ 2 กิจกรรมการกระโดด ฐานที่ 3 กิจกรรมการโยน ฐานที่ 4 กิจกรรมการเตะ
2. แบบทดสอบการเคลื่อนไหว คือ เกณฑ์การประเมินทักษะการเคลื่อนไหว (มณฑิรา อุไรพงษ์, 2560) ประกอบด้วย 4 ทักษะ ดังนี้ ทักษะการวิ่ง (running) ทักษะการกระโดด และลงสู่พื้น (jumping landing) ทักษะการเตะ (kicking) ทักษะการโยน (throwing)



## การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำบันทึกถึงโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลวิจัย โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขั้นตอนการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลตามโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวแก่ผู้ช่วยวิจัย และจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ในการฝึกตามโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวอธิบาย สาธิตเกี่ยวกับการทดสอบการเคลื่อนไหวและโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวให้กลุ่มตัวอย่าง เข้าใจ ทำการทดสอบการเคลื่อนไหว ก่อนการฝึก

2. ดำเนินการทดลองตามโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวโดยใช้ระยะเวลาในการฝึก 8 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 3 วันโดยทำการฝึกวันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 16.00-17.00 น. สังเกตพฤติกรรมในโปรแกรมการฝึกที่มีต่อการพัฒนาการเคลื่อนไหว ทั้งก่อนการฝึกและภายหลังการฝึก แล้วบันทึกลงในแบบบันทึกพฤติกรรมในการฝึกเป็น รายสัปดาห์ ทำการทดสอบการเคลื่อนไหว ภายหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 นำข้อมูลที่ได้จากการ ทดสอบการเคลื่อนไหวก่อนการฝึกและหลังการฝึกแต่ละสัปดาห์มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) ของการ ทดสอบการเคลื่อนไหว ก่อนการฝึกและหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 ใช้การทดสอบค่าที่ (Dependent  $t$  test) หาค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ก่อนการฝึก และหลังการฝึก สัปดาห์ที่ 8 โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและความเรียง และนำ ข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกพฤติกรรมในการฝึกมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้ การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเป็นความเรียง

## ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการฝึกตามโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาผลของการใช้กิจกรรมทางกายเพื่อพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของนักเรียน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนสาธิตแห่ง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา จำนวน 36 คน แบ่งเป็นนักเรียนชาย จำนวน 17 คน นักเรียนหญิง จำนวน 19 คน



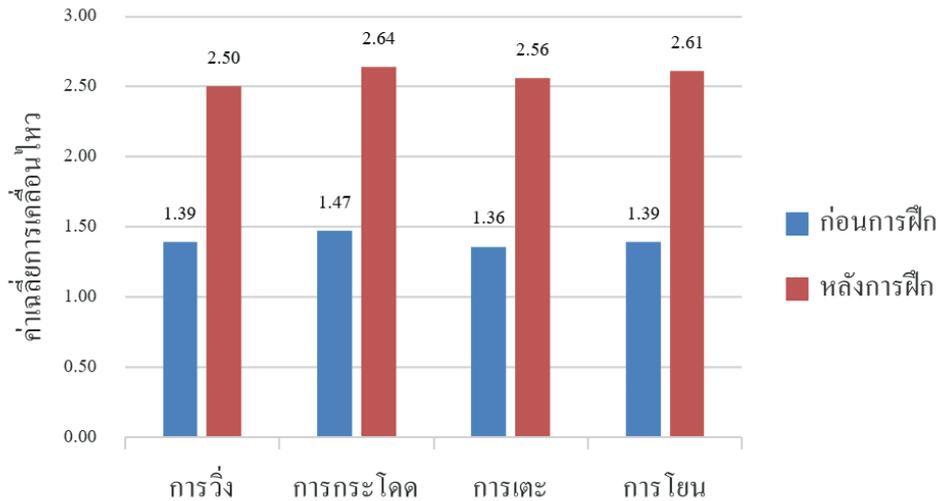
โดยนำผลการทดสอบของการเคลื่อนไหว ทั้งก่อนฝึกตามโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวและหลังฝึกตามโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหว 8 สัปดาห์ มาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบผลการทดลองระหว่างก่อนการฝึก และหลังการฝึก สัปดาห์ที่ 8 แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเคลื่อนไหวก่อนการฝึกและหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8

รายการ	ก่อนการฝึก		หลังการฝึก		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ทักษะการวิ่ง	1.39	0.49	2.50	0.61	7.51*	.000
ทักษะการกระโดด และลงสู่พื้น	1.47	0.61	2.64	0.49	9.50*	.000
ทักษะการเตะ	1.36	0.49	2.56	0.50	10.10*	.000
ทักษะการโยน	1.39	0.49	2.61	0.49	11.15*	.000

\* $p < .05$

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการทดสอบการเคลื่อนไหวก่อนการฝึกและหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 พบว่า ทักษะการวิ่ง ทักษะการกระโดด และลงสู่พื้น ทักษะการเตะ ทักษะการโยน ระหว่างก่อนการฝึกและหลังการฝึกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงค่าเฉลี่ยการเคลื่อนไหวก่อนและหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8

## อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ทักษะการเคลื่อนไหวของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนการฝึกและหลังการฝึกสัปดาห์ที่ 8 พบว่าทักษะการวิ่ง ทักษะการกระโดดและลงสู่พื้น ทักษะการเตะ ทักษะการโยน ระหว่างก่อนการฝึกและหลังการฝึกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า

หลังจากการฝึกกิจกรรมทางกายเป็นเวลา 8 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน ๆ ละ 60 นาที ซึ่งในตัวกิจกรรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นเป็นกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้พัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวตรงตามวัตถุประสงค์ของโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวพื้นฐาน ดังที่วรศักดิ์ เพียรชอบ (2560, หน้า 167) ได้กล่าวไว้ว่าการเคลื่อนไหวเบื้องต้น คือ กระบวนการของการเคลื่อนไหวเพื่อช่วยพัฒนาส่วนต่าง ๆ ของร่างกายให้มีการทำงานร่วมกันและประสานงานซึ่งกันและกันในระหว่างระบบประสาทและกล้ามเนื้อของส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเหล่านั้นให้สามารถทำงานได้ดีและมีประสิทธิภาพ และทำให้ได้มาซึ่งทักษะเบื้องต้นของกระบวนการเคลื่อนไหวนั้น ๆ ต่อไป ดังนั้นทักษะเบื้องต้น จึงมีความหมายว่า ผลที่เกิดขึ้นหลังจากการที่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการของกิจกรรมการเคลื่อนไหวที่เป็นพื้นฐานต่าง ๆ อย่างมีจุดหมายปลายทางมาแล้ว สอดคล้องกับเจริญ กระบวนรัตน์ (2557ข) ที่กล่าวว่าความสม่ำเสมอของการฝึก หรือการปฏิบัติกิจกรรมในการออกกำลังกายเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ ผู้ออกกำลังกายควรกระทำการ



ออกกำลังกายหรือการฝึกปฏิบัติสม่ำเสมออย่างน้อย 3-5 วันต่อสัปดาห์ โดยใช้วิธีการออกกำลังกายหนักเบาสลับกันไปในแต่ละวันหรือเลือกรูปแบบวิธีการออกกำลังกายที่มีความแตกต่างหลากหลาย หรือเป็นกิจกรรมที่มีระดับความหนักเบาแตกต่างกันมาใช้ในการออกกำลังกาย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้คำนึงถึงพัฒนาการของเด็กชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 สอดคล้องกับ Giblin, Collins, & Button. (2014) ที่ศึกษาความสามารถในการเรียนรู้ทางกาย พบว่าความสามารถในการเรียนรู้ทางกายเป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับการจัดการสอนเชื่อมโยงด้านร่างกาย จิตใจ และพฤติกรรมการเรียนรู้ และมีหลักฐานที่มากขึ้นที่แสดงถึงการประเมินการเคลื่อนไหวเพื่อสนับสนุนความสามารถในการเรียนรู้ทางกายรวมถึงความก้าวหน้าในการสร้างความรู้ความเข้าใจ วิธีการสอนที่เหมาะสม การตรวจสอบคุณภาพการจัดการศึกษาที่เกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ทางกาย ตลอดจนพัฒนาการวัดและประเมินทักษะการเคลื่อนไหวได้ดีขึ้น และสามารถสะท้อนความสามารถในการเรียนรู้ทางกายได้จริง ถึงแม้ว่าความสามารถในการเคลื่อนไหวอย่างง่ายจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการทำกิจกรรมทางกาย แต่อาจไม่เพียงพอที่จะพัฒนาการเคลื่อนไหวจนเกิดความสามารถในการเรียนรู้ทางกายได้ เพราะความสามารถในการเรียนรู้ทางกายจะเกิดขึ้นได้กิจกรรมทางกายที่ต้องมีความท้าทายระดับความสามารถของเด็กด้วย ดังที่ สุรางค์ วัชรตระกูล (2552, หน้า 82) ได้กล่าวถึงพัฒนาการด้านร่างกายในเด็กประถมศึกษานี้ไว้ว่าใช้การได้ดีเวลาอายุประมาณ 7 ปี การใช้และการบังคับกล้ามเนื้อต่าง ๆ ทั้งใหญ่และย่อยจะดีขึ้นมากและสามารถที่จะประสานงานกันได้ดี ฉะนั้นเด็กวัยนี้จึงสนุกในการลองความสามารถการกระโดดสูง กระโดดระยะทางไกล ๆ กระโดดเชือก เตะฟุตบอล โยนฟุตบอล และถีบจักรยาน

จากข้อวิจารณ์ที่กล่าวมานี้ แสดงให้เห็นว่าโปรแกรมพัฒนาการเคลื่อนไหวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาผลของการใช้กิจกรรมทางกายเพื่อพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวพื้นฐานของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เป็นโปรแกรมที่มีคุณภาพที่ดี สามารถพัฒนาทักษะการเคลื่อนไหวได้จริง ซึ่งนักเรียนมีพัฒนาการเคลื่อนไหวที่ดีขึ้น และส่งผลต่อพัฒนาการทางด้านต่าง ๆ ด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ครูผู้สอน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลวิจัยไปทดลองกับเด็กนักเรียนระดับชั้นอื่น ๆ เพื่อพัฒนาการเคลื่อนไหวพื้นฐานต่อไป



## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเทคโนโลยีรูปแบบใหม่เข้าช่วยในการฝึกเพื่อให้นักเรียนเกิดแรงจูงใจและความสนุก ในการฝึกมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- คณะกรรมการพัฒนาร่างแผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย. (2560). *แผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย พ.ศ.2561-2573* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [https://dopah.anamai.moph.go.th/th/activity-plan/download/?did=185662&id=16955&reload=\[2563, 22 ธันวาคม\]](https://dopah.anamai.moph.go.th/th/activity-plan/download/?did=185662&id=16955&reload=[2563, 22 ธันวาคม]).
- เจริญ กระบวนรัตน์. (2556). *เอกสารประกอบการสอนกิจกรรมทางกาย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2557ก). “การประยุกต์หลักการพื้นฐานในการฝึกซ้อม (FITT)”. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษาและนันทนาการ*. 40(2), หน้า 5-12.
- \_\_\_\_\_. (2557ข). *วิทยาศาสตร์การฝึกสอนกีฬา (Science of Coaching)*. กรุงเทพฯ: สินธนา ก๊อบปี่ เซ็นเตอร์.
- ณัฐวัฒน์ เอี่ยมอรุณชัย. (2558). *พฤติกรรมกิจกรรมทางกายของนักเรียนชาย และนักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- มณฑิชา อุไรพงษ์. (2560). *ผลของโปรแกรมกิจกรรมทางกายที่มีต่อทักษะการเคลื่อนไหว และสมรรถภาพทางกลไกของเด็กอายุ 3-5 ปี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2559). *สุขภาพคนไทย 2559 : ตายดีวิถีเลือกได้* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วรศักดิ์ เพียรชอบ. (2560). *รวมบทความเกี่ยวกับปรัชญา หลักการ วิธีสอน และการวัดเพื่อประเมินผลทางพลศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2) ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนธยา สีละมาด. (2551). *หลักการฝึกกีฬาสำหรับผู้ฝึกสอนกีฬา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- \_\_\_\_\_. (2557). *กิจกรรมทางกาย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2556). “ถึงเวลาลดพุง”. *สร้างสุข*. 9(139), หน้า 6.
- สุรางค์ โค้วตระกูล. (2552). *จิตวิทยาการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Giblin, Susan, Collins, Dave, & Button, Chris. (2014). “Physical Literacy: Importance, Assessment and Future Directions”. *Sports Med* 44, pp. 1177-1184.
- World Health Organization. (2021). *WHO calls for better and fairer opportunities for physical activity to improve health* (Online). Available: <https://www.who.int/news/item/14-10-2021-who-calls-for-better-and-fairer-opportunities-for-physical-activity-to-improve-mental-and-physical-health> [2021, October 14].



**ปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพ  
ด้านการสอนและหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทาง  
สาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผล  
ต่อสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล  
INTERACTION BETWEEN TEACHING COMPETENCY  
DEVELOPMENT TRAINING COURSE AND GENERAL NURSE  
PRACTITIONER TRAINING COURSE (PRIMARY MEDICAL CARE)  
AFFECTING NURSING STUDENTS' MENTORS' COMPETENCY**

**ทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ, สกุนตลา แซ่เตียว\*, วรินทร์ลดา จันทวีเมือง\*\***

**Trongrit Thongmeekhaun, Sakuntala Saetiaw\*, Varinlada Juntaveemuang\*\***

อาจารย์ประจำวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา คณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันพระบรมราชชนก,

e-Mail: trongrit2514@gmail.com (Corresponding Author)

Lecturer, Boromarajonani College of Nursing, Songkhla, Faculty of Nursing, Praboromarajchanok Institute,

e-Mail: trongrit2514@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2022, March 14; Revised: 2022, May 2; Accepted: 2022, May 12)

## **บทคัดย่อ**

การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล และปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น กลุ่มตัวอย่างเป็นพยาบาลวิชาชีพแผนกผู้ป่วยนอกและแผนกผู้ป่วยฉุกเฉิน โรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดสงขลาและพัทลุง จำนวน 140 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้ค่า IOC ระหว่าง .67-1.00 ตรวจสอบความเที่ยงโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .93 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติ

\*,\*\*อาจารย์ประจำวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา คณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันพระบรมราชชนก,

e-Mail: tsakunn@gmail.com, worawan@bcnsk.ac.th

Lecturer, Boromarajonani College of Nursing, Songkhla, Faculty of Nursing, Praboromarajchanok Institute,

e-Mail: tsakunn@gmail.com, worawan@bcnsk.ac.th



การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.88, SD = 0.40$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับดี โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเสริมพลังอำนาจ ( $\bar{X} = 3.93, SD = 0.45$ ) รองลงมา ด้านการให้คำปรึกษา ( $\bar{X} = 3.90, SD = 0.48$ ) และด้านการเป็นผู้นำทีม ( $\bar{X} = 3.90, SD = 0.47$ ) สำหรับด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการสอน ( $\bar{X} = 3.82, SD = 0.43$ )

2. ประสิทธิภาพการอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลวิชาปฏิบัติการพยาบาลเบื้องต้น ไม่มีปฏิสัมพันธ์กัน ( $F = .124, p = .725$ )

ดังนั้นวิทยาลัยและแหล่งฝึกควรส่งเสริมให้พยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลมีระดับสมรรถนะสูงขึ้นในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการสอน

**คำสำคัญ:** หลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน, หลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น), สมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยง

## ABSTRACT

This quantitative research aimed to study level of competency of nursing students' mentors and interaction between experience in teaching competency development training course and general nurse practitioner training course (primary medical care) affecting nursing students' mentors' competency. The samples recruited by simple random sampling were 140 registered nurses working for Outpatient and Emergency Departments at community hospitals in Songkhla and Phattalung provinces. The instrument was a questionnaire validated for contents by a panel of 3 experts. The instrument had IOC ranging from .67-1.00 and had Cronbach alpha coefficient reliability of .93. Data were analyzed using descriptive statistics and two-way ANOVA. The research results were as follows:

1. Competency of nursing students' mentors, overall, was at a good level ( $\bar{X} = 3.88, SD = 0.40$ ). When considering each aspect, it was found that



all aspects were at a good level. Aspect of empowerment had the highest mean score ( $\bar{x} = 3.93, SD = 0.45$ ), followed by aspect of counseling ( $\bar{x} = 3.90, SD = 0.48$ ), and aspect of team leader ( $\bar{x} = 3.90, SD = 0.47$ ). Aspect of teaching had the least mean score ( $\bar{x} = 3.82, SD = 0.43$ ).

2. There was no interaction between experience in teaching competency development training course and general nurse practitioner training course (primary medical care) affecting nursing students' mentors' competency ( $F = .124, p = .725$ )

Therefore, college and practice settings should encourage nursing students' mentors to have high level of all competencies, particularly, teaching competency.

**Keywords:** Teaching Competency Development Training Course, General Nurse Practitioner Training Course (Primary Medical Care), Competency of Nursing Students' Mentors.

## บทนำ

วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา จัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนานักศึกษาพยาบาลให้สามารถทำการรักษาโรคเบื้องต้นที่ดี โดยคาดหวังว่านักศึกษาพยาบาลจะมีสมรรถนะและสามารถตรวจรักษาโรคและให้การพยาบาลเบื้องต้นแก่ผู้รับบริการได้อย่างมีคุณภาพ โดยจัดการเรียนการสอนวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้นแก่นักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิตชั้นปีที่ 4 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ในวิชาการรักษาพยาบาลเบื้องต้นและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาฝึกปฏิบัติในการซักประวัติ การตรวจร่างกาย การวินิจฉัยโรค การคัดกรองและการส่งต่อผู้ป่วย การรักษาพยาบาลเบื้องต้น การทำหัตถการ และการช่วยเหลือฉุกเฉิน ภายใต้ขอบเขตของระเบียบกระทรวงสาธารณสุขยึดหลักจริยธรรมและสิทธิมนุษยชนและกฎหมายวิชาชีพ โดยแหล่งฝึกปฏิบัติงานเป็นโรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง จำนวน 12 โรงพยาบาล มีระยะเวลาในการฝึก 4 สัปดาห์ แบ่งฝึกปฏิบัติที่แผนกผู้ป่วยนอก 2 สัปดาห์ และแผนกผู้ป่วยฉุกเฉิน 2 สัปดาห์ ภายใต้การดูแลของพยาบาลพี่เลี้ยงซึ่งเป็นพยาบาลที่ได้รับการมอบหมายโดยตรงให้รับผิดชอบในการฝึกปฏิบัติของนักศึกษา แผนกละ 1 คน และมีพยาบาลประจำแผนกทุกคนช่วยนิเทศและสอนปฏิบัติทางการพยาบาลต่าง ๆ ให้กับนักศึกษา โดยมี



อาจารย์ไปนิเทศการฝึกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง (วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา, 2562, หน้า 3-5)

เวลาในการฝึกปฏิบัติส่วนใหญ่ในรายวิชานี้ นักศึกษาฝึกภายใต้การดูแลของพยาบาลพี่เลี้ยงของแต่ละแหล่งฝึกมีสมรรถนะในการนิเทศนักศึกษาในวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้นที่หลากหลายทั้งส่วนของความเหมือนและความต่างที่แตกต่างกันไป เช่น เทคนิคการสอน การปฏิบัติทางการพยาบาล การสื่อสาร การประเมิน เป็นต้น (วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา, 2562, หน้า 6-7) ส่งผลต่อคุณภาพของพยาบาล พี่เลี้ยงในการนิเทศนักศึกษา และส่งผลต่อคุณภาพในการรักษาพยาบาลเบื้องต้นของนักศึกษาด้วย ทั้งนี้ความเหมือนและความต่างของคุณลักษณะบางอย่างเป็นข้อจำกัดที่ไม่อาจปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขได้ เช่น อายุ เพศ ประสบการณ์การทำงาน เป็นต้น แต่คุณลักษณะบางอย่างสามารถปรับเปลี่ยนพัฒนาได้ เช่น ความรู้ ทักษะการทำงาน และสมรรถนะ เป็นต้น โดยเฉพาะสมรรถนะซึ่งเป็นคุณลักษณะและความสามารถของตัวบุคคลที่ซ่อนอยู่ภายในผลักดันให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมดีกว่าบุคคลทั่วไปและเกิดผลสำเร็จที่ดีเลิศในงาน (McClelland, online, 1973) นอกจากนี้ นันทวัน ดาวอุดม (2550, หน้า 7-8) กล่าวว่าสมรรถนะที่จำเป็นของพยาบาลพี่เลี้ยงในการนิเทศการฝึกปฏิบัติของนักศึกษา ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสอน 2) ด้านทักษะการปฏิบัติทางการพยาบาล 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านการเสริมพลังอำนาจ 5) ด้านการให้คำปรึกษา และ 6) ด้านการเป็นผู้นำทีม สามารถพัฒนาได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน การให้ฝึกปฏิบัติจริง การสอนงาน การศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นต้น โดยเฉพาะการฝึกอบรมถือเป็นกิจกรรมที่พัฒนาบุคคลให้มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ และความชำนาญทำให้ปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น (ลือชัย ชูนาคา และวิทยา จันทร์ศิลา, 2559, หน้า 78-79)

วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา จึงส่งเสริมให้พยาบาลพี่เลี้ยงในแต่ละแหล่งฝึกมีสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยงในการนิเทศนักศึกษาในวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น โดยจัดโครงการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) มาอย่างต่อเนื่องถึง 14 รุ่น หลักสูตรนี้เปรียบเสมือน “ศาสตร์” คือ เป็นองค์ความรู้ด้านการรักษาพยาบาลเบื้องต้น การผ่านการอบรมจะทำให้พยาบาลพี่เลี้ยงมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ และความชำนาญในการรักษาพยาบาลเบื้องต้นมากยิ่งขึ้น และจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพด้านการสอนสำหรับพยาบาลพี่เลี้ยงเป็นประจำทุกปี หลักสูตรนี้เปรียบเสมือน “ศิลป์” คือ เป็นเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่จะนำความรู้การรักษาพยาบาลเบื้องต้นถ่ายทอด การผ่านการอบรมจะทำให้พยาบาลพี่เลี้ยง



มีความรู้ มีความเข้าใจ การสอน วิธีการถ่ายทอด การสื่อสาร การเสริมพลังอำนาจ รวมทั้ง การให้คำปรึกษา และการเป็นผู้นำทีม ดังนั้นพยาบาลพี่เลี้ยงที่ได้อบรมทั้ง 2 หลักสูตรนี้ จะผสมผสานและเติมเต็มซึ่งกันและกัน ทำให้พยาบาลพี่เลี้ยงมีสมรรถนะในการนิเทศ นักศึกษาในวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น ทั้ง 6 ด้าน มากขึ้น (วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา, 2562, หน้า 1-2)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ลักษณะและระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงพยาบาลจบใหม่และพยาบาลพี่เลี้ยง นักศึกษา เช่น อรชร ภาสวดี และบุญใจ ศรีสถิตนรากร (2554, หน้า 24-25) ที่ศึกษาการ วิเคราะห์ปัจจัยสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยงโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ พบว่าสมรรถนะ พยาบาลพี่เลี้ยงโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ มี 4 สมรรถนะ 27 สมรรถนะย่อย นั่นวัน ดาวอุดม (2550, หน้า 120-135) ที่ศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยง พบว่า สมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยงโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ มี 6 สมรรถนะ 56 สมรรถนะย่อย และจุฑารัตน์ บันดาลสิน, ศิริพร พูนชัย, สายสมร เฉลยกิตติ และกฤษฎา กังหลี (2558, หน้า 36-37) ที่ศึกษาการปฏิบัติบทบาทพยาบาลพี่เลี้ยงของพยาบาลวิชาชีพในแหล่งฝึกงาน ของวิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก พบว่าพยาบาลพี่เลี้ยงนักเรียนพยาบาลมีการปฏิบัติบทบาท พยาบาลพี่เลี้ยงโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยไม่พบประเด็นการศึกษาระดับสมรรถนะ ของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลที่ชัดเจน และการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทาง สาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษา พยาบาลในวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น จึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อนำไปวางแผนการ พัฒนาสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลในวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น และวิชาอื่น ๆ ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการ รักษาพยาบาลเบื้องต้น
2. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพ ด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการ รักษาพยาบาลเบื้องต้น



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการวิจัย ดังนี้ **ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย** ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) ประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน และ 2) ประสบการณ์การอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ตัวแปรตาม ได้แก่ สมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยง ได้แก่ 1) ด้านการสอน 2) ด้านทักษะการปฏิบัติทางการพยาบาล 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านการเสริมพลังอำนาจ 5) ด้านการให้คำปรึกษา และ 6) ด้านการเป็นผู้นำทีม

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรเป็นพยาบาลวิชาชีพแผนกผู้ป่วยนอกและแผนกผู้ป่วยฉุกเฉิน โรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดสงขลา จำนวน 6 โรงพยาบาล และจังหวัดพัทลุง จำนวน 6 โรงพยาบาล ที่เป็นแหล่งฝึกวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา ประจำปีการศึกษา 2562 และมีส่วนร่วมในการฝึกปฏิบัติของนักศึกษาพยาบาลในวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น จำนวน 220 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการใช้ตารางเครซีและมอร์แกน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 (Krejcie & Morgan, 1970, pp. 607-610) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ตามสัดส่วนประชากรของแต่ละโรงพยาบาล จำนวน 140 คน

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มี 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน ประสบการณ์การปฏิบัติงาน ประสบการณ์การมีส่วนร่วมในการฝึกปฏิบัติแก่นักศึกษา ประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน และประสบการณ์การอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ตอนที่ 2) ระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น มี 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสอน 2) ด้านทักษะการปฏิบัติทางการพยาบาล 3) ด้านการสื่อสาร 4) ด้านการเสริมพลังอำนาจ 5) ด้านการให้คำปรึกษา และ 6) ด้านการเป็นผู้นำทีม ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่า IOC ระหว่าง .67-1.00 วิเคราะห์ค่าความเที่ยงได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .93

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์-31 มีนาคม 2563 ที่โรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดสงขลาและจังหวัดพัทลุง จำนวน 12 โรงพยาบาล



## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ
2. ระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล ทั้งโดยรวมและรายด้าน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์ 5 ระดับ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2553, หน้า 138) ดังนี้

1.00-1.49	หมายถึง พยาบาลพี่เลี้ยงมีระดับสมรรถนะต้องปรับปรุง
1.50-2.49	หมายถึง พยาบาลพี่เลี้ยงมีระดับสมรรถนะพอใช้
2.50-3.49	หมายถึง พยาบาลพี่เลี้ยงมีระดับสมรรถนะปานกลาง
3.50-4.49	หมายถึง พยาบาลพี่เลี้ยงมีระดับสมรรถนะดี
4.50-5.00	หมายถึง พยาบาลพี่เลี้ยงมีระดับสมรรถนะดีมาก

3. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน และการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two-way ANOVA)

**การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง** การวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา หมายเลขรับรอง BCNSK 10/2563

## ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 97.86 นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 83.57 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 93.57 มีอายุระหว่าง 35-45 ปี มากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ส่วนใหญ่เป็นพยาบาลวิชาชีพระดับชำนาญการ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 75.72 ปฏิบัติงานแผนกห้องตรวจโรค จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 76.43 มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 10-19 ปี มากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีส่วนร่วม ในการฝึกปฏิบัตินักศึกษาพยาบาลมากที่สุด <10 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 69.29

2. กลุ่มตัวอย่างผ่านการอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 23.57 และไม่ผ่านการอบรม จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 76.43 ส่วนหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น)



ผ่านการอบรม จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.43 และไม่ผ่านการอบรม จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 63.57 ซึ่งในจำนวนผู้ที่เคยผ่านการอบรมทั้ง 84 คน ผ่านการอบรมไม่เกิน 5 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 20.24 ผ่านการอบรมมาแล้ว 6 ถึง 10 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 และผ่านการอบรมมาแล้ว 11 ปี ขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 44.05

3. ระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น จำแนกโดยรวมและรายด้าน ( $n = 140$ )

สมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษา พยาบาลวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาล เบื้องต้น	min	max	$\bar{X}$	$SD$	ระดับสมรรถนะ
1. ด้านการเสริมพลังอำนาจ	2.50	5.00	3.93	0.45	ดี
2. ด้านการเป็นผู้นำทีม	2.60	5.00	3.90	0.47	ดี
3. ด้านการให้คำปรึกษา	2.60	5.00	3.90	0.48	ดี
4. ด้านทักษะการปฏิบัติทางการพยาบาล	2.38	5.00	3.88	0.43	ดี
5. ด้านการสื่อสาร	2.67	5.00	3.86	0.47	ดี
6. ด้านการสอน	2.70	5.00	3.82	0.43	ดี
โดยรวม	2.58	5.00	3.88	0.40	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น โดยรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.88$ ,  $SD = 0.40$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับดี โดยด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเสริมพลังอำนาจ ( $\bar{X} = 3.93$ ,  $SD = 0.45$ ) ส่วนด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการสอน ( $\bar{X} = 3.82$ ,  $SD = 0.43$ )



4. ข้อมูลการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลวิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น

ก่อนที่จะวิเคราะห์สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two-way ANOVA) ผู้วิจัยทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นตามหลักการใช้สถิติดังกล่าว โดยตรวจสอบว่าข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (Normality) หรือไม่ โดยพิจารณาจากกราฟ Normal Probability Plot พบว่าข้อมูลส่วนใหญ่จะอยู่รอบ ๆ เส้นตรง จึงสรุปได้ว่าลักษณะของข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ และทดสอบความแปรปรวนแบบ 2 ตัวประกอบ โดยหาค่า Levene's Test of Equality of Error Variances พบว่ามีความแปรปรวนเท่ากัน ( $F = 2.328, p = .078$ ) ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติ

ตารางที่ 2 ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล โดยใช้ตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ประสพการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน และประสพการณ์การอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ประสพการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน	.037	1	.037	.226	.635
2. ประสพการณ์การอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น)	.006	1	.006	.035	.853
3. ประสพการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน × ประสพการณ์การอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น)	.020	1	.020	.124	.725
ความคลาดเคลื่อน	22.441	136	165		
รวม	2126.038	140			

\* $p < .05$



จากตารางที่ 2 พบว่าพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลที่มีประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนต่างกันจะมีสมรรถนะไม่แตกต่างกัน ( $F = .226, p = .635$ ) และพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลที่มีประสบการณ์การอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ต่างกันจะมีสมรรถนะไม่แตกต่างกัน ( $F = .035, p = .853$ )

สำหรับปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น พบว่าไม่มีปฏิสัมพันธ์กัน ( $F = .124, p = .725$ )

## อภิปรายผล

1. ระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล วิชาปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น

1.1 กลุ่มตัวอย่างมีระดับสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{X} = 3.88, SD = 0.40$ ) อธิบายได้ว่าสมรรถนะเป็นคุณลักษณะและความสามารถที่มาจากตัวบุคคลที่ซ่อนอยู่ภายใน ซึ่งสามารถผลักดันให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมการทำงานที่มีความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผลและก่อให้เกิดผลลัพธ์สูงสุดในการทำงาน โดยสมรรถนะมีที่มาจากพื้นฐานความรู้ ทักษะ วิธีคิด คุณลักษณะส่วนบุคคล และแรงจูงใจ ซึ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการงานของตนเอง (McClelland, 1973, pp. 57-83) การที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนจบการศึกษาสาขาพยาบาล มีประสบการณ์ในการทำงานและมีส่วนร่วมกับการนิเทศการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา มาโดยตลอด รวมทั้งบางส่วนได้รับการอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน หลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) หลักสูตรหรือการอบรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้มีสมรรถนะการเป็นพยาบาลพี่เลี้ยงโดยรวมอยู่ในระดับดี สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ บันดาลสิน, ศิริพร พูนชัย, สายสมร เฉลยกิตติ และกุสุมา กังหลี (2558, หน้า 32) ที่ศึกษาการปฏิบัติบทบาทพยาบาลพี่เลี้ยงของพยาบาลวิชาชีพในแหล่งฝึกปฏิบัติงานของวิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก พบว่าพยาบาลวิชาชีพที่ทำหน้าที่พยาบาลพี่เลี้ยงนักเรียนพยาบาลมีการปฏิบัติบทบาทพยาบาลพี่เลี้ยงโดยรวมอยู่ในระดับดี นอกจากนี้ กนกพร นทีธนสมบัติ, รัชณี นามจันทรา, พรศิริ พันธสี และอิสริย์ เหลืองวิลัย (2558, หน้า 72) ที่ศึกษาการสอนภาคปฏิบัติของพยาบาลพี่เลี้ยงและแนวทางการพัฒนาระบบพยาบาล



พีเลียง คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ พบว่าพยาบาลพีเลียง นักศึกษาพยาบาลมีคุณภาพการสอนภาคปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน

1.2 ด้านการเสริมพลังอำนาจ มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.93$ ,  $SD = 0.45$ ) อธิบายได้ว่าการเสริมสร้างพลังอำนาจ เช่น การสนับสนุน การอำนวยความสะดวก การจัดสรรโอกาสให้ปฏิบัติงานได้อย่างอิสระ การช่วยขจัดอุปสรรคและปัญหาในการฝึกปฏิบัติงาน การเปิดโอกาสให้ปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ การสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสม เป็นต้น ช่วยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้บุคคล (Gibson, 1995 อ้างถึงใน ปรารักษ์ทิพย์ อูจะรัตน์, วัฒนา พันธุ์ศักดิ์ และฉวีวรรณ โพธิ์ศรี, 2557, หน้า 217) เห็นได้ว่าการปฏิบัติตามแนวทางในการสร้างเสริมสร้างพลังอำนาจ เป็นสิ่งที่ไม่ได้ยุ่งยาก หรือซับซ้อนมากนัก เพราะเป็นสิ่งที่พยาบาลพีเลียงทุกคนได้ถูกหล่อหลอมมาจากการศึกษา ในวิชาชีพพยาบาล และมีการปฏิบัติสืบทอดกันมาจากพยาบาลรุ่นพี่สู่รุ่นน้องไม่ว่าจะสำเร็จ การศึกษามาจากสถาบันการศึกษาใดก็ตาม (จันทนา โปรงเงิน และ แสงจันทร์ สุนันต์ตะ, 2561, หน้า 40) จึงทำให้พยาบาลพีเลียงมีสมรรถนะด้านนี้อยู่ในระดับดี โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ บันดาลสิน, ศิริพร พูนชัย, สายสมร เฉลยกิตติ และกุสุมา กังหลี (2558, หน้า 36) ที่ศึกษาการปฏิบัติบทบาทพยาบาลพีเลียงของพยาบาลวิชาชีพ ในแหล่งฝึกปฏิบัติงานของวิทยาลัยพยาบาล พบว่าพยาบาลพีเลียงนักเรียนพยาบาลมี การปฏิบัติบทบาทด้านการเสริมพลังอำนาจอยู่ในระดับดี

1.3 ด้านการสอน มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด ( $\bar{X} = 3.82$ ,  $SD = 0.43$ ) อธิบายได้ว่า สมรรถนะด้านการสอนเป็นการปฏิบัติบทบาทด้านการสอนทางคลินิกให้กับนักศึกษาของ พยาบาลพีเลียงในลักษณะของการถ่ายทอดความรู้ให้นักศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจ ลึกซึ้งอย่างแท้จริงซึ่งจะนำไปปฏิบัติต่อไป จำเป็นต้องมีการวางแผนเตรียมการสอน สื่ออุปกรณ์ รวมทั้งใช้เทคนิคการสอนต่าง ๆ ให้เหมาะสม รวมถึงการวัดและประเมินผล การเรียนการสอนต้องเหมาะสมสอดคล้องกับกิจกรรมการจัดการเรียน วัตถุประสงค์ ของการสอนด้วย จะเห็นได้ว่าสมรรถนะด้านการสอนมีความซับซ้อนและยุ่งยาก (จันทนา โปรงเงิน และแสงจันทร์ สุนันต์ตะ, 2561, หน้า 41) ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างบางส่วน มีประสบการณ์การเป็นพยาบาลพีเลียงน้อยกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่ไม่ผ่านการอบรมหลักสูตร พัฒนาศักยภาพด้านการสอน จึงทำให้สมรรถนะด้านการสอนอยู่ในระดับดี แต่มีค่าคะแนน เฉลี่ยต่ำที่สุด สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ บันดาลสิน, ศิริพร พูนชัย, สายสมร เฉลยกิตติ และ กุสุมา กังหลี (2558, หน้า 36) ที่ศึกษาการปฏิบัติบทบาทพยาบาลพีเลียงของพยาบาล วิชาชีพในแหล่งฝึกปฏิบัติงานของวิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก พบว่าพยาบาลพีเลียง



นักเรียนพยาบาลปฏิบัติบทบาทด้านการสอนอยู่ในระดับดี ชัดแย้งกับจินตนา โปรงเงิน และแสงจันทร์ สุนันตะ (2561, หน้า 41) ที่ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการสอนสำหรับพยาบาลพี่เลี้ยง วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก พบว่าด้านการสอนเป็นบทบาทที่พยาบาลพี่เลี้ยงประเมินศักยภาพของตนเองว่าอยู่ในระดับปานกลาง

2. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ที่มีผลต่อสมรรถนะพยาบาล พี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล ไม่มีปฏิสัมพันธ์กัน

อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ส่วนใหญ่ผ่านการอบรมมาแล้ว 5 ปี ขึ้นไป จึงอาจจะลืมนึกเทคนิควิธีการสอนต่าง ๆ ที่ได้รับการอบรมมา รวมทั้งความรู้บางอย่างล้ำสมัย พยาบาลพี่เลี้ยงจึงมีวิธีการในการพัฒนาตนเองด้วยการค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ เช่น เข้าร่วมประชุมวิชาการ ศึกษาจากหนังสือ ตำราวารสารต่าง ๆ การวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับผู้ป่วยร่วมกับสหวิชาชีพ และใช้ประสบการณ์เดิมหรือเทคนิคการสอนจากพยาบาลรุ่นพี่มาเป็นแนวทางในการสอนนักศึกษา (อัญญา ปลอดเปลื้อง, 2559, หน้า 171) ประกอบกับการมีภาระงานประจำมาก จึงให้ความสำคัญกับบทบาทหน้าที่ในการบริการผู้ป่วยก่อน ซึ่งการมีประสบการณ์การอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและการอบรมหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ไม่มีปฏิสัมพันธ์กันต่อสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยง นักศึกษาพยาบาล สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ บันดาลสิน, ศิริพร พูนชัย, สายสมร เฉลยกิตติ และกฤษมา กังหลี (2558, หน้า 37) ที่ศึกษาการปฏิบัติบทบาทพยาบาลพี่เลี้ยงของพยาบาลวิชาชีพในแหล่งฝึกปฏิบัติงานของวิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก พบว่าพยาบาลพี่เลี้ยงมีภาระงานประจำมากส่งผลต่อการปฏิบัติบทบาทพยาบาลพี่เลี้ยง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา ผู้บริหารระดับรองผู้อำนวยการกลุ่มวิชาการ ปรับปรุงหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอน โดยเน้นหัวข้อที่เกี่ยวกับวิธีการสอนในคลินิกให้มากขึ้น สำหรับหลักสูตรการพยาบาลเฉพาะทางสาขาเวชปฏิบัติทั่วไป (การรักษาโรคเบื้องต้น) ต้องเน้นการสอนเนื้อหาความรู้ที่ทันสมัย รวมทั้งการสนับสนุนเพื่อให้พยาบาล



พี่เลี้ยงนักศึกษาได้เข้าร่วมการอบรมมากยิ่งขึ้น เช่น จัดโควตาพิเศษ การสนับสนุนหรือลดค่าใช้จ่ายการอบรม เป็นต้น

2. แหล่งฝึก ผู้บริหารระดับกลุ่มการพยาบาล นำข้อมูลระดับสมรรถนะของพยาบาล พี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล โดยเฉพาะด้านการสอนใช้ในการวางแผนการพัฒนาพยาบาล พี่เลี้ยงหรือพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการฝึกนักศึกษาเข้าอบรมทั้งอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านการสอนและหลักสูตรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการพัฒนา รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาล เพื่อให้ได้วิธีการในการพัฒนาสมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยงนักศึกษาพยาบาลให้สูงยิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

- กนกพร นทีชนสมบัติ, รัชณี นามจันทรา, พรศิริ พันธสี และอิสริย์ เหลืองวิลัย. (2558). การสอนภาคปฏิบัติของพยาบาลพี่เลี้ยงและแนวทางการพัฒนาระบบพยาบาลพี่เลี้ยง คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. *วารสาร มฉก.วิชาการ*, 19(37), หน้า 71-88.
- จันทนา โปรยเงิน และแสงจันทร์ สุนันตะ. (2561). การพัฒนาศักยภาพการสอนสำหรับพยาบาลพี่เลี้ยง วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 19(3), หน้า 18-43.
- จุฑารัตน์ บันดาลสิน, ศิริพร พูนชัย, สายสมร เฉลยกิตติ และกฤษมา กังหลี. (2558). การปฏิบัติบทบาทพยาบาลพี่เลี้ยงของพยาบาลวิชาชีพในแหล่งฝึกปฏิบัติงานของวิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 16(3), หน้า 32-41.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ไทเนรมิตกิจอินเตอร์ โพรเกรสชิฟ.
- นันทวัน ดาวอุดม. (2550). *องค์ประกอบสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลพยาบาลมหาบัณฑิต สาขาบริหารการพยาบาล, คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราศรัย อจระตนะ, วัฒนา พันธุ์ศักดิ์ และฉวีวรรณ โพธิ์ศรี. (2557). ผลของโปรแกรมการเสริมสร้างพลังอำนาจต่อการพัฒนาศักยภาพการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในชุมชน. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 15(2), หน้า 216-224.



- ลือชัย ชูนาคา และวิทยา จันทร์ศิลา. (2559). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการบริหารวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 18(2), หน้า 72-80.
- วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา. (2562). *คู่มือการการฝึกปฏิบัติวิชาชีพปฏิบัติการรักษาพยาบาลเบื้องต้น ปีการศึกษา 2562*. สงขลา: ม.ป.ท.
- \_\_\_\_\_. (2562). *โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพด้านการสอนสำหรับพยาบาลพี่เลี้ยง*. สงขลา: ม.ป.ท.
- อรชร ภาศาวัต และบุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยสมรรถนะพยาบาลพี่เลี้ยงโรงพยาบาลตติยภูมิ*. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 12(พิเศษ), หน้า 21-27.
- อัญญา พลดเปลื้อง. (2559). สมรรถนะของพยาบาลพี่เลี้ยง. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 8(3), หน้า 168-174.
- Krejcie, Robert V., & Morgan, Daryle W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607-610.
- McClelland, David C. (1973). *Testing for Competence rather than Intelligence* (Online). Available: <https://www.therapiebreve.be/documents/mcclelland-1973.pdf> [2020, May 2].



ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565

# พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา THAI TOURISTS' BEHAVIORS AND OPINIONS TOWARDS CULTURAL TOURISM IN CHACHOENGSAO PROVINCE

รัศมีพร พยุงพงษ์, เจกิตาน์ ศรีสรवल\*

Russameeporn Phayungphongse, J-kita Srisuan\*

เจ้าหน้าที่สำนักงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

e-Mail: russameeporn.ph@chonburi.spu.ac.th (Corresponding Author)

Staff Office of Research and Innovation Development Sripatum University at Chonburi

e-Mail: russameeporn.ph@chonburi.spu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, May 16; Revised: 2022, June 27; Accepted: 2022, July 2)

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .80 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดสมานรัตนาราม จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และวัดหัวสวน (ละม่อมประชาสรรค์) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยเดินทางมาจากนอกจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 เดินทางมากับครอบครัว

---

\*อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

e-Mail: 41970615@chonburi.spu.ac.th

Lecturer, Tourism and MICE Management, School of Liberal Arts, Sripatum University at Chonburi

e-Mail: 41970615@chonburi.spu.ac.th



จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เพื่อน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และ คู่รัก/แฟน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากโฆษณามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.50 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เหตุผลที่เดินทาง มาท่องเที่ยวที่วัดในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะความศรัทธา จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 ความสวยงาม จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และชื่อเสียง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 หลังจากมาท่องเที่ยวครั้งนี้จะมีโอกาสเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 และไม่แน่ใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และแนะนำให้บุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยว จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 ไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ มีความ ศรัทธาต่อวัด ( $\bar{X} = 4.65$ ) วัดเป็นศูนย์กลางของความดีงาม ( $\bar{X} = 4.56$ ) และเห็นด้วยมาก ได้แก่ วัดเป็นเขตปลอดอบายมุขและสิ่งเสพติด ( $\bar{X} = 4.47$ ) วัดเป็นสถานที่สำหรับขัดเกลาจิตใจ ( $\bar{X} = 4.44$ ) และมีป้ายบอกประวัติต่าง ๆ ที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.22$ )

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, พฤติกรรมและความคิดเห็น

## ABSTRACT

The research aimed to study Thai tourists' behaviors and opinions towards cultural tourism in Chachoengsao Province. The Accidental Sampling method is applied for the research. The research samples were 400 Thai tourists who visited Chachoengsao for cultural tourism activities. The research tool was a questionnaire, which had the reliability is .80. Data were analyzed using frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that there were three groups of tourists visiting Chachoengsao province who paid respect to the Buddha. 200 tourists (50.00%) visited Wat Samanrattaram, 150 tourists (37.50%) visited Wat Sothornwararamworraviharn, and 50 tourists (12.50%) visited Way Huasuan (Lamomprachasan). There were 225 participants (63.80%) from outside the province and 145 participants (36.30%) within the province. 214 participants (53.50%) were traveling with the family, 148 participants (37.00%) were



with friends and 32 participants (8.00%) were couples. Advertisement, family, and friends were the channels to perceive tourism information in Chachoengsao province, respectively 45.00%, 40.50%, and 28.50%. The reasons why they visited the temples in Chachoengsao province were its sacredness (75.30%), beauty (17.00%), and famous (7.80%), respectively. 376 samples (94.00%) were willing to visit again, while 24 samples (6.00%) were uncertain. 388 samples (97.00%) revisited the province, though 12 samples (3.00%) would not probably return. Regarding Thai tourists' opinions toward cultural tourism in Chachoengsao province, it was found that faith in the temples was ( $\bar{x} = 4.65$ ) and the temple was the center of the goodness ( $\bar{x} = 4.56$ ). It is followed by the temples that have been cleaned from drugs ( $\bar{x} = 4.47$ ), the temples are used for mental discipline ( $\bar{x} = 4.44$ ), and there is enough clear useful information at tourist sites ( $\bar{x} = 4.22$ ).

**Keywords:** cultural tourism, behavior and opinion.

## บทนำ

ภาพรวมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศไตรมาส 1 ปี 2565 (มกราคม ถึง มีนาคม) เติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันปีก่อน มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 29.70 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้น 73% และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 135,335 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53% เพราะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของคนไทย หลังมีมาตรการผ่อนคลายการควบคุมการระบาดของโควิด-19 มีการเปิดประเทศ และให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาดำเนินการได้ รวมทั้งมีโครงการเราเที่ยวด้วยกัน เฟส 3 คนละครึ่ง รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ส่วนคาดการณ์ไตรมาส 2 ปีนี้ จะมีผู้ท่องเที่ยวชาวไทย 22.98 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้น 210% มีรายได้ท่องเที่ยว 105,265 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 205% จากช่วงเดียวกันปี 2564 (ยุทธศักดิ์ สุภสร, ออนไลน์, 2565)

แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่เป็นต้นทุนสำคัญทางการท่องเที่ยว อันเป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่สะท้อนถึงเอกสารลักษณะ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีอันงดงามของผู้คนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (อิทธิพล คุณปลื้ม, ออนไลน์, 2564) พุทธศาสนายังคงเป็น



สิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวไทยและยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยว (อนุชา นาคาศัย, ออนไลน์, 2564)

ฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนสถาน อย่างเช่นวัด นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมักมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับ ศาสนา เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือเยี่ยมชมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ (ราณี อธิชัยกุล, 2557, หน้า 292) จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทราของ นักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย ดังนี้

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอนของคอชเรน (Cochran, 1977, p. 76) ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95% มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่ม แบบบังเอิญ

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูล ทั่วไป มีลักษณะข้อคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม มีลักษณะข้อคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะข้อคำถามแบบเลือกตอบตามความคิดเห็น แบบ มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด



**คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Congruency: IOC) มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ .80 จากนั้นนำไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (try out) จำนวน 30 คน และค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach, 1990, p. 152) ได้เท่ากับ .78

**สถิติที่ใช้ในการวิจัย** เป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการวิจัย

**1. ข้อมูลทั่วไป** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 และชาย จำนวน 44.80 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 อายุ 31-40 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.80 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 10,001-20,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และ 20,001-30,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50

### 2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อ 1** เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดสมานรัตนาราม จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 วัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และวัดหัวสวน (ละม่อมประชาสรรค์) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยเดินทางมาจากนอกจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เพื่อน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และ คู่รัก/แฟน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัด



ฉะเชิงเทราจากโฆษณามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.50 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะความศรัทธา จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 ความสวยงาม จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และชื่อเสียง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 หลังจากมาท่องเที่ยวครั้งนี้จะมีโอกาสเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 และไม่แน่ใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และแนะนำให้บุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยว จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 ไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อ 2** เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ มีความศรัทธาต่อวัด ( $\bar{X} = 4.65$ ) วัดเป็นศูนย์กลางของความดีงาม ( $\bar{X} = 4.56$ ) และเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ วัดเป็นเขตปลอดภัยและสิ่งเสพติด ( $\bar{X} = 4.47$ ) วัดเป็นสถานที่ขัดเกลาจิตใจ ( $\bar{X} = 4.44$ ) และมีป้ายบอกประวัติต่างๆ ที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.22$ )

## อภิปรายผล

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สอดคล้องกับ ธฤชวรรณ มาตกุล (2556, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื่อมโยงสู่เชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษา วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ พบว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยววัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัด ศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ เพื่อกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และเดินทางมากับครอบครัว สอดคล้องกับ พระอธิการภูวนัย จับใจนาย (2558, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดหิรัญญาวาส ตำบลเกาะช้าง อำเภอมะขาม จังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นลักษณะครอบครัว และภัทรฐิตา ศิริอักษรพงศ์ (2557, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยววัดพระธาตุลำปางหลวง พบว่านักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ และคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยววัดพระธาตุลำปางหลวงอีก สำหรับเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะความศรัทธาและความสวยงาม สอดคล้องกับบรรณชนก คำแก้ว (2555, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการ



วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ ความมีเอกลักษณ์และความสวยงามของวัด นอกจากนี้หากมีโอกาสจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งและแนะนำให้บุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ผณินทรา ธนะเพ็ชร (2556, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษา วัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่าหากมีโอกาสจะเดินทางมาวัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นอีก และจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักเดินทางมาท่องเที่ยววัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุดต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ มีความศรัทธาต่อวัดและวัดเป็นศูนย์กลางของความดีงาม เห็นด้วยมาก ได้แก่ วัดเป็นเขตปลอดอบายมุขและสิ่งเสพติด วัดเป็นสถานที่ขัดเกลาจิตใจ และมีป้ายบอกประวัติต่าง ๆ ที่ชัดเจน สอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554, หน้า 67) ที่ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ วัดโสธรวราราววิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าด้านการให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวของวัดโสธรฯ ทำให้รู้สึก เกิดความศรัทธา และน่าเลื่อมใสสูงเป็นลำดับแรก และด้านการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง ทุกฝ่าย พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในเรื่องการสอดแทรกจิตสานึกในการอนุรักษ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อมเข้าไว้ในการท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับแรก นอกจากนี้สอดคล้องกับ กรรณิกา คำดี (2558, หน้า 184-185) ที่ศึกษาวัดและศาสนสถาน ในมิติของการท่องเที่ยว พบว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัด คือ วัดควรเป็น แหล่งเรียนรู้ หลักธรรม คำสอนของศาสนา อยากรสนทนาธรรม โดยเฉพาะเรื่องการปฏิบัติ การทำสมาธิ การภาวนา และพระจำนำงค์ ผมไผ่, ยุภาพร ยุภาศ และภักดี โพธิ์สิงห์ (2563, หน้า 164) ที่ศึกษาวัดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางลุ่มน้ำโขง พบว่าศักยภาพ ของวัดที่มีส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางลุ่มน้ำโขง เพื่อค้นหาตัวชี้วัดปัจจัย ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดและศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดบนเส้นทาง ลุ่มน้ำโขง มีตัวบ่งชี้ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดสถานที่ 2) ด้านการจัดสภาพสิ่งแวดล้อม 3) ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตประชาชนในท้องถิ่น 4) ด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

วัดเป็นสถานที่พึ่งทางจิตใจของชาวพุทธ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

## บรรณานุกรม

- กรรณิกา คำดี. (2558). วัดและศาสนสถานในมิติของการท่องเที่ยว. *วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 4(2), หน้า 175-191.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวราราวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา*. ปรินญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธรรณชนก คำแก้ว. (2555). *รายงานวิจัยการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน: กรณีศึกษา พระอารามหลวงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื่อมโยงสู่เชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษา วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ*. การศึกษาอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผดมินทรา ธนะเพ็ชร. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษาวัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. การศึกษาอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พระจำนงค์ ผมไผ่, ยุภาพร ยุภาศ และภักดี โพธิ์สิงห์. (2563). วัดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางลุ่มน้ำโขง. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(5) หน้า 158-170 .



- พระอธิการภูวนัย จัปโจนาย. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดหิรัญญาวาส ตำบลเกาะช้าง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย**. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ภัทรรัฐตา ศิริอัครพงศ์. (2557). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยววัดพระธาตุลำปางหลวง**. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2565). **ททท.ดึง “ใหม่ ดาวิกา” ชวนเที่ยวไทย ตั้งเป้าสร้างรายได้ 6.56 แสนล้านบาท** (ออนไลน์). ไทยรัฐออนไลน์ เข้าถึงได้จาก: <https://www.thairath.co.th/business/economics/2362685> [2565, 9 เมษายน].
- ราณี อธิชัยกุล. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อนุชา นาคาศัย. (2564). **ททท. เปิดตัวโครงการ WAT “ศรัทธานำทาง เส้นทางนำเที่ยว” พร้อมเสนอการสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยว** (ออนไลน์). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th/news-view.php?nid=13290> [2565, 3 มีนาคม].
- อิทธิพล คุณปลื้ม. (2564). **ททท. เปิดตัวโครงการ WAT “ศรัทธานำทาง เส้นทางนำเที่ยว” พร้อมเสนอการสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยว** (ออนไลน์). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th/news-view.php?nid=13290> [2565, 3 มีนาคม].
- Cochran, William G. (1997). *Sampling Techniques*. New York, NY: John Wiley & Son.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York, NY: Harper Collins.



# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา ต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน FACTORS AFFECTING DECISION-MAKING TOWARDS STUDYING FOR A MASTER'S DEGREE IN AVIATION

สิพิมพ์ดี สุทกวาทิน, วราภรณ์ เต็มแก้ว\*, อภिरดา นามแสง\*\*

Siphimvadee Suthakavatin, Waraporn Temkaew\*, Apirada Namsang\*\*

ผู้บริหารกลุ่มงานประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการ

ปัญญาภิวัฒน์, e-Mail: siphimvadeesut@gmail.com (Corresponding Author)

Manager, Aviation Business Management, Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of

Management, e-Mail: siphimvadeesut@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2022, May 10; Revised: 2022, June 28; Accepted: 2022, July 7)

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรระดับปริญญาตรีด้านการบินและผู้ที่จบการศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีด้านการบิน จำนวน 384 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินมากที่สุด อันดับที่ 1 ด้านอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ มีประสบการณ์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการบิน อันดับที่ 2 ด้านหลักสูตรผ่านการรับรองมาตรฐานในสาขาวิชาชีพและกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม อันดับที่ 3 ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันโดยนักศึกษาที่จบการศึกษาเป็นที่ต้องการขององค์กรและหน่วยงานด้านการบิน อันดับที่ 4 ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของสถาบันด้านห้องเรียนและห้องน้ำสะอาด อันดับที่ 5 ด้านการเข้าถึงข้อมูลหลักสูตรผ่านการประชาสัมพันธ์ ด้านสถาบัน

\*ผู้อำนวยการกองวิชาบริหารการบิน สถาบันการบินพลเรือน, e-Mail: waraporntung@gmail.com  
Director, Aviation Management, Division Civil Aviation Training Center Thailand,  
e-Mail: waraporntung@gmail.com

\*\*ครูวิชาภาคพื้น สถาบันการบินพลเรือน, e-Mail: japirada747@gmail.com

Ground Instructor, Civil Aviation Training Center Thailand, e-Mail: japirada747@gmail.com



มีช่องทางการรับสมัครที่หลากหลายต่อการสมัคร อันดับที่ 6 ด้านความคาดหวังในอนาคต ต้องการศึกษาต่อเพื่อนำความรู้ไปใช้ในการทำงานเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในองค์กรปัจจุบัน อันดับที่ 7 ด้านรูปแบบการเรียนการสอน การจัดรูปแบบการเรียนการสอนโดยมีกิจกรรมการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ อันดับที่ 8 ด้านค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายระหว่างศึกษา การให้ทุนการศึกษา สถาบันสามารถให้ผู้สนใจศึกษาต่อผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ และอันดับที่ 9 ด้านครอบครัว ต้องการศึกษาต่อเพื่อสร้างคุณภาพภูมิใจให้กับตัวเอง ครอบครัวและเป็นเกียรติกับวงศ์ตระกูล

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ, หลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน

## ABSTRACT

This research aimed to study factors affecting the decision-making in studying for a master's degree in Aviation. The sample groups of this study were 384 respondents consisting of undergraduate students in Aviation and graduates with a bachelor's degree in Aviation. Convenient sampling was used as a sample selection method. The statistics employed for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The factor most affecting the decision-making on studying for a master's degree program in Aviation was the aspect of instructors who were knowledgeable and experienced and were experts in the aviation industry. The second aspect was the curriculum certified by professional standards and the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. The third aspect was the image and reputation of the institute, assuring that its graduates were required by aviation organizations and agencies. The fourth aspect was the location and environment of the institute, such as clean classrooms and restrooms. The fifth aspect was the access to curriculum information through public relations and a variety of recruiting channels easy for application. The sixth aspect was future expectations in terms of continuing education to apply knowledge gained from studies for career advancement in an individual's current organization. The seventh aspect was the instructional style (curriculum) with both domestic and



international study trips. The eighth aspect was tuition fees, expenses during the study, scholarships, and tuition fee installments. The ninth aspect was related to the family in terms of having the desire to further studies to take honor and pride in oneself and family.

**Keywords:** Decision-making, Master's degree program in aviation.

## บทนำ

สภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเกิดการแข่งขันเพื่อพัฒนา ศักยภาพทางการศึกษาให้สูงขึ้น การศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาเป็นระดับการศึกษา ที่สูงกว่าการศึกษาภาคบังคับขั้นพื้นฐานของกระทรวงศึกษาธิการ ในประเทศไทยการศึกษา ในระดับปริญญาโทหรือระดับมหาบัณฑิตเป็นระดับการศึกษาที่คนในสังคมยอมรับและ ให้ความเชื่อถือ (ศศิธร บุรณ์เจริญ, 2560, หน้า 138) ผู้ที่สนใจศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต ต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของตนเองรวมทั้งบูรณาการทักษะความรู้ ความสามารถประสบการณ์จากการทำงานเพื่อยกระดับให้สามารถแข่งขันและเจริญก้าวหน้า ในหน้าที่การงานในระดับบริหารและมีเกียรติเป็นที่ยกย่องนับถือในสังคม (ประดิษฐ์พงศ์ โตรธรรมเจริญ, 2555, หน้า 1-2)

บัณฑิตที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาด้านการบินต้องการที่จะประกอบอาชีพ ด้านการบินเป็นส่วนใหญ่ เพื่อที่จะนำความรู้ที่มีไปประกอบอาชีพตามสายวิชาชีพที่จบ การศึกษามา แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ มีมาตรการการปิดประเทศทั่วโลกเพื่อควบคุมกำหนดห้ามและจำกัดการขึ้นลงของอากาศยาน เพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปสู่พื้นที่อื่นซึ่งสถานการณ์ ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อทุกสาขาอาชีพ รวมทั้งบุคลากรในอาชีพด้านการบิน อาทิ อาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน นักบิน ช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน ฯลฯ เกิดระงับเที่ยวบิน จำกัดเส้นทางการบิน สายการบินต้องเลิกกิจการ สถานประกอบการไม่สามารถดำเนิน กิจการต่อไปได้ เกิดปัญหาคนตกงาน ส่วนสถานประกอบการที่ยังประกอบกิจการอยู่จำเป็นต้อง มีการลดต้นทุน ลดจำนวนพนักงานสายการบิน ปลดพนักงานออกบางส่วนและ ไม่สามารถรับพนักงานเพิ่มได้ (ทักษิณา แสนเย็น, วรุฒิ เว้นบาบ, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์, กุศลวัช ศรายุทธ และอาภาภรณ์ หาโสีะ, 2563, หน้า 209) บัณฑิตที่จบการศึกษาในระดับ ปริญญาตรีสาขาการบินไม่สามารถเข้าทำงานในหน่วยงานหรือองค์กรด้านการบินได้



ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินอยู่หลายแห่ง เช่น หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการบิน สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาการจัดการการบิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เป็นต้น หลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินมีจุดมุ่งหมายที่จะมอบความรู้พื้นฐานด้านการบิน ทักษะด้านการบริหารจัดการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ที่ศึกษาได้นำเอาความรู้ไปใช้พัฒนาหน่วยงานและองค์กรทางด้านทางบินหรือสถาบันการศึกษาทางด้านการบิน

ในช่วงวิกฤติการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อให้การเดินทางทางอากาศยังไม่สามารถกลับมาฟื้นตัวได้เหมือนเดิมเป็นโอกาสให้บัณฑิตที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาด้านการบินแต่ยังไม่ได้เข้าทำงานในหน่วยงานใดสามารถพลิกวิกฤติในช่วงเวลานี้ให้เป็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพหาความรู้เพิ่มเติมเพิ่มขีดความสามารถของตนเองเพื่อเตรียมความพร้อมให้ตนเองเมื่อสถานการณ์กลับมาสู่สภาวะปกติ การเดินทางทางอากาศสามารถดำเนินการได้ปกติ สถานประกอบการกลับมาเปิดรับบุคลากรทางด้านการบิน เวลานั้นก็จะพร้อมที่จะสมัครเข้าทำงานในหน่วยงานหรือองค์กรที่ต้องคัดเลือกพนักงานบุคลากรที่มีคุณภาพ มีองค์ความรู้ คุณลักษณะตรงตามที่หน่วยงานหรือองค์กรทางด้านการบินต้องการ การแข่งขันแย่งชิงกันเพื่อที่จะสมัครเข้าทำงานในตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งจะต้องมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก และถ้าเราจบการศึกษาในระดับมหาบัณฑิตก็จะมีโอกาสเหนือกว่าคู่แข่งได้ ซึ่งการที่จะสามารถพัฒนาศักยภาพหาความรู้เพิ่มเติม เพิ่มขีดความสามารถของตนเองโดยเฉพาะความรู้ทางด้านการบินจำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการบินมาถ่ายทอดให้ความรู้ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายของหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินอยู่แล้ว ด้านงานวิจัยมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโท เช่น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท: กรณีศึกษานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2555, หน้า 35-43) และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาโทของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (ศศิธร บุรณ์เจริญ, 2560, หน้า 136-159) เป็นต้น แต่ยังไม่มียงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน อย่างไรก็ตามแนวโน้มความต้องการของผู้เรียนในระดับมหาบัณฑิตที่ต้องการที่จะรู้กว้างและรู้รอบไม่เน้นรู้ลึกจะเน้นความรู้ด้านการบริหารจัดการ ทำให้หลักสูตรมหาบัณฑิตที่เน้นให้ความรู้เฉพาะด้านถูกแทนที่ด้วยการสอนออนไลน์หรือหลักสูตรอบรม



ระยะสั้น (ณรงค์ โพธิ์พุกพานันท์ และบุริบุญญวิทย์ ธนนาถเชาวรินทร์, 2562, หน้า 33-38) ช่วยให้ผู้เรียนประหยัดทั้งเวลาและต้นทุนได้มาก ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าในช่วงปี 2564-2566 ภายใต้สถานการณ์วิกฤตินี้ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่กำลังจะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีด้านการบินและผู้ที่ยังจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีด้านการบิน จะมีความสนใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินหรือไม่และปัจจัยอะไรที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินและนำผลการศึกษาค้นคว้าไปวางแผนการประชาสัมพันธ์และวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ที่สนใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบการสำรวจ (Survey research) ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดในการศึกษามีที่มาของปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินมาจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 10 ชิ้น ดังนี้ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาจิตวิทยาเด็กวัยรุ่นและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล (เสรี สิงห์โงน และสาลินี จันทร์เจริญ, 2561, หน้า 100-104) 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาโทของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (ศศิธร บุรณ์เจริญ, 2560, หน้า 144-145) 3) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท: กรณีศึกษานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2555, หน้า 37-38) 4) ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (พรรณพนัช จันทา และอัจฉริยา ปราบอริพ่าย, 2558, หน้า 297) 5) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของนักศึกษาปริญญาโท คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ณิชาญา โหมตเครือ, 2563, หน้า 6) 6) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนปริญญาโทคณะบริหารธุรกิจระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชน (ประดิษฐ์พงศ์ ไตรธรรมเจริญ, 2555, หน้า 4) 7) การตัดสินใจศึกษาต่อ



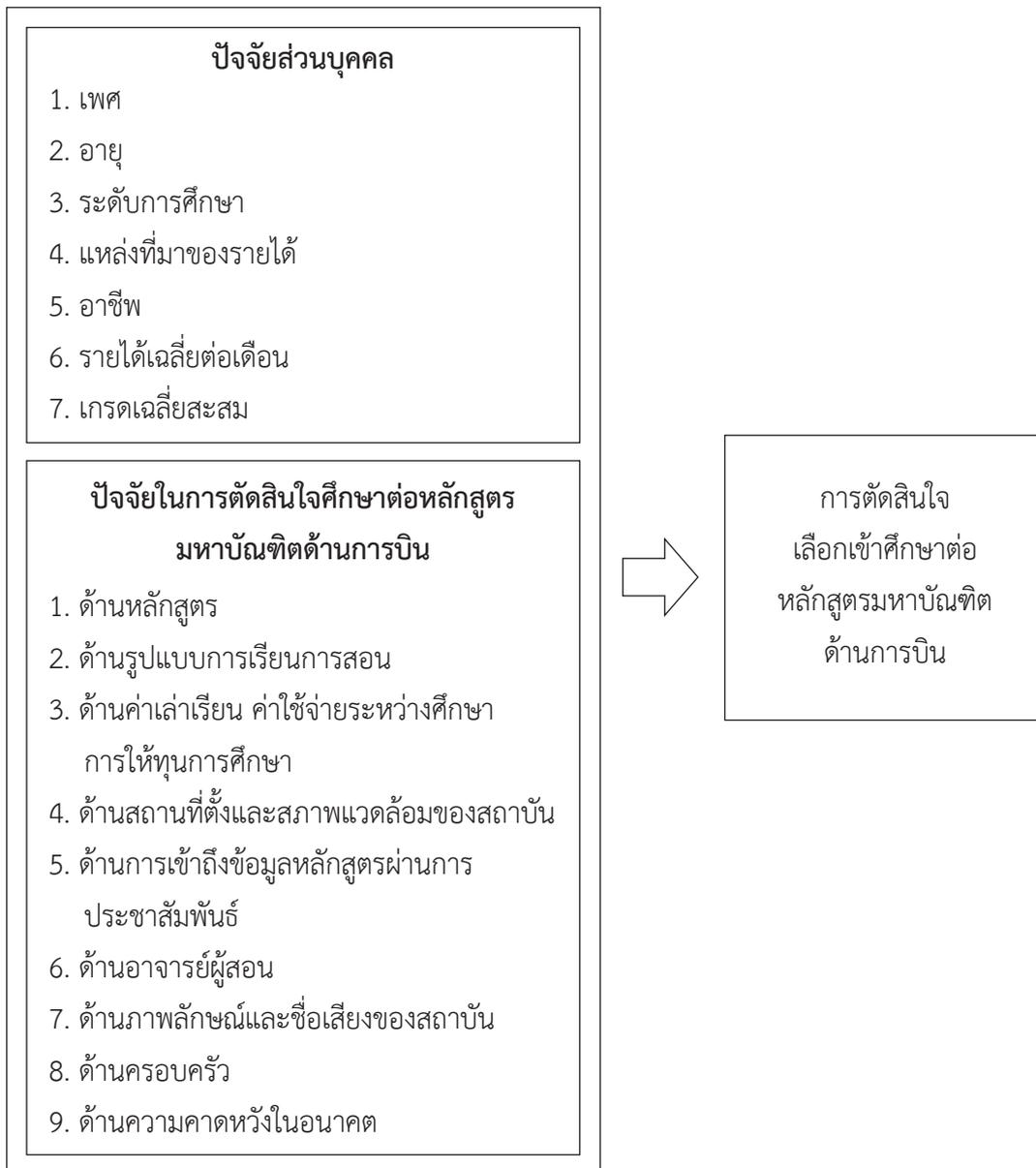
ระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม (ศรัณย์วีร์ เอมะศิริ, 2563, หน้า 5) 8) ความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรปริญญาตรีสองปริญญา ปริญญาตรีต่อโทและปริญญาโท ของนักศึกษามหาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต (ธิราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์, 2563, หน้า 42-43) 9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง (สุขพัฒน์ อนนท์จารย์, ภาสกร ดอกจันทร์, รพีพร ธงทอง และสุรพล พรหมกุล, 2563, หน้า 51) 10) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตระดับปริญญาตรีสายสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (สุชาวดี กิ่งทอง และเทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ, 2559, หน้า 103) โดยนำผลงานทั้งหมดมาสังเคราะห์หาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความถี่มากที่สุดในการนำมาวิเคราะห์จนได้ออกมาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน ออกมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรระดับปริญญาตรีด้านการบินและผู้ที่จบการศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีด้านการบิน แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560, หน้า 46) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ผลสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 384 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling)

### เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) แหล่งที่มาของรายได้ 5) อาชีพ 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7) เกรดเฉลี่ยสะสม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน แบ่งออกเป็น 9 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านหลักสูตร 2) ด้านรูปแบบการเรียนการสอน 3) ด้านค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายระหว่างศึกษา การให้ทุนการศึกษา 4) ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของสถาบัน 5) ด้านการเข้าถึงข้อมูลหลักสูตรผ่านการประชาสัมพันธ์ 6) ด้านอาจารย์ผู้สอน 7) ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบัน 8) ด้านครอบครัวและ 9) ด้านความคาดหวังในอนาคต โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale แต่ละคำถามจะมีคำตอบเป็นตัวเลือก 5 ระดับความสำคัญ คือ

<u>ระดับความสำคัญ</u>	<u>ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ</u>
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

โดยเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย แบ่งเป็น 5 ระดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549, หน้า 75 ) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	มีความสำคัญในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	มีความสำคัญในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด



ส่วนที่ 3 เป็นคำถามวัดการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale เป็นตัวเลือก 5 ระดับ คือ

<u>ระดับการตัดสินใจ</u>	<u>ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ</u>
ตัดสินใจศึกษาต่ออย่างแน่นอน	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
อาจจะศึกษาต่อ	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
อาจจะไม่ศึกษาต่อ	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

ตัดสินใจไม่ศึกษาต่ออย่างแน่นอน กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน โดยเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	ตัดสินใจศึกษาต่ออย่างแน่นอน
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	อาจจะศึกษาต่อ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	อาจจะไม่ศึกษาต่อ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	ตัดสินใจไม่ศึกษาต่ออย่างแน่นอน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน

#### คุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยการทดสอบความเที่ยงตรงโดยนำคะแนนความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 คน มารวมกันแล้วหารด้วยจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ โดยถ้าข้อคำถามตรงจุดประสงค์จะมีค่าคะแนนเท่ากับ +1 คะแนน ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นตรงกับจุดประสงค์หรือไม่จะมีค่าคะแนนเท่ากับ 0 คะแนน และถ้าข้อคำถามไม่ตรงกับจุดประสงค์จะมีค่าคะแนนเท่ากับ -1 คะแนน โดยถ้าค่า IOC ของแบบสอบถามในข้อนั้นมีค่ามากกว่า .67 แสดงว่าข้อคำถามนั้นสามารถใช้วัดได้ตรงตามจุดประสงค์ของการศึกษา โดยผลการทดสอบค่า IOC ของแบบสอบถามของผู้วิจัยทุกข้อ มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง จากนั้นได้ทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยให้กลุ่มที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ทำแบบสอบถามเพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เพื่อหาสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ ) ซึ่งถ้าผลลัพธ์ของสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ ) มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .70 แปลว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไปได้



ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ ) ของงานวิจัยนี้มีค่าเท่ากับ .98 สรุปว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ดีมากและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไปได้

**การรวบรวมข้อมูล** ด้วยแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ประกอบด้วย Facebook และ Application Line ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและดำเนินการด้านศึกษาดังตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2564 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2565

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล** สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 384 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 เป็นเพศชาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 มีอายุ 21-25 ปี มากที่สุด จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 รองลงมา มีอายุ 15-20 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 และมีอายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 68.80 รองลงมา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ มีแหล่งที่มาของรายได้มาจากพ่อแม่และผู้ปกครองมากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.60 รองลงมา มีแหล่งที่มาของรายได้มาจากการประกอบอาชีพของตนเอง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 มีแหล่งที่มาของรายได้มาจากได้รับทุนการศึกษาจาก กยศ. กรอ. และทุนอื่น ๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และมีแหล่งที่มาของรายได้มาจากญาติพี่น้อง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ มีอาชีพเป็นนักศึกษา มากที่สุด จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 66.40 รองลงมา มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90 มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 มีอาชีพเป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และมีอาชีพขายของออนไลน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ต่อเดือนมากที่สุด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย 15,000-20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40 มีรายได้เฉลี่ย 20,001-25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.10 มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า



35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 มีรายได้เฉลี่ย 25,001-30,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 และมีรายได้เฉลี่ย 30,001-35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 มากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมา มีเกรดเฉลี่ย สะสม 2.50-3.00 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.51-4.00 จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และมีเกรดเฉลี่ยสะสมน้อยกว่า 2.50 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน ในภาพรวม เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 รองลงมา ปัจจัยด้านหลักสูตร มีค่าเฉลี่ย 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบัน มีค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของสถาบัน มีค่าเฉลี่ย 4.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 ปัจจัยด้านการเข้าถึงข้อมูลหลักสูตรผ่านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ปัจจัยด้านความคาดหวังในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย 3.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายระหว่างศึกษา การให้ทุนการศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 และปัจจัยด้านครอบครัว มีค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของปัจจัยในแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ มีประสบการณ์เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านอุตสาหกรรมการบิน ปัจจัยด้านหลักสูตร ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ หลักสูตรผ่านการรับรองมาตรฐานในสาขาวิชาชีพและกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือนักศึกษาที่จบการศึกษาเป็นที่ต้องการขององค์กรและหน่วยงานด้านการบิน ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของสถาบัน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านห้องเรียนและห้องน้ำสะอาด ปัจจัยด้านการเข้าถึงข้อมูลหลักสูตรผ่านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสถาบันมีช่องทางการรับสมัครที่หลากหลาย ง่ายต่อการสมัคร ปัจจัยด้านความคาดหวังในอนาคต ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ต้องการศึกษาต่อเพื่อนำความรู้ไปใช้ในการทำงาน เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในองค์กรปัจจุบัน ปัจจัยด้านรูปแบบการเรียนการสอน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดรูปแบบการเรียนการสอนโดยมีกิจกรรมการศึกษาดูงาน ในประเทศและต่างประเทศ ปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายระหว่างศึกษา การให้ทุน



การศึกษา ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สถาบันสามารถให้ผู้สนใจศึกษาต่อผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ และปัจจัยด้านครอบครัว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ต้องการศึกษาต่อเพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับตัวเอง ครอบครัวและเป็นเกียรติกับวงศ์ตระกูล

จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินที่เป็นคำถามปลายเปิดพบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 384 คน มีเพียง 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ที่ตอบคำถามสรุปข้อเสนอแนะ ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหรือคณะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเป็นอย่างมากที่เลือกตัดสินใจศึกษาต่อเพราะ ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวเป็นหลัก พิจารณาชื่อเสียงสถาบันเป็นสำคัญและชอบอาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์จริง ๆ โดยเฉพาะผู้สอนที่อยู่ในระดับผู้บริหารของสายการบิน ทำให้ได้เห็นมุมมองในระดับผู้บริหาร ควรประชาสัมพันธ์ส่วนนี้ที่สำคัญ ความเหมาะสมของค่าเล่าเรียน ความรู้ ความสามารถ ความเป็นครูที่แท้จริงของผู้สอน สื่อการสอนที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปและการบริหารจัดการที่ส่งเสริมอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาอย่างเหมาะสม อยากให้มีการแนะนำถึงรายละเอียดหลักสูตรมหาบัณฑิต เช่น เมื่อจบหลักสูตรแล้วสามารถเอาไปใช้ประโยชน์ด้านใดได้บ้างหรือโอกาสความก้าวหน้าในสายงานในอนาคต ค่าเล่าเรียนของมหาบัณฑิตสูงกว่าปริญญาตรีมาก ยิ่งในช่วงการเรียนการสอนแบบออนไลน์ นักศึกษาไม่ได้เข้ามาใช้อุปกรณ์การเรียนการสอนและสถานที่ของสถาบันมากนัก ถ้ามีทุนการศึกษาหรือช่วยลดค่าใช้จ่ายในบางส่วนให้เหมาะสมหรือปรับระยะเวลาในการเรียนให้น้อยลงจะน่าสนใจขึ้น ในปัจจุบันคนจบการศึกษามาจากคณะอะไรก็สามารถทำงานด้านการบินได้ ดังนั้นจึงต้องการให้สถาบันด้านการบินมีจุดเด่นมากกว่านี้ ควรให้เลือกวันและเวลาเรียนเองได้เนื่องจากบางคนต้องทำงานประจำไปด้วย ต้องการให้มีการให้ทุนการศึกษาและต้องการมีประสบการณ์ในการดูงานในอุตสาหกรรมการบินภายในประเทศและต่างประเทศ ต้องการให้หลักสูตรมีการสอนการพัฒนาเชิงธุรกิจวิกฤตเศรษฐกิจโลกปัจจุบัน

## อภิปรายผล

เนื่องจากการศึกษาของประเทศไทยมีการจัดการศึกษาตามบริบทของการจัดการศึกษาอันเป็นไปตามแผนการศึกษาของชาติ คือ พัฒนาคคน พัฒนาครูอาจารย์ พัฒนาสังคม ในหลากหลายรูปแบบที่เน้นการมีส่วนร่วมขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชน การมุ่งเน้นให้มีการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานและระดับปริญญาตรีเพื่อเน้นการมีงานทำ (ประหยัด พิมพา,



2561, หน้า 242) สำหรับหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินนั้น เป็นหลักสูตรสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อยอดในระดับปริญญาโท ซึ่งปัจจุบันมีสถาบันที่เปิดหลักสูตรอยู่หลายแห่งและผู้ที่สนใจต้องการศึกษาเพิ่มเติมในระดับมหาบัณฑิตต่างมีจุดประสงค์ในการเรียนที่แตกต่างกัน เช่น นำความรู้เพื่อไปต่อยอดในการเลื่อนตำแหน่งในหน้าที่การงานหรือผู้ที่เพิ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีและยังไม่ได้เข้าทำงานที่ใด จึงใช้โอกาสนี้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทหรือต้องการนำความรู้ไปบริหารจัดการหลักสูตรด้านการบินและนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพ อาจารย์ในระดับอุดมศึกษาของสถาบันการศึกษา ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ให้กับนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาเพื่อที่จะก้าวมาทำงานในอุตสาหกรรมการบินต่อไปในอนาคต

จากผลการวิจัยข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีแหล่งที่มาของรายได้มาจากพ่อแม่และผู้ปกครอง มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักศึกษา สอดคล้องกับ ศรีณย์วีร์ เอมะศิริ (2563, หน้า 52) ที่ศึกษาการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยามที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2561 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีแหล่งที่มาของรายได้มาจากพ่อแม่และผู้ปกครองและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท สำหรับปัจจัยด้านอายุและเกรดเฉลี่ยสะสมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-25 ปี และมีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 สอดคล้องกับ เสรี สิงห์โงน และสาลินี จันทร์เจริญ (2561, หน้า 99) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาเด็ก วิทยาลัยและครอบครัวมหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และมีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.00-3.49

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน 3 อันดับแรก คือ ด้านอาจารย์ผู้สอนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านหลักสูตรและด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบัน ตามลำดับ สอดคล้องกับ กนกวรรณ ตันทสิทธิ (2559, หน้า 59) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโท กรณีศึกษาโครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของนักศึกษาปีการศึกษา 2558 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุดเช่นกัน ยังสอดคล้องกับ มัชฌิมา รัตนลัมภ์ และวชิราภรณ์ ทองคัม (2564, หน้า 165) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา



สาขาวิชาวิศวกรรมชีวการแพทย์ (หลักสูตรนานาชาติ) คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด อันดับที่ 2 คือ ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนและอันดับที่ 3 คือ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน เช่นกัน

ทั้งนี้ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน สามารถนำไปวางแผนการออกแบบหลักสูตรและแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์หลักสูตรเพื่อเพิ่มจำนวนผู้สนใจศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินต่อไปในอนาคต อาทิ การลดค่าใช้จ่ายสำหรับผู้สมัครในนามองค์กรด้านการบิน ผู้ที่เข้าศึกษาต่อสามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ การเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์และสร้างเครือข่ายกับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายอาชีพ เมื่อเข้ามาศึกษาต่อแล้วจะได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และทำความรู้จักกับบุคคลได้หลากหลายอาชีพทำให้มีเครือข่ายที่กว้างขวางขึ้น สร้างการรับรู้เกี่ยวกับสถาบันและหลักสูตรทางด้านการบินให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ประชาสัมพันธ์จุดเด่นของหลักสูตร มีกิจกรรมการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ เชิญวิทยากรพิเศษที่มีความเชี่ยวชาญและทำงานอยู่ในหน่วยงานด้านการบินมาบรรยายในรายวิชาในหลักสูตร เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เป็นต้น

จากผลการวิจัยทำให้เห็นได้ว่าอาจารย์ผู้สอนเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อเนื่องอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องตามมาตรฐานที่องค์การการบินพลเรือนกำหนด รวมทั้งเนื้อหาที่ถ่ายทอดต้องเป็นปัจจุบัน มีความทันสมัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพด้านการบินได้เป็นอย่างดี ซึ่งความรู้ทางด้านการบินนั้นนับได้ว่าเป็นศาสตร์เฉพาะด้าน ผู้เรียนต้องมีความเข้าใจในองค์ประกอบทุกองค์ประกอบที่ขับเคลื่อนการปฏิบัติการด้านการบินแต่ละครั้ง บนหลักการ “ความปลอดภัยเป็นหลัก” นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนต้องถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นมาตรฐานสากล กล่าวคือคู่มือหรือเอกสารประกอบการสอนนั้น จะต้องอ้างอิงมาจากหน่วยงานที่กำกับด้านมาตรฐาน อาทิ องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศหรือสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เป็นต้น

ดังนั้นหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิตด้านการบิน กล่าวได้ว่าเป็นหลักสูตรที่สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการพัฒนาประเทศและอุตสาหกรรมด้านการบินของประเทศไทยและเพื่อช่วยพัฒนาองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการบินของประเทศ ได้แก่ สายการบิน การบินเชิงพาณิชย์ทั่วไป การบริหารจัดการสนามบิน การบริหารจัดการการจราจร



ทางอากาศ ผู้ผลิตอากาศยาน สถาบันการฝึกอบรมและสถาบันการศึกษาทางด้านการบิน ศูนย์ซ่อมบำรุงอากาศยานและสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ฯลฯ ทั้งหมดนี้เป็นหน่วยงานหลักที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน ยังมีหน่วยงานอื่น ๆ ที่ผู้สำเร็จการศึกษาระดับมหาบัณฑิตสามารถที่จะไปสร้างประโยชน์และนำความรู้มาผลิตงานวิจัยเพื่อต่อยอดในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรในสถาบันการศึกษาทางการบิน ให้มีความเป็นสากลและทันสมัยมากขึ้น สอดแทรกหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมด้านการบิน เพิ่มการเรียนรู้ระบบเทคโนโลยีระดับสูง พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมของประเทศเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของโลกให้อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยมีมาตรฐานที่สูงขึ้นเป็นที่ยอมรับขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ และโดยไม่ให้ประเทศไทยกลับไปอยู่ในสถานการณ์ติดตรงแดงอีกและเพื่อที่จะแสดงถึงศักยภาพด้านความปลอดภัยและสร้างความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานการบินของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติและภูมิภาค อีกทั้งด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการบินและอุตสาหกรรมด้านการบินในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันตามยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

หลักสูตรหรือสถาบันการศึกษาได้แนวทางการดำเนินงานว่าต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านหลักสูตรและด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบัน เพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มจำนวนผู้สนใจศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สำรวจความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามประเด็นการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่มั่นใจและไม่กล้าที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบิน จากการเกิดการระบาดของสายพันธุ์ใหม่ของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างต่อเนื่อง สภาพเศรษฐกิจในประเทศที่ตกต่ำและมีความผันผวนรวมถึงค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้สถาบันการศึกษาสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่า จำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินต้องลดลงอย่างแน่นอน สถาบันการศึกษาหรือหลักสูตรต้องเตรียมวางแผนแนวทางการศึกษาแนวใหม่ ออกแบบหลักสูตรการจذبบรมระยะสั้นขึ้นมาทดแทนหลักสูตรเดิมที่เคยมี และควรเพิ่มการทำแบบสำรวจความต้องการของลูกค้ำว่าต้องการหลักสูตรลักษณะแบบใด



เพื่อให้ทางสถาบันการศึกษาหรือหลักสูตรสามารถออกแบบการจัดอบรมให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ำได้อย่างแท้จริง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งถัดไป

สามารถเพิ่มวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร และสามารถเพิ่มสมมติฐานของการศึกษา เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แหล่งที่มาของรายได้ เกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรมหาบัณฑิตด้านการบินที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

### บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ตัณฑสิทธิ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโท กรณีศึกษา : โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของ นักศึกษาปีการศึกษา 2558*. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์ และปริญญญวิทย์ ธนนาถเขาวรินทร์. (2562). *รายงานวิจัย การศึกษาความต้องการการฝึกอบรมระยะสั้น*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมงคลพระนคร.
- ณัชญา โหมตเครือ. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ของนักศึกษาปริญญาโท คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทักษิณา แสนเย็น, วรุฒิ เว้นบาป, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์, กุลธวัช ศรายุทธ และอาภาภรณ์ หาโສະ. (2563). บทวิเคราะห์การรับมือโรคโควิด-19: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน. *สหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(2), หน้า 209-220.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- ธิราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์. (2563). ความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ หลักสูตรปริญญาตรีสองปริญญา ปริญญาตรีต่อโทและปริญญาโท ของนักศึกษาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(1), หน้า 36-49.



- ประดิษฐ์พงศ์ ไตรธรรมเจริญ. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนปริญญาโทคณะบริหารธุรกิจระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชน**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประหยัด พิมพ์. (2561). การศึกษาไทยในปัจจุบัน. **วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด**, 7(1), หน้า 242-249.
- ปาริชาติ คุณปลื้ม. (2555). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท: กรณีศึกษานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี**, 9(2), หน้า 35-43.
- พรรณพนัช จันทา และอัจฉริยา ปราบอริพ่าย. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. **วารสารวิชาการ Veridian E –Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 8(1), หน้า 291-318.
- มัชฌิมา รัตนลัมภ์ และวชิราภรณ์ ทองคุ้ม. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิศวกรรมชีวการแพทย์ (หลักสูตรนานาชาติ) คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. **Mahidol R2R e-Journal**, 8(2), หน้า 159-172.
- ศรัณย์วีร์ เอมะศิริ. (2563). **การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยสยาม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศศิธร บุรณ์เจริญ. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาโทของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. **Mahidol R2R e-Journal**, 4(2), หน้า 136-159.
- สุขพัฒน์ อนนท์จารย์, ภาสกร ดอกจันทร์, รพีพร ธงทอง และสุรพล พรหมกุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขต ศรีล้านช้าง. **วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์**, 3(1), หน้า 47-60.
- สุชาวดี กิ่งทอง และเทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตระดับปริญญาตรีสายสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. **วารสารการบริหารรัฐกิจและการเมือง**, 5(2), หน้า 90-117.



ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565

เสรี สิงห์โงน และสาลินี จันทร์เจริญ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ  
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาจิตวิทยาเด็ก วัยรุ่นและครอบครัว  
มหาวิทยาลัยมหิดล. *Mahidol R2R e-Journal*, 5(2), หน้า 96-108.



# การศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์ การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก A STUDY OF THE INFLUENCE OF THE TOURISM IMAGE ON THE TOURISM DEMAND FOR THE END ZONE OF A SECONDARY CITY ON THE EAST COAST

อนุรักษ์ ทองขาว  
Anurak Tongkaw

หัวหน้าภาควิชาศึกษาทั่วไป คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา,  
e-Mail: Anurak.to@dtc.ac.th (Corresponding Author)

Department Head, General Education, Faculty of the Hospitality Industry, Dusit Thani College  
Pattaya, e-Mail: Anurak.to@dtc.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, March 2; Revised: 2022, April 29; Accepted: 2022, May 5)

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และอุปสงค์การท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และมีการสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ โดยได้ค่า S-CVI/Ave = .90 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค = .97 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอย และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกมีความสัมพันธ์กัน รวมทั้งของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก ดังนั้น การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก ควรมีการรักษาและอนุรักษ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางกายภาพ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นสำคัญ ในขณะที่เดียวกันต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ด้านสิ่งก่อสร้าง ด้านพืชพันธุ์และสัตว์ และด้านเศรษฐกิจตามลำดับ

**คำสำคัญ:** เมืองรอง, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว, อุปสงค์การท่องเที่ยว



## ABSTRACT

The objectives of the research were to study the relationship of the tourism image and tourism demand for the end zone of secondary cities on the east coast of Thailand and the influence of the tourism image on the tourism demand for those cities. The sampled consisted of 400 Thai tourists, 10 of which were selected for an interview. The research instruments consisted of a semi-structured interview form and an opinion questionnaire. The research instruments were quality checked with S-CVI/Ave = .90 by Cronbach's alpha coefficient that was .97. The data analysis included correlation coefficient analysis, regression analysis, and content analysis.

The research results showed that the tourism image and tourism demand for the end zone of secondary cities on the east coast had a positive correlation. The tourism image had an influence on the tourism demand for those cities. Therefore, tourism in the end zone of those cities should mainly maintain and conserve the image of physical, cultural, and historical tourism. Simultaneously, the image of the architecture, flora and fauna, and economics should also be maintained so that such things could be developed, respectively.

**Keywords:** secondary city, tourism image, tourism demand.

## บทนำ

ในปี พ.ศ. 2561 คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้มีมติเห็นชอบมาตรการภาษี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยสามารถนำค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในเมืองรองมาลดหย่อนภาษีได้ เพื่อใช้เป็นกลยุทธิ์ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรอง รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่าง ๆ ซึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วยเมืองรองทั้งหมด 5 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว นครนายก ปราจีนบุรี จันทบุรี และตราด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2561) โดยจังหวัดตราด ถือว่าเป็น “เมืองรองชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ที่มีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลอย่างเด่นชัดอยู่สุดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เกาะช้าง เกาะกูด เกาะกระดาด เกาะขาม น้ำตกสะพานหิน ชุมชน บ้านน้ำเชี่ยวหาดทรายดำ เป็นต้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวมีความเป็นเอกลักษณ์



และมีเสน่ห์น่าหลงใหลทั้งในเรื่องของธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองรองเพิ่มขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพนั้นจะมีแนวโน้ม ในการมองหาแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักเพิ่มมากขึ้นด้วย (สุวัตร สิทธิหล่อ, 2558) ดังนั้นการท่องเที่ยวเมืองรองจึงเป็นสิ่งสำคัญในการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนนั้น สิ่งที่ผู้วิจัยเห็นว่าจำเป็นต้องศึกษาและหาแนวทางพัฒนาคือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางกายภาพ, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจ, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางสิ่งก่อสร้าง, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางพืชพันธุ์และสัตว์ (Burns & Novelli, 2008; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภาม, 2548) เนื่องจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Ching-Fu & DungChur, 2007) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวช่วงหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 หรือในช่วงที่มียอดผู้ติดเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เบาบางนั้น จะมีผู้คนที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายเป็นจำนวนมาก รวมทั้งผู้วิจัยเห็นว่าหากสามารถพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองได้เป็นอย่างดีแล้ว จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหรือการที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการไปท่องเที่ยวและเต็มใจจะจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้น ๆ (ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2556; พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2553)

ดังนั้น การวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อให้ทราบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ และส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในสร้างนโยบาย หรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกได้อย่างถูกต้อง หากสามารถสร้างภาพของการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกหรือการท่องเที่ยวจังหวัดตราด ในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่ดีได้จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว และมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกได้ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถทำให้การท่องเที่ยวเมืองรองมีการพัฒนาการกระจายรายได้สู่ชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ



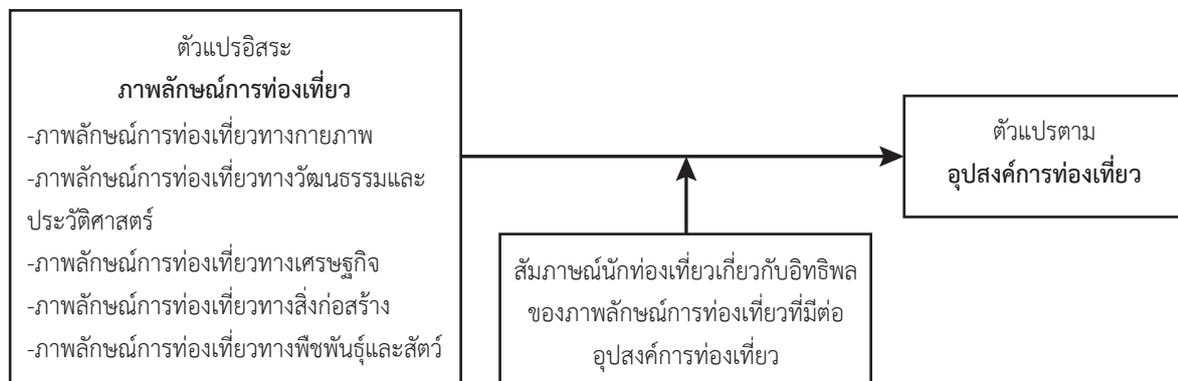
## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ตัดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ตัดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองตัดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก มีความสัมพันธ์กัน
2. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองตัดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวจังหวัดตราดที่เป็นชาวไทยไม่ทราบจำนวนอย่างแน่นอน และกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดตราดหรือเมืองรองชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก จำนวน 400 คน ได้มาจากการตาราง ทาโร่ ยามาเน่ ที่ความคลาดเคลื่อน 5% (Yamane, 1973) และคัดเลือกมาสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน ในการวิจัยนี้ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน ขั้นตอนแรกสุ่มตัวอย่าง



แบบแบ่งพวกโดยใช้การเก็บข้อมูลทางออนไลน์ จำนวน 200 คน คัดเลือกมาสัมภาษณ์ 5 คน และการลงพื้นที่ จำนวน 200 คน คัดเลือกสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน (การลงพื้นที่อยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เบาบาง) และหลังจากนั้นเลือกตัวอย่างแบบสะดวกโดยเก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึง มีนาคม 2564

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** คือ แบบสอบถามความคิดเห็น และแบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง ที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน โดยเมื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่า S-CVI = .90 และ I-CVI = .60 ถึง 1 ค่าอำนาจจำแนกอยู่ในช่วง .61 ถึง .87 และการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถามจากการทดลองใช้กับนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาของครอนบาค = .97

**การวิเคราะห์ข้อมูล** ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักและการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นรอง การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation analysis) การวิเคราะห์การถดถอย (multiple regression analysis) และสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ (methodological triangulation) โดยเทียบระหว่างผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ก่อนวิเคราะห์ข้อมูลได้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เมื่อพบข้อมูลสูญหายจะใช้การประมาณค่าข้อมูลสูญหายด้วยวิธีแทนค่าด้วยสมการถดถอย (linear trend at point) จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้อยู่ในช่วง .71 ถึง .81 โดยค่าขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และอุปสงค์การท่องเที่ยวเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านกายภาพ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีขนาดเท่า ๆ กัน และรองลงมา ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านสิ่งก่อสร้าง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านพืชพันธุ์และสัตว์ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจตามลำดับ ดังตารางที่ 1



## ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การท่องเที่ยวและภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียง

อุปสงค์การ ท่องเที่ยว / ภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว	กายภาพ	วัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์	เศรษฐกิจ	สิ่งก่อสร้าง	พืชพันธุ์ และสัตว์
<i>r</i>	0.81**	0.81**	0.74**	0.71**	0.72**
<i>p</i>	.00	.00	.00	.00	.00

\*\**p*<.01

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เมื่อพิจารณาสถิติทดสอบเอฟจะได้ว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาค่า R square จะได้ว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงได้ 65% และเพื่อพิจารณาจากค่าสถิติทดสอบทีและค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยแล้วจะได้ว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังตารางที่ 2

## ตารางที่ 2 การถดถอยของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว เมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียง

R square	Std. Error of the Estimate	<i>F</i>	<i>p</i>
0.65	0.35	730.17**	.00
Model	B Std. Error Beta	<i>t</i>	<i>p</i>
(Constant)	1.26 0.11 -	11.04**	.00
IM	0.74 0.03 0.84	27.02**	.00

\*\**p*<.01, IM คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว



ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์พบว่า การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงมีบรรยากาศที่ดี วิถีชีวิตที่ดี อากาศสดชื่น บริสุทธิ์ และมีเรื่องราวประวัติที่น่าสนใจมาก ๆ และธรรมชาติสวยงามที่เป็นสิ่งที่โดดเด่น เป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจะซื้อสินค้าและบริการ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้เมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงพัฒนามากขึ้น เพื่อตอบสนองให้เกิดความต้องการมาเที่ยว คือ เรื่องความโดดเด่นของพืชพันธุ์และสัตว์ที่โดดเด่น ที่จริงแล้วสถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งดี ๆ อยู่แล้ว แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรจะเป็น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผลไม้หรือพืชพันธุ์และสัตว์ต่าง ๆ ที่อยู่นอกฤดูกาล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และควรมีการจัดเตรียมหรือบริหารจัดการผลไม้หรือพืชพันธุ์สัตว์ต่าง ๆ ตามฤดูกาลให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต้องการให้ชาวชุมชนในพื้นที่มีความสามัคคีกันมากขึ้นในการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ให้มีการแบ่งฝ่ายกันในการบริหารจัดการท่องเที่ยว เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นหัวใจสำคัญในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชาวชุมชน หากการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงสามารถพัฒนาสิ่งเหล่านี้ได้ทั้งหมดแล้วนักท่องเที่ยวจะเกิดภาพในจิตใจที่ดีและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการมาท่องเที่ยวซื้อสินค้าและใช้บริการการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงมากขึ้น

สำหรับการตรวจสอบสามเส้า ด้านวิธีการ (methodological triangulation) จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกันในส่วนของการที่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการมาท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงหรือเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมาจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยว โดยภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านกายภาพ และด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวหรือการที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการและเต็มใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนา คือ เรื่องการสร้างความโดดเด่นในเรื่องพืชพันธุ์สัตว์ให้มากขึ้น ดังนั้นการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงให้มีประสิทธิภาพ คือ การรักษาสิ่งทีโดดเด่นคือภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางกายภาพ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ พร้อมกับการพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านทางสิ่งก่อสร้าง พืชพันธุ์และสัตว์ รวมทั้งภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ



## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย ข้อที่ 1 ซึ่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเที่ยวด้านกายภาพ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มีขนาดความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก หรือจังหวัดตราด มีการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเรื่องวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ของธรรมชาติ ทั้งทะเล ภูเขา และป่าไม้ที่สวยงามอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีเกาะต่าง ๆ ที่เป็น สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม และในการท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก มีวัฒนธรรมประวัติศาสตร์น่าสนใจน่าค้นหา เช่น วัฒนธรรมแบบฝรั่งเศสในช่วงสงคราม อินโดจีน (พ.ศ. 2483-2484) หรือประวัติเกี่ยวกับพระเจ้าปราสาททอง (พ.ศ. 2178) ในการเป็นหัวเมืองชายทะเล สังกัดฝ่ายการต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการคลัง เพื่อขนถ่าย ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากับพ่อค้าชาวจีน เป็นต้น

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพล เชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก ซึ่งผลการวิจัย เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 2 ดังนั้นหากสามารถพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกได้อย่างถูกต้องเหมาะสมแล้ว จะส่งผลให้ การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกมีอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ดี หรือ การที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการมาเที่ยว และเต็มใจจะซื้อและใช้บริการในสถานที่ ท่องเที่ยวนั้น ๆ ผลการวิจัยทั้งหมดนี้สอดคล้องกับ ประเสริฐ ใจสม, ศรีปริญญา ฐปกระจำง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, ปฏิญญา บุญผดุง และเอื้ออัมพร ทิพยทิฆัมพร (2563) ที่ศึกษา บุปปัจจัยของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองรอง พบว่าภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่กระตุ้นความคาดหวังของนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นตัว กำหนดพฤติกรรม ในอนาคตของนักท่องเที่ยวด้วย และสอดคล้องกับ ญัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์ และผกา มาศ ชัยรัตน์ (2563) ที่ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจมาเที่ยวย่อมเกิดจาก ความต้องการและเต็มใจในการมาของนักท่องเที่ยว



ดังนั้น การท่องเที่ยวเมืองรองติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการรักษาภาพลักษณ์ด้านกายภาพ และด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่มีความโดดเด่นให้คงอยู่ และควรมีการพัฒนาภาพลักษณ์ด้านสิ่งก่อสร้าง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านพืชพันธุ์และสัตว์ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ ในเวลาเดียวกัน สิ่งเหล่านี้จะเป็นการสร้างการกระจายรายได้สู่ชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ด้วยการท่องเที่ยวเมืองรองนั่นเอง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

องค์กรทางภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวควรมีนโยบายการจัดทำโครงการหรือสร้างกลยุทธ์การพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ดังนี้

1. การอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ให้มีความคงไว้ซึ่งความดั้งเดิมของวิถี เช่น โครงการรณรงค์การแต่งตัวพื้นถิ่นดั้งเดิม โครงการให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น
2. การอนุรักษ์และรักษาความสวยงามของทิวทัศน์ ทะเล ป่าไม้ บรรยากาศ และความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสีเขียว เพื่อลดขยะ โครงการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเพื่อลดมลพิษสู่แหล่งท่องเที่ยว (ปั่นจักรยานแทนการใช้รถยนต์หรือรถมอเตอร์ไซค์ในแหล่งท่องเที่ยว) เป็นต้น
3. การสร้างหรือพัฒนาสิ่งก่อสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ดึงดูดใจ เช่น การสร้างรูปปั้นที่สะท้อนการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การสร้างลานกิจกรรมสะท้อนวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่พร้อมให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมแบบดั้งเดิมของชุมชนได้ เป็นต้น
4. การสร้างความโดดเด่นของพืชพันธุ์และสัตว์ที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น โครงการประชาสัมพันธ์อาหารพื้นบ้านที่มีส่วนประกอบของพืชพันธุ์และสัตว์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว โครงการประชาสัมพันธ์ในการทำกิจกรรมตกปลา หาหอย หรืออื่น ๆ ที่เป็นสัตว์ที่โดดเด่นในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นต้น โดยต้องประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ ป้ายประกาศ หรือช่องทางอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ
5. การสร้างความสามัคคีของคนในชุมชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ให้มากขึ้น เช่น โครงการอบรมในเรื่องของการสร้างอาชีพ การจัดการรายได้



และมาตรฐานของอาชีพ โครงการสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวในเรื่องความปลอดภัยเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายโดยเฉพาะการป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19 และความปลอดภัยเกี่ยวกับทรัพย์สิน (มีการดำเนินการตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด มีตำรวจท่องเที่ยวเข้ามาดูแลเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง) เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเมืองรอง ติดชายฝั่งทะเลสุดเขตภาคตะวันออก โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิธีเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ลุ่มลึกและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). **“ททท. จัด 7 คัมภีร์ Go Local บุกรั้งหลังปี 61 ต่อยอด 4 เดือนแรก 55 เมืองรองโกย 8 หมื่นล้านบาท”** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [https://www.matichon.co.th/publicize/news\\_1018615](https://www.matichon.co.th/publicize/news_1018615) [2563, 17 เมษายน].
- ชลดา แสนคำเรือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวในจังหวัดเลย. **วารสารการเงิน การลงทุน และการบริหารธุรกิจ**, 3(4), หน้า 223-242.
- ณัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์ และผกามาศ ชัยรัตน์. (2563). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง**, 9(2), หน้า 183-192.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประเสริฐ ใจสม, ศรีปริญญา ฐปกระจำง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, ปริญญา บุญผดุง และเอื้ออัมพร ทิพย์ทิมพร. (2563). บุพปัจจัยของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองรอง. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**, 8(1), หน้า 133-144.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2553). **เศรษฐศาสตร์ภาคบริการ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรมพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สุวัตร สิทธิหล่อ. (2558). ท่องเที่ยวไทยก้าวไกลอาเซียน. **วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**, 10(2), หน้า 1-4.



- Burns, Peter. M., & Novelli, Marina. (2008). *Tourism development: growth, myths, and inequalities*. London, UK: CABI.
- Ching-Fu, Chen, & DungChun, Tsai. (2007). “How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?”. *Tourism Management*, **28**(4), pp. 1115-1122.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). New York, NY: Harper and Row.



ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน 2565

การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยว  
วิสาหกิจชุมชน บ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า  
ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม  
บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน

MARKETING DEVELOPMENT OF AGRO-TOURISM  
AND TOURISM SUPPLY CHAIN OF KHLONG YONG-  
LAN TAK FA COMMUNITY DEE HOUSE GROUP, A CASE STUDY  
OF THE COMMUNITY MILL, BAN CHANOTE COMMUNITY  
ENTERPRISE, KHLONG YONG-LAN TAK FA COMMUNIT  
LAN TAK FA SUBDISTRICT NAKHONCHAI DISTRICT  
NAKHONPATHOM PROVINCE BASED ON COMMUNITY  
INNOVATION RESOURCES

อาริยา ภูระหงษ์, ศศิธร เจตานนท์\*, ชินวัฒน์ ศาสนนันทน์\*\*, พูนทรัพย์ เศษศรี\*\*\*

Ariya Poorahong, Sasitorn Chetanont\*, Chinnawat Satsananan\*\*, Poonsup Setsri\*\*\*

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, e-Mail: ariya.po@ssru.ac.th

Lecture, Social and Cultural Management, Faculty of Humanities and Social Sciences

Suan Sunandha Rajabhat University, e-Mail: ariya.po@ssru.ac.th

(Received: 2022, February 12; Revised: 2022, April 28; Accepted: 2022, April 30)

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแนวทางการพัฒนา

\*, \*\*\*อาจารย์ประจำวิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม,  
e-Mail: sasitorn.ch@ssru.ac.th, poonsub.sa@ssru.ac.th (Corresponding Author)

Lecture, College of Hospitality Industry Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Nakhonpathom  
e-Mail: sasitorn.ch@ssru.ac.th, poonsub.sa@ssru.ac.th (Corresponding Author)

\*\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,  
e-Mail: chinnawat.sa@ssru.ac.th

Assistant Professor Dr., Forensic Science, Faculty of Science and Technology, Suansunandha Rajabhat University,  
e-Mail: chinnawat.sa@ssru.ac.th



การตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชน คลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มที่ 1 ลูกค้ำของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชน คลองโยง-ลานตากฟ้า กลุ่มที่ 2 ประชาชนภายในชุมชน และ กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้าไปท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มละ 10 คนทั้งหมด 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมมีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถนำมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ แหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชน วิถีชีวิตการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลักทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และกิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์

ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้าพบว่า มี 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) การมีส่วนร่วมของห่วงโซ่อุปทาน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ของวิสาหกิจชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำเป็นจะต้องให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามาร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องต่าง ๆ อาทิ ผลผลิตภัณฑ์ของสินค้าเกษตรของชุมชน กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับ เป็นต้น 2) กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ประกอบด้วย อันดับที่ 1 คือ การจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline อันดับที่ 2 คือ การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า อันดับที่ 3 การส่งเสริมการขายวิสาหกิจชุมชน อันดับที่ 4 ผลผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่วิสาหกิจดำเนินการอยู่มีคุณภาพ และอันดับที่ 5 ราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า

สำหรับแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า คือ 1) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องร่วมมือกันในการพัฒนา 2) ดำเนินการจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3) ช่วยกันการสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์ 4) ช่วยกันดำเนินการส่งเสริมการขาย 5) ดำเนินการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพ และต้องขายสินค้าและบริการ 6) ที่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าที่มีความ



เหมาะสมกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ

**คำสำคัญ:** การพัฒนาการตลาด, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, วิสาหกิจชุมชนบ้านโฉนดชุมชน  
คลองโยง-ลันตากฟ้า

## ABSTRACT

This research aimed to investigate the potential of agro-tourism, the factors to develop agro-tourism marketing, and guidelines to marketing development of Agro-tourism and tourism supply chain on the basis of community innovation resources of Ban Chanod Klonyong-Lantakfah Community Enterprise, Lantakfah Sub-district, Nakhon Chaisi District, Nakhon Pathom Province. The key informants of this qualitative research were members of Ban Chanod Klonyong-Lantakfah Community Enterprise, people in the community, and Thai tourists. This research collected data from a total of 30 key informants subdivided into a group of 10 informants. The interview was applied as a tool of this study. The results showed that the potential in agro-tourism of Ban Chanod Klonyong-Lantakfah Community Enterprise had attractions which could bring to the agro-tourism places, such as, organic agriculture learning center, community enterprise, lifestyle of doing organic agriculture according to the Sufficiency Economy Philosophy, and learning-based activities of organic agriculture. The factors to develop agro-tourism marketing of Ban Chanod Klonyong-Lantakfah Community Enterprise were as follows: 1) Supply chain participation (stakeholders) of the community enterprise for agro-tourism should participate in the development of agro-tourism of community enterprises in various matters such as products or activities of agricultural community and the benefits that stakeholders will receive, 2) Marketing strategy applied for developing agro-tourism of the community consisted of (1) providing both online and offline public relations channels for products and services of the community enterprise related to agro-tourism, (2) building brand showing the identity of Ban Chanod Klonyong-Lantakfah organic agriculture community, and



(3) promoting sales of the community enterprise. Moreover, (4) the agricultural products of the community enterprise are of quality and (5) the price of community enterprise products is appropriately set. Therefore, the guidelines for the development of agro-tourism marketing are that the members of the community enterprise and people in the community must cooperate in the development, must establish a public relations channel for the products and services, build brand which shows the identity, need to help promote sales, and should always take part in maintaining the product quality and product price of the community enterprise to be appropriate.

**Keywords:** Marketing Development, Agro-tourism, Ban Chanod Klongyong-Lantakfah Community Enterprise.

## บทนำ

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมเนื่องจากประชากรไทยภายในประเทศส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งมีปัญหารายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต จึงทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนเล็งเห็นปัญหานี้จึงได้พยายามหาแนวทางการพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนใช้การเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ มาพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตการทำเกษตรของชุมชน ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเลือกที่จะเดินทางเข้าไปเรียนรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิตของการทำเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำนา การปลูกผัก การเก็บผลไม้ และการนำผลผลิตจากการเกษตรมาทำอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้ผลผลิตทางการเกษตรยังสามารถนำมาแปรรูปเป็นของฝากที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเป็นของฝากให้กับบุคคลอื่น ๆ ได้ ขณะนี้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกว่า 1,215 แห่ง โดยแบ่งเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชน 969 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวของส่วนราชการ 87 แห่ง และศูนย์การเรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร 163 แห่ง (ชมรอส ดอกเลาะ และประจวบ ทองศรี, 2563) ทั้งนี้คาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น ซึ่งจะกลายเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรของชุมชนและจะทำให้รายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้น



ชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีการทำการเกษตรที่เน้นการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสมาชิกภายในชุมชนได้มีเจตนารมณ์ร่วมกันว่าภายหลังจากที่มีความมั่นคงในที่ดินทำกิน ด้วยบริหารจัดการในรูปแบบโนนดงชุมชนและมีแผนการใช้ที่ดินมุ่งพัฒนาพื้นที่ไปสู่เกษตรกรรม ยั่งยืนในระยะยาวแล้วนั้น ทางชุมชนได้มีการเริ่มการจัดตั้งโรงสีชุมชนและจัดตั้งกลุ่มปลูกผัก ปลอดภัยเพื่อใช้ในการบริโภคและเพื่อเป็นสินค้าของชุมชนในการจัดจำหน่ายไปยังพื้นที่ อื่น ๆ โดยมุ่งเน้นผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคผักปลอดภัยและสินค้าที่เป็นสินค้าเกษตร อินทรีย์ ชุมชนคาดการณ์อนาคตจะมีผู้สนใจบริโภคสินค้าที่มาจากการทำเกษตรอินทรีย์ เพื่อปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ภายในชุมชน ยังมีแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชน วิธีชีวิตการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลัก ทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และกิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง- ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมได้ (อาริยา ภูระหงษ์, 2564)

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่านวัตกรรมชุมชนที่เกิดจากคนในชุมชน จะเป็นเครื่องมือที่ยั่งยืนในการ ยกกระดับคุณภาพชีวิตและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ทั้งนี้การท่องเที่ยวจะเป็นส่วนเติมเต็ม ในการดำรงชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ผ่านรายได้จากการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานชุมชน ให้คน เกิดความรู้สึกรัก ภาคภูมิใจในบ้านเกิด วิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยงลานตากฟ้า มีลักษณะการรวมกลุ่มที่มุ่งพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืน ไม่ใช่เข้ามาแมลงและเคมีภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นเกษตรผสมผสาน ทั้งทำนาข้าวพันธุ์พื้นเมือง ทำนาทุ้ง นาบัว และการปลูกพืชผักหลายชนิด ชุมชนมีความพร้อมด้านต้นทุนในพื้นที่อยู่แล้ว แต่ยังขาดการทำการตลาดท่องเที่ยวที่จะช่วย เพิ่มมูลค่าของพื้นที่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาต่อยอดด้านการท่องเที่ยว เชิงเกษตร โดยจะศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาด ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เชิงเกษตรและห่วงโซ่ อุปทานของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน

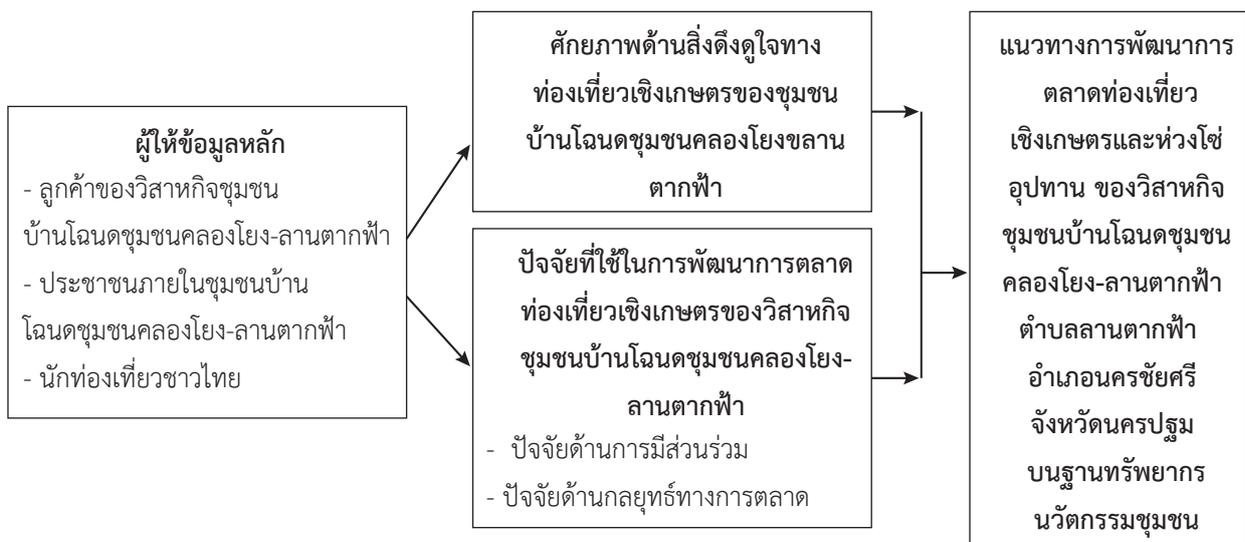
## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาด ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่ อุปทานของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนฐานทรัพยากรนวัตกรรมชุมชน



## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดมาใช้ประกอบการศึกษาวิจัยทั้งหมด 4 ทฤษฎี ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม และทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจาย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ 1) ลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า 2) ประชาชนภายในชุมชน และ 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มละ 10 คน รวมทั้งหมด 30 คนโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview)

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) มีค่า IOC = .50 แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนที่ 2 ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-



ลานตากฟ้า และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า

**การวิเคราะห์ข้อมูล** ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยเรียงลำดับความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญที่จะนำมาเขียน ในงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ และใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

## ผลการวิจัย

1. ศักยภาพของชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมมีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถนำมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ 1) แหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ มีลักษณะทางกายภาพของชุมชน เช่น ที่ตั้ง อาณาเขต การเดินทาง ภูมิอากาศ อยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผู้สนใจและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเรียนรู้การทำ การเก็บ และการเพาะปลูกผักอินทรีย์ตามช่วงวงรอบที่ทางชุมชนได้มีการดำเนินการอยู่ภายในชุมชน ได้แก่ การปลูกผัก การทำนา และการเก็บผลไม้ 2) วิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งขึ้นเพื่อมุ่งเน้นกระบวนการของการทำเกษตรอินทรีย์และการขยายความรู้ที่ได้จากการทำเกษตรอินทรีย์ไปยังพื้นที่อื่น ๆ อีกทั้งเป็นศูนย์รวมสินค้าทางการเกษตรของชุมชนเพื่อส่งขายให้กับลูกค้า สมาชิกและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาภายในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งการเรียนรู้แลกเปลี่ยนกับชุมชนอื่น ๆ ที่มีความสนใจในการทำการเกษตรอินทรีย์ 3) วิถีชีวิตการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลักทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เป็นชุมชนที่ทำการเกษตรตั้งแต่มีการได้รับโฉนดชุมชนแห่งแรกของประเทศไทย มีพื้นที่ 1,800 ไร่ โดยที่ประชาชนภายในชุมชนมีความต้องการที่จะมุ่งเน้นการทำเกษตรอินทรีย์เพื่อเปลี่ยนแปลงวิธีการทำการเกษตรรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช้สารเคมี จึงทำให้เกิดเป็นวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์กันระหว่างสมาชิก และเป็นพื้นที่สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้คุณภาพของประชาชนภายในชุมชนบริโภคอาหารที่ปลอดภัย โดยเริ่มการเกษตรอินทรีย์อันแรกคือการปลูกข้าวหอมพันธุ์นครชัยศรี และจัดตั้งโรงสีภายในชุมชนเพื่อรองรับการสีข้าวของสมาชิกเพื่อใช้ในการบริโภคและการจำหน่ายเมื่อเหลือจาก



การบริโภคภายในครัวเรือน นอกจากนี้ชุมชนยังได้มีการร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้การทำเกษตรอินทรีย์ มีความมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้การทำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของรัชกาลที่ 9 มาประยุกต์กับการทำเกษตรอินทรีย์ 4) กิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ ของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ได้จัดกิจกรรมสำหรับผู้สนใจในการทำเกษตรอินทรีย์ การทำผลผลิตที่ได้จากการทำเกษตรอินทรีย์มาแปรรูปให้เป็นของฝากที่ผู้สนใจสามารถนำกลับได้ โดยการสาธิต และให้ผู้สนใจได้ลงมือปฏิบัติจริง ในพื้นที่ของชุมชน เช่น ฐานการเรียนรู้การทำพืชมะเขือเทศ ฐานการเรียนรู้การทำขนมครกข้าวหอม ฐานการเรียนรู้การทำขนมละเลงแซะ ฐานการเรียนรู้การทำปุ๋ยหมัก เป็นต้น

2. ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่า 1) ปัจจัยการมีส่วนร่วมของห่วงโซ่อุปทาน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ของวิสาหกิจชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ 1.1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจริเริ่มโครงการ ซึ่งประชาชนภายในชุมชนรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเมื่อชุมชนจะมีการพูดคุยกันอยู่เรื่อย ๆ เพื่อแจ้งและประกาศให้ทราบเกี่ยวกับสิ่งที่ชุมชนจะทำการพัฒนาชุมชนเพื่อให้ทุกคนภายในชุมชนได้มีการออกความคิดเห็นและแบ่งปันความรู้ที่มีอยู่ให้คนอื่น ๆ ได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป 1.2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว ชุมชนจะมีการประชุมเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ที่จะนำมาใช้ในการวางแผนกิจกรรมให้สอดคล้องกับการเป็นชุมชนเกษตรอินทรีย์ภายใต้ผลผลิตของชุมชนเอง 1.3) การมีส่วนร่วมในการร่วมจัดสรรผลประโยชน์ ชุมชนมีการแบ่งผลประโยชน์ภายใต้การเป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน แม้ว่าชุมชนจะเกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในชุมชนก็ตาม และ 1.4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน เนื่องจากชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้ามีการบริหารจัดการชุมชน ภายใต้วิสาหกิจชุมชนซึ่งมีการประเมินผลการดำเนินงานอยู่เป็นประจำอยู่แล้ว จึงไม่มีปัญหาในเรื่องของการมีส่วนร่วมในประเมินผลดำเนินงานหากมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นภายในชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า 2) ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน คือ 2.1) การจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของ



วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ได้เข้าถึงข้อมูลและการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนได้ ขณะนี้ชุมชนกำลังดำเนินการนำช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เป็น Online เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ผ่าน Facebook ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดงชุมชนลานตากฟ้า 2.2) การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวจดจำได้ผ่านตัวบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากตอนนี้วิสาหกิจชุมชนมีแบรนด์ที่ยังไม่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนทำให้ชุมชนยังไม่เป็นที่สนใจและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง 2.3) การส่งเสริมการขายวิสาหกิจชุมชนโดยมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลด หรือแจกของสมนาคุณต่าง ๆ ในเทศกาลสำคัญ ๆ ให้กับลูกค้า นักท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายของวิสาหกิจชุมชน 2.4) ผลลัพธ์ทางการเกษตรที่วิสาหกิจดำเนินการอยู่มีคุณภาพ ดังนั้นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและประชาชนภายในชุมชนต้องช่วยกันรักษาคุณภาพของสินค้าให้เหมือนเดิมตลอดไป และ 2.5) ราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า

### 3. แนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่อุปทาน

1) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องร่วมมือกันในการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชน ในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ผลลัพธ์ของสินค้าเกษตรของชุมชน กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวภายในชุมชน รวมถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับ เป็นต้น

2) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ได้เข้าถึงข้อมูลและการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนได้

3) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันการสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดงชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวจดจำได้ผ่านตัวบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

4) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน โดยมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลด หรือแจกของสมนาคุณต่าง ๆ ในเทศกาลสำคัญ ๆ ให้กับลูกค้า นักท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายของวิสาหกิจชุมชน



5) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีคุณภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนพึงพอใจและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการภายในชุมชน

6) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ที่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนพึงพอใจและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการภายในชุมชนต่อไป

## อภิปรายผล

ศักยภาพของชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า ตำบลลานตากฟ้า อำเภอนครชัยศรีจังหวัดนครปฐม นับว่ามีศักยภาพในการมีสิ่งดึงดูดใจที่สามารถนำมาสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีวิถีชีวิตการทำเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านทรัพยากรบุคคล มีความเข้มแข็งผ่านการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประธานกลุ่มคุณนันทา ประสารวงษ์ มีภาวะความเป็นผู้นำที่ดี สร้างแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และกิจกรรมฐานการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ สอดคล้องกับนาตยา เกตุสมบูรณ์ และวันทนา เนาว์วัน (2562) ที่ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวหมู่บ้านสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ คือ รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำและเกษตรกรรม ดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีกิจกรรมฐานการเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ที่น่าสนใจ เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของขวัญชนก พุทธจันทร์ (2563) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ที่กล่าวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือ Agritourist” คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร

ปัจจัยที่ใช้ในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า คือ 1) การมีส่วนร่วมของห่วงโซ่อุปทาน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมช่วยในการตัดสินใจริเริ่มโครงการ การวางแผนกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว การร่วมจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในชุมชน และการ



ร่วมประเมินผลการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของวชิรวัชร งามละม่อม (ออนไลน์, 2559) และ Cohen & Uphoff (1981) ที่กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วมคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนร่วมมือกันการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตามตรวจสอบ และการประเมินผลร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เสมอภาคนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานเพื่อพัฒนาหรือใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความเชี่ยวชาญของแต่ละคนในการแก้ปัญหาของชุมชนและพัฒนางานในกลุ่มให้มีความโปร่งใสและให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้น 2) การตลาดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ประกอบด้วย อันดับที่ 1 คือ การจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งที่เป็น Online และ Offline อันดับที่ 2 คือ การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า อันดับที่ 3 การส่งเสริมการขายวิสาหกิจชุมชน อันดับที่ 4 ผลผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่วิสาหกิจดำเนินการอยู่มีคุณภาพ และอันดับที่ 5 ราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Bowen, & Makens (2003) ที่กล่าวไว้ว่าการนำเอาหลักการส่งเสริมการตลาด 7P's มาใช้ในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการซึ่งมีความแตกต่างจากการตลาดของสินค้าทั่วไปจะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกมาใช้สำหรับการศึกษาเพียง 5P's ซึ่งเพียงพอต่อการศึกษาในหัวข้อการวิจัยครั้งนี้

สรุปได้ว่า การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรและห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวมีทั้งหมด 6 แนวทาง ดังนี้ 1) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องร่วมมือกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องต่าง ๆ 2) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง Online และ Offline 3) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันการสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านโนนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า 4) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องช่วยกันส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนด้วยวิธีต่าง ๆ 5) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องดำเนินการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความคุณภาพ และ 6) ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะต้องขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนที่ให้ความสำคัญกับราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ชุมชนบ้านโหนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งทางด้านพื้นที่และมีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการนำมาเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน

2. การสร้างแบรนด์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านโหนดชุมชนคลองโยง-ลานตากฟ้า

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววิถีชุมชนในแง่มุมอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *ท่องเที่ยวเกษตรทั่วถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ขวัญชนก พุทธจันทร์. (2563). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ซั่มรอฮ ดอเลาะ และประจวบ ทองศรี. (2563). การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน ตันหยงเปาว์ ตำบลท่ากำชำ อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 37(1), หน้า 80-111.
- นาตยา เกตุสมบุญ และวันทนา เนาว์วัน. (2562). ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านหนองสรวง ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*. 25(1), หน้า 81-93.
- วชิรวีชร งามละม่อม (2559). *ทฤษฎีการมีส่วนร่วม* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://learningofpublic.blogspot.com/2016/02/blog-post\\_79.html](http://learningofpublic.blogspot.com/2016/02/blog-post_79.html) [2564, 15 พฤศจิกายน].



- วาสนา สุรีย์เดชะกุล. (2564). *รายงานวิจัยการสร้งศักยภาพในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษามาตรการคุ้มครองการจ้างแรงงานในงานเกษตรกรรม ต.คลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2547). *ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนธยา พลศรี. (2547). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อารียา ภูระหงษ์. (2564). *รายงานวิจัยโครงการพัฒนาศักยภาพในการจัดการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Cohen, John M., & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure For Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York, NY: Cornell University Press.
- Kotler, Philip., Bowen, John., & Makens, James. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.



# บทบาทของรูปแบบภาวะผู้นำที่มีต่อการจัดการภาวะวิกฤต ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19: กรณีศึกษาธุรกิจ สายการบินในประเทศไทย

## THE ROLE OF LEADERSHIP STYLES IN COVID-19 PANDEMIC CRISIS MANAGEMENT: A STUDY OF AIRLINE BUSINESS IN THAILAND

อิชยาพร ช่วยชู, รพีพร ตันจ้อย\*

Ichayaporn Chuaychoo, Rapeeporn Tunjoy\*

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์,  
e-Mail: ichayapornchu@pim.ac.th (Corresponding Author)

Lecturer, Aviation Business Management Program, Faculty of Management Sciences,  
Panyapiwat Institute of Management, e-Mail: ichayapornchu@pim.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2021, December 29; Revised: 2022, March 4; Accepted: 2022, March 8)

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบภาวะผู้นำของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย 2) ศึกษาระดับการจัดการภาวะวิกฤตของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และ 3) ศึกษาอิทธิพลของรูปแบบภาวะผู้นำที่มีต่อการจัดการภาวะวิกฤตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานประจำที่ปฏิบัติงานในธุรกิจสายการบินในประเทศไทย จำนวน 424 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิจัย พบว่ารูปแบบภาวะผู้นำของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) และผู้นำมีการจัดการภาวะวิกฤตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

\*อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์,  
e-Mail: rapeeporntun@pim.ac.th

Lecturer, Aviation Business Management Program, Faculty of Management Sciences, Panyapiwat  
Institute of Management, e-Mail: rapeeporntun@pim.ac.th



อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนบทบาทของรูปแบบภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลต่อการจัดการภาวะวิกฤต คือ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ( $\beta$ ) ต่อการจัดการภาวะวิกฤตในระยะก่อนเกิดวิกฤต ระหว่างเกิดวิกฤต และ หลังเกิดวิกฤต เท่ากับ 0.980, 0.913 และ 0.649 ตามลำดับ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาภาวะผู้นำขององค์กรสายการบินเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤตต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

**คำสำคัญ:** รูปแบบภาวะผู้นำ, การจัดการภาวะวิกฤต, โควิด-19, ธุรกิจสายการบิน

## ABSTRACT

The objectives of this research were to study: 1) the leadership style of the airline business in Thailand, 2) the level of crisis management of the airline business in Thailand, and 3) the influence of leadership style on crisis management in the COVID-19 pandemic of the airline business in Thailand. The sample group of this research selected by random sampling were 424 full-time employees working in the airline business in Thailand. The data were analyzed by descriptive and inferential statistics, namely, frequency, percentage, mean, standard deviation, and regression analysis. The results revealed that the leadership style of the airline was mostly transactional leadership and the level of crisis management of airline leaders in the Covid-19 pandemic situation was moderate. The most influential form of leadership style on crisis management was transactional leadership, with regression coefficients ( $\beta$ ) on pre-crisis period during and after the crisis at 0.980, 0.913 and 0.649, respectively. This research can be utilized as a guideline for planning the leadership development for those working in the airline business to cope with various crises that may occur in the future.

**Keywords:** leadership styles, crisis management, COVID-19, airline business.



## บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจทั่วโลกโดยเฉพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเฉพาอย่างยิ่งธุรกิจสายการบินที่ต้องระงับการให้บริการเที่ยวบินหรือลดจำนวนเที่ยวบินลง ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส จึงส่งผลกระทบต่อรายได้และความอยู่รอดของธุรกิจสายการบินทั่วโลก และด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดที่กินเวลานานนับปีส่งผลให้สายการบินบางแห่งล้มละลายและสายการบินบางแห่งมีการลดจำนวนพนักงานลง จากข้อมูลของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย พบว่ารายได้ของสายการบินในประเทศไทยเมื่อปี 2563 ที่ผ่านมาลดลงถึง 73 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับปีก่อน และคาดว่าในปี 2564 ธุรกิจสายการบินก็ยังคงไม่ฟื้นตัว เนื่องจากการระบาดของโควิด-19 ที่ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ส่องอนาคตธุรกิจการบิน, ออนไลน์, 2563) ซึ่งด้วยลักษณะเฉพาะของธุรกิจสายการบินเองที่มีความอ่อนไหวต่อความผันผวนทางเศรษฐกิจอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก การเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ การเกิดโรคระบาดต่าง ๆ ฯลฯ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในครั้งนี้ จึงถือเป็นภาวะวิกฤตที่เป็นความท้าทายอย่างยิ่งต่อธุรกิจสายการบิน ภาวะผู้นำขององค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการจัดการภาวะวิกฤต (Garcia, 2006) ในการนำพาองค์กรให้อยู่รอดและฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว

ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง กระบวนการที่มีอิทธิพลของผู้นำที่มีต่อลูกน้องเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Achua & Lussier, 2013) ซึ่งรูปแบบของภาวะผู้นำที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายว่าส่งผลต่อการบริหารจัดการองค์กร มีอยู่ 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) โดยภาวะผู้นำในแต่ละรูปแบบจะส่งผลต่อการจัดการภาวะวิกฤตที่แตกต่างกัน (Hasan & Rjoub, 2017; Alzoubi & Jaaffar, 2021) ซึ่งลักษณะของภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) คือ ผู้นำจะบริหารจัดการองค์กรโดยกำหนดวิธีการทำงานและเป้าหมายที่ต้องการไว้อย่างชัดเจน และจะใช้วิธีการให้รางวัลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ เมื่อลูกน้องสามารถบรรลุเป้าหมายได้ และจะไม่เข้าไปแทรกแซงหรือเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานที่มีอยู่เดิม จนกว่าจะเกิดปัญหาผิดพลาดหรือผลงานที่ต่ำกว่ามาตรฐาน (Burns, 1978; Bass & Avolio, 1994; Sadler, 1997) ในขณะที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) ผู้นำจะจูงใจลูกน้องในฐานะเป็นตัวอย่างที่ดี คำนึงถึงความสนใจของลูกน้องแต่ละคน และ



สนับสนุนให้ลูกน้องแสดงศักยภาพของตนเอง มีการปฏิสัมพันธ์สื่อสารกับลูกน้องอย่างสม่ำเสมอโดยไม่ปิดกั้นความคิด และกระตุ้นให้ลูกน้องเสนอแนวทางแก้ปัญหาด้วยวิธีการใหม่ ๆ (Bass & Avolio, 1994; Allameh, 2011; Birasnav, 2014)

จากผลการศึกษาวิจัยหลายชิ้นที่ผ่านมา พบว่ารูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการจัดการภาวะวิกฤต ได้แก่ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) เนื่องจากความรวดเร็วในการตัดสินใจที่มาจากผู้นำ (Odumeru & Ogbonna, 2013; Alkhawlani, 2016) โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยของ Rathi และคณะ ที่ศึกษารูปแบบภาวะผู้นำในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ขององค์กรธุรกิจเอกชน ได้ผลสรุปว่าภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนจะช่วยเพิ่มแรงจูงใจของพนักงานและมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของพนักงานมากกว่าเมื่อเทียบกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากผู้นำแบบแลกเปลี่ยนจะกระตุ้นให้ลูกน้องพยายามและมุ่งมั่นในการทำงานมากขึ้น (Rathi, Soomro, & Rehman, 2021)

ในขณะที่ผลการศึกษาของงานวิจัยบางชิ้น กลับพบว่าในองค์กรธุรกิจเอกชนและธุรกิจโรงแรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (transformational leadership) มีอิทธิพลต่อการจัดการภาวะวิกฤตมากกว่าภาวะผู้นำแบบอื่น (Anwar, 2017; Alzoubi, & Jaaffar, 2020; Alkhawlani, 2020)

นักวิชาการในอดีต (Fink, 1986; Pearson, & Mitroff, 1993; Glaesser, 2006; Achua & Lussier, 2013) ได้ให้คำจำกัดความของการจัดการภาวะวิกฤตไว้หลากหลาย จึงสามารถสรุปความหมายของการจัดการภาวะวิกฤตได้ว่า การจัดการภาวะวิกฤต หมายถึง กระบวนการในการจัดการกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่อาจส่งผลเสียต่อองค์กรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร โดยต้องอาศัยความสามารถในการประเมินและรับรู้ถึงภัยคุกคามนั้น และวางแผนเพื่อจัดการตั้งแต่ก่อนเกิดเหตุการณ์ไปจนกระทั่งการฟื้นฟูหลังเกิดเหตุการณ์นั้นแล้ว ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องข้างต้น งานวิจัยนี้จึงได้กำหนดขอบเขตของการจัดการภาวะวิกฤต โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ตามช่วงเวลาในการจัดการกับวิกฤตที่เกิดขึ้น ได้แก่ 1) ระยะก่อนเกิดวิกฤต (Pre-crisis) หมายถึง ผู้นำได้กำหนดผู้รับผิดชอบหรือทีมงานรับมือกับภาวะวิกฤตไว้ล่วงหน้า และมีการวางกรอบหรือแนวทางในการประเมินความเสี่ยงของสถานการณ์วิกฤตที่อาจเกิดขึ้น 2) ระหว่างการเกิดวิกฤต (During crisis) หมายถึง เมื่อเกิดภาวะวิกฤต ผู้นำได้แสดงบทบาทสำคัญในการจัดการภาวะวิกฤต และมีการสื่อสารกับลูกน้องเพื่อให้ข้อมูลถึงทิศทางและแนวทางปฏิบัติเมื่อเกิดภาวะวิกฤตอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ และ 3) ระยะหลังเกิดวิกฤต (Post-crisis) หมายถึง ผู้นำ



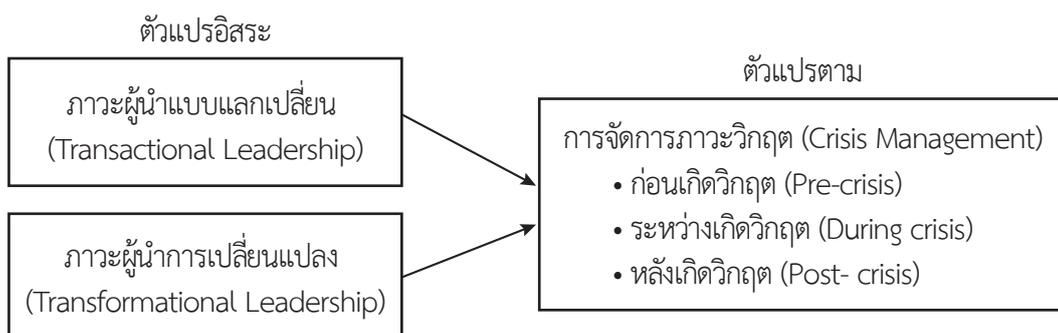
ได้มีการประชุมหารือเพื่อทบทวนและประเมินแนวทางที่ได้ปฏิบัติไป รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในองค์กรและวางแนวทางเพื่อรับมือกับวิกฤตที่อาจจะเกิดขึ้นอีกในอนาคต

ทั้งนี้ จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ที่มุ่งศึกษารูปแบบของภาวะผู้นำในองค์กรธุรกิจสายการบินในประเทศไทยว่ามีรูปแบบใด และผู้นำในธุรกิจสายการบินมีการจัดการภาวะวิกฤตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในมุมมองของผู้ใต้บังคับบัญชาอยู่ในระดับใด รวมถึงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบภาวะผู้นำ กับ การจัดการภาวะวิกฤตว่าภาวะผู้นำรูปแบบใดที่มีอิทธิพลต่อการจัดการภาวะวิกฤตมากที่สุด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมในการจัดการภาวะวิกฤตของธุรกิจสายการบินต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบภาวะผู้นำของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับการจัดการภาวะวิกฤตของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบภาวะผู้นำที่มีต่อการจัดการภาวะวิกฤตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรในงานวิจัยนี้เป็นพนักงานประจำที่ปฏิบัติงานในธุรกิจสายการบินที่อยู่ในประเทศไทย ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันที่สายการบินมีการเลิกจ้างและปรับลดจำนวนพนักงานลง จึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1963) ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน กำหนดค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ไว้ที่ร้อยละ 5 ทั้งนี้เพื่อป้องกันจำนวนของผู้เข้าร่วมวิจัยที่ถอนตัว จึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 10 เปอร์เซ็นต์ เท่ากับ 38.5 คน จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 424 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นโดยเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อายุการทำงานในธุรกิจสายการบิน

ตอนที่ 2 รูปแบบภาวะผู้นำ โดยสร้างข้อคำถามตามทฤษฎีภาวะผู้นำ Transactional leadership และ Transformational leadership ของ Bass & Avolio (1994) และ ประยุกต์ข้อคำถามจากแบบสอบถาม Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ-Form 5X) ที่พัฒนาโดย Avolio, Bass, & Jung (1999) ประกอบด้วยคำถาม 18 ข้อ และใช้มาตรวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต

ตอนที่ 3 ระดับการจัดการภาวะวิกฤตของผู้นำ โดยสร้างข้อคำถามขึ้นจากการศึกษา ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Fink (1986), Pearson & Mitroff (1993), Glaesser (2006) และ Achua & Lussier (2013) ประกอบด้วยคำถาม 12 ข้อ และใช้มาตรวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต

**คุณภาพเครื่องมือในการวิจัย** มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence: IOC) ทุกข้อได้ค่ามากกว่า .50 ซึ่งถือว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) จากนั้น นำแบบสอบถามทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และหาความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) ได้ค่าเท่ากับ .971 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่เข้าใกล้ 1 แสดงว่าเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)



**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ใช้แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูล 3 เดือน (1 กันยายน ถึง 30 พฤศจิกายน 2564)

## ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 70.51 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 48.82 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 68.16 และมีอายุการทำงานในสายการบิน 11-15 ปี ร้อยละ 32.07

รูปแบบภาวะผู้นำของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นแบบ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) อยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 3.38 และ  $SD = 0.78$  ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 3.07 และ  $SD = 1.03$  ซึ่งอยู่ระดับปานกลางเช่นกัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ระดับการจัดการในภาวะวิกฤตของผู้นำในธุรกิจสายการบิน ซึ่งแบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนวิกฤต (Pre-crisis) มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 3.45 อยู่ในระดับปานกลาง ระยะระหว่างเกิดวิกฤต (During crisis) มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 3.37 อยู่ในระดับปานกลาง และระยะหลังเกิดวิกฤต (Post-crisis) มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 3.25 อยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบภาวะผู้นำและการจัดการภาวะวิกฤต

ตัวแปร	N	$\bar{x}$	$SD$
รูปแบบภาวะผู้นำ			
ผู้นำแบบแลกเปลี่ยน	424	3.38	0.78
ผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง	424	3.07	1.03
การจัดการภาวะวิกฤต			
Pre-crisis	424	3.45	1.08
During crisis	424	3.37	1.00
Post-crisis	424	3.25	0.68



ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของรูปแบบภาวะผู้นำทั้ง 2 แบบที่มีผลต่อการจัดการภาวะวิกฤต เมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) กับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) พบว่า ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) มีอิทธิพลและสามารถทำนายการจัดการภาวะวิกฤต ได้มากกว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) ในทั้ง 3 ระยะของการจัดการภาวะวิกฤต โดยสามารถอธิบายได้ว่า หากรูปแบบภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การจัดการภาวะวิกฤตในระยะก่อนเกิดวิกฤต (Pre-crisis) เพิ่มขึ้น 0.98 หน่วย การจัดการภาวะวิกฤตในระหว่างเกิดวิกฤต (During crisis) จะเพิ่มขึ้น 0.91 หน่วย และ หลังวิกฤต (Post-crisis) เพิ่มขึ้น 0.64 หน่วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังแสดงในตารางที่ 2

ในขณะที่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อการจัดการภาวะวิกฤตเช่นเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่อยู่ในระดับที่น้อยกว่าภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ( $\beta$ ) โดยหากรูปแบบภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การจัดการภาวะวิกฤตในระยะก่อนเกิดวิกฤต (Pre-crisis) เพิ่มขึ้น 0.75 หน่วย การจัดการภาวะวิกฤตในระหว่างเกิดวิกฤต (During crisis) จะเพิ่มขึ้น 0.77 หน่วย และ หลังวิกฤต (Post-crisis) เพิ่มขึ้น 0.54 หน่วย ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของรูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อการจัดการภาวะวิกฤต

รูปแบบภาวะผู้นำ (constant)	การจัดการภาวะวิกฤต								
	Pre-crisis			During crisis			Post-crisis		
	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>
ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership)	0.980	20.14**	.000	0.913	20.62**	.000	0.649	22.82**	.000
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership)	0.758	21.14**	.000	0.776	27.17**	.000	0.548	30.82**	.000

\*\* $p < .01$



## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยนี้ พบว่า รูปแบบภาวะผู้นำส่วนใหญ่ของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย เป็นภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) ( $\bar{x} = 3.38$ ) มากกว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ( $\bar{x} = 3.07$ ) เล็กน้อย ซึ่งถือว่าทั้ง 2 รูปแบบอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ ญาณิกานต์ ไผ่เจริญ (2553) ที่ศึกษาภาวะผู้นำในบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรสายการบินโดยตรง และพบว่า ผู้บริหารมีภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน อย่างไรก็ตามพบว่า ผลการวิจัยนี้ ไม่สอดคล้องกับ ญาดา สามารถ (2558) และ จิรัชญา ศุขโกคา และสันติธร ภูริภักดี (2562) ที่ศึกษารูปแบบภาวะผู้นำส่วนใหญ่ขององค์กรเอกชนทั่วไปพบว่า รูปแบบของผู้นำส่วนใหญ่เป็นผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ อาจเป็นการศึกษาในองค์กรธุรกิจที่ต่างประเภทกัน จึงพบลักษณะรูปแบบภาวะผู้นำที่ต่างกัน จึงอาจสรุปได้ว่า ในประเภทองค์กรธุรกิจที่ต่างกัน จะมีรูปแบบของภาวะผู้นำที่ต่างกันได้

จากผลการวิจัยนี้ที่แสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำทั้ง 2 รูปแบบที่ได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ต่างมีอิทธิพลต่อการจัดการภาวะวิกฤตของผู้นำในธุรกิจสายการบินในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนมีอิทธิพลต่อการจัดการภาวะวิกฤตในระดับที่สูงกว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ Odumeru & Ogbonna (2013), Alkhawlan (2016) และ Rathi, Soomro, & Rehman (2021) ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะของผู้นำแบบแลกเปลี่ยนที่สอดคล้องและเหมาะสมกับการจัดการของธุรกิจสายการบินในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์โควิด-19 มากกว่า ตามบริบทขององค์กรสายการบินในประเทศไทย ทั้งในแง่ของความเร็วในการสั่งการ รวมถึงการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน โดยไม่จำเป็นต้องเปิดโอกาสให้พนักงานเสนอความคิดเห็นหรือใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหา เพื่อความเร็วในการปฏิบัติตามและสามารถควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

สามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการจัดการภาวะวิกฤตของธุรกิจสายการบิน โดยมุ่งการพัฒนาารูปแบบภาวะแบบแลกเปลี่ยนในองค์กรให้เพิ่มมากขึ้น หรือใช้เป็นเกณฑ์การคัดเลือกบุคลากรที่มีภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนมาเป็นผู้ทำหน้าที่จัดการภาวะวิกฤตขององค์กร เนื่องด้วยจากผลการวิจัยที่พบว่า ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนจะมีอิทธิพลต่อการ



จัดการภาวะวิกฤตในระดับที่สูงกว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้การนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการจัดการภาวะวิกฤตอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 หรือในองค์กรธุรกิจประเภทอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจสายการบิน อาจจะมีข้อจำกัด

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในการนำผลวิจัยไปใช้ในธุรกิจสายการบินสำหรับวางแผนการจัดการภาวะวิกฤตอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 หรือในองค์กรธุรกิจประเภทอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจสายการบิน ซึ่งอาจมีลักษณะเฉพาะของธุรกิจที่ต่างกันออกไป นอกจากนี้ควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม ทั้งปัจจัยทางตรงและทางอ้อมที่อาจมีอิทธิพลต่อการจัดการภาวะวิกฤตขององค์กรธุรกิจสายการบิน เช่น การสื่อสารภายในองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ การทำงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์กร ฯลฯ เพื่อให้มีข้อมูลครอบคลุมเพียงพอในการวางแผนจัดการภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

### บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิรัชญา ศุขโสภา และสันติธร ภูริภักดี. (2562). รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในองค์กรเอกชน. *วารสาร Veridian E-Journal*, 12(4), หน้า 1586-1600.
- ญาณิกานต์ ไผ่เจริญ. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บังคับบัญชากับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการฝ่ายช่างบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 4(1), หน้า 45-58.
- ญาดา สามารถ. (2558). *รูปแบบภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: บิซซิเนส อาร์แอนด์ดี.
- ส่องอนาคตธุรกิจการบินปี 2564 'โควิด' ยังตามหลอนต่อเนื่อง(ออนไลน์). *ข่าวสดออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก: [https://www.khaosod.co.th/newspaper/newspaper-inside-pages/news\\_5648282](https://www.khaosod.co.th/newspaper/newspaper-inside-pages/news_5648282) [2564, 2 มกราคม].



- Achua, Christopher. F., & Lussier, Robert. N. (2013). *Effective leadership*. South-Western Cengage Learning.
- Alkhawlani, Mohammed. A. S. (2016). *The impact of the leadership styles on crisis management: A study at Yemen private and public institutions* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Alkhawlani, Mohammed. A. S. (2020). *Factors influencing crisis management in Yemeni organizations: the mediating effect of decision-making* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Allameh, Sayyed, M. (2011). Considering Transformational Leadership Model in Branches of Tehran Social Security Organization. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 15: pp. 3131-3137.
- Alzoubi, Raed. H., & Jaaffar, Amar. H. (2020). The mediating effect of crisis management on leadership styles and hotel performance in Jordan. *International Journal of Financial Research*, 11(4), pp. 384-397.
- Alzoubi, Raed. H., & Jaaffar, Amar. H. (2021). The Moderating Effect of Leadership Experience on Leadership Styles and Crisis Management in the Jordanian Hotel Sector. *International Journal of Financial Research*, 12(1), pp. 297-309.
- Anwar, Kofand. (2017). The Role of Effective Leadership in Crisis Management: Study of Private Companies in Kurdistan. *Qalaai Zanist Scientific Journal*, 2(4), pp. 326-338.
- Avolio, Bruce. J., Bass, Bernard. M., & Jung, Dong. I. (1999). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the Multifactor Leadership. *Journal of occupational and organizational psychology*, 72(4), pp. 441-462.
- Bass, Bernard. M., & Avolio, Bruce. J. (1994). *Improving Organization Effectiveness Through Transformational Leadership*. Sage.
- Birasnav, Muthuraj. (2014). Knowledge management and organizational performance in the service industry: The role of transformational leadership beyond the effects of transactional leadership. *Journal of business research*, 67(8), 1622-1629.



- Burns, James. M. (1978). *Leadership*. New York, NY: Harper and Row.
- Cavazotte, F, Moreno, V., & Hickmann, Mateus. (2012). Effects of Leader Intelligence, Personality and Emotional Intelligence on Transformational Leadership and Managerial Performance. *The Leadership Quarterly*, *23*(3), pp. 443-455.
- Cochran, William. G. (1963). *Sampling Technique* (2nd ed). New York, NY: John Wiley & Son.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York, NY: Harper Collins.
- Fink, Steven., & American Management Association. (1986). *Crisis management: Planning for the inevitable*. Amacom.
- Garcia, Helio F. (2006). Effective leadership response to crisis. *Strategy & Leadership*.
- Glaesser, Dirk. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. Routledge.
- Hasan, Ayoub., & Rjoub, Husam. (2017). The role of effective leadership styles in crisis management: a study of Erbil, Iraq. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, *5*(4), pp. 107-121.
- Odumeru, James. A., & Ogbonna, Ifeanyi. G. (2013). Transformational vs. transactional leadership theories: Evidence in literature. *International review of management and business research*, *2*(2), pp. 355.
- Pearson, Christine. M., & Mitroff, Ian. I. (1993). From crisis prone to crisis prepared: A framework for crisis management. *Academy of Management Perspectives*, *7*(1), pp. 48-59.
- Rathi, Nelum., Soomro, Kamran. A., & Rehman, Fraz. U. (2021). Transformational or Transactional: Leadership Style Preferences During Covid-19 Outbreak. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation*, *3*(2), pp. 451-473.
- Sadler, P. (1997). *Leadership.*, London, UK: Kogan Page.



การพัฒนาแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล  
เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3  
DEVELOPMENT OF AN APPLICATION FOR  
BASIC THAI READING SKILLS ACCORDING TO  
THE SU CHI PU LI MODEL PROCESS  
FOR PRIMARY 3 (GRADE 3) STUDENTS

พัชรินทร์ ม่วงประเสริฐ, ทศพร แสงสว่าง\*

Patcharin Muangprasert, Thosporn Sangsawang\*

ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2564,

e-Mail: patcharin\_m@mail.rmutt.ac.th (Corresponding Author)

Master of Education (Educational Technology and Communications), Faculty of Technical Education,

Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Academic Year 2021,

e-Mail: patcharin\_m@mail.rmutt.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, January 24; Revised: 2022, March 25; Accepted: 2022, March 29)

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) หาประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนที่ได้เรียนรู้ด้วยแอปพลิเคชันกิจกรรม การสอนตามรูปแบบ “สุ จิ ปุ ลิ” โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนวัดปทุมนายก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 จำนวน 30 คน ได้มาด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล

\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, e-Mail: sthosporn@rmutt.ac.th

Asst.Prof., Department of Educational Technology and Communications, Faculty of Technical Education, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-Mail: sthosporn@rmutt.ac.th



เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 แบบทดสอบก่อนเรียน และหลังเรียน และแบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าทีของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่อิสระ ผลการวิจัยพบว่า 1) แอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ E1/E2 เท่ากับ 82.40/81.33 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่า ก่อนเรียน โดยมีค่าเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 8.80 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.33 ค่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 16.27 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.48 มีค่า การทดสอบค่าทีระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนเท่ากับ 20.68 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันกิจกรรม การสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

**คำสำคัญ:** แอปพลิเคชัน, สุ จิ ปุ ลิ โมเดล, การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน, ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

## ABSTRACT

The objectives of this study were to: 1) investigate the efficiency of an application for basic Thai word reading according to the Su Chi Pu Li model for Grade 3 students, 2) compare the students' achievements between before and after learning through the application, and 3) examine the students' satisfaction with the application. The samples derived through purposive sampling technique comprised 30 Grade 3 students at Wat Pathumnayok School under Primary Educational Service Area Office 2, Pathum Thani province. The instruments used for collecting the data were an application for basic Thai word reading according to the Su Chi Pu Li model process for Grade 3 students, a pre-test and a post-test, and a student satisfaction form. The statistics used for analyzing the data were percentage, mean, standard deviation, and the t test for the dependent sample. The research findings revealed that 1) The application for basic Thai word reading according to the Su Chi Pu Li model process for Grade 3



students was efficient in accordance with the criteria E1/E2 (82.40/81.33). 2) The students' achievements after learning the application were higher than those before learning it. The mean and standard deviation for before learning it were 8.80 and 2.33, respectively, while for after learning it were 16.27 and 1.48, respectively. The t test score between before and after learning was 20.68, with the significant difference at the .05 level. 3) The students' satisfaction with the application was at the high level with the mean of 4.50.

**Keywords:** application, Su Chi Pu Li model, basic Thai word reading, Grade 3 students.

## บทนำ

การพัฒนาแอปพลิเคชันเป็นการนำซอฟต์แวร์มาประยุกต์ใช้ผ่านแท็บเล็ตหรือโทรศัพท์มือถือที่มีทั้งระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และไอโอเอส (Android and IOS) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ให้ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน การพัฒนาโปรแกรมและอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และสอดคล้องกับการนำไปช่วยให้นักเรียนเกิดความสนใจในเนื้อหาบทเรียนและเกิดความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ (วุฒิกัทร หนุยอด และวิชริณี สวัสดิ์, 2565, หน้า 24) นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ช่วยให้นักเรียนและครูบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ลัดดาวรรณ มีอนันต์ และคณะ, 2564, หน้า 109) แอปพลิเคชันถูกนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้วิชาภาษาไทยผ่านกระบวนการเรียนรู้ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล ซึ่งเป็นเทคนิคที่ช่วยให้นักเรียนมีทักษะการเรียนรู้ที่ดีขึ้น “สุ” คือ “สุด” แปลว่า การฟัง “จิ” คือ “จินตนะ” แปลว่า ความคิด “ปุ” คือ “ปุจฉา” แปลว่า การถาม “ลิ” คือ “ลิขิต” แปลว่า เขียน (วิภา ตัณฑุลพงษ์, ออนไลน์, 2565) การนำรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องฝึกฝนทักษะต่าง ๆ โดยเฉพาะทักษะการอ่านเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสวงหาความรู้ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินได้แนวคิดในการดำเนินชีวิต (จิรัชญา สายจิ้น, 2561, หน้า 11) การอ่านออกเขียนได้เป็นทักษะหนึ่งที่มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ช่วยให้ผู้อ่านเกิดปัญญา ช่วยพัฒนาตนเอง รู้จักปรับตัวให้อยู่ในสังคมได้อย่างสงบสุข และเป็นเกราะป้องกันตัวเองจากปัญหาต่าง ๆ ถ้ารู้จัก



นำความรู้ที่ได้จากการอ่านไปวิเคราะห์สิ่งที่เป็นประโยชน์ (กิตติกาญจน์ อินทเกตุ, 2557, หน้า 19)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาโควิด 19 นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในสังคมจากวิถีชีวิตแบบเดิมสู่วิถีชีวิตแบบใหม่ (New normal) สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องจัดการเรียนการสอนด้วยการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ให้มากยิ่งขึ้นและแก้ปัญหาเรื่องการอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ จากการสัมภาษณ์ครูผู้สอนพบว่า การจัดการเรียนการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยยังขาดสื่อการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ครูขาดเทคนิคและวิธีการสอนที่ดึงดูดความสนใจผู้เรียน

ผู้วิจัยตระหนักเห็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การสอนของครูและการเรียนของนักเรียนมีประสิทธิภาพโดยการนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาเข้ามาช่วย เพื่อให้ นักเรียนเกิดความสนใจในการเรียน จึงพัฒนาแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จี ปู ลี โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้ Thinkable ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการฟรีผ่านบัญชีผู้ใช้งานกูเกิล (Google) ใช้หลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบ Visual Programming Language โดยใช้หลักการต่อแบบเลโก้ หรือการต่อเป็นบล็อก (ชินวัจน์ งามวรรณกร, 2562, หน้า 14) สามารถนำแอปพลิเคชันที่สร้างเสร็จแล้วอัปโหลดขึ้น Google Play Store หรือ App Store ได้ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพด้านการอ่านของนักเรียน ส่งเสริมให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น ตระหนักและเห็นความสำคัญของการใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องสามารถนำความรู้ไปต่อยอดทางความคิดเชิงสร้างสรรค์และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากการอ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จี ปู ลี โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนที่ได้เรียนรู้ด้วยแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จี ปู ลี โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จี ปู ลี โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3



## สมมติฐานของการวิจัย

1. แอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. ผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับนักเรียนที่ได้เรียนรู้ด้วยแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3
3. นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 อยู่ในระดับมากขึ้นไป

## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรเป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ในกลุ่มเครือข่ายศาลารัตน์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 7 โรงเรียน 7 ห้องเรียน นักเรียนทั้งหมด 77 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนวัดปทุมนายก กลุ่มเครือข่ายศาลารัตน์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 1 โรงเรียน 1 ห้องเรียน นักเรียนทั้งหมด 30 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ 1) แอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 2) แบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับคุณภาพของแอปพลิเคชัน 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน 4) แบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อแอปพลิเคชัน

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ศึกษาแนวคิด หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแอปพลิเคชัน จากนั้นนำแอปพลิเคชันที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อหาความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ข้อคำถาม กิจกรรมการเรียนการสอนกับจุดประสงค์ของการจัดทำและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านวัดและประเมินผล แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดให้ถูกต้องสมบูรณ์ตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำทุกประการ นำแอปพลิเคชันไปใช้กับนักเรียนโรงเรียนอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ ทดลองหาประสิทธิภาพเป็นรายบุคคล ทดลองประสิทธิภาพกลุ่มย่อย และทดลองภาคสนาม



แล้วทำการแก้ไขปรับปรุงจนมีประสิทธิภาพที่ยอมรับได้ จึงนำแอปพลิเคชันไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) หาประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันกิจกรรม การสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยใช้สูตรการหาประสิทธิภาพ  $E1/E2$  2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ ก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยการทดสอบค่าที่  $Dependent t test$  ที่ระดับนัยสำคัญ .05 3) ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่เรียนด้วยแอปพลิเคชัน วิเคราะห์ ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 30 คน

รายการ	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ	เกณฑ์มาตรฐาน	E1/ E2
คะแนนระหว่างเรียน	50	41.20	82.40	80	82.40
คะแนนทดสอบหลังเรียน	20	16.27	81.33	80	81.33

จากตารางที่ 1 พบว่าแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ประสิทธิภาพตาม เกณฑ์ 80/80 กล่าวคือ E1/E2 มีค่าเท่ากับ 82.40/81.33 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน



ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนที่เรียนจากแอปพลิเคชัน กิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 30 คน

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	SD	t	p
คะแนนระหว่างเรียน	20	8.80	2.33	20.68	.00
คะแนนทดสอบหลังเรียน	20	16.27	1.48		

\* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่าการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 8.80 และ 16.27 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังเรียนพบว่า คะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3

รายการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านสื่อ			
1.1 คำอธิบายการใช้สื่อได้อย่างชัดเจน	4.53	0.63	มากที่สุด
1.2 รูปแบบสื่อสวยงาม น่าสนใจ	4.53	0.68	มากที่สุด
1.3 การใช้งานง่ายและสะดวกต่อการเรียนรู้	4.47	0.82	มาก
1.4 สื่อมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ในการเรียนรู้	4.53	0.73	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.52	0.71	มากที่สุด



## ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
<b>2. ด้านเนื้อหา</b>			
2.1 เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้	4.67	0.48	มากที่สุด
2.2 ภาษาที่ใช้ในบทเรียนเข้าใจง่าย	4.47	0.51	มาก
2.3 การนำเสนอเนื้อหาเข้าใจง่าย	4.57	0.50	มากที่สุด
2.4 ปริมาณเนื้อหาในแต่ละเรื่องมีความเหมาะสม	4.40	0.72	มาก
2.5 การจัดเรียงเนื้อหาและขั้นตอนการเรียนการสอน เข้าใจง่าย	4.30	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.48	0.60	มาก
<b>3. ด้านการวัดและประเมินผล</b>			
3.1 ความชัดเจนของคำถามและคำตอบ	4.67	0.48	มากที่สุด
3.2 ความเหมาะสมของจำนวนแบบทดสอบ	4.50	0.68	มาก
3.3 ความสอดคล้องของแบบทดสอบกับเนื้อหา	4.53	0.63	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.57	0.60	มากที่สุด
<b>4. ด้านจัดกิจกรรมการเรียนการสอน</b>			
4.1 ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.30	0.65	มาก
4.2 ช่วยให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหา เรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา	4.70	0.53	มากที่สุด
4.3 ส่งเสริมให้ผู้เรียนค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง	4.40	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	0.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.50	.64	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ บุ ลี โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทย พื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวนทั้งหมด 30 คน ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยรวม 4.50 โดยมีความพึงพอใจด้านช่วยให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหา เรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาสูงที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.70 และไม่พบข้อที่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด



## อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 สอดคล้องกับกลยุทธ์ และกิจกรรมส่งเสริมให้นักเรียนทำความเข้าใจด้วยตนเองจากการทำงานและสร้างความคิด ควบคู่ไปกับความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับ ลนา นพรัตน์ (2560, หน้า 200) ที่กล่าวว่านักเรียนได้เรียนรู้ได้ด้วยตนเองจากการทำใบกิจกรรมการเรียนรู้ ในแต่ละเรื่อง พบว่านักเรียนมีความสนใจเรียนและกระตือรือร้นมากขึ้น ครูจะช่วยส่งเสริม ให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจ คิดด้วยตนเอง ผ่านบริบทการสร้างปัญญาและความรู้ ด้วยตนเอง (Sangsawang, 2015, p. 65) ซึ่งการอภิปรายผลเป็นไปตามวัตถุประสงค์และ สมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. แอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 เน้นกิจกรรมการสอน เรื่อง การอ่านคำที่มี ตัวการ์ตูน การอ่านคำที่มี รร (ร หัน) การอ่านคำพ้อง การอ่านคำที่มี ฤ ฎ และการอ่านคำ ที่มีพยัญชนะและสระ ไม่ออกเสียง ซึ่งมีเนื้อหาสอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลาง พุทธศักราช 2551 จากการพัฒนาแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ให้มีประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ 80/80 ผลการวิจัยพบว่าก่อนการใช้แอปพลิเคชันในการจัดการเรียนการสอน นักเรียนทำการทดสอบก่อนเรียนมีคะแนนเฉลี่ยของคะแนนเต็ม 20 คะแนน เท่ากับ 8.80 จากจำนวนนักเรียนทั้งหมด 30 คน หลังจากนั้นนำแอปพลิเคชันที่ออกแบบไว้มาใช้ในการ จัดการเรียนการสอนโดยกำหนดกิจกรรมให้นักเรียนได้เรียนรู้ ซึ่งนักเรียนมีความกระตือรือร้น สนใจเรียนมากขึ้น มีการบันทึกผลคะแนนระหว่างเรียนไว้แล้วนำผลของคะแนนระหว่างเรียน มาหาค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละได้เท่ากับ 82.40 หลังจากนั้นนักเรียนได้เรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน กิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สู่ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จากนั้นให้นักเรียนทำการทดสอบหลังเรียน พบว่าคะแนน ทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 81.33 แสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 82.40/81.33 ซึ่งมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ 80/80 สอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ โพธิ์หล้า และอัญญาปารย์ ศิลปนิลมาลย์ (2563, หน้า 43) ที่ศึกษาการพัฒนาแอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เรื่อง การแปลง ชนิดข้อมูลสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ พบว่า แอปพลิเคชันมีประสิทธิภาพ เท่ากับ 80.69/83.79 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่เรียนด้วยแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ



สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ในการทดสอบก่อนเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 8.80 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.33 หลังจากที่นักเรียนได้เรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 แล้วทำการทดสอบหลังเรียน นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยสูงขึ้นจากเดิมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 16.27 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.48 การทดสอบค่าที่  $t$  test ระหว่างก่อนเรียน และหลังเรียนเท่ากับ 20.68 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ พรจิรา เสือประดิษฐ์ (2561, หน้า 81) ที่ศึกษาการใช้ สุ จิ ปุ ลิ เพื่อส่งเสริม การคิดวิเคราะห์วิชาภาษาไทย ในสาระที่ 5 วรรณคดีและวรรณกรรมสำหรับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยในสาระที่ 5 วรรณคดี และวรรณกรรม หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน กิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.50 เพราะนักเรียน ได้สื่อการเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการใช้งานง่ายและสะดวกต่อการเรียนรู้ รูปแบบ สื่อสวยงาม น่าสนใจ เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เนื่องจากแอปพลิเคชัน กิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้ลงมือปฏิบัติ มีผลแสดงความก้าวหน้าทางการเรียนเป็นระยะ ๆ ทำทนายให้นักเรียน เกิดความสนใจ และเมื่อนักเรียนใช้ความพยายามถึงระดับหนึ่งจะได้ความสำเร็จทันที สอดคล้องกับ ภิญญาพัชญ์ ทาสาธน์ตย์ตระกูล (2559, หน้า 27) ที่ศึกษาการพัฒนา แอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ภาษาสำหรับเด็กบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าการประเมิน ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ภาษาสำหรับเด็กบน โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับมาก

ข้อสังเกตที่พบในระหว่างการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันกิจกรรมการสอนตามรูปแบบ สุ จิ ปุ ลิ โมเดล เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 นักเรียนมีความกระตือรือร้นและมีความตั้งใจ สามารถปฏิบัติกิจกรรมอย่างสนุกสนาน มีการตอบสนองในการเรียนรู้และมีความเชื่อมั่นในการทำงานรวมถึงสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างอิสระ ทำให้นักเรียนได้พัฒนาตามศักยภาพโดยครูผู้สอนวางแผนร่วมกับ นักเรียน ทำทนาย กระตุ้น ให้กำลังใจ คอยแนะนำ ชี้แนะ ให้คำปรึกษาแนวทางการแสวงหา ความรู้ที่ถูกต้อง



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์และสัญญาณอินเทอร์เน็ตก่อนการจัดการเรียนการสอนทุกครั้ง
2. ควรเตรียมความพร้อมของนักเรียนโดยการฝึกทักษะการใช้งานแอปพลิเคชันตามคู่มือการใช้อย่างละเอียดทุกขั้นตอนของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเนื้อหาในเรื่องการอ่านคำในภาษาไทยเพิ่มเติม
2. ควรมีการสร้างแอปพลิเคชัน เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐาน เรื่องอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การอ่านคำควบกล้ำและอักษรนำ การอ่านคำราชาศัพท์ เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. ควรมีการสร้างแอปพลิเคชัน เรื่อง การอ่านคำศัพท์ภาษาไทยพื้นฐานร่วมกับการจัดการเรียนรู้รูปแบบอื่น ๆ

## บรรณานุกรม

- กิตติกาญจน์ อินทเกตุ. (2557). *การพัฒนาทักษะการอ่านอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่จัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค KWLH – PLUS*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาภาษาไทย, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิรัชญา สายจิ้น. (2561). *ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดชุมชนการเรียนรู้มืออาชีพวิชาภาษาไทยสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชินวัจน์ งามวรรณากร. (2562). *รายงานวิจัยการพัฒนาแอปพลิเคชันสื่อการเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่เรื่อง ภาษาอังกฤษสำหรับนักสารสนเทศ*. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- พรจิรา เสือประดิษฐ์. (2561). *การใช้ ส จี ปู ลี เพื่อส่งเสริมการคิดวิเคราะห์วิชาภาษาไทยในสาระที่ 5 วรรณคดีและวรรณกรรมสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.



ภิญญาพัชญ์ ทาสาธน์ตย์ตระกูล. (2559). *รายงานวิจัยการพัฒนาแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ภาษาสำหรับเด็ก บนโทรศัพท์เคลื่อนที่*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

ลนา นพรัตน์ และทศพร แสงสว่าง. (2560). ชุดการเรียนรู้ฝึกทักษะอาชีพ วิชาการงานพื้นฐานอาชีพและเทคโนโลยี ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 สำหรับผู้บกพร่องทางการได้ยิน. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 14(2), หน้า 194-204.

ลัดดาวรรณ มือนันต์ และคณะ. (2564). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ เรื่อง กฎหมายทั่วไป สำหรับนักเรียน ผู้บกพร่องทางการได้ยิน. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 17(4), หน้า 106-120.

วิภา ตันฑุลพงษ์. (2554). *หัวใจนักปราชญ์ : การอ่าน คิดวิเคราะห์ และการเขียน* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://wipatantun-wi.blogspot.com/2011/05/blog-post\\_31.html](http://wipatantun-wi.blogspot.com/2011/05/blog-post_31.html) [2565, 24 กรกฎาคม].

วุฒิกัทร หนุຍอด และวิชริณี สวัสดิ์. (2565). การพัฒนาระบบขอใช้โปรแกรมและอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กรณีศึกษารูปแบบการทำงานของบริษัทเอกชน. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 18(3), หน้า 22-33.

เสาวลักษณ์ โพธิ์หล้า และอัญญาปารย์ ศิลปนิลมาลย์. (2563). การพัฒนาแอปพลิเคชันบนระบบ ปฏิบัติการแอนดรอยด์ เรื่อง การแปลงชนิดข้อมูลสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์. *วารสารครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 1(2), หน้า 36-46.

Sangsawang, Thosporn. (2015). Instructional Design Framework for Educational Media. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 176, pp. 65-80.



# แนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคม อย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี GUIDELINES FOR VALUE PROMOTION AS SUSTAINABLE SOCIAL CAPITAL OF BLUE CRAB BANK : A CASE STUDY OF BANGSARAY COMMUNITY, SATTAHIP DISTRICT, CHONBURI PROVINCE

วรากร อัครจารัสโรจน์, วรวุฒิ เฟ็งพันธ์\*, สุวิชัย โกศัยยะวัฒน์\*\*

Waragorn Akarajasroch, Worawut Phengphan\*, Suwichai Kosaiyawat\*\*

นิสิตหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต (การศึกษาและการพัฒนาสังคม) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา,  
ปีการศึกษา 2564, e-Mail: 62920075@go.buu.ac.th (Corresponding Author)

Student, Master of Education (Program in Education and Social Development), Faculty of Education  
Burapha University, Academic Year 2021, e-Mail: 62920075@go.buu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2021, December 21; Revised: 2022, February 27; Accepted: 2022, March 1)

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมกรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี และเพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าหน้าที่กลุ่มเกษตรกรทำประมงบางเสร่ ผู้นำชุมชนตำบลบางเสร่ กลุ่มเยาวชนอายุตั้งแต่ 18-20 ปี และชาวประมง ตำบลบางเสร่ ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 2 ปี รวมทั้งสิ้น จำนวน 40 คน และใช้การสนทนากลุ่มกับตัวแทนผู้นำชุมชนตำบลบางเสร่ ตัวแทนสำนักงานเทศบาลตำบลบางเสร่ ประธานศูนย์เรียนรู้ธนาคารปูม้า บางเสร่ กลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการเยาวชนตำบลบางเสร่ ตัวแทนนักวิชาการ และตัวแทนครูโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร่ จำนวน 8 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบตีความและสรุปข้อมูลสำคัญ รายงานผลเป็นเชิงพรรณนาความ

\*, \*\*อาจารย์ประจำภาควิชาการอาชีวศึกษาและพัฒนาสังคม คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา,  
e-Mail: worawut@buu.ac.th, kosajyaw@buu.ac.th  
Lecturer, Vocational Education and Social Development, Faculty of Education, Burapha University,  
e-Mail: worawut@buu.ac.th, kosajyaw@buu.ac.th



ผลการวิจัย 1. คุณค่าของธนาคารปูม้า ในฐานะทุนทางสังคม กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี พบว่าคุณค่าของธนาคารปูม้า ในฐานะทุนทางสังคม กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 4 คุณค่า ดังนี้ 1) คุณค่าด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ คุณค่าทางร่างกาย คุณค่าทางจิตใจ คุณค่าทางปัญญา และคุณค่าทางลักษณะนิสัย 2) คุณค่าด้านทุนสถาบัน ได้แก่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางศาสนา และคุณค่าทางเศรษฐกิจ 3) คุณค่าด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม ได้แก่ คุณค่าทางปัญญา คุณค่าทางศาสนา และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ และ 4) คุณค่าด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ คุณค่าทางสังคม และคุณค่าทางเศรษฐกิจ 2. แนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี สามารถสรุปได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการดำเนินงานของธนาคารปูม้า ด้านการจัดการความรู้ของชุมชนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาด้านการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน และด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ของชุมชน

**คำสำคัญ:** คุณค่า, ธนาคารปูม้า, ทุนทางสังคม, ชุมชนบางเสร่

## ABSTRACT

This research aimed to study the value of the Blue Crab Bank as a social capital, a case study of Bangsaray Community, Sattahip District, Chonburi Province and ways to promote the value of the Blue Crab Bank as a sustainable social capital. This was a qualitative research. Data were collected by in-depth interviews with 40 agricultural group officials in charge of Bangsaray fisheries, community leaders in Bangsaray, concerned youth groups with 18-20 years of age, and fishermen in Bangsaray Sub-district. These people had at least 2 years of work experience. Focus group discussion was conducted with 8 representatives from Bangsaray community leaders, Bangsaray Sub-district Municipality Office chairman of the Blue Crab Bank Learning Center, Bangsaray, youth parents in Bangsaray Sub-district, academic people, and Chumchonbanbangsaray School teachers. The data were analyzed by means of content analysis and interpretation, and the important information was summarized by descriptive writing.



It was found that: 1. The value of Blue Crab Bank as a sustainable social capital, a case study of Bangsaray Community, Sattahip District, Chonburi Province consisted of 4 values, as follows: 1) Human capital value was physical value, the mental value and intellectual value, 2) The value of institutional capital was the social value, religious value and economic value, 3) The value of cultural wisdom capital was intellectual value, religious value and aesthetic value, and 4) the value of natural resource capital was the social value and economic value. 2. Guidelines for promoting the value of Blue Crab Bank as a sustainable social capital, a case study of Bangsaray Community, Sattahip District, Chonburi Province may be summarized in 4 aspects, namely, participation of people in the community in the operation of the Blue Crab Bank, the knowledge management of the community together with the agencies involved in education, the establishment of lifelong learning resources of the community, and public relations of knowledge dissemination of the community.

**Keywords:** value, Blue Crab Bank, sustainable social capital, Bangsaray Community.

## บทนำ

การพัฒนาชุมชนของประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการควบคุม และบริหารจัดการโดยภาครัฐ ลักษณะบนลงล่าง (Top down) ที่มุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพชุมชนเพื่อไปสู่ความทันสมัย ตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-4 โดยรัฐเป็นผู้กำหนดทิศทางในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยส่งเจ้าหน้าที่เป็นผู้ปฏิบัติการพร้อมงบประมาณและโครงการสำเร็จรูปที่เน้นพัฒนาด้านเศรษฐกิจตามประเทศตะวันตก ส่งผลให้ชุมชนติดการพึ่งพาจากภายนอกชุมชน โดยชุมชนไม่สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองให้เกิดความเข้มแข็งได้ (กิ่งแก้ว สุวรรณศิริ, 2558) ดังนั้นการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งต้องอาศัยความร่วมมือ ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันจากคนในชุมชน ซึ่งนับเป็นการพัฒนาโดยใช้ทุนทางสังคมเป็นเครื่องมือทำให้เกิดเครือข่ายในชุมชนและชุมชนเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

ชุมชนบางเสร่ เดิมรู้จักกันในชื่อ “สำเหร่” มีชายหาดบางเสร่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตั้งอยู่ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ชุมชนบางเสร่เคยได้รับการก่อตั้งธนาคาร



ปทุมมาชุมชนจากการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากไม่ได้รับความร่วมมือจากชุมชน ทำให้ต้องปิดตัวลง ต่อมาวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ธนาคารปทุมมา บางเสร์ หรือศูนย์การเรียนรู้เพาะพันธุ์ปูไข่ กลุ่มเกษตรกรทำประมงบางเสร์ ได้ถูกก่อตั้งขึ้นที่สะพานท่าเทียบเรือกลุ่มประมงบางเสร์ โดยความร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรทำประมงบางเสร์ เพื่อรักษาสมดุลสัตว์น้ำทางทะเลและเพื่อสร้างระบบนิเวศน์ที่อุดมสมบูรณ์ในท้องทะเล (สำนักงานเทศบาลตำบลบางเสร์, ออนไลน์, 2563)

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาพื้นที่ภาคสนามแบบเจาะจง เข้าร่วมอบรมกับธนาคารปทุมมา ชุมชนบางเสร์ และสำรวจข้อมูลของกลุ่มเกษตรกรทำประมงชุมชนบางเสร์ พบว่าธนาคารปทุมมา ชุมชนบางเสร์ ยังไม่ได้รับความสนใจจากคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่น และเยาวชนรุ่นหลังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ทั้งที่อาชีพประมงเป็นอาชีพหลักที่หล่อเลี้ยงชีวิตคนในชุมชน ปัจจุบันชาวประมงพื้นบ้านนำแม่ปูไข่นอกกระดองมาฝากธนาคารปูจำนวนน้อยลง ผู้ที่มาศึกษาดูงานส่วนใหญ่เป็นคนต่างถิ่นหรือนักท่องเที่ยว อีกทั้งธนาคารปทุมมา ชุมชนบางเสร์ ยังต้องการความช่วยเหลือจากทุนทางสังคมในชุมชนสำหรับการดำเนินการพัฒนาต่อยอดธนาคารปทุมมาแห่งนี้ให้เป็นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อให้บุตรหลานหรือคนรุ่นต่อไปในชุมชนมีแหล่งอาหารจากทรัพยากรธรรมชาติใกล้ตัวที่อุดมสมบูรณ์ในอนาคต

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปทุมมา ในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เพื่อกระตุ้นให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชนเกิดความสนใจ เห็นคุณค่าและความสำคัญของธนาคารปทุมมา ชุมชนบางเสร์ และชาวประมงพื้นบ้านให้ร่วมมือกับธนาคารปทุมมา ชุมชนบางเสร์ เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นแนวทางแก่ชุมชนในการช่วยกันส่งเสริมดูแลรักษาธนาคารปทุมมาในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืนและมั่นคงต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณค่าของธนาคารปทุมมาในฐานะทุนทางสังคม กรณีศึกษาชุมชนบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปทุมมาในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี



## ขอบเขตการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา มีดังนี้

1.1 ศึกษาคุณค่าของธนาคารปุม้าในฐานะทุนทางสังคม กรณีศึกษาชุมชนบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยใช้แนวทางในการพิจารณาขอบเขตของคุณค่า วอลเตอร์ กู๊ดโนว์ เอเวอร์เรตต์ (Everett, 1900) ได้แก่ คุณค่าทางร่างกาย คุณค่าทางจิตใจ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางปัญญา คุณค่าทางลักษณะนิสัย คุณค่าทางศาสนา คุณค่าทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์

1.2 ศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปุม้าในฐานะทุนทางสังคม อย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยขอบเขตของทุนทางสังคม ประกอบด้วยทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม และทุนทรัพยากรธรรมชาติ (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2557)

### 2. ขอบเขตของผู้ให้ข้อมูล มีดังนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรทำประมง บางเสร์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับธนาคารปุม้า ชุมชนบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี รวมทั้งสิ้น จำนวน 40 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

2.2 ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชนตำบลบางเสร์ ตัวแทนสำนักงานเทศบาลตำบลบางเสร์ ประธานศูนย์เรียนรู้ธนาคารปุม้า บางเสร์ ตัวแทนผู้ประกอบการเยาวชนตำบลบางเสร์ ตัวแทนนักวิชาการ และตัวแทนครูโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร์ จำนวน 8 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ธนาคารปุม้า ชุมชนบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

## วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาคุณค่าของธนาคารปุม้าในฐานะทุนทางสังคม กรณีศึกษาชุมชนบางเสร์ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ลักษณะแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 1 ฉบับ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่กลุ่มเกษตรกรทำประมงบางเสร์ ผู้นำชุมชนตำบลบางเสร์ กลุ่มเยาวชนอายุตั้งแต่ 18 ถึง 20 ปี และชาวประมงตำบลบางเสร์ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 2 ปี รวมทั้งสิ้น จำนวน 40 คน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยาย



และพรรณาร่วมกับการจัดหมวดหมู่ข้อมูล และตรวจสอบด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูลเพื่อเป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มา

ตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปุม้าในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม จำนวน 1 ฉบับ ผ่านการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชนตำบลบางเสร่ ตัวแทนสำนักงานเทศบาลตำบลบางเสร่ ประธานศูนย์เรียนรู้ธนาคารปุม้า บางเสร่ ตัวแทนผู้ประกอบการเยาวชนตำบล บางเสร่ ตัวแทนนักวิชาการ และตัวแทนครูโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร่ จำนวน 8 คน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยายและพรรณาร่วมกับการจัดหมวดหมู่ข้อมูล และตรวจสอบด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

## ผลการวิจัย

**ตอนที่ 1 คุณค่าของธนาคารปุม้าในฐานะทุนทางสังคม กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 4 คุณค่า ดังนี้**

1.1 คุณค่าด้านทุนมนุษย์ คือ มีบุคลากรที่มีองค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเข้าใจในการทำงาน ทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจาก คุณค่าทางร่างกาย คุณค่าทางจิตใจ คุณค่าทางปัญญา และคุณค่าทางลักษณะนิสัยของคนในชุมชน

1.2 คุณค่าด้านทุนสถาบัน คือ เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนเป็นองค์กร ที่มีศรัทธา ความเชื่อมั่น และมีจิตสำนึกร่วมกัน มุ่งมั่นในสิ่งเดียวกันเพื่อพัฒนาสังคมชุมชน ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากคุณค่าทางสังคม คุณค่าทางศาสนา และคุณค่าทางเศรษฐกิจของคนในชุมชน

1.3 คุณค่าด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม คือ การนำองค์ความรู้เกี่ยวกับธนาคารปุม้าจากตัวบุคคล ชุมชน ภูมิปัญญา ปราชญ์ท้องถิ่น จนเกิดกระบวนการนำไปพัฒนาสู่การใช้ประโยชน์ และความภาคภูมิใจในความเป็นตัวตนของตนเองของชุมชน ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากคุณค่าทางปัญญา คุณค่าทางศาสนา และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ของคนในชุมชน

1.4 คุณค่าด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติ คือ เป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากคุณค่าทางสังคมและคุณค่าทางเศรษฐกิจของคนในชุมชน



**ตอนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน**  
**กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี** การที่โครงการธนาคารปูม้าชุมชน จะยั่งยืนได้นั้น ต้องประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ด้านที่ 2 การจัดการความรู้ ด้านที่ 3 การจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน และ ด้านที่ 4 การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ของชุมชน

## อภิปรายผล

**1. คุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคม กรณีศึกษาชุมชนบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี** ประกอบด้วย 1. คุณค่าด้านทุนมนุษย์ของธนาคารปูม้า ชุมชนบางเสร่ มีรายละเอียดดังนี้ คุณค่าทางร่างกายของธนาคารปูม้า บางเสร่ พบว่าการดำเนินงานของธนาคารปูม้า บางเสร่ ทำให้กลุ่มเกษตรกรทำประมงบางเสร่ได้เคลื่อนไหวร่างกาย ออกกำลังกาย และคนในชุมชนมีแหล่งอาหารเพิ่มขึ้น การบริโภคปูม้าเป็นการบริโภคสารอาหารประเภทโปรตีนช่วยในการสร้าง ซ่อมแซมเนื้อเยื่อ และสร้างกล้ามเนื้อให้กับร่างกาย โดยคุณค่าทางจิตใจพบว่า การประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี มั่นคง มีพลังที่ดี มองโลกในแง่ดี และสร้างสรรค์สิ่งที่ตั้งตามไปด้วย ในทางกลับกันหากรู้สึกแย่ ทุกข์ใจ เครียด วิตกกังวล จิตใจอ่อนแอไม่สงบ ทำสิ่งใดก็ไม่ทันได้ระวัง ผิดพลาด ล้มเหลว เกิดความท้อแท้สิ้นหวัง หมดพลังหรือหยุดการสร้างสรรค์ไป นอกจากส่งผลต่อสุขภาพทางจิตของตัวเอง ยังส่งผลต่อคนรอบข้างที่ได้รับรู้อีกด้วย การดำเนินงานของธนาคารปูม้า บางเสร่ เกิดจากความรู้สึกรักในอาชีพ รักบ้านเกิด ความสามัคคี และร่วมใจกันของชาวประมง สอดคล้องกับ ญัตติฯ วิชา วิชาเงิน (2554) ที่ศึกษาบทบาททุนทางสังคม ในการพัฒนาชุมชนบ้านปลาคล้าว ตำบล ปลาคล้าว อำเภอมือเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ พบว่าทุนทางสังคมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชน ได้แก่ ทุนทางสังคมในรูปแบบของทรัพยากรมนุษย์ กลุ่ม/องค์กรในชุมชน ทำให้เกิดความร่วมมือในการบริหารจัดการชุมชน เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนชุมชนในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมธรรมชาติของชุมชน คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

ส่วนคุณค่าทางปัญญาของธนาคารปูม้า บางเสร่ นั้นเป็นแหล่งเรียนรู้ และอำนวยความสะดวกต่อการศึกษานักเรียน นักศึกษา และผู้มาเยี่ยมชมทั่วไป เป็นการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาชาวบ้านและหลักการทางวิชาการ และด้านคุณค่าทางลักษณะนิสัย พบว่า ธนาคารปูม้าเป็นสถานที่ที่ช่วยปลูกจิตสำนึกและขัดเกลานิสัยการประมงแบบล้างผลาญของชาวประมง และบ่มเพาะนิสัยที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมให้กับนักเรียน



นักศึกษาและนักท่องเที่ยวนิยมชมชื่นบางเสร่ รวมทั้งการสร้างเสริมนิสัยเอื้ออาทร มีน้ำใจ มีจิตอาสาแก่คนในชุมชนจำนวนไม่น้อย ผู้นำชุมชนทำประโยชน์ต่อชุมชนสม่ำเสมอ ทำให้การดำเนินการของธนาคารปูม้าดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันจากความร่วมมือของทุก ๆ คน หรือทุนมนุษย์ในชุมชนนั่นเอง สอดคล้องกับ ศนิสา ใจเจริญ (2562) ที่ศึกษา รูปแบบการจัดการความรู้ที่ส่งเสริม คุณค่าของมรดกทางธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติในจังหวัดระยอง พบว่าคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติแบ่งเป็น 8 คุณค่า คือ คุณค่าทางร่างกาย จิตใจ สังคม ปัญญา ลักษณะนิสัย ศาสนา เศรษฐกิจ และสุนทรียศาสตร์ คุณค่าทั้ง 8 นี้ ส่งผลให้มนุษย์ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานในตนเอง ด้านความรู้ความเข้าใจในตนเอง ความรัก ความเมตตา และความเคารพตนเองและผู้อื่น รวมถึงเกิดจิตสำนึกต่อส่วนรวม ด้านการรับผิดชอบต่อส่วนรวม และการสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม

2. คุณค่าด้านทุนสถาบันของธนาคารปูม้า ชุมชนบางเสร่ มีรายละเอียดดังนี้ คุณค่าทางสังคม พบว่าธนาคารปูม้า บางเสร่ เกิดจากการร่วมมือร่วมใจ ความไว้วางใจในการทำงานกันของหลาย ๆ ฝ่ายในชุมชน โดยยึดถือความต้องการของชุมชนเป็นหลัก นำไปสู่ความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน พากันคิดพากันทำ พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยน คุณค่าทางศาสนาของธนาคารปูม้า บางเสร่ เกิดขึ้นจากความเสียสละของชาวประมง ไม่จำหน่ายสัตว์ที่กำลังขยายพันธุ์และไม่จับสัตว์น้ำก่อนวัยอันสมควรแก่การบริโภค ยอมสละแม่ปูไข่ลงทะเลหรือเสียสละเวลานำแม่ปูไข่มาฝากธนาคารปูแทนการนำไปจำหน่าย และคุณค่าทางเศรษฐกิจการนำปูม้ามาประกอบอาหารในครัวเรือน เป็นวิธีการสร้างเศรษฐกิจระดับฐานล่างของชุมชน หรือการประกอบอาหารจากปูม้า ทำให้กลุ่มแม่บ้านชาวประมงมีรายได้จากการจำหน่าย สอดคล้องกับ ภรสรัญ แก่นทอง (2562) ที่ศึกษาคุณค่าของลิกเตอ์ต่อการพัฒนาสังคม พบว่าลิกเตอ์เกิดจากพิธีการสวดบูชาพระอัลเลาะห์ของชาวมุสลิม ชาวมุสลิม เชื่อว่าเป็นชั้นสูงสุดของธรรมะ และคุณค่าของลิกเตอ์ต่อการพัฒนาสังคม ได้แก่ 1) คุณค่าด้านเศรษฐกิจสร้างรายได้สร้างอาชีพแก่ตนเองและผู้ที่เกี่ยวข้อง สร้างเศรษฐกิจต่อชุมชน สังคม พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ 2) คุณค่าด้านวัฒนธรรม แสดงให้เห็นถึงแนวทางการปฏิบัติตนในสังคม 3) คุณค่าด้านศาสนา ทำนุบำรุงศาสนา ปลูกฝังคุณธรรมในสังคม

3. คุณค่าด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรมของธนาคารปูม้า ชุมชนบางเสร่ มีรายละเอียดดังนี้ คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ เป็นความงดงามที่เกิดจากความสบายตา ความเพลิดเพลินกับการเห็นวงจรชีวิตของสัตว์ การปล่อยลูกปูม้าของธนาคารปูม้า ชุมชนบางเสร่ ทำให้ธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เกิดความงดงามทางธรรมชาติ ได้ทั้งทะเล คุณค่าทางศาสนา เป็น



ภูมิปัญญาความเชื่อเรื่องของกรรมและผลของกรรม เมื่อคนในชุมชนมีความเสียสละเพื่อส่วนรวม ยอมสละแม่ปู่ไข่คนละตัว ทำให้ชุมชนมีลูกปู่ม้าเกิดขึ้นมาอย่างมหาศาล มีแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ ชาวประมงมีอาชีพที่ยั่งยืนเป็นผลตอบแทน และคุณค่าทางปัญญาของธนาคารปูม้า บางเสร่ เป็นแหล่งเรียนรู้ และอำนวยความสะดวกต่อการศึกษานักเรียน นักศึกษา และผู้ที่ยังมาเยี่ยมชมทั่วไป แหล่งเรียนรู้นี้เกิดจากการนำองค์ความรู้เกี่ยวกับธนาคารปูม้าจากตัวบุคคล ซึ่งเป็นวิทยากรชาวประมงมาพัฒนาชุมชน โดยใช้กระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรมทางความคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ส่งต่อให้คนหลายกลุ่มในชุมชนได้รับรู้ จนเกิดกระบวนการนำไปพัฒนาเป็นจารีต ประเพณีวัฒนธรรม นำไปสู่ความภาคภูมิใจและการใช้ประโยชน์ในชุมชนของตน สอดคล้องกับ ขวัญญา สุขคร และคณะ (2562) ที่ศึกษากระบวนการสร้างคุณค่าจากทุนทางสังคมวัฒนธรรม สู่การพัฒนาบนความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชน ตำบลผาปัง อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง พบว่ายุทธศาสตร์ในการพัฒนาชุมชนตำบลผาปังแบบมีส่วนร่วมมี 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) การจัดการองค์ความรู้ชุมชน และการบูรณาการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนโดยใช้กระบวนการเชิงคุณค่าเป็นฐานในการพัฒนา 2) เสริมสร้างศักยภาพการจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม วิถีอัตลักษณ์ 3) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนโดยใช้ฐานภูมิปัญญาของชุมชน และ 4) เสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาชุมชนในทุกมิติอย่างสมดุล โดยใช้ฐานภูมิปัญญาและนวัตกรรม และคุณค่าด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน และทรัพยากรในชุมชนเป็นตัวเชื่อมให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเป็นเครือข่าย

4. คุณค่าด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติของธนาคารปูม้า ชุมชนบางเสร่ เป็นผลที่เกิดขึ้นมาจากคุณค่าทางสังคม และคุณค่าทางเศรษฐกิจพบว่า ชาวประมงเห็นความสำคัญว่าการทำธนาคารปูม้าเป็นกิจกรรมที่อนุรักษ์ทรัพยากรปูม้า โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การพัฒนารูปแบบวิธีการที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่และสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนเป็นสิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึง ดังนั้นกระบวนการขยายผลองค์ความรู้ในพื้นที่เพื่อพัฒนาหรือสร้างธนาคารปูม้าในระดับพื้นที่จึงจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ธนาคารปูม้าแห่งนี้จึงจะดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องและประสบผลสำเร็จได้ จึงนับได้ว่าเป็นคุณค่าทางสังคม ส่วนคุณค่าทางเศรษฐกิจพบว่า การจำหน่ายและแปรรูปปูม้า เป็นการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน การท่องเที่ยวเพื่อชม “ศูนย์การเรียนรู้เพาะพันธุ์ปูไข่” สอดคล้องกับ ไกรวัล ขวัญอ่อน, พิราพร นุชประเสริฐ, วิภาวี พิทักษ์กมลพันธ์, พรธวัช ข้างาม และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2559) ที่ศึกษาแนวทางการสร้างความยั่งยืนของกิจกรรมธนาคารปูม้า ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี พบว่าโครงการกิจกรรม



ธนาคารปูม้า นอกจากจะมีกิจกรรมหลัก ๆ คือการเพิ่มจำนวนปูม้าแล้ว ทางโครงการยังเปิดให้บุคคลที่สนใจทั้งภาครัฐและเอกชน เข้ามาศึกษาดูงานภายในธนาคารปูม้าอีกด้วย ทำให้ธนาคารปูม้าดำเนินโครงการมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

**2. แนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน**  
**กรณีศึกษาชุมชน บางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี** จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ด้านการจัดการความรู้ ด้านการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน และด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ของชุมชน ซึ่งสิ่งที่สำคัญในการทำงานร่วมกันของคนในชุมชนและ ทำให้กิจการงานต่าง ๆ ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นเกิดจากการได้รับความร่วมมือจากบุคคลในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการดูแลรักษา ส่งเสริม สนับสนุน และต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ที่มาเยี่ยมชมให้ช่วยกันส่งเสริม และรักษาสภาพแวดล้อมทางทะเลของทะเลบางเสร่ สอดคล้องกับ Parris & Kates (2003) ที่ศึกษาการกำหนดลักษณะและการวัดการพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่าการกำหนดลักษณะและวัดการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นมีส่วนที่มาจากดัชนีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นตัวกำหนด การบอกเล่าประชาสัมพันธ์ แบ่งปันข่าวสารต่อ ๆ กันนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้คนรุ่นต่อ ๆ ไป ได้ตระหนักรัก ภาควิชาภูมิในท้องถิ่น และสืบทอดองค์ความรู้จากคนรุ่นเก่าสืบต่อไป สอดคล้องกับ ชลพรธนะ ออสปอนพันธ์, ภาษิต ลิ้มประยูร, สุเทพ สุสาสนี, สวัสดิ์ พุคณะ และละเว รัตนวารี (2561) ที่ศึกษาโครงการวิจัยเพิ่มศักยภาพเครือข่ายประมงพื้นบ้านจันทบุรีและตราดด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาชาวบ้าน พบว่าแนวทางการเพิ่มศักยภาพ คือ 1) กิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มประมงพื้นบ้าน มหาวิทยาลัย ชาวบ้าน หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้มีความหลากหลายมากขึ้น 2) ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณ 3) กลุ่มประมงพื้นบ้านควรดำเนินงานแบบเครือข่ายมากกว่าการดำเนินงานเพียงลำพัง 4) เพิ่มการอบรมเกี่ยวกับกฎหมายประมงและเครื่องมือประมง และ 5) เครือข่ายประมงพื้นบ้านต้องดำเนินการประชุมอย่างสม่ำเสมอ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ชุมชน ท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในชุมชนควรมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับธนาคารปูม้า บางเสร่ ให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมคุณค่าด้านทุนสถาบัน
2. สถานศึกษาควรจัดทำเป็นหลักสูตรท้องถิ่นในสถานศึกษาหรือบูรณาการใน



รายวิชาอื่น ๆ เพื่อเป็นการต่อยอดธนาคารปูม้า บางส่วนให้เกิดความยั่งยืนและเพื่อส่งเสริมคุณค่าด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม

3. การประชาสัมพันธ์จัดทำเพจเพื่อส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวัน ร่วมกันใช้ทรัพยากรทางทะเลนั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ทำร้ายทรัพยากรทางทะเล และร่วมมือกันรักษาสภาพแวดล้อมทางทะเลให้เป็นแหล่งเพาะพันธุ์แม่ปูไข่นอกกระดองต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยและแนวทางการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมด้านทุนสถาบัน เพื่อค้นหาแนวทางที่หลากหลายและเกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ

2. ควรศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนชายฝั่งเกิดการดำเนินงานของธนาคารปูม้าอย่างยั่งยืน และตระหนักในคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม

3. ควรนำไปต่อยอดในเรื่องการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในสังคมไทยเพื่อขับเคลื่อนให้ธนาคารปูม้า ได้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องยังคนรุ่นต่อไป และเป็นการส่งเสริมคุณค่าของธนาคารปูม้าในฐานะทุนทางสังคมด้านทุนมนุษย์

### บรรณานุกรม

กรมประมง. (2560). *สถิติการประมงแห่งประเทศไทย*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www4.fisheries.go.th/local/index.php/main/site/strategy-stat> [2564, 18 มกราคม].

กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2557). *ประชากรสูงอายุไทย : ปัจจุบันและอนาคต (เอกสารประมวลสถิติด้านสังคม 1/2558 (พฤศจิกายน))*. กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

กิ่งแก้ว สุวรรณศิริ. (2558). *รูปแบบการสร้างเสริมพลังอำนาจชุมชนเพื่อการจัดทำแผนชุมชน*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ไกรวัล ขวัญอ่อน, พิราพร นุชประเสริฐ, วิภาวี พิทักษ์กมลพันธ์, พรธวัช ขำงาม และพิทักษ์ศิริวงศ์. (2559). แนวทางการสร้างความยั่งยืนของกิจกรรมธนาคารปูม้า ตำบลแหลมผักเบี้ย อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี. *วารสาร Veridian E-Journal Silpakorn University*, 9(1), pp. 456-469.



ขวัญนภา สุขคร, เสาวธาร สมานิตย์, สิทธา พงษ์ศักดิ์, จิตติวรญา ไยสาลี, สิริณัฐเศรษฐ์ สุภาจันทรสุข, ไพฑูรย์ ตูทานนท์ และพัชพร วิภาศรีนิมิต. (2562). *รายงานวิจัย กระบวนการสร้างคุณค่าจากทุนทางสังคมวัฒนธรรมสู่การพัฒนาบนความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชน ตำบลผาปิ้ง อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

ชลพรรณ ออสปอนพันธ์, ภาชิต ลิ้มประยูร, สุเทพ สุสาสนี, สวัสดิ์ พุฒณะ และละเว รัตนवार. (2561). โครงการวิจัยเพิ่มศักยภาพเครือข่ายประมงพื้นบ้านจันทบุรีและตราด ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียงและ ภูมิปัญญาชาวบ้าน. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 12(3), หน้า 160-169.

ณัฐชยา ผิวเงิน. (2554). *บทบาททุนทางสังคมในการพัฒนาชุมชนบ้านปลาคล้าว ตำบลปลาคล้าว อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภรสร้อย แก่นทอง. (2562). *คุณค่าของวิถีต่อการพัฒนาสังคม*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศึกษาและการพัฒนาสังคม, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศนิสา ใจเจริญ. (2562). *รูปแบบการจัดการความรู้ที่ส่งเสริมคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติ เพื่อการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติในจังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2561). *ธนาคารปูม้า* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.nrct.go.th/crabbank> [2564, 18 มกราคม].

สำนักงานเทศบาลตำบลบางเสร่. (2563). *ประวัติของตำบลบางเสร่*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangsaray.go.th/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B9%84%E0%B8%9B.html> [2564, 18 มกราคม].

Everett, Walter G. (1900). The relation of ethics to religion. *The International Journal of Ethics*, 10(4), pp. 479-493.

Parris, Thomas M., & Kates, Robert W. (2003). Characterizing and measuring sustainable development. *Annual Review of environment and resources*, 28(1), pp. 559-586.



**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน  
บริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร  
ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19**  
**FACTORS INFLUENCING WORK EFFICIENCY OF  
PRIVATE COMPANY EMPLOYEES IN BUSINESS DISTRICTS  
IN BANGKOK AREA UNDER THE SITUATION OF  
THE EPIDEMIC OF THE COVID-19 VIRUS**

**สาคร อามาตหिन, ธนภูมิ อติเวทิน\***  
**Sakhon Amathin, Tanapoom Ativetin\***

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2564, e-Mail: sakhon.amathin@g.swu.ac.th (Corresponding Author)

Master of Business Administration (Management) Srinakharinwirot University, Academic Year 2021,

e-Mail: sakhon.amathin@g.swu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2022, May 2; Revised: 2022, June 27; Accepted: 2022, July 2)

## **บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ระดับตำแหน่งงาน อายุงาน (สถานที่ทำงานในปัจจุบัน) แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 2) การรับรู้ปัจจัยความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

---

\*หัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ศูนย์การจัดการหลักสูตรระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ e-Mail: tanapoom@g.swu.ac.th

Head of Department, Tourism and Hotel, Center of Curriculum Management on Bachelor of Business Administration, Faculty of Social Business Administration, Srinakharinwirot University, e-Mail: tanapoom@g.swu.ac.th



ด้านการดำเนินงาน ด้านสังคม และด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสูง มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ลดลง ภาพรวมสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 48.10 3) การรับรู้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ด้านนโยบาย ด้านการบริหารจัดการ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานสูง มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ลดลง ภาพรวมสามารถพยากรณ์ได้ ร้อยละ 57.40 และ 4) ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านการเป็นที่ยอมรับ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงานและด้านแรงจูงใจในการทำงานต่ำ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ลดลง ภาพรวมสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 74.30 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**คำสำคัญ:** การรับรู้ความเสี่ยง, การรับรู้การเปลี่ยนแปลง, ความสุขในการทำงาน, ประสิทธิภาพการทำงาน

## ABSTRACT

This study aims to investigate the factors influencing work efficiency of the private company employees in business districts in Bangkok area under the situation of the epidemic of the Covid-19 virus. The samples in this study were 400 private company employees in business districts in Bangkok area. The questionnaires were used as a data collection tool. The research hypothesis test used a differential analysis by using one-way analysis of variance statistics and statistical analysis of multiple regression equations with a statistically significant level of .05. The hypothesis testing results showed that 1) Employees with personally different status, education, income, position, and years of experience (in present workplace) had different work efficiency at the .05 significant level, 2) Perception of risk factors under the COVID-19 situation in terms of implementation, social activities, and health and high security had a decreasing influence on work efficiency of the private company employees in business districts in Bangkok area, with an overall predictable level of 48.10%, 3) Perception of organizational



change factors under the COVID-19 situation in terms of management policies and high working environment had a decreasing influence on the employees' work efficiency, with an overall predictable level of 57.40%, and 4) Happiness factors under the Covid-19 situation in terms of job satisfaction, acceptance, flexibility in working, and work motivation had a decreasing influence on the employees' work efficiency, with an overall predictable level of 74.30% with a statistical significance at the .05 level.

**Keywords:** Risk Perception, Perception of changes, Happiness at work, Work efficiency.

## บทนำ

ในปัจจุบันองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะองค์กรภาครัฐราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน ต่างตระหนักถึงการบริหารจัดการทรัพยากรองค์กรอย่างบุคลากร หรือ “คน” ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่พร้อมจะผลักดันไปสู่การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้านควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อความสำเร็จในการทำงาน (ปีทมาพร ท่อชู, ออนไลน์, 2539) จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 (กรมควบคุมโรค, ออนไลน์, 2564) เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2562 เมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน บัญเลิศ กมลชนกกุล (ออนไลน์, 2563) กล่าวว่าการทำงานขององค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการขยายตัวของเศรษฐกิจทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเผชิญกับภาวะชะงักงัน ผู้คนตกงาน และกำลังซื้อที่หดหาย ทั้งจากปัญหาเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศถดถอย สำนักงานสถิติแห่งชาติ (ออนไลน์, 2563) ได้รายงานการสำรวจผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากกลุ่มตัวอย่าง 27,429 คน พบว่าร้อยละ 54 มีรายได้ลดลง และร้อยละ 33 มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (ออนไลน์, 2563) กล่าวว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก ได้แก่ เศรษฐกิจโลกถดถอยอัตราการขยายตัวของ GDP โลกปรับลดลงจากร้อยละ 2.70 เหลือเพียงร้อยละ 1.70 จากผลกระทบโดยภาพรวมด้านเศรษฐกิจและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นของการระบาด และกรณีศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) พบว่ามีพนักงานส่วนหนึ่งประเมินว่าการทำงานที่บ้านทำให้ตนมีผลิตภาพลดลงร้อยละ 37 และภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 AmarinTV (ออนไลน์, 2563) เผยผลสำรวจจาก JobDB พบว่าดัชนีความสุขในการทำงานของแรงงานไทยในช่วงของ



การระบาดลดลงเหลือเพียงร้อยละ 59 จากเหตุปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานด้วยเหตุปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อเป็นการนำข้อมูลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในการทำงานและการบริหารงานสูงสุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

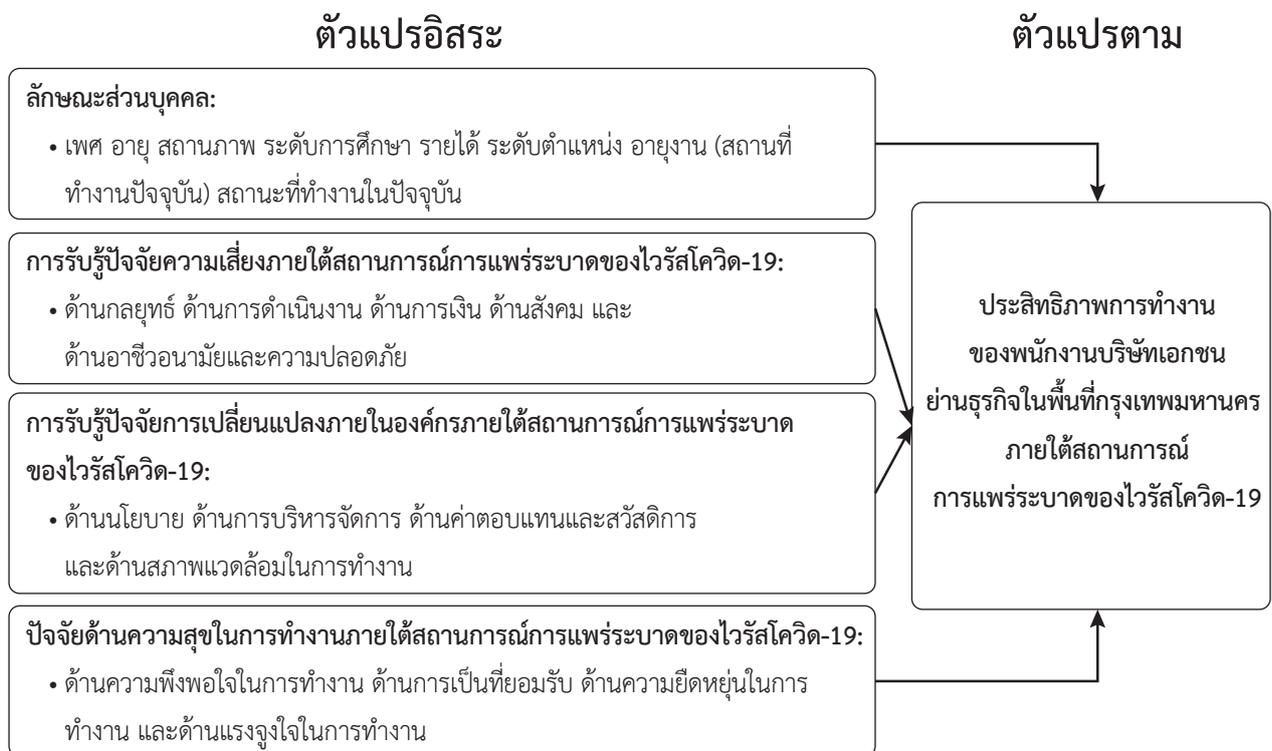
เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

### สมมติฐานของการวิจัย

1. พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ระดับตำแหน่งงาน อายุงาน (สถานที่ทำงานในปัจจุบัน) และสถานะที่ทำงานในปัจจุบันแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน
2. การรับรู้ปัจจัยความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. การรับรู้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
4. ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ที่ใช้ในการวิจัยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่มีบริษัทตั้งอยู่ในย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานครซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้สูตรการคำนวณหาตัวอย่างกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ด้วยสูตรทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973, pp. 727-728) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 400 คน และผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอนคือ 1) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 2) การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และ 3) การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้มีลักษณะครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามโครงสร้างของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดคำถามคัดกรองตามกลุ่มย่านธุรกิจและแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 2 การรับรู้ปัจจัยความเสี่ยงจำนวน 15 ข้อ ส่วนที่ 3 การรับรู้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรจำนวน 12 ข้อ ส่วนที่ 4 ปัจจัยความสุขในการทำงานจำนวน 12 ข้อ และส่วนที่ 5



ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานจำนวน 15 ข้อ ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบัคได้เท่ากับ .864

**การรวบรวมข้อมูล** โดยแบ่งลักษณะของแหล่งข้อมูล ดังนี้ 1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้มาจากการค้นคว้าเอกสาร วารสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและแหล่งข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อออกแบบแบบสอบถาม คำถามเชิงลบ 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ นำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปสร้างใน Google Form และพิมพ์คิวอาร์โค้ดไปส่มแจกกับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่าง ๆ ของย่านธุรกิจภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากนั้นจึงรวบรวมและจัดกระทำข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ตามลำดับ

**การวิเคราะห์ข้อมูล** สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ผลการวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1** พบว่าพนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ระดับตำแหน่งงาน และอายุงาน (สถานที่ทำงานในปัจจุบัน) แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้



ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (สมมติฐานข้อที่ 2)

Model	df	SS	MS	F	p
Regression	5	152.334	30.467	73.139*	.001
Residual	394	164.124	0.417		
Total	399	316.459			

$r = 0.694$ ,  $R^2 = 0.481$ ,  $R^2_{adj} = 0.475$ ,  $S.E. = 0.645$

\* $p < .05$

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า  $p = .001$  ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน และพบว่าตัวแปรอิสระสามารถทำนายการณัตว์แปรตามได้ร้อยละ 48.10 ( $R^2 = 0.481$ ) จึงทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

ตารางที่ 2 ระดับค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (สมมติฐานข้อที่ 2)

Model	Unstandardized		Standardized		t	p
	Coefficients		Coefficients			
	B	S.E.	Beta			
(Constant)	0.924	0.169			5.485*	.001
ด้านกลยุทธ์ (X1)	0.046	0.053	0.048		0.868	.386
ด้านการดำเนินงาน (X2)	0.253	0.060	0.299		4.246*	.001
ด้านการเงิน (X3)	-0.050	0.067	-0.050		-0.740	.460
ด้านสังคม (X4)	0.226	0.064	0.246		3.537*	.001
ด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัย (X5)	0.226	0.059	0.220		3.808*	.001

\* $p < .05$



จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านการดำเนินงาน ( $X_2$ )  $B = 0.253, p = .001$  ด้านสังคม ( $X_4$ ) และด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัย ( $X_5$ ) เท่ากัน  $B = 0.226, p = .001$  ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.924 + 0.253(X_2) + 0.226(X_4) + 0.226(X_5)$$

โดย  $Y$  = ประสิทธิภาพการทำงาน, ( $X_2$ ) = ด้านการดำเนินงาน, ( $X_4$ ) = ด้านสังคม, ( $X_5$ ) = ด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัย

พบว่าจากสมการคะแนนดิบการรับรู้ปัจจัยความเสี่ยงเชิงลบคือ ด้านการดำเนินงาน ( $X_2$ ) ด้านสังคม ( $X_4$ ) และด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัย ( $X_5$ ) สูงขึ้นภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### สมมติฐานข้อที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (สมมติฐานที่ 3)

Model	df	SS	MS	F	p
Regression	4	181.511	45.378	132.824*	.001
Residual	395	134.947	0.342		
Total	399	316.459			

$r=0.757, R^2=0.574, R^2_{adj}=0.569, S.E.= 0.584$

\* $p<.05$

จากตารางที่ 3 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า  $p = .001$  ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานและพบว่าตัวแปรอิสระสามารถทำพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 57.40 ( $R^2=0.574$ ) จึงทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้



ตารางที่ 4 ระดับค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (สมมติฐานที่ 3)

Model	Unstandardized		Standardized	t	p
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
(Constant)	0.567	0.139		4.086*	.001
ด้านนโยบาย (X <sub>1</sub> )	0.256	0.055	0.269	4.695*	.001
ด้านการบริหารจัดการ (X <sub>2</sub> )	0.276	0.073	0.274	3.794*	.001
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ (X <sub>3</sub> )	0.066	0.065	0.067	1.026	.306
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (X <sub>4</sub> )	0.236	0.057	0.224	4.124*	.001

\*p<.05

จากตารางที่ 4 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านนโยบาย (X<sub>1</sub>) B = 0.256, p = .001 ด้านการบริหารจัดการ (X<sub>2</sub>) B = 0.276, p = .001 และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (X<sub>4</sub>) B = 0.236, p = .001 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.567 + 0.256(X_1) + 0.276(X_2) + 0.236(X_4)$$

โดย Y = ประสิทธิภาพการทำงาน, (X<sub>1</sub>) = ด้านนโยบาย, (X<sub>2</sub>) = ด้านการบริหารจัดการ, (X<sub>4</sub>) = ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

พบว่าจากสมการคะแนนดิบการรับรู้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรเชิงลบ คือ ด้านนโยบาย (X<sub>1</sub>) ด้านการบริหารจัดการ (X<sub>2</sub>) และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (X<sub>4</sub>) สูงขึ้นภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานลดลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานข้อที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้**



ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (สมมติฐานข้อที่ 4)

Model	df	SS	MS	F	p
Regression	4	235.217	58.804	285.910*	.001
Residual	395	81.241	0.206		
Total	399	316.459			

$r=0.862$ ,  $R^2=0.743$ ,  $R^2_{adj}=0.741$ ,  $S.E.=0.454$

\* $p<.05$

จากตารางที่ 5 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า  $p = .001$  ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานและพบว่าตัวแปรอิสระสามารถทำนายการณ้ตัวแปรตามได้ร้อยละ 74.30 ( $R^2=0.743$ ) จึงทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

ตารางที่ 6 ระดับค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (สมมติฐานข้อที่ 4)

Model	Unstandardized		Standardized	t	p
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
(Constant)	0.405	0.102		3.962*	.001
ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ( $X_1$ )	0.255	0.047	0.266	5.415*	.001
ด้านการเป็นที่ยอมรับ ( $X_2$ )	0.251	0.053	0.277	4.754*	.001
ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ( $X_3$ )	0.220	0.051	0.228	4.291*	.001
ด้านแรงจูงใจในการทำงาน ( $X_4$ )	0.158	0.047	0.158	3.328*	.001

\* $p<.05$



จากตารางที่ 6 พบว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลมากทั้ง 4 ด้านคือ ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ( $X_1$ )  $B = 0.255, p = .001$  ด้านการเป็นที่ยอมรับ ( $X_2$ )  $B = 0.251, p = .001$  ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ( $X_3$ )  $B = 0.220, p = .001$  และด้านแรงจูงใจในการทำงาน ( $X_4$ )  $B = 0.158, p = .001$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.405 + 0.255(X_1) + 0.251(X_2) + 0.220(X_3) + 0.158(X_4)$$

โดย  $Y$  = ประสิทธิภาพการทำงาน, ( $X_1$ ) = ด้านความพึงพอใจในการทำงาน, ( $X_2$ ) = ด้านการเป็นที่ยอมรับ, ( $X_3$ ) = ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน, ( $X_4$ ) = ด้านแรงจูงใจในการทำงาน

พบว่าจากสมการคะแนนดิบปัจจัยความสุขในการทำงานเชิงลบ ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ( $X_1$ ) ด้านการเป็นที่ยอมรับ ( $X_2$ ) ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ( $X_3$ ) ด้านแรงจูงใจในการทำงาน ( $X_4$ ) สูงขึ้นภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานลดลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผล

พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ระดับตำแหน่งงาน อายุงาน (สถานที่ทำงานในปัจจุบัน) แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิด ไพศาล ไกรสิทธิ์ (ออนไลน์, 2557) มนุษย์มีความแตกต่างจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมในหลายมิติ สอดคล้องกับแนวคิด สวนา พรพัฒน์กุล (2521, หน้า 98-120) กล่าวว่าบุคคลแม้ในสังคมเดียวกัน มีชาติพันธุ์เดียวกันย่อมแตกต่างกัน และนันทา สุรักษา (2544, หน้า 49-55) กล่าวว่าสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลต่อบุคคลทำให้คนเราแตกต่างกัน

การรับรู้ปัจจัยความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เชิงลบอยู่ในระดับสูงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานลดลง ประกอบด้วยด้านการดำเนินงาน สอดคล้องกับแนวคิด วิทยา อินทร์สอน (ออนไลน์, 2539) กล่าวว่าความเสี่ยงด้านการดำเนินงานคือความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากขาดการควบคุมที่ดี โดยอาจเกี่ยวข้องกับกระบวนการหรือเหตุการณ์ภายนอก ด้านสังคมสอดคล้องกับ ททัยวรรณ ฉมั่งลาม (2556, หน้า 97) ที่ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าความเสี่ยงทางด้านจิตใจเกิดจากการทำงาน และด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัยสอดคล้องกับ



เชิดศักดิ์ สืบทรัพย์ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2557, หน้า 76-77) ที่ศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางการจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงานเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องทำความเย็นไทย พบว่าผู้ประกอบการยังไม่ได้ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยเท่าที่ควร

การรับรู้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เชิงลบอยู่ในระดับสูงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานลดลง ประกอบด้วยด้านนโยบาย สอดคล้องกับแนวคิด เจษฎา นกน้อย (2560, หน้า 314-317) กล่าวว่าองค์กรมักตอบสนองต่อความท้าทายของเทคโนโลยี คู่แข่ง ตลาด และความต้องการจึงเป็นเรื่องที่มีอาจหลีกเลี่ยงได้เพื่อลดอุปสรรคและเพิ่มผลิตภาพ ด้านการบริหารจัดการ สอดคล้องกับแนวคิด กานต์ดนัย ชลสุวัฒน์ และธรินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ (2562, หน้า 1,239) กล่าวว่าเมื่อบุคคลได้พบกับการเปลี่ยนแปลงไปจากปกติโดยสัมผัสได้ถึงความรู้สึกและผลกำลังทำให้ความใส่ใจในการปฏิบัติงานลดลง และสอดคล้องกับ พัชรนันท์ กลิ่นแก้ว (ออนไลน์, 2552) กล่าวว่าสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรย่อมเป็นโอกาสที่องค์กรจะได้รับการพัฒนา บุคลากรต้องรู้เท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ

ปัจจัยด้านความสุขในการทำงานโดยปกติเป็นปัจจัยเชิงบวก เมื่อการทำงานภายใต้สถานการณ์เชิงลบของการระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่ามีความเห็นอยู่ในระดับสูงทำให้มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานลดลง การแปลผลปัจจัยด้านความสุขในการทำงานจึงอยู่ระดับต่ำ ประกอบด้วยด้านความพึงพอใจในการทำงาน สอดคล้องกับแนวคิด ธิติรักษ์ ลือชา และกฤษฎาภรณ์ ยุงทอง (2560, หน้า 9) กล่าวว่าความสุขในการทำงานเป็นอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลทั้งด้านลบและด้านบวกที่มีต่อการทำงาน ด้านการเป็นที่ยอมรับ สอดคล้องกับแนวคิด ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต, กาญจนา ตั้งชลทิพย์, สุภรต์ จรัสสิทธิ์, เฉลิมพล สายประเสริฐ พอดตา บุนยะตีระณะ และวรรณภา อารีย์ (2555, หน้า 11-41) กล่าวว่าประสบการณ์และความรู้สึกของคนทำงานที่ต้องการให้ตนเป็นที่ยกย่องและยอมรับที่ตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน สอดคล้องกับแนวคิด วีรินทร์ ศิริพันธ์ (ออนไลน์, 2564) กล่าวว่าผู้นำองค์กรมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการกำกับดูแลกิจการให้สามารถอยู่รอดจนผ่านพ้นวิกฤตโควิด-19 ด้วยมาตรการยืดหยุ่นปรับตัวให้สอดคล้องต่อสถานการณ์ และด้านแรงจูงใจในการทำงาน สุภาวดี ทองบุญส่ง (2556, หน้า 81) กล่าวว่าคือสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งออกมาเพื่อบรรลุเป้าหมาย เป็นการผลักดันในการทำงาน ซึ่งขัดแย้งต่อความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่ามีความสุขในการทำงานในระดับต่ำทุกด้านและมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานในระดับต่ำเช่นกัน



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานบริษัทเอกชนย่านธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 องค์กรควรเพิ่มระดับการทำความเข้าใจในประเด็นด้านความหลากหลาย และความแตกต่างเพื่อการประยุกต์ใช้เชิงการบริหารทรัพยากรและการบริหารความเสี่ยง โดยเน้นด้านการดำเนินงาน สร้างการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรในด้านนโยบายเชิงบวก มีความจริงใจในการปรับการวางแผนด้านนโยบายที่ทุกฝ่ายให้การยอมรับและเห็นชอบ ไปในทิศทาง สร้างความรู้สึกเชิงบวกความสุขในการทำงานด้านความพึงพอใจในการทำงาน องค์กรควรพิจารณาปรับแนวทางการจัดการด้านการบริหารบุคคล เช่น การสร้างแรงจูงใจ ในการทำงาน เพิ่มโอกาสในการเติบโตตามสายงาน เพิ่มแผนการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ขององค์กรภายใต้วิถีใหม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์องค์กรได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานภายใต้สถานการณ์ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในมิติอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การศึกษาปัจจัยผลกระทบ ทั้งเชิงลบและเชิงบวก กลุ่มธุรกิจหรือการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงซึ่งผลจากการวิจัย ที่ได้จะช่วยในการใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและรับมือต่อสถานการณ์ได้มากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

กรมควบคุมโรค. (2564). *สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [https://ddc.moph.go.th/uploads/ckeditor2//files/1\)%20%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%20covid%20\(15%20%E0%B8%A1%E0%B8%8464cp\).pdf](https://ddc.moph.go.th/uploads/ckeditor2//files/1)%20%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%20covid%20(15%20%E0%B8%A1%E0%B8%8464cp).pdf) [2564, 8 มิถุนายน].



กานต์ดนัย ชลสุวัฒน์ และธนิษฐ์ รัตน์พงศ์ภิญโญ. (2562). การรับรู้สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงและกลยุทธ์การจัดการเพื่อเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การ: กรณีศึกษา บริษัท A จำกัด. *Veridian E-Journal, Silpakorn University. Humanities, Social Sciences and arts*, 12(4), pp. 1227-1243.

เจษฎา นกน้อย. (2560). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เว็ดศักดิ์ สืบทรัพย์ และณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2557). แนวทางการจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงานเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องทำความเย็นไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 19(2), หน้า 68-80.

ธิดารักษ์ ลือชา และกฤษฎากรณ์ ยุงทอง. (2560). ความสุขในการทำงาน: ความหมายและการวัด. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 19(2), หน้า 9-18.

นันทา สุรักษา. (2544). *เอกสารประกอบการสอนวิชา จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

บุญเลิศ กมลชนกกุล. (2563). *5 กฎเหล็กสำคัญเพื่อรับมือโลกหลังวิกฤตโควิด-19 ของกลุ่มธุรกิจธนาคารและตลาดทุน* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20200826.html> [2564, 30 กันยายน].

ปัทมาพร ท่อชู. (2539). *การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.thailandindustry.com/indust\\_newweb/onlinemag\\_preview.php?cid=771](http://www.thailandindustry.com/indust_newweb/onlinemag_preview.php?cid=771) [2564, 6 มิถุนายน].

พัชรนันท์ กลั่นแก้ว. (2552). *วิธีปรับตัวขององค์กรรองรับความเปลี่ยนแปลง* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/FQ%20138%20p40-44.pdf> [2564, 6 มิถุนายน].

ไพศาล ไกรสิทธิ์. (2557). *ความแตกต่างของมนุษย์* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://paisamkr.blogspot.com/2014/05/blog-post\\_26.html](http://paisamkr.blogspot.com/2014/05/blog-post_26.html) [2564, 30 มิถุนายน].

วิทยา อินทร์สอน, ปัทมาพร ท่อชู และสุรพงศ์ บางพาน. (2539). *การบริหารความเสี่ยงในองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM)* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=553&section=1&issues=26> [2564, 30 มิถุนายน].



- วีรินทร์ ศิริพันธ์. (2564). *วิกฤตโควิด 19 บทพิสูจน์ความยั่งยืนขององค์กร* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thai-iod.com/th/publications-detail.asp?id=596> [2564, 6 มิถุนายน].
- ศรุตานนท์ ซอบประติษฐ์. (2563). วิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อการทำงานเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์*, 3(2), หน้า 1-14.
- ศรินันท์ กิตติสุขสถิต, กาญจนา ตั้งชลทิพย์, สุภรต์ จรัสสิทธิ์, เฉลิมพล สายประเสริฐพอตา บุนยะตีระณะ และวรรณภา อารีย์. (2555). *คู่มือการวัดความสุขด้วยตนเอง HAPPINOMETER*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ). (2563). *ผลกระทบของการทำงานที่บ้าน (Work from home) ในช่วงโควิด-19: กรณีศึกษาของทีดีอาร์ไอ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://tdri.or.th/2020/05/impact-of-working-from-home-covid-19/> [2564, 14 มิถุนายน].
- สวนา พรพัฒน์กุล. (2521). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2563). *โลกภายหลัง COVID-19 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://mocplan.ops.moc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=475f](http://mocplan.ops.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=475f) [2564, 1 พฤศจิกายน].
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *การสำรวจผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านเศรษฐกิจ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://ittdashboard.nso.go.th/img/covid/result\\_COVID-eco.pdf](http://ittdashboard.nso.go.th/img/covid/result_COVID-eco.pdf) [2564, 1 พฤศจิกายน].
- สุภาวดี ทองบุญส่ง. (2556). *ปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรสังกัดสำนักงานอัยการสูงสุด*. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- หทัยวรรณ ฉมั่งลาภ. (2556). *ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



AmarinTV. (2563). *เปิดผลสำรวจผลกระทบช่วงโควิด-19 พบดัชนีความสุขลดลงกว่าครึ่ง* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.amarintv.com/news/detail/35818> [2564, 1 พฤศจิกายน].

Taro, Yamane. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York, NY: Harper & Row.



# กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพ และความงามภายหลัง COVID-19 เป็นโรคประจำถิ่น DIGITAL MARKETING STRATEGIES FOR HEALTH AND BEAUTY BUSINESS ENTREPRENEURS AFTER COVID-19 BECAME AN ENDEMIC DISEASE

ธันยนันท์ สมบูรณ์รัตน์โชค  
Thunyanan Sombunrattanachoke

หัวหน้าสาขาการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี,  
e-Mail: khaimuk.tunyanun@gmail.com (Corresponding Author)

Head, Modern Administration and Management, Faculty of Business Administration, Sripatum  
University at Chonburi e-Mail: khaimuk.tunyanun@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2022, July 9; Revised: 2022, August 6; Accepted: 2022, August 13)

## บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพและความงามในยุค Metaverse ที่มีความทันสมัยและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพภายหลังจากที่ COVID-19 เป็นโรคประจำถิ่น โดยผู้เขียนได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจด้านสุขภาพและความงามและการตลาดดิจิทัลในยุค Metaverse จากผลการศึกษาพบว่า ยุค Metaverse เป็นยุคแห่งการผสมผสานเทคโนโลยีแห่งโลกเสมือนที่สร้างสิ่งแวดล้อมของโลกจริง ๆ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกันในรูปแบบอวตาร การนำกลยุทธ์การตลาดแบบเสมือนจริงมาใช้กับธุรกิจสุขภาพและความงาม จะสามารถสร้างประสบการณ์และคุณค่าให้กับลูกค้า ให้ความรู้สึกเหมือนได้ไปสัมผัสกับสิ่งนั้นจริง ๆ ควบคู่กับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการค้นหา ทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียร่วมกับการโฆษณาดิจิทัล การโฆษณาแบบจ่ายต่อคลิก มุ่งเน้นการตลาดเชิงเนื้อหา หรือการตลาดบนเว็บไซต์ที่ได้รับการปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอ ร่วมกับการตลาดผ่านอีเมลสื่อสารกับลูกค้า การทำวิดีโอที่สามารถสื่อสารไปยังลูกค้าได้โดยตรง ร่วมกับการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ และการทำการตลาดแบบแรงดึงดูด

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจความงาม, โรคประจำถิ่น



## ABSTRACT

This article aims to study digital marketing strategies of health and beauty entrepreneurs in the metaverse era which is modern and can reach the target group or consumers effectively after COVID-19 is only an endemic disease and reduce the intensity of social measures. The author points out the importance and connection between health and beauty businesses and digital marketing in the Metaverse era. The result showed that the Metaverse era is a combination of technology in the virtual world that creates a real-world environment and technology together in an avatar. Applying virtual marketing strategies for health and beauty businesses will be able to create experience and value for customers and feeling with an experience that for real in parallel with the implementation of modern digital marketing strategies focuses on search engine optimization, marketing on social media in conjunction with digital advertising, pay-per-click advertising, content marketing or marketing on a website that is constantly being updated and developed, email marketing, communicate with customers, making videos that can be communicated directly to customers, online PR and attraction marketing.

**Keywords:** Digital Marketing Strategies, Entrepreneurs, Beauty Business, Endemic disease.

## บทนำ

วิกฤตการณ์ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับโลก และในระดับประเทศโดยเฉพาะในระบบเศรษฐกิจที่เป็นหน่วยย่อยทางสังคม โดยรายงานจากศูนย์วิจัยกรุงศรี (ออนไลน์, 2564) พบว่าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบรุนแรง ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้น้อยจะได้รับผลกระทบสูงสุดและฟื้นตัวได้ช้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ และธุรกิจ SCB (ออนไลน์, 2565) ที่รายงานว่าวิกฤตไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการของไทยในหลายภาคส่วนโดยเฉพาะธุรกิจการให้บริการรวมถึงสินค้าคงที่มีราคาสูง แต่จะมีที่เป็นบวกบ้างคือ ธุรกิจออนไลน์หรืออาหารที่ส่งเดลิเวอรี่ เป็นต้น เช่นเดียวกับข้อมูล



จาก ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ และคณะ (ออนไลน์, 2021) พบว่าในปี 2563 ที่ผ่านมามีการว่างงานเพิ่มขึ้นทุกไตรมาสกว่า 2 เท่า รวมมากกว่า 7 แสนคน หรือคิดเป็นอัตราว่างงานร้อยละ 1.90 ถึง 2.00 ส่งผลให้อัตราการใช้จ่ายของคนในประเทศลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจด้านสุขภาพและความงามจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยจะต้องมีการเตรียมพร้อมที่จะก้าวไปสู่องค์กรดิจิทัลที่ทันสมัยทำงานเป็นเครือข่ายผ่านเทคโนโลยี เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีความโปร่งใส เชื่อมโยงถึงกัน สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอกอยู่เสมอ (Buytendijk, 2009, p. 24) โดยเฉพาะยุคเทคโนโลยี Metaverseที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทกับการตลาดสมัยใหม่ โดยจะมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านความเสมือนจริง (Virtual Reality) เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนการตลาดสมัยใหม่ เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ใหม่ไปสู่ลูกค้า รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั้งในและนอกองค์กรเพื่อสามารถขับเคลื่อนองค์กรแบบอัตโนมัติได้ (ภาวิณี อุปทานา, ออนไลน์, 2563)

การปรับตัวของผู้ประกอบการด้านสุขภาพและความงามอย่างรวดเร็วรวมถึงการนำการตลาดดิจิทัลยุคใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจเป็นสิ่งที่ทำทนายและจะเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจได้ โดยเฉพาะเทคโนโลยี Metaverse ที่เน้นการส่งมอบความเสมือนจริงของสินค้าและบริการไปสู่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านประสบการณ์ใหม่ที่สามารถสร้างคุณค่าจากการรับรู้ด้วยเทคโนโลยีใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ายุคใหม่ จากผลการศึกษาของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (2564, หน้า 22) พบว่าผู้ซื้อสินค้าจะสามารถเลือกชมสินค้าออนไลน์ และพูดคุย สอบถาม อธิบายให้คำแนะนำระหว่างกันได้ อีกทั้งสามารถทดลองสินค้าผ่านตัวแทนผู้ใช้ในโลกเสมือน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ซื้อและเพิ่มโอกาสของผู้ขายผ่าน Virtual mail หรือห้างสรรพสินค้าเสมือน ผู้เขียนจึงอยากนำเสนอแนวทางการดำเนินธุรกิจในอนาคตสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม โดยใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในยุค Metaverse ที่มีความทันสมัยและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลประกาศ COVID-19 เป็นโรคประจำถิ่นและให้มีการผ่อนคลายหรือลดความเข้มข้นของมาตรการทางสังคมลง โดยผู้เขียนได้รวบรวมและสรุปกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ในยุค Metaverse ที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพและความงามในประเทศไทย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าภายหลังจาก COVID-19 กลายเป็นโรคประจำถิ่นแล้ว ธุรกิจด้านสุขภาพและความงามจะสามารถกลับมาเฟื่องฟูและดำเนินธุรกิจต่อไปได้เฉกเช่นที่เป็นมาในอดีต



## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลทั้งในรูปแบบของออนไลน์ในระบบโซเซียลมีเดียและแบบเสมือนจริง (Virtual Reality) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพและความงามในยุค Metaverse ที่มีความทันสมัยและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพภายหลังจากที่ COVID-19 ถูกประกาศให้เป็นโรคประจำถิ่น

## ผู้ประกอบการยุค Metaverse

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (ออนไลน์, 2563) กล่าวว่า ยุค Metaverse เป็นยุคแห่งการผจญภัยเทคโนโลยีแห่งโลกเสมือนที่สร้างสิ่งแวดล้อมของโลกจริง ๆ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกันเพื่อให้ผู้คนเข้ามาปฏิบัติสัมพันธ์และทำกิจกรรมร่วมกันผ่านตัวตนที่เป็นอวตาร (Avatar) ในรูปแบบกราฟิก 3 มิติ แทนเราในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้รู้สึกเหมือนชีวิตจริงมากกว่าโซเซียลมีเดียที่ใช้ในปัจจุบัน ซึ่ง Augmented Reality (AR) Virtual Reality (VR) และ Extended Reality (XR) เป็นเทคโนโลยีสำคัญในการที่จะช่วยให้สภาพแวดล้อมโลกความเป็นจริงเข้ากับกิจกรรมในโลกเสมือน แบบ 360 องศา ผ่านการรับรู้ด้านการมองเห็น เสียง การสัมผัส และทำให้สามารถใช้ชีวิตบนโลกเสมือนจริงได้ เช่น การซื้อที่ดินบนโลกเสมือนจริง เล่นเกม การเข้าร่วมคอนเสิร์ต การซื้อสินค้าโดยใช้สกุลเงินดิจิทัลหรือแม้แต่การทำตลาดแบบเสมือนจริง เพื่อนำเสนอสัมผัสและประสบการณ์ที่เสมือนจริงมากกว่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้า และพยายามจะสร้างสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่สามารถนำเสนอต่อกลุ่มลูกค้าที่เป็นประสบการณ์ใหม่ที่เหนือกว่าในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งสามารถที่จะสร้างโอกาสทางธุรกิจได้อย่างมากมาย ซึ่งการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการในยุค Metaverse จำเป็นต้องมีปัจจัยสภาพแวดล้อมที่คอยเกื้อหนุนที่มีคุณภาพ แต่อุปสรรคด้านนโยบายของภาครัฐและการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา ถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ที่อาจต้องพึ่งพานโยบายการขับเคลื่อนด้านเทคโนโลยีในประเทศเป็นหลัก (Kelly, Singer & Herrington, 2016, p. 30) ซึ่งการสร้างสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการดิจิทัลจะมาจากปัจจัยที่สำคัญ 4 ด้าน คือ 1) ความเป็นพลเมืองของผู้ใช้ดิจิทัล 2) แพลตฟอร์มดิจิทัลหลายด้าน 3) การกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และ 4) การเป็นผู้ประกอบการเทคโนโลยีดิจิทัล (The Global Entrepreneurship and Development Institute, Online, 2020) ในขณะที่เดียวกัน มาริษา สุจิตวานิช และดวงใจ คงคาหลวง (2563, หน้า 154) ได้กล่าวถึงการทำให้ Market sharing ที่มีประสิทธิภาพสูงของผู้ประกอบการผ่านระบบ digital ภายใต้การใช้สื่อสังคม



ออนไลน์ในหลายรูปแบบ โดยอาจแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ๆ ดังนี้ 1) ชุมชนสื่อสังคม (Social community) 2) สื่อสังคมเผยแพร่เนื้อหา (Social publishing) 3) สื่อสังคมบันเทิง (Social entertainment) และ 4) สื่อสังคมการค้า (Social commerce) เช่น ลาซาด้า ซ้อปปี อาลีบาบา อีเบย์ และอาเมซอน เป็นต้น

ผู้ประกอบการดิจิทัลในยุค Metaverse จำเป็นที่จะต้องมีความรู้และทักษะในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมธุรกิจที่ยืดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก แล้วปรับโมเดลธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการ มากกว่านั้นจำเป็นต้องมีความรู้ด้านการจัดการทางการเงินและการระดมทุน เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อนได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ มีสภาพคล่องและองค์กรเติบโตได้ในระยะยาว ในขณะที่เดียวกันการจัดการสภาพแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลในยุค Metaverse เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจควรที่จะต้อง 1) เลือกสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม 2) กำหนด บทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบของผู้เข้าร่วมอย่างชัดเจน 3) มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและแบ่งปันคุณค่าที่เกิดขึ้นระหว่างกัน 4) แยกสภาพแวดล้อมใหม่จากธุรกิจดั้งเดิมเพื่อความคล่องตัว 5) สร้างความไว้วางใจในหมู่ลูกค้า 6) พัฒนากลยุทธ์สร้างรายได้ 7) สร้างพันธมิตรที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับแรก 8) สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนระหว่างพันธมิตร 9) รักษาความคล่องตัวสิ้นไหล ยืดหยุ่นระหว่างกัน สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 10) กำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการติดตาม (Nikolaus, Konrad, & Charline, Online, 2019)

## กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในยุค Metaverse

Southern New Hampshire University (Online, 2021) กล่าวว่ากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในยุค Metaverse จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการค้นหา โดยทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียแบบเสมือนจริงจะสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีกว่า มีการทำโฆษณาดิจิทัลทั้งผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพและความงามในระบบออนไลน์และเครือข่ายโซเชียลมีเดีย ทั้งแบบจ่ายต่อคลิก การตลาดเนื้อหา การตลาดผ่านอีเมล เพื่อขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาที่สามารถดาวน์โหลดได้ฟรี เพื่อสร้างโอกาสในการขายเนื้อหาคุณภาพสูงที่สามารถดาวน์โหลดได้ฟรี ในขณะที่ American Marketing Association (Online, 2021) ได้กล่าวว่ากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในยุค Metaverse เกี่ยวข้องกับการสร้างแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากบนโทรศัพท์มือถือ สอดคล้องกับปรีดี นุกูลสมปรารถนา (ออนไลน์, 2563) ที่มองว่ากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเน้นที่การทำ Search Engine Optimization (SEO) รวมถึงการทำ Content Marketing ที่น่าสนใจ



เพื่อให้เกิดการจ่ายเงินหากมีการกดสั่งซื้อร่วมกับการสร้างการตลาดแบบพันธมิตรเพื่อโปรโมทสินค้าหรือบริการที่เราสนใจบนเว็บไซต์ การทำโฆษณาแบบเน้นเนื้อหา ร่วมกับการนำโปรแกรมส่งอีเมลแบบอัตโนมัติมาใช้ และเป็นการให้ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับอีเมลที่ส่งออกไป ในขณะเดียวกันก็ทำประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เน้นสร้างแรงดึงดูดหรือการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในทุกขั้นตอน

Kankate (Online, 2020) กล่าวว่ากลยุทธ์การตลาดแบบ Virtual Reality จะสามารถสร้างประสบการณ์เสมือนจริงให้กับลูกค้าผ่านการตลาดยุค Metaverse ได้ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ในการรับชมภาพเสมือนจริง ให้ความรู้สึกเหมือนลูกค้าได้ไปสัมผัสกับสิ่งนั้นจริง ๆ แตกต่างจากการรับชมผ่านหน้าจอแบบสองมิติธรรมดา เป็นเหมือนเครื่องมือที่ช่วยสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับผู้ที่ได้รับชม โดยร้อยละ 62 ของผู้บริโภครู้สึกมีส่วนร่วมกับตราสินค้ามากกว่า ในขณะที่เดียวกันกว่าร้อยละ 71 ของผู้บริโภคเชื่อว่าตราสินค้าที่มีการใช้การตลาดแบบ Virtual Reality จะเป็นตราสินค้าที่มีความคิดก้าวหน้าเสมอ เช่น สายการบิน ANA ใช้การตลาดแบบ Virtual Reality ในการโปรโมทเที่ยวบิน 777-300ER โดยการพาชมห้องโดยสาร Business Class ในขณะที่ Volvo ได้ใช้การตลาดโดยการทดลองขับ XC90 SUV เสมือนจริงด้วยระบบ Virtual Reality ผ่าน Google Cardboard เพื่อให้ลูกค้าสามารถสัมผัสประสบการณ์เสมือนจริงของรถยนต์รุ่น XC90 SUV ได้โดยไม่ต้องมาที่ศูนย์จริง สอดคล้องกับ ปราโมทย์ ยอดแก้ว (2564, หน้า 17) พบว่าการตลาดบนระบบดิจิทัลสมัยใหม่ยุค Metaverse ที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะมุ่งเน้นการรับรู้ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงโดยสามารถรับรู้ได้ผ่านสื่อหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน Streaming ไปจนถึงแพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่างเครื่องมือการตลาด Google, SEO, SEM, YouTube หรือ Facebook ที่มีการกำหนดเป้าหมายได้อย่างโดดเด่นตามวัตถุประสงค์ของการตลาดดิจิทัล โดยจะเปลี่ยนแปลงและผันแปรไปตามความต้องการของผู้ที่นำไปใช้ ทั้งผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และคนในสังคม

## ธุรกิจด้านสุขภาพและความงามในยุค Metaverse

พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล (ออนไลน์, 2565) กล่าวว่าประเทศไทยมุ่งเป็นศูนย์กลาง Medical Hub ต้อนรับกระแส Medical Tourism โดยการขยายธุรกิจความงามไปตลาดต่างชาติให้มากขึ้น สร้างผลตอบแทนมูลค่าเงินหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 12,000 ล้านบาทต่อปี มีความต้องการวัตถุดิบเพื่อความงามและสุขภาพจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเพิ่มสูงขึ้น และมูลค่าค้าปลีกตัวสูงไปถึง 2.1 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ สอดคล้องกับศูนย์วิจัยกรุงศรี



(ออนไลน์, 2564) ที่รายงานว่า Health Focus เป็นรูปแบบธุรกิจที่ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มธุรกิจผลิตภัณฑ์หรือบริการเกี่ยวกับสุขภาพจึงเพิ่มขึ้นด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและระบบการแพทย์ที่ดีขึ้น ทำให้แนวโน้มการดูแลสุขภาพไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไปโดยเฉพาะในยุค Metaverse การเข้ารับบริการด้านสุขภาพ เช่น การรักษาทางออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องปกติมากขึ้น หลายบริษัทมีการพัฒนาเทคโนโลยี Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR) และ Extended Reality (XR) เพื่อพัฒนาด้านการแพทย์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งกว่าเดิม เช่น การซ่อมผ่าตัดเสมือนจริง การบำบัดรักษาผู้ป่วยจิตเวช นอกจากนี้ยังใช้รักษาอาการผิดปกติทางจิตใจหลังประสบเหตุการณ์รุนแรงในอดีตอีกด้วย

กรุงเทพธุรกิจ (ออนไลน์, 2565) ได้วิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจความงามในปี 2022 และในอนาคตไว้ว่าภายหลังจากสถานการณ์ COVID-19 มีแนวโน้มจะปรับตัวดีขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ความงามจะเปลี่ยนไปในหลายมิติ เช่น สินค้าด้านสุขภาพและความงามจะมีคุณภาพมากขึ้นแม้จะราคาสูงแต่ของบางอย่างจะขายดีด้วยคุณภาพและสินค้าเหล่านี้จะเติบโตต่อจากการรีวิวของผู้ใช้จริงในยุคที่โซเชียลมีเดียผ่านโลกแห่ง Metaverse ผู้บริโภคจะสรรหาสิ่งที่มีมูลค่าคุณภาพโดยจะมีกำลังซื้อมากขึ้นและการจับจ่ายใช้สอยหันมาซื้อในอินเทอร์เน็ตมากขึ้นอย่างชัดเจน มากกว่านั้นผู้บริโภคจะไม่มี ความจงรักภักดี (Loyalty) กับตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งแล้ว เพราะฉะนั้นตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ต้องมีการปรับเปลี่ยน ปรับตัวอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของประชาชาติธุรกิจ (ออนไลน์, 2564) ที่มองว่า COVID-19 ส่งผลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างฉับพลันมีการใช้จ่ายกับผลิตภัณฑ์กลุ่มสกินแคร์มากขึ้นและแตงหน้าน้อยลง เกิดจากการที่ประชาชนใส่หน้ากากอนามัยเสมอ ทำให้เกิดการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด เช่นเดียวกับความเห็นของนักวิเคราะห์จากสยามรัฐ (ออนไลน์, 2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มความงามด้านการดูแลผิวและปรับรูปหน้าอ่อนเยาว์จะผลักดันธุรกิจความงามไทยให้โตแบบก้าวกระโดดถึงร้อยละ 15-20 ต่อปี จากธุรกิจที่เป็นโรงพยาบาลและ ศัลยกรรมจากคลินิกเสริมความงาม

## ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจด้านสุขภาพและความงามและการตลาดดิจิทัล

จากผลการศึกษาของ Kamel & Zhang (2021, p. 1) ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม มีความเชื่อมโยงกับการตลาดดิจิทัลอย่างแยบยลโดยเฉพาะในทางการแพทย์นั้น การนำแนวคิดของโลกเสมือนจริงมาใช้ไม่ใช่เรื่องใหม่อีกต่อไป ระบบ Digital Twin



หรือตัวตนแฝดของคนใช้ในโลกดิจิทัลเป็นแนวคิดที่ถูกพูดถึงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาหลายปีแล้ว โดยแนวคิดโลกดิจิทัลที่เกิดขึ้นมาจากข้อมูลรหัสพันธุกรรมแบบ Whole Genome Sequencing ชุดข้อมูลทางชีวภาพจากผลตรวจเลือด ข้อมูลสัญญาณชีพและไลฟ์สไตล์แบบเรียลไทม์จาก IoT ตั้งแต่ Smart Watch และ Smart Clothing ที่ลูกค้าใช้ในชีวิตประจำวัน ไปจนถึง Smart Home ที่ลูกค้าอยู่เทคโนโลยีเสมือนจริงยังถูกนำมาใช้ทางการแพทย์หลากหลาย เช่น การใช้ Augmented Reality มาช่วยในการผ่าตัดกระดูกสันหลัง เพื่อให้แพทย์ผ่าตัดได้แม่นยำขึ้นหรือการซ้อมผ่าตัดเสมือนจริง (Surgery Simulation) ในการผ่าตัดที่ซับซ้อน ยาก และมีความเสี่ยงสูง เช่น การผ่าตัดเส้นเลือดแดงโป่งพองในสมอง เพื่อให้ศัลยแพทย์ได้ซ้อมและประเมินความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ก่อนผ่าตัดจริง ส่วนด้านการเรียนการสอนเทคโนโลยีเสมือนจริงถูกนำมาใช้ทั้งในการเรียนกายวิภาค สรีรวิทยา รวมถึงฝึกการทำหัตถการต่าง ๆ จากในอดีตที่นักศึกษาแพทย์ต้องเรียนกับร่างของอาจารย์ใหญ่หรือฝึกทำคลอดกับหญิงตั้งครรภ์จริง ในอนาคตอันใกล้ นักศึกษาแพทย์จะสามารถเข้าใจกายวิภาคหรือฝึกทำคลอดใน Metaverse ได้โดยไม่ต้องก้าวเท้าออกจากบ้าน ซึ่งผู้ประกอบการด้านสุขภาพและทางการแพทย์นั้นสามารถที่จะหยิบยกข้อดีของเทคโนโลยีเสมือนจริงในยุค Metaverse นี้ มาใช้เป็นตัวดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจและต้องการที่จะเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ที่สามารถส่งตรงได้ถึงบ้าน โดยไม่ต้องมีการเดินทางระยะไกล ๆ เช่นในอดีต

Mileva (Online, 2022) กล่าวว่าตลาดดิจิทัลในยุค Metaverse มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจด้านสุขภาพและความงามโดยเข้ามาสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับผู้ประกอบการทั้งในส่วนของขายสินค้าและการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ทั้งการติดต่อนำเสนอสินค้าให้กับผู้บริโภค การสร้างคำอธิบายผลิตภัณฑ์หรือบริการของร้านค้า การสร้างคำอธิบายสินค้า ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสสำหรับการสร้างรายได้ใหม่ ๆ ซึ่งกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของร้านค้าจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ได้ และในโลก Metaverse ผู้บริโภคจะสามารถสัมผัสกับสินค้าหรือบริการของร้านค้าผ่าน Avatar ของพวกเขาด้วยการเข้าถึงผ่านอุปกรณ์ Smart Device ที่มีซอฟต์แวร์รองรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยผู้ประกอบการสามารถนำ Metaverse มาปรับใช้ในการทำโฆษณาและทำการตลาดออนไลน์ โดยใช้โปรโมชั่นสินค้าของร้านค้าและมอบประสบการณ์ใหม่ที่น่าประทับใจให้แก่ผู้บริโภคผ่านเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) Augmented Reality (AR) และ Mixed Reality (MR) ในขณะเดียวกันก็สามารถใช้ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เปิดตัวสินค้า จัดคอนเสิร์ตเสมือนจริง จัดงานแฟชั่นโชว์หรือฉายภาพยนตร์บนแพลตฟอร์ม



เสมือนจริงจะทำให้เห็นภาพเสมือนที่สร้างขึ้นและให้ความรู้สึกเหมือนตัวเราเป็นหนึ่งเดียวกันกับภาพที่เห็น และจะมีโลกใบใหม่เกิดขึ้นจำนวนมากจนนับไม่ถ้วน และผู้คนที่สามารถเลือกได้ว่าอยากจะอยู่ในโลกใบไหน และความแปลกใหม่นี้เองที่ทำให้การใช้งาน Metaverse จะแตกต่างจากในโลกจริง ส่งผลโดยตรงต่อตราสินค้าต่าง ๆ เช่น Walt Disney สามารถต่อยอดและสร้างโลกของภาพยนตร์ชื่อดังอย่าง Star Wars ให้กลายเป็นโลกหนึ่งใน Metaverse โดยใช้เทคนิคเดียวกับการสร้างเกมหรือ Nike และ Gucci ที่อาศัยพื้นฐานของโลก Metaverse โดยที่มนุษย์ในโลกนั้นสามารถสร้างตัวแทนขึ้นมาในโลกเสมือนหรือที่เรียกว่า Avatar สามารถปรับแต่งรูปร่างหน้าตา รวมถึงเครื่องแต่งกายได้ตามใจชอบ เป็นต้น

## ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจด้านสุขภาพและความงามเมื่อ COVID-19 เป็นโรคประจำถิ่น

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) (ออนไลน์, 2565) โดย ดร.อรุชา รักซ์ตานนท์ชัย กล่าวว่าภายหลังจากผ่านพ้นวิกฤต COVID-19 และกลายเป็นโรคประจำถิ่นธุรกิจด้านสุขภาพและความงามจะกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง และ สวทช. จะมุ่งเน้นการผลักดันงานวิจัยในกลุ่มนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม โดยการนำสมุนไพรไทยมาประยุกต์ใช้กับนาโนเทคโนโลยีและบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ โดยมีโปรแกรมนวัตกรรมสารสกัดธรรมชาติเพื่อผลิตภัณฑ์สุขภาพครอบคลุม 4 ส่วน ได้แก่ การพัฒนาการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การพัฒนานวัตกรรมสารสกัดธรรมชาติและระบบนำส่งสารสำคัญ การพัฒนาระบบทดสอบความปลอดภัยและประสิทธิภาพของสารสกัดธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งจะตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนโดยใช้กับเทคโนโลยีเพื่อทดสอบประสิทธิภาพและความปลอดภัย นอกจากนี้ สวทช. ยังมีการทำงานเชิงรุกในการจับมือกับภาคเอกชนเพื่อขอทุนวิจัยระหว่างฝ่ายวิจัยกับภาคเอกชนเพื่อการต่อยอดนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ รวมถึงกลไกการสนับสนุนของ สวทช. ในการทำงานระหว่างนักวิจัยกับภาคเอกชนในรูปแบบอื่น ๆ ในการส่งเสริมการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจด้านสุขภาพและความงามสำหรับผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

### สรุป

ผลกระทบจาก COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าและบริการในธุรกิจความงามและสุขภาพเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องปรับตัวและนำ



กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเข้ามาใช้มากขึ้น ในยุค Metaverse ที่กำลังมีบทบาทเป็นยุคแห่งการผสมผสานเทคโนโลยีแห่งโลกเสมือนที่สร้างสิ่งแวดล้อมของโลกจริง ๆ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกันในรูปแบบอวตาร (Avatar) ซึ่ง Augmented Reality (AR) Virtual Reality (VR) และ Extended Reality (XR) เป็นเทคโนโลยีสำคัญในการที่จะช่วยให้สภาพแวดล้อมโลกความเป็นจริงเข้ากับกิจกรรมในโลกเสมือน การนำกลยุทธ์การตลาดแบบ Virtual Reality มาใช้กับธุรกิจสุขภาพและความงามจะสามารถสร้างประสบการณ์เสมือนจริงให้กับลูกค้าให้ความรู้สึกเหมือนได้ไปสัมผัสกับสิ่งนั้นจริง ๆ ควบคู่กับการดำเนินกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการค้า การตลาดบนโซเชียลมีเดีย ร่วมกับการโฆษณาดิจิทัล การโฆษณาแบบจ่ายต่อคลิก มุ่งเน้นการตลาดเชิงเนื้อหา หรือการตลาดบนเว็บไซต์ที่ได้รับการปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอ ร่วมกับการตลาดผ่านอีเมลสื่อสารกับลูกค้า การทำวิดีโอที่สามารถสื่อสารไปยังลูกค้าได้โดยตรงร่วมกับการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์และการทำการตลาดแบบแรงดึงดูด ภายหลังจาก COVID-19 เป็นโรคประจำถิ่น การปรับตัวของผู้ประกอบการในธุรกิจความงามและสุขภาพก็ยังคงดำเนินต่อไป แม้จะมีแนวโน้มว่าการใช้ชีวิตของผู้คนจะมีความปกติมากขึ้น แต่การตลาดดิจิทัลก็ยังคงเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ดีที่สุดอยู่เสมอและยังคงเป็นอาวุธที่ทรงประสิทธิภาพของผู้ประกอบการในธุรกิจความงามและสุขภาพในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

ผู้เขียนได้นำเสนอกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในยุค Metaverse ที่กำลังจะมาถึง อาจเป็นกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเสมือนจริงที่สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสมัยใหม่ นำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันได้ อย่างไรก็ตามการปรับเปลี่ยนไปสู่ยุค Metaverse ของไทยนั้นมีปัจจัยและข้อจำกัดอยู่หลายประการที่ผู้เขียนไม่ได้นำมาพิจารณา ร่วมด้วยโดยเฉพาะธุรกิจความงามและสุขภาพ จึงอาจจะกลายเป็นช่องว่างให้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบเสมือนจริงไม่อาจเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพกับผู้ประกอบการได้ทั้งหมด ดังนั้นหากจะศึกษาให้ลึกลงไปถึงปัจจัยหรือข้อจำกัดต่าง ๆ ในการปรับเปลี่ยนไปสู่ยุค Metaverse และหาวิธีในการปรับปรุงและพัฒนาได้ ก็จะช่วยให้การดำเนินกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเสมือนจริงสามารถทำได้อย่างถูกต้องแม่นยำมากขึ้น



## บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). *ส่องเทรนด์ “ผลิตภัณฑ์ความงาม” ปี 2022 ทำไมต้อง “Clean Beauty”?* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/business/993818> [2565, 20 เมษายน].
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). *เทรนด์ความงาม เปลี่ยนไปอย่างไรในยุคโควิด-19* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.prachachat.net/marketing/news-786467> [2565, 19 เมษายน].
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2564). การตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 3(1), หน้า 11-22.
- ปรีดี นุกุลสมปรารณา. (2563). *อธิบายวิธีการทำ Digital Marketing แบบง่าย ๆ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.popticles.com/marketing/digital-marketing-technique/> [2565, 21 เมษายน].
- พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล. (2565). *แนวโน้มธุรกิจความงามกับตลาด AEC*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/beauty-industry-in-aec> [2565, 20 เมษายน].
- ภาวิณี อุปลานา. (2563). *9 เรื่องควรรู้ กับ Metaverse โลกเสมือนแห่งอนาคต* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.nectec.or.th/news/news-article/9about-metaverse.html> [2565, 5 สิงหาคม].
- มาริษา สุจิตวานิช และดวงใจ คงคาหลวง. (2563). แนวทางการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มเจนเนอเรชันเน็ต (ออนไลน์). *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 5(2), หน้า 152-166.
- ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ และคณะ. (2021). *ผลกระทบ COVID-19 ระบาดรอบ 2 ต่อเนื่องรอบ 3 กับทิศทางตลาดแรงงานไทย* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://tdri.or.th/2021/04/covid-19-2-3-affected-thai-labor-market/> [2565, 15 เมษายน].
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ SCB. (2565). *ประเทศไทยหลังโควิด-19 ตอนที่ 1: ผลกระทบเศรษฐกิจและตลาดแรงงานไทย* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/thailand-after-covid-ep1.html> [2565, 21 เมษายน].



- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2564). *เทรนด์ธุรกิจแบบ Health Focus ที่มาแรงในปี 2020* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/health-focus-business> [2565, 20 เมษายน].
- สยามรัฐ. (2565). *เทรนด์ความงาม 2020 ดูแลผิว ปรับรูปหน้าอ่อนเยาว์ตอบโจทย์ยุคสมัย ชี้นำธุรกิจความงามไทยโตก้าวกระโดด* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://siamrath.co.th/n/163962> [2565, 20 เมษายน].
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2565). *ติดอาวุธอุตสาหกรรมสุขภาพความงามด้วยนวัตกรรม ทางรอดยุคโควิด-19* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [https://www.nstda.or.th/home/news\\_post/pr-nstda-nanotec/](https://www.nstda.or.th/home/news_post/pr-nstda-nanotec/) [2563, 2 ตุลาคม].
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (2564). *รายงานภาวะสังคมไทย ไตรมาสสี่ และภาพรวมปี 2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- American Marketing Association. (2021). *What Is a Digital Marketing Strategy?* (Online). Available: <https://www.ama.org/marketing-news/what-is-a-digital-marketing-strategy/> [2022, February 20].
- Buytendijk, F. (2009). *Performance leadership: the next practices to motivate your people, align stakeholders and lead your industry*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Hardwick, J. (2021). *7 Digital Marketing Strategies That Actually Work* (Online). Available: <https://ahrefs.com/blog/digital-marketing-strategies/> [2022, February 18].
- Kamel Boulos, M. N., Zhang, P. (2021). Digital Twins: From Personalized Medicine to Precision Public Health. *Journal of Personalized Medicine*, **11**(8), p. 745.
- Kankate, K. (2020). *5 แนวทาง สร้าง Brand Loyalty บนช่องทางโซเชียลมีเดีย* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://stepstraining.co/author/kanokwan-kankate> [2565, 10 เมษายน].
- Kelly, D.J., Singer, S., & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Global Report 2015/2016*. London: Global Entrepreneurship Research Association.



- Mileva, G. (2022). *20 Brands Leaping into the Metaverse* (Online). Available: <https://influencermarketinghub.com/metaverse-brands/> [2022, August 5].
- Nikolaus, L., Konrad von S., & Charline, W. (2019). *The Emerging Art of Ecosystem Management* (Online). Available: <https://www.bcg.com/publications/2019/emerging-art-ecosystem-management> [2022, February 10].
- Southern New Hampshire University. (2021). *What are the 8 Types of Digital Marketing?* (Online). Available: <https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/business/types-of-digital-marketing> [2022, February 25].
- The Global Entrepreneurship and Development Institute (2020). *The Digital Entrepreneurial Ecosystem* (Online). Available: <https://thegedi.org/the-digital-entrepreneurial-ecosystem/> [2022, February 15].



## ขั้นตอนการนำส่งบทความวิจัยหรือบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์

1. บทความ มีเนื้อหาสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความยาว 8-10 หน้ากระดาษ A4 พิมพ์ตัวอักษร Angsana New ขนาด 16 พอยท์ ตัวเลขที่มีทศนิยมใช้ทศนิยม 2 ตำแหน่ง

### 2. รูปแบบ

#### 2.1 บทความวิจัย

- ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่)
- ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง สังกัด หน่วยงาน มหาวิทยาลัย (ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ) และ e-Mail address
- บทคัดย่อ (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ) พร้อมคำสำคัญไม่เกิน 3 คำ
- บทนำ
- วัตถุประสงค์การวิจัย
- สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)
- วิธีดำเนินการวิจัย
- ผลการวิจัย
- อภิปรายผล
- ข้อเสนอแนะ
- บรรณานุกรม (บรรณานุกรมและการอ้างอิงในเนื้อหา ใช้รูปแบบของมหาวิทยาลัยศรีปทุม)

#### 2.2 บทความวิชาการ

- ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่)
- ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง สังกัด หน่วยงาน มหาวิทยาลัย (ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ) และ e-Mail address
- บทคัดย่อ (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ) พร้อมคำสำคัญไม่เกิน 3 คำ
- บทนำ
- วัตถุประสงค์
- เนื้อหา
- บทสรุป
- ข้อเสนอแนะ
- บรรณานุกรม (บรรณานุกรมและการอ้างอิงในเนื้อหา ใช้รูปแบบของมหาวิทยาลัยศรีปทุม)



### 3. วิธีการส่งต้นฉบับ

- วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ออกปีละ 4 ฉบับ ราย 3 เดือน (มกราคม-มีนาคม, เมษายน-มิถุนายน, กรกฎาคม-กันยายน และ ตุลาคม-ธันวาคม)
- ส่งต้นฉบับบทความมีรูปแบบตามวารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ผ่าน <https://www.tci-thaijo.org/index.php/SPUCJ/information/authors>
- ชำระเงิน 4,000.- บาท (สี่พันบาทถ้วน) เพื่อเป็นค่าดำเนินการ (ระยะเวลาดำเนินการ 2 สัปดาห์ หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความแล้ว)

**หมายเหตุ:** สอบถามรายละเอียดได้ที่ สำนักงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม โทรศัพท์ 0 3814 6123 ต่อ 2506 หรือ e-Mail: [research@chonburi.spu.ac.th](mailto:research@chonburi.spu.ac.th)

### ตัวอย่างบรรณานุกรม

จรัส สุวรรณเวลา. (2553). *จุดบอดบนทางสู่ธรรมภิบาล บทบาทของบอร์ดองค์การมหาชน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจษฎา มินศิริ. (2551, 20 มีนาคม). รองกรรมการผู้จัดการ บริษัทบัณฑิต เซ็นเตอร์ จำกัด. สัมภาษณ์.

ธิดา มุตติกุล. (2549). *ความพึงพอใจของบุคลากรและนักศึกษาที่มีต่องานอาคารสถานที่ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการบริหารงานบุคคล, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

บุญเสริม บุญเจริญผล. (2553). *จิตพี อะไรกันหนักหนา* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.jobpub.com/articles/showarticle.asp?id=630> [2554, 9 ตุลาคม].

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2533). ระบบตลาดเสรีและปัญหาประชาธิปไตย. ใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และบุษบา คุราศิริรินทร์ (บรรณาธิการ), *เปเรสตรอยก้า: จุดเปลี่ยนของเศรษฐกิจการเมืองโซเวียต* (หน้า 77-118). กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.

พิสค์, ปีเตอร์. (2553). *ลูกค้ายัจฉริยะ* แปลจากเรื่อง Customer genius (วัฒนา มานะวิบูลย์, แปล). กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

วงศ์เดือน ภาณุวัฒนากุล และสุรพงษ์ ยิมละมัย. (2553). อัตลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายจีนในเมืองหาดใหญ่. *ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*, 2(1), หน้า 26-41.

Davis, Beverly M. (2004). *The impact of leadership on employee motivation* (Online). Available: [http://www.lib.umi.com/digital\\_dissertations/gateway/full\\_citation\\_&\\_abstract/AAT\\_MQ89924](http://www.lib.umi.com/digital_dissertations/gateway/full_citation_&_abstract/AAT_MQ89924) [2005, May 27].



- Foster, Sharon L., & Cone, John D. (1986). Design and use of direct observation. In Anthony R. Ciminero, Karen S. Calhoun, & Henry E. Adams (Eds.), *Handbook of behavioral assessment* (2nd ed.) (pp. 253-324). New York, NY: Wiley.
- Huerta, de la Adriana. (2010). *Microfinance in rural and urban Thailand: Policies, social ties and successful performance*. Master Thesis of Economics, Department of Economics University of Chicago.
- Morgan, Nigel, Pritchard, Annette, & Pride, Roger. (2010). *Destination branding: Creating the unique destination proposition*. London, UK: Elsevier.
- Robinson, Peter (Ed.). (2009). *Operations management in the travel industry*. Cambridge, MA: CAB International.



**▶▶ KNOWLEDGE**