

บทความวิจัย

- ◆ **หลักธรรมาธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร**
The Gharavasa-Dhamma IV Appeared in The Royal Guidance of His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great
ชญาณนท์ ชมดี และ วิเชษฐชาย กมลสัจจะ
Chayanon Chomdee and Wichetchay Kamonsujja
- ◆ **พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก**
Behavior Affecting Decision Making Online Food of Vocational Students in Phitsanulok Province
พรทิพย์ วงคำสอน และ ฉันทนา ปาปัดถา
Phronthip Wongkhamson and Chantana Papatta
- ◆ **ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร**
Attitudes Affecting Healthy Clean Foods During the Coronavirus 2019 Epidemic in Bangkok
วิไลพรรณ วัฒนพงศ์ และ ฉันทนา ปาปัดถา
Wilaipan Watthanapong and Chantana Papatta
- ◆ **การพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม**
Development of Souvenirs from Soap Carving as Dipping Vegetables
ศักรินทร์ หงส์รัตนวรกิจ จิตาภา สุภามาลา และ ปัทมปาณี สีสุราช
Sakarin Honglattanaworakit Jidapa Supamala and Pattamapanee Seesuiad

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
RMUTP RESEARCH JOURNAL
Humanities and Social Science

ที่ปรึกษา

ดร.ณัฐวรพล รัชสิริวัชรบุล
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ดร.ปริญญา บุญเกษม
รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร วิจัยและพัฒนานวัตกรรม

บรรณาธิการ

อาจารย์พรกนก ศรีงาม

กองบรรณาธิการ จากหน่วยงานภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.พนอเนือง สุทัศน์ ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.กาญจนา เกรียงซี่	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พพร มหาสินไพศาล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทราวดี มากมี	วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยเอก ดร.ธนู ทดแทนคุณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ดร.สุไม บิลโบ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

กองบรรณาธิการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยานนท์	คุณชลบุดร	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์	โพธิ์พูกษานันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาคพันธ์	ศาลาทอง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนงค์	ไต้วัลย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิมล	นาคหัต	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤทัย	วงศ์กำแหงหาญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กันรัชสา	จารุจินดา	ดร.มนตร์รัตน์	รุ่งเรืองธรรม
อาจารย์ ดร.วรदानันท์	เหมนิธิ	อาจารย์ระวีวรรณ	ธรรณี
อาจารย์เบญจมาศ	สังข์หนู	นางสาวเจนจิรา	บ.ป.สูงเนิน
นางสาวพัชรนันท์	ยงวรวิเชียร	นางสาวหญิง	มัทนัง

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)
ประจำปีงบประมาณ 6 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2565

รองศาสตราจารย์ ดร.โกนิษฐ์ ศรีทอง

รองศาสตราจารย์ ดร.ชไมพร กาญจนกิจสกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.ฤตินันท์ สมุทรทัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ลัคนา วัฒนชะวีระกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี สิริโรจนานันท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ วัฒนชะ

ดร.นันทวัน เหลี่ยมปรีชา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยนเรศวร

สารบัญ
วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร
ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 ISSN 2465-5376

หน้า

บทความวิจัย:

หลักขรവാธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร The Gharavasa-Dhamma IV Appeared in The Royal Guidance of His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great ชฎานนท์ ชมดี และ วิเชษฐชาย กมลสัจจะ Chayanon Chomdee and Wichetchay Kamonsujja	1
พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก Behavior Affecting Decision Making Online Food of Vocational Students in Phitsanulok Province พรทิพย์ วงคำสอน และ ฉันทนา ปาปัดถา Phronthip Wongkhamson and Chantana Papatta	19
ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของ ไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร Attitudes Affecting Healthy Clean Foods During the Coronavirus 2019 Epidemic in Bangkok วิไลพรรณ วัฒนพงศ์ และ ฉันทนา ปาปัดถา Wilaipan Watthanapong and Chantana Papatta	34
การพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม Development of Souvenirs from Soap Carving as Dipping Vegetables ศักรินทร์ หงส์รัตนวรกิจ จิดาภา สุงามาลา และ ปัทมปาณี สีสุราช Sakarin Honglattanaworatkit Jidapa Supamala and Pattamapanee Seesuiad	50

หลักขรรวาวาสรธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร

มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

ชญานนท์ ชมดี* และ วิเชษฐชาย กมลสัจจะ

รับบทความ 1 กรกฎาคม 2564 แก้ไขบทความ 10 กันยายน 2564 ตอรับบทความ 29 ธันวาคม 2564

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักขรรวาวาสรธรรม 4 ที่ปรากฏในพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ หนังสือพระบรมราโชวาท และพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เกี่ยวกับศาสนา และศีลธรรมของกรมการศาสนา (กระทรวงวัฒนธรรม, 2552) โดยใช้หลักขรรวาวาสรธรรม 4 จากการให้คำนิยามตามพจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต)(2559) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ผลการศึกษาพบว่า พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ที่พระราชทานแก่ราษฎร จำแนกได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการพลเรือน กลุ่มเยาวชน และกลุ่มสมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักรกับยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ พระบรมราโชวาทดังกล่าวล้วนแต่สอดคล้องกับหลักขรรวาวาสรธรรม 4 ทั้งสิ้น ประกอบด้วย “สัจจะ” ปรากฏจำนวน 21 องค์ “ทมะ” ปรากฏจำนวน 22 องค์ “ขันติ” ปรากฏจำนวน 15 องค์ และ “จาคะ” ปรากฏจำนวน 21 องค์ ซึ่งในพระบรมราโชวาทบางองค์ก็ได้ปรากฏลักษณะของขรรวาวาสรธรรม 4 มากกว่า 1 ลักษณะด้วยเช่นกัน พระบรมราโชวาทล้วนมุ่งเน้นให้ประชาชนรู้จักครองตนเป็นพลเมืองที่ดีต่อสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศชาติให้เกิดผล

คำสำคัญ: ขรรวาวาสรธรรม 4; พระบรมราโชวาท; พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

The Gharavasa-Dhamma IV Appeared in The Royal Guidance of His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great

Chayanon Chomdee* and Wichetchay Kamonsujja

Received 1 July 2021; Revised 10 September 2021; Accepted 29 December 2021

Abstract

This research article aimed to investigate the Gharavasa-dhamma IV which appeared in the royal guidance of His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great. The sample was The Royal Guidance of His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great about religion and morality book of the Department of Religious Affairs, (Ministry of Culture, 2009). Gharavasa-dhamma IV principle in Buddhism which was defined in Dictionary of Buddhism by Phra Bhramagunabhorn (P.A. Payutto) (2015) was the conceptual analysis framework. The study is based on the documentary research and presented through analytical description. The study found that the royal guidance of His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great can be classified into 3 groups: civil servant, youth and Buddhist association with the young Buddhists association. according to the royal guidance literally conformed Gharavasa-dhamma IV was found a total of 21 words of Sacca, [truth and honest], 22 words of Dama, [taming and training oneself], 15 words of Khanti, [tolerance ; forbearance] and 21 words of Caga, [generosity]. However, in some Royal Guidance there were more than one characteristic as well of Gharavasa-dhamma IV. The royal Guidance therefore, has aimed on people to know how to be a good citizen in society for the benefit of People in nation and for their happiness.

Keywords: Gharavasa-dhamma IV; royal guidance; His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great

บทนำ

นับตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ขึ้นเถลิงถวัลยราชสมบัติ เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พุทธศักราช 2489 จนกระทั่งถึงวันที่ 13 ตุลาคม พุทธศักราช 2559 เป็นระยะเวลา 70 ปี 179 วัน พระองค์ทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจนานัปการเพื่อประโยชน์สุขของราษฎร และประเทศชาติ โดยในวาระโอกาสต่าง ๆ พระองค์ได้พระราชทานพระราชดำรัสและพระบรมราโชวาทแก่ราษฎร ทุกหมู่เหล่าเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้น้อมนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติตน

ในการนี้กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม จึงได้เล็งเห็นความสำคัญของพระราชดำรัสและบรมราโชวาท และเป็นการเฉลิมพระเกียรติ จึงได้รวบรวมพระราชดำรัสและบรมราโชวาท ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2539 – 2550 ตีพิมพ์เป็นหนังสือชื่อ “พระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เกี่ยวกับ ศาสนาและศีลธรรม” โดยจัดพิมพ์เนื่องในโอกาสมหามงคล ทรงเจริญพระชนมพรรษา 81 พรรษา มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนได้ศึกษาและน้อมนำมาเป็นหลักในการปฏิบัติตน ให้บังเกิดความสงบร่มเย็นในครอบครัว สังคม และประเทศชาติ

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจะเห็นว่า หนึ่งในหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ที่มีความสอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายของพระบรมราโชวาทซึ่งกรมการศาสนาและกระทรวงวัฒนธรรมได้รวบรวมไว้ คือ หลัก “ฆราวาสธรรม 4” โดย (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), (2559, น. 113 - 114) ให้คำนิยามในพจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์ ไว้ว่า “ฆราวาสธรรม 4 หมายถึง ธรรมสำหรับฆราวาส ธรรมสำหรับการครองเรือน หรือหลักการครองชีวิต ของคฤหัสถ์” ประกอบด้วย สัจจะ ทมะ ขันติ และจาคะ อันเป็นแนวทางปฏิบัติของผู้คนซึ่งไม่ได้จำกัดแค่ว่าผู้มีคู่ครอง เท่านั้น หากแต่ผู้คนทั่วไปสามารถปฏิบัติได้และพึงปฏิบัติ ดังที่ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2549, น. 14) ได้กล่าวถึงผู้ที่พินิจนำฆราวาสธรรม 4 ไปปฏิบัติ ไว้ว่า “ฆราวาสในที่นี้ไม่ได้หมายถึงบุคคลแต่แปลว่าการครองเรือน ธรรมะสำหรับการครองเรือน และไม่ใช่เฉพาะคู่ครอง ชาวบ้านทุกคนต้องใช้ทั้งนั้น”

จากที่ได้กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาฆราวาสธรรม 4 ที่ปรากฏในพระบรมราโชวาท ของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เพื่อให้เห็นถึงความสอดคล้อง เชื่อมโยงระหว่าง “พระบรมราโชวาท” และ “หลักฆราวาสธรรม 4” อันจะทำให้เห็นถึงลักษณะของแนวคิดหลักปฏิบัติ ที่ถูกถ่ายทอดออกมาได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

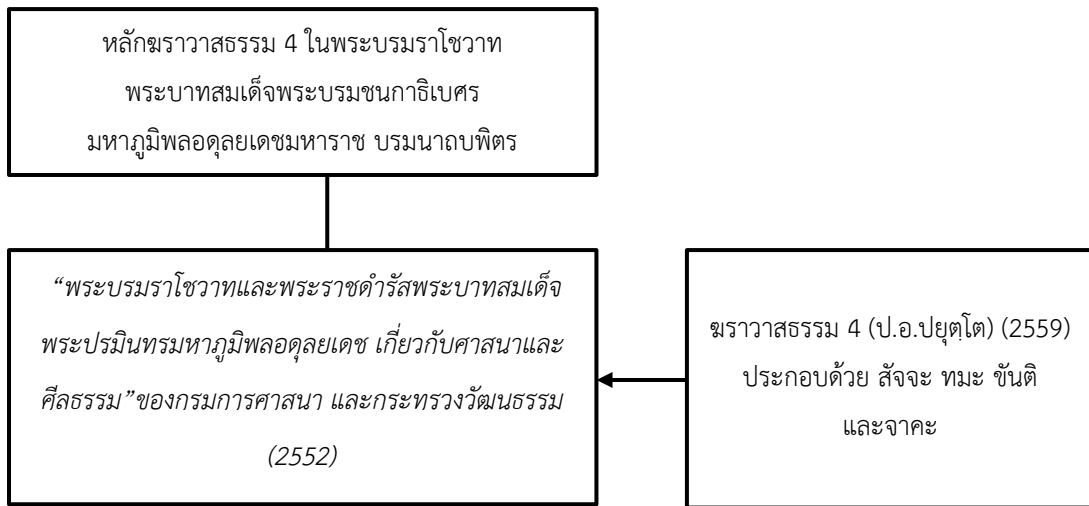
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์หลักฆราวาสธรรม 4 ที่ปรากฏในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

กรอบแนวคิด

บทความวิจัยเรื่อง หลักฆราวาสธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวคิด “หลักฆราวาสธรรม 4” ตามความหมาย ของ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2559) นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์พระบรมราโชวาทในหนังสือ

“พระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เกี่ยวกับศาสนาและศีลธรรม” ของกรมการศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรม (2552) จะเห็นได้จากกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 หลักขราวาสธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพราะมีเงื่อนไขเด่นที่น่าสนใจในการศึกษา คือ พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในหนังสือ “พระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เกี่ยวกับศาสนาและศีลธรรม” ของ (กรมการศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรม, 2552) ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2539 – 2550

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาออกแบบเครื่องมือเพื่อใช้บันทึก และรวบรวมข้อมูลหลักขราวาสธรรม 4 ที่ปรากฏในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในโปรแกรมไมโครซอฟต์เวิร์ด (Microsoft word) เครื่องมือเก็บข้อมูลมี 4 ชนิด ดังนี้

2.1 แบบบันทึกขราวาสธรรม 4 ประเภท “สัจจะ” มีรายละเอียดคือ 1) ส่วนต้น ใช้บันทึกหัวข้อพระบรมราโชวาท วาระโอกาส สถานที่ วันเดือนปีที่พระราชทาน ผู้รวบรวมและตีพิมพ์เผยแพร่ สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์ เลขหน้า 2) ส่วนข้อมูล ใช้บันทึกประเด็น “สัจจะ” ที่พบในพระบรมราโชวาท และตัวอย่างข้อความพระบรมราโชวาทโดยเว้นช่องไว้สำหรับกรอรายละเอียด

2.2 แบบบันทึกขรรวาวสธรรม 4 ประเภท “ทมะ” มีรายละเอียดคือ 1) ส่วนต้น ใช้บันทึกหัวข้อพระบรมราโชวาท วาระโอกาส สถานที่ วันเดือนปีที่พระราชทาน ผู้รวบรวมและตีพิมพ์เผยแพร่ สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์ เลขหน้า 2) ส่วนข้อมูล ใช้บันทึกประเด็น “ทมะ” ที่พบในพระบรมราโชวาท และตัวอย่างข้อความพระบรมราโชวาท โดยเว้นช่องไว้สำหรับกรอรายละเอียด

2.3 แบบบันทึกขรรวาวสธรรม 4 ประเภท “ขันติ” มีรายละเอียดคือ 1) ส่วนต้น ใช้บันทึกหัวข้อพระบรมราโชวาท วาระโอกาส สถานที่ วันเดือนปีที่พระราชทาน ผู้รวบรวมและตีพิมพ์เผยแพร่ สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์ เลขหน้า 2) ส่วนข้อมูล ใช้บันทึกประเด็น “ขันติ” ที่พบในพระบรมราโชวาท และตัวอย่างข้อความพระบรมราโชวาท โดยเว้นช่องไว้สำหรับกรอรายละเอียด

2.4 แบบบันทึกขรรวาวสธรรม 4 ประเภท “จาคะ” มีรายละเอียดคือ 1) ส่วนต้น ใช้บันทึกหัวข้อพระบรมราโชวาท วาระโอกาส สถานที่ วันเดือนปีที่พระราชทาน ผู้รวบรวมและตีพิมพ์เผยแพร่ สำนักพิมพ์ ปีที่พิมพ์ เลขหน้า 2) ส่วนข้อมูล ใช้บันทึกประเด็น “จาคะ” ที่พบในพระบรมราโชวาท และตัวอย่างข้อความพระบรมราโชวาท โดยเว้นช่องไว้สำหรับกรอรายละเอียด

3. การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

การศึกษาหลักขรรวาวสธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

3.2 ศึกษาเอกสาร บทความ วิจัย เกี่ยวกับพระราชประวัติและพระบรมราโชวาท พระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

3.3 ศึกษาเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “ขรรวาวสธรรม 4” ตามหลักพระพุทธศาสนาโดยเฉพาะ “ขรรวาวสธรรม 4” ในพจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต)

3.4 ศึกษาเอกสาร วิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาหลัก “ขรรวาวสธรรม 4” กับตัวบทต่าง ๆ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาหลักขรรวาวสธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ผู้ศึกษาเลือกศึกษาเฉพาะพระบรมราโชวาทที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและศีลธรรม จากหนังสือ “พระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชเกี่ยวกับศาสนาและศีลธรรม”ของ (กรมการศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรม, 2552) ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษามี 2 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 อ่านพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรที่กรมการศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรมได้รวบรวมไว้อย่างละเอียด โดยใช้กระบวนการอ่าน คิดวิเคราะห์ และตีความข้อมูล

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลทั้ง 4 ชุด เพื่อเก็บข้อมูลหลักขรรวาวสธรรม 4 ที่ปรากฏในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกขรรวาวสธรรม 4 ประเภท “สัจจะ” 2) แบบบันทึกขรรวาวสธรรม 4 ประเภท “ทมะ”

3) แบบบันทึกขรรวาวาธรรม 4 ประเภท “ขันติ” และ 4) แบบบันทึกขรรวาวาธรรม 4 ประเภท “จาคะ” โดยบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดและครบถ้วนลงในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมไมโครซอฟต์เวิร์ด (Microsoft word)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง หลักขรรวาวาธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ผู้ศึกษานำแบบบันทึกข้อมูลที่บันทึกข้อมูลหลักขรรวาวาธรรม 4 ไว้อย่างครบถ้วนแล้ว มาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดและระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ตามกรอบแนวคิดหลักขรรวาวาธรรม 4 ตามความหมายของ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2559) และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ในรูปแบบบทความวิจัย

ผลการวิจัย

หนังสือพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชเกี่ยวกับศาสนาและศีลธรรม เป็นหนังสือที่รวบรวมพระบรมราโชวาท พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร เพื่อเป็นหลักปฏิบัติตนอันจะนำมาซึ่งความสุขทั้งต่อตนเองและผู้อื่น รวมถึงสร้างสังคมและประเทศชาติให้สงบสุขและพัฒนา โดยเฉพาะการใช้หลักธรรมและศีลธรรม อันเกิดจากความรู้แจ้งด้านหลักธรรมพระพุทธศาสนาและศีลธรรมของพระองค์ สอดแทรกผ่านพระบรมราโชวาทไว้อย่างแยบคาย เพื่อให้เกิดประโยชน์และเกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายเหล่านั้น ซึ่งหากพูดถึงหลักธรรม ที่ปฏิบัติแล้วจะนำมาซึ่งความสุข สงบของชีวิตตนเองผู้อื่นและสังคมหนึ่งในหลักธรรมที่สำคัญ ที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว คือ หลัก “ขรรวาวาธรรม 4” ที่ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2559, น. 113 - 114) ให้คำนิยาม “ขรรวาวาธรรม 4” ไว้ว่า เป็นธรรมสำหรับขรรวาวา ธรรมสำหรับการครองเรือน หรือหลักการครองชีวิตของคฤหัสถ์ ที่ประกอบด้วยหลักปฏิบัติ 4 ประการ ได้แก่ สัจจะ ทมะ ขันติ และจาคะ ซึ่ง (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2549, น. 36) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของขรรวาวาธรรม 4 สรุปได้ว่า “ขรรวาวาธรรม 4 เป็นหลักธรรมที่เสริมประโยชน์ทั้งแก่ชีวิตตนเอง ชีวิตครอบครัว วงศ์ตระกูล ตั้งแต่บิดามารดาเป็นต้นตลอดจนสังคมและประเทศชาติทั้งหมด”

โดยจากจุดประสงค์ของการจัดทำหนังสือพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชเกี่ยวกับศาสนาและศีลธรรม ที่จัดทำโดยกรมการศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรม ทำให้เราเห็นว่าผู้รวบรวมจัดพิมพ์มีมุมมองว่าพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร สามารถนำมาเป็นหลักปฏิบัติตนของทุกคน ที่มีส่วนทำให้เกิดความสุขทั้งต่อตนเองและผู้อื่น รวมถึงสร้างสังคมและประเทศชาติให้สงบสุขและพัฒนา อันเป็นเป้าหมายเดียวกับการปฏิบัติตามหลัก “ขรรวาวาธรรม 4”

จากการศึกษาหลักขรรวาวาธรรม 4 ที่ปรากฏในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พบว่าสอดคล้องกับหลักขรรวาวาธรรม 4 ในลักษณะของ สัจจะ ทมะ ขันติ และจาคะ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 หลักขรรวรสธรรม 4 ในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพะบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

หลักขรรวรสธรรม 4	จำนวนพระบรมราโชวาท (องค์)	ร้อยละ
สัจจะ	21	26.58
ทมะ	22	27.85
ขันติ	15	18.99
จาคะ	21	26.58
รวม	79	100.0

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพะบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มีความสอดคล้องกับหลักขรรวรสธรรม 4 ปรากฏอย่างครบถ้วน ได้แก่ สอดคล้องกับ “สัจจะ” จำนวน 21 องค์ “ทมะ” จำนวน 22 องค์ “ขันติ” จำนวน 15 องค์ และ “จาคะ” จำนวน 21 องค์ ทั้งนี้จะมีพระบรมราโชวาทบางองค์ที่ปรากฏหลักขรรวรสธรรม 4 มากกว่า 1 ลักษณะอีกด้วย จะเห็นได้จากรายละเอียดการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. **สัจจะ** หมายถึง ความจริง ซื่อตรง ซื่อสัตย์ จริงใจ พุดจริง ทำจริง (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2559, น. 114) จากการศึกษาสามารถจำแนกกลุ่มราษฎรที่รับพระราชทานพระบรมราโชวาทออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการพลเรือน และเยาวชน จะเห็นได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 **กลุ่มข้าราชการพลเรือน** จากการศึกษาพบว่า พระบาทสมเด็จพะบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “สัจจะ” ขรรวรสธรรม 4 แก่ข้าราชการพลเรือน ดังนี้

ตัวอย่างที่ 1

พระบรมราโชวาทพระราชทานแก่คณะผู้บริหารงานเร่งรัดพัฒนาชนบทกับผู้ว่าราชการจังหวัด ณ พระที่นั่งอัมพรสถาน วันที่ 13 มิถุนายน 2512 ความว่า

“...การพัฒนาชนบทเป็นงานที่สำคัญ เป็นงานที่ยาก เป็นงานที่ต้องทำให้ได้ด้วยความสามารถ ด้วยความเฉลียวฉลาด คือทั้งเฉลียวและฉลาด **ต้องทำด้วยความบริสุทธิ์ใจ** มิใช่มุ่งหากินด้วยวิธีการใด ๆ ใครอยากหากินขอให้ลาออกจากตำแหน่ง ไปทำการค้าดีกว่า เพราะว่าถ้าทำผิดพลาดไปแล้วบ้านเมืองของเราล่มจม และเมื่อบ้านเมืองเราล่มจมแล้วเราอยู่ไม่ได้ก็เท่ากับเสียหมดทุกอย่าง...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 9)

ตัวอย่างที่ 2

พระบรมราโชวาทพระราชทานแก่ข้าราชการพลเรือน เนื่องในวันข้าราชการพลเรือน วันศุกร์ที่ 1 เมษายน 2531 ความว่า

“...เกียรติและความสำเร็จเกิดจากผลการปฏิบัติงานและปฏิบัติตัวของแต่ละคนที่สามารถปฏิบัติงานในความรับผิดชอบให้ได้ผลสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ และปฏิบัติตัวให้สุจริต เทียงตรง พอควรพอดีแก่ตำแหน่งหน้าที่ที่ดำรงอยู่”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 69)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่ ข้าราชการพลเรือนข้างต้น จะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ทรงเห็นว่าข้าราชการพลเรือนเป็นกำลังหลักอย่างหนึ่งที่สำคัญต่อชาติบ้านเมือง ที่ในการทำงานหรือหน้าที่เหล่านั้นจะส่งผลถึงความเป็นอยู่ของประชาชนรวมถึงชาติบ้านเมืองได้อย่างชัดเจน จึงทรงแนะแนวทาง สั่งสอน ในสิ่งที่ข้าราชการพึงปฏิบัติผ่านพระบรมราโชวาท ดังจะเห็นได้จากคำที่ปรากฏ เช่น “ต้องทำด้วยความบริสุทธิ์ใจ” “ปฏิบัติตัวให้สุจริต เทียงตรง” เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงลักษณะร่วมกับ “สัจจะ” ขรวาจาธรรม 4 ที่หากข้าราชการปฏิบัติได้ดังพระบรมราโชวาทและก็จะทำให้เกิดความสุขสงบต่อตนเองและผู้อื่น สังคม และประเทศชาติพัฒนาต่อไป

1.2 กลุ่มเยาวชน จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตนในลักษณะร่วมกับ “สัจจะ” ขรวาจาธรรม 4 แก่เด็กและเยาวชน ดังนี้

ตัวอย่างที่ 3

พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันศุกร์ที่ 16 กรกฎาคม 2519 ความว่า

“...การจะทำงานให้มีประสิทธิภาพและให้ดำเนินไปได้โดยราบรื่นนั้น จำเป็นอย่างยิ่งจะต้องทำด้วยความรับผิดชอบอย่างสูง ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ไม่บิดเบือนจุดประสงค์ที่แท้จริงของงาน สำคัญที่สุด ต้องเข้าใจความหมายของคำว่า ความรับผิดชอบ ให้ถูกต้อง...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น.27)

ตัวอย่างที่ 4

พระบรมราโชวาท ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันเสาร์ที่ 11 กรกฎาคม 2535 ความว่า

“...คนที่รักษาความจริงใจต่อตนเองไว้ได้มั่นคง จะไม่เป็นคนสลับปลับ หากแต่เป็นคนที่หนักแน่นเที่ยงตรง ทำอะไรตามเกณฑ์ตามระเบียบ ตามเหตุผลและความถูกต้องเป็นธรรม จึงเป็นผู้สามารถสร้างสรรค์ และสร้างสมความดีความเจริญให้งอกงามเพิ่มพูนยิ่ง ๆ ขึ้นได้...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 82)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่เยาวชนข้างต้น จะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงเห็นว่า เด็กและเยาวชน เป็นกำลังหลักของชาติ ในฐานะอนาคตของชาติที่จะทำให้ชาติบ้านเมืองพัฒนาต่อไป จึงทรงแนะแนวทาง สั่งสอน ในสิ่งที่เด็กและเยาวชนพึงตระหนักและปฏิบัติผ่านพระบรมราโชวาท ดังจะเห็นได้จากคำที่ปรากฏ เช่น “ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง” “ผู้ที่มีความสุจริต” “จริงใจต่อผู้อื่น” “รักษาความสุจริต” และ “ความจริงใจและบริสุทธิ์ใจ” ที่ปรากฏข้างต้น

ด้วยการแสดงให้เห็นถึงประโยชน์หรือผลดีของความ ซื่อสัตย์ สุจริต ที่จะทำให้เป็นจริงไว้วางใจ ทำการกิจการใด หรือทำสิ่งใดก็สำเร็จลุล่วง สร้างความสมานสามัคคี ประเทศชาติสังคมสงบสุขและพัฒนาได้

2.ทมะ หมายถึง การฝึกฝน การข่มใจ ฝึกนิสัย ปรับตัว รู้จักควบคุมจิตใจ ฝึกหัดตัดนิสัย แก้ไขข้อบกพร่อง ปรับปรุงตนให้เจริญก้าวหน้าด้วยสติปัญญา (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2559, น. 114) จากการศึกษา พบพระบรมราโชวาทที่ปรากฏลักษณะร่วม ขรวาสาธรรม 4 ในลักษณะของ “ทมะ” ทั้งหมด 22 องค์จะเห็นได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “ทมะ” ขรวาสาธรรม 4 แก่บุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการพลเรือน กลุ่มสมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักร และกลุ่มเยาวชน ดังนี้

2.1 กลุ่มข้าราชการพลเรือน จากการศึกษา พบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “ทมะ” ขรวาสาธรรม 4 แก่ข้าราชการพลเรือน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 5

พระบรมราโชวาทพระราชทานแก่ข้าราชการพลเรือน เนื่องในวันข้าราชการพลเรือน วันพุธที่ 1 เมษายน 2530 ความว่า

“...ข้าราชการที่สามารถต้องมีความรู้ครบสามส่วน คือมีวิชาการ ความรู้ปฏิบัติการ และความรู้คิดอ่านตามเหตุผลและความเป็นจริง ต้องมีความจริงใจและความบริสุทธิ์ใจในงาน ในผู้ร่วมงาน ในการรักษาระเบียบแบบแผน ความดีงามความถูกต้องทุกอย่างในแผ่นดิน ต้องมีความสงบ และหนักแน่นทั้งในกาย ในใจ ในคำพูด ต้องสำรวจดูความบกพร่องของตนเองอยู่เสมอแล้วปฏิบัติแก้ไขเสียโดยเร็ว ไม่ปล่อยให้ความเจริญงอกงามทำความเสียหายให้แก่การกระทำ ความคิด และการงาน...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 66)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่ข้าราชการพลเรือน ข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทรงเห็นว่า ข้าราชการพลเรือนเป็นกำลังหลักที่สำคัญต่อชาติบ้านเมือง โดยหากไม่รู้จักการข่มใจ ไม่รู้จักพิจารณาแยกแยะด้วยปัญญา อะไรเป็นความดีในสิ่งที่พึงกระทำและอะไรคือความชั่วที่ควรละ ตลอดจนไม่รู้จักการแก้ไข พัฒนาปรับปรุงตนเองด้วยปัญญาแล้วนั้น จะทำให้เกิดความเสียหายทั้งต่อตนเอง และหน้าที่การงาน เพราะการทำงานหรือหน้าที่ของบุคคลกลุ่มนี้จะส่งผลถึงความเป็นอยู่ของประชาชนรวมถึงชาติบ้านเมืองได้อย่างชัดเจน

2.2 กลุ่มสมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักร จากการศึกษา พบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตนในลักษณะร่วมกับ “ทมะ” ขรวาสาธรรม 4 แก่กลุ่มสมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักร ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 6

พระบรมราชาโชวาทพระราชทานเพื่อไปอ่านในการเปิดประชุมใหญ่ของสมาคมพุทธศาสนา
ทั่วราชอาณาจักร ครั้งที่ 22 วันที่ 7 – 9 ธันวาคม 2517 ความว่า

“...พระพุทธศาสนามีคำสั่งสอนที่เป็นสัจธรรมและเป็นไปตามเหตุตามผล ดังนั้น
ผู้มีปัญญาตรិตรองจึงเห็นจริง และมีศรัทธาเกิดขึ้นอย่างมั่นคง การส่งเสริมเผยแผ่ศาสนากล่าวได้ว่าควร
จะเน้นที่การสร้างศรัทธาเป็นข้อสำคัญ ศรัทธาความเชื่อนั้น กล่าวได้ว่ามีสองอย่าง ได้แก่ผู้ศรัทธาที่มี
ผู้อื่นชักนำกับศรัทธาที่เกิดขึ้นในตนเอง ศรัทธาอย่างไหนก็ตาม อาจให้ผลได้ทั้งทางดีและทางเลว
ขึ้นอยู่กับวิธีการสร้างขึ้น ถ้าสักแต่ว่าเชื่อ ไม่ได้ใช้ปัญญาพิจารณาแล้ว ก็ไม่ได้ประโยชน์จากศรัทธา
นั้น อาจเกิดโทษได้ จำเป็นที่จะต้องใช้ปัญญาความรู้เหตุผล พิจารณาวิเคราะห์ให้เห็นถ่องแท้ก่อน
ว่าเรื่องใด สิ่งใดมาจากความคิดที่ดีหรือจากความคิดที่ชั่ว แล้วปลูกศรัทธาแต่ในส่วนที่เกิดจาก
ความคิดที่ดี จึงจะได้ประโยชน์เต็มเปี่ยม ผู้ที่จะเผยแผ่พระพุทธธรรม ควรอย่างยิ่งที่จะถือเป็นภาระ
เบื้องต้นในการชี้แจงให้ผู้ฟังเห็นคุณและโทษของสิ่งต่าง ๆ โดยชัดแจ้งจึงจะสามารถสร้างศรัทธา
ที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นได้ และสามารถรจโรงพระศาสนาส่งเสริมจริยธรรมได้เป็นผลสำเร็จ...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 21)

จากข้อมูลพระบรมราชาโชวาทที่พระราชทานแก่สมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักรข้างต้น จะเห็นได้ว่า
ทรงเห็นว่าสมาคมพระพุทธศาสนาเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการทำนุบำรุง สืบสาน รวมถึงเผยแผ่พระพุทธศาสนา
ให้ดำรงสืบไป ซึ่งในการข่มใจ แยกแยะธรรมด้วยปัญญาข้างต้น เป็นสิ่งที่สำคัญทั้งต่อตนเอง และการเผยแผ่ศาสนา
เพราะจะทำให้เห็นถึงหลักธรรมที่เหมาะสมในการเผยแผ่และความเข้าใจในธรรมเหล่านั้นอย่างแท้จริง ตลอดจนเห็น
และสามารถชี้ให้ผู้ที่ตนเผยแผ่เห็นว่าอะไรเป็นธรรมที่ควรปฏิบัติและอะไรเป็นความชั่วที่ควรละผ่านการพิจารณาโดยใช้
หลักธรรมประกอบกับการใช้ปัญญา

2.3 กลุ่มเยาวชน จากการศึกษาพบว่า พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช
บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราชาโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ
“ทมะ” ขรവാสนธรรม 4 แก่กลุ่มเยาวชน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 7

พระบรมราชาโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วันที่ 14 กันยายน 2516 ความว่า

“...ความรู้จักอดทนอดกลั้นไม่ยอมตัวยอมใจให้วู่วามไปตามเหตุการณ์ ตามอคติ
และตามอารมณ์ที่ชอบใจหรือไม่ชอบใจนั้นทำให้เกิดมีการยังคิด และธรรมดานคนเรา เมื่อยังคิดได้
แล้วย่อมมีโอกาสพิจารณาเรื่องที่ท่าคำที่พูด ทบทวนดูใหม่อีกคำรบหนึ่ง การพิจารณาทบทวน
เรื่องใด ๆ ใหม่ ย่อมจะช่วยให้มองเห็นละเอียดชัดเจนขึ้น ทำให้เกิดความเข้าใจอันกระจ่างสว่างไสว
ทั้งในที่ซึ่งคิด ทั้งในทางที่จะปฏิบัติ ปัญหาหรือความติดขัดก็ย่อมบรรเทาลง สามารถจะดำเนินงาน
ทุกอย่างต่อไปได้โดยถูกต้องไม่ผิด...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 26)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่เด็กและเยาวชน ในโอกาสต่าง ๆ โดยเฉพาะพระราชทานปริญญาบัตร ข้างต้น จะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงเห็นว่า เด็กและเยาวชนเป็นกำลังหลักของชาติ ในฐานะอนาคตของชาติที่จะทำให้ชาติบ้านเมืองพัฒนาต่อไป จึงทรงแนะแนวทาง สั่งสอน ในสิ่งที่เด็กและเยาวชนพึงตระหนักและปฏิบัติผ่านพระบรมราโชวาท โดยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการข่มใจ ยังคิด เป็นจุดเริ่มต้นของการทบทวนสิ่งที่ตนจะกระทำ ทำให้เกิดปัญญา ในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุงพัฒนาตน และปฏิบัติสิ่งต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

3. ขันติ หมายถึง ความอดทน ตั้งหน้าทำหน้าที่การงานด้วยความขยันหมั่นเพียร เข้มแข็ง ทนทานไม่หวั่นไหว มั่นในจุดหมาย ไม่ท้อถอย โดยผู้ศึกษาได้นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์พระบรมราโชวาท โดยยึดความหมายตาม (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2559, น. 114) จากการศึกษาพบพระบรมราโชวาทที่ปรากฏลักษณะร่วมฆราวาสธรรม 4 ในลักษณะของ “ขันติ” ทั้งหมด 15 องค์ จะเห็นได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “ขันติ” ฆราวาสธรรม 4 แก่บุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการพลเรือน กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ และกลุ่มเยาวชน ดังนี้

3.1 กลุ่มข้าราชการพลเรือน จากการศึกษา พบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “ขันติ” ฆราวาสธรรม 4 แก่กลุ่มข้าราชการพลเรือน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 8

พระบรมราโชวาทพระราชทานแก่ข้าราชการพลเรือน เนื่องในวันข้าราชการพลเรือน วันอาทิตย์ที่ 1 เมษายน 2550 ความว่า

“...งานของแผ่นดินนั้น เป็นงานส่วนรวม มีผลเกี่ยวเนื่องถึงความเจริญขึ้นหรือเสื่อมลง ของบ้านเมืองและสุขทุกข์ของประชาชนทุกคน ข้าราชการผู้ปฏิบัติบริหารงานของแผ่นดิน จึงต้องสำนึกตระหนักในความรับผิดชอบที่มีอยู่ และตั้งใจพยายามปฏิบัติหน้าที่โดยเต็มกำลังความสามารถด้วยความเข้มแข็งสุจริต และด้วยปัญญารูคิดพิจารณา ว่าสิ่งใดเป็นความเจริญ สิ่งใดเป็นความเสื่อม อะไรที่เป็นสิ่งที่ต้องทำ อะไรเป็นสิ่งที่ต้องละเว้นและกำจัด อย่างชัดเจน ถูก ตรง...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 98)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่ ข้าราชการพลเรือน ข้างต้นจะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ทรงเห็นว่าข้าราชการพลเรือน ครู อาจารย์ เป็นกำลังหลักอย่างหนึ่งที่สำคัญต่อชาติบ้านเมือง ที่ในการทำงานหรือหน้าที่เหล่านั้นต้องมีความเต็มทีเพียรพยายาม อุตสาหะ อดทนอย่างไม่ย่อท้อ เต็มที่ในหน้าที่การงานของตนในการสร้างคน สร้างชาติ สร้างประโยชน์ต่อประชาชน สังคม และประเทศชาติ เพราะเป็นหน้าที่ส่งผลถึงอนาคตความเป็นอยู่ของประชาชน รวมถึงชาติบ้านเมืองได้อย่างชัดเจน จึงทรงแนะแนวทาง สั่งสอน ในสิ่งที่ข้าราชการ ครู อาจารย์พึงปฏิบัติผ่านพระบรมราโชวาท

3.2 กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “ขันติ” ฆราวาสธรรม 4 แก่กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 9

พระบรมราโชวาทเชิญไปอ่านในพิธีเปิดการประชุมยุวพุทธิกสมาคมทั่วประเทศ ครั้งที่ 16 ณ วัดคีรีวงศ์ จังหวัดนครสวรรค์ วันที่ 30 พฤษภาคม 2524 ความว่า

“...พระพุทธศาสนามีธรรมะอยู่มากมายหลายชั้นอันพอเหมาะพอดีกับอัธยาศัยจิตใจของบุคคลประเภทต่าง ๆ สำหรับเลือกเฟ้นมาแนะนำสั่งสอนขัดเกลาความประพฤติปฏิบัติของบุคคลให้ดีขึ้นเจริญขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวโดยหลักใหญ่แล้วคือสอนให้เป็นคนดี ให้ประพฤติประโยชน์ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่นให้ลำบากเสียหาย สอนให้รู้จักตนเอง รู้จักฐานะของตน พร้อมทั้งรู้จักหน้าที่ที่จะต้องประพฤติปฏิบัติในฐานะนั้น ๆ ซึ่งเมื่อปฏิบัติโดยถูกต้องครบถ้วนแล้วย่อมนำความสุขความร่มเย็นและความวัฒนาถาวรให้เกิดแก่สังคมมนุษย์ **หน้าที่ของท่านทั้งหลายอยู่ที่จะต้องพยายามศึกษาพิจารณาธรรมะแต่ละข้อแต่ละหมวด ด้วยความละเอียดรอบคอบ ด้วยความเที่ยงตรงเป็นกลาง ให้เกิดความกระจ่างแจ้งลึกซึ้งถึงเหตุ ถึงผล ถึงวัตถุประสงค์แล้วนำไปปฏิบัติเผยแพร่ให้พอเหมาะพอดี โดยอุบายที่ฉลาดแยบคาย ธรรมะในพระพุทธศาสนาจะสามารถคุ้มครองรักษาและอุ้มชูประคับประคองสังคมให้ผาสุกร่มเย็นได้สมดังที่ต้องการ...**”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 44)

คำสอน ข้อคิด และหลักปฏิบัติ ที่สะท้อนออกมาผ่านพระบรมราโชวาทที่พระราชทาน แก่กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ในเรื่องของการทำหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่เต็มกำลัง อดทน ตั้งใจ ขยันหมั่นเพียรในการทำหน้าที่ เพื่อให้เกิดความสงบสุขต่อสังคมและประเทศชาติเหล่านี้เอง แสดงให้เห็นถึงลักษณะร่วมกับ “ขันติ” ฆราวาสธรรม 4

3.3 กลุ่มเยาวชน จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “ขันติ” ฆราวาสธรรม 4 แก่กลุ่มเยาวชน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 10

พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ณ สวนอัมพร วันที่ 21 มิถุนายน 2522 ความว่า

“...การทำงานใด ๆ ไม่ว่าเล็กหรือใหญ่ ยาก ยาก ถ้าย่อยหย่อนจากความเพียรแล้ว ยากที่จะให้สำเร็จเรียบร้อยทันเวลา การฝึกฝนความเพียร ถึงหากแรก ๆ จะรู้สึกเหน็ดเหนื่อยลำบาก แต่พอได้เพียรจนเป็นนิสัยแล้ว ก็จะกลับเป็นพลังที่สำคัญที่คอยกระตุ้นเตือนให้ทำงานอย่างจริงจัง ด้วยใจเริงร่า...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 31)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่ เด็กและเยาวชน ในโอกาสต่าง ๆ โดยเฉพาะ พระราชทานปริญญาบัตร ข้างต้น จะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงเห็นว่า เด็กและเยาวชน เป็นกำลังหลักของชาติ ในฐานะอนาคตของชาติที่จะทำให้ชาติบ้านเมือง พัฒนาต่อไป จึงทรงแนะแนวทาง สั่งสอน ในสิ่งที่เด็กและเยาวชนพึงตระหนักและปฏิบัติผ่านพระบรมราโชวาท ด้วยการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีความอดทน ตั้งใจในกิจการงานตามหน้าที่ที่ตนได้รับ

จากแนวทางปฏิบัติ ความเพียร อดทน วิริยะ อุตสาหะ ในการทำกิจการงานตามหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ จนทำให้ประสบความสำเร็จในเรื่องต่าง ๆ นำมาซึ่งความสงบสุขที่เกิดขึ้นต่อตนเอง ส่งเสริมให้สังคม และประเทศชาติสงบสุข และพัฒนาได้ต่อไปเช่นเดียวกัน เหล่านี้เอง ทำให้เราเห็นถึงลักษณะร่วมในเรื่องของ “ขันติ” หลักฆราวาสธรรม 4 สะท้อนออกมาผ่านพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ซึ่งกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม รวบรวมและจัดพิมพ์ขึ้นได้อย่างชัดเจน

4. จาคะ หมายถึง ความเสียสละ สละกิเลส สละความสุขสบายและผลประโยชน์ส่วนตนได้ ใจกว้างพร้อมที่จะรับฟังความทุกข์ ความคิดเห็น และความต้องการของผู้อื่น พร้อมทั้งจะร่วมมือ ช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ไม่คับแคบ เห็นแก่ตนหรือเอาแต่ใจตัว (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2559, น. 114) จากการศึกษาพบพระบรมราโชวาทที่ปรากฏลักษณะร่วมฆราวาสธรรม 4 ในลักษณะของ “จาคะ” ทั้งหมด 21 องค์ จะเห็นได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “จาคะ” ฆราวาสธรรม 4 แก่บุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการพลเรือน กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ และกลุ่มเยาวชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 กลุ่มข้าราชการพลเรือน จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “จาคะ” ฆราวาสธรรม 4 แก่ข้าราชการพลเรือน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 11

พระบรมราโชวาทพระราชทานแก่ข้าราชการพลเรือน เนื่องในวันข้าราชการพลเรือน วันจันทร์ที่ 1 เมษายน 2528 ความว่า

“...การทำงานให้สำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถสองอย่างเป็นสิ่งสำคัญ คือสามารถในการใช้วิชาความรู้อย่างหนึ่ง สามารถในการประสานสัมพันธ์กับผู้อื่นอีกอย่างหนึ่ง ทั้งสองประการนี้ต้องดำเนินคู่กันไป และจำเป็นต้องกระทำด้วยความสุจริตกายและสุจริตใจ ด้วยความคิดความเห็นที่เป็นอิสระ ปราศจากอคติ และด้วยความถูกต้องตามเหตุผลด้วยจึงจะช่วยให้งานบรรลุจุดหมายและประโยชน์ที่พึงประสงค์โดยครบถ้วนแท้จริง...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 58)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่ข้าราชการพลเรือนข้างต้น จะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงเห็นว่าข้าราชการพลเรือนเป็นกำลังหลักอย่างหนึ่งที่สำคัญต่อสังคมและการพัฒนาประเทศชาติ จึงทรงแนะแนวทาง สั่งสอน ในสิ่งที่ข้าราชการ

พึงปฏิบัติผ่านพระบรมราโชวาท ใน 2 ลักษณะ คือ 1) ทรงชี้แนวทางให้ข้าราชการพร้อมและรู้จักการประสานสามัคคี ร่วมมือร่วมแรงเพื่อประโยชน์ต่อประชาชนสังคมประเทศชาติ 2) ทรงชี้แนวทางให้ข้าราชการพึงตระหนักว่าหน้าที่ของตนต้องทำเพื่อส่วนรวม สร้างประโยชน์ต่อส่วนรวมตลอดจนประเทศชาติบ้านเมือง

4.2 กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “จาคะ” ขรവാสนธรรม 4 แก่กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 12

พระบรมราโชวาทเชิญไปอ่านในพิธีเปิดการประชุมยุวพุทธิกสมาคมทั่วประเทศ ครั้งที่ 19 ณ วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี วันที่ 26 ธันวาคม 2537 ความว่า

“...ชาวพุทธที่แท้จึงเป็นผู้คิดชอบปฏิบัติชอบอยู่เป็นปกติ อยู่ ณ ที่ใดก็ทำให้ที่นั้นร่มเย็น มีแต่ความปรองดองและสร้างสรรค์ จึงเป็นโชคอย่างยิ่ง ที่ประเทศไทยเรามี **พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติ** ทำให้คนไทยทุกเชื้อชาติศาสนาอยู่ร่วมกันด้วยความสุข มีความรักความปรารถนาดีต่อกัน มีการสงเคราะห์ อนุเคราะห์ซึ่งกันและมีความสมัครสมานสามัคคีกันเป็นอย่างดี การที่ยุวพุทธิกสมาคมได้ตั้งใจพยายามในอันที่จะปลูกจิตสำนึกของชาวพุทธให้หนักแน่นมั่นคงในพระศาสนายิ่งขึ้น จึงเป็นสิ่งที่ดีมีคุณประโยชน์ ทั้งแก่การจรจรของพระพุทธศาสนา และแก่ส่วนรวมคือประเทศชาติอันเป็นที่เกิดอาศัย..”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 44)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่ สมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักรและกลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ข้างต้น จะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงย้ำให้กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ เห็นว่า กิจกรรมงานด้านพุทธศาสนา และหลักธรรม ทำให้เกิดความสมัครสมานสามัคคี และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นสิ่งที่ช่วยให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

4.3 กลุ่มเยาวชน จากการศึกษาพบว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานพระบรมราโชวาท ในเชิงให้แง่คิด ชี้แนะ สั่งสอน ให้ปฏิบัติตน ในลักษณะร่วมกับ “จาคะ” ขรวาสนธรรม 4 แก่กลุ่มเยาวชน ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 13

พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญา ประกาศนียบัตร และอนุปริญญาบัตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วันที่ 16 มกราคม 2512 ความว่า

“...ทุกคนมีชาติบ้านเมืองที่เกิดอาศัยทุกคนจะมีความสุขความเจริญได้ก็เพราะบ้านเมืองเป็นปกติมั่นคง ผู้ที่ทำงานให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมย่อมได้รับประโยชน์เป็นส่วนของตนด้วย ผู้ที่ทำงานโดยเห็นแก่ตัวเบียดเบียนประโยชน์ส่วนรวม ย่อมบั่นทอนทำลายความมั่นคงของประเทศชาติ...”

(กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552, น. 7)

จากข้อมูลพระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่ เด็กและเยาวชน ในโอกาสต่าง ๆ โดยเฉพาะ พระราชทานปริญญาบัตร ข้างต้น จะเห็นได้ว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงเห็นว่า เด็กและเยาวชน เป็นกำลังหลักของชาติ ในฐานะอนาคตของชาติที่จะทำให้ชาติบ้านเมือง พัฒนาต่อไป จึงทรงแนะแนวทาง สั่งสอน ในสิ่งที่เด็กและเยาวชนพึงตระหนักและปฏิบัติผ่านพระบรมราโชวาท แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความร่วมมือกัน คิดและทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า พระบรมราโชวาทที่ทรงพระราชทานแก่ราษฎร ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ พลเรือน กลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ และกลุ่มเยาวชน มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับหลักทวารวาสธรรม 4 ในลักษณะ “จาละ” หากราษฎรปฏิบัติได้ดังพระบรมราโชวาทและก็จะทำให้เกิดความสุขสงบทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น สังคม และทำให้ประเทศชาติพัฒนาได้ต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า พระบรมราโชวาทปรากฏหลักทวารวาสธรรม 4 ประเภท โดยปรากฏ “ทมะ” มากที่สุด เนื่องด้วยพระองค์ทรงเห็นว่า การที่สร้างสังคมให้สงบสุขได้ควรเริ่มจากตนเองที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดย “ทมะ” เป็นหลักธรรมที่เน้นเรื่องการข่มใจไม่ให้น้ำตนเองไปในทางที่เสื่อม สามารถแยกแยะเลือกทำสิ่งดี และละเว้นสิ่งชั่ว ที่จะทำให้ตนเองและสังคมเดือดร้อน ตลอดจนดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของการใช้ปัญญาแก้ปัญหาและพัฒนาตนเอง ต่อมาเมื่อเริ่มที่ตนเองแล้วก็ควรคำนึงถึงผู้อื่น ทั้งในเรื่องของความจริงใจ ซื่อสัตย์ รวมไปถึงการเอื้อเฟื้อ คำนึงถึง ประโยชน์ของส่วนรวม ทำหน้าที่ของตนด้วยความ วิริยะ อุตสาหะ ดังจะเห็นว่าปรากฏหลักทวารวาสธรรม ในลักษณะ ของ “สัจจะ” และ “จาละ” รองลงมา ตามด้วย “ขันติ” ซึ่งเป็นแนวทางที่จะทำให้เกิดความสงบสุขทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม รวมถึงประเทศชาติต่อไป

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าพระบรมราโชวาทที่พระองค์ทรงพระราชทานแก่ประชาชนมีความสอดคล้องกับ หลักทวารวาสธรรม 4 ทั้งสิ้น จึงแสดงให้เห็นว่าพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่ปฏิบัติพระองค์และปกครองแผ่นดินด้วยหลักธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ วิเชษฐชาย กมลสัจจะ (2561) ได้ศึกษาบทอาศิรวาทเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช: ภาพลักษณ์พระมหากษัตริย์และกลวิธีการนำเสนอ ผลการศึกษาพบว่า พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชทรงเป็น “ธรรมราชา” ที่มีได้ทรงปกครองบ้านเมืองด้วยหลัก รัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์เพียงอย่างเดียว แต่ปกครองบ้านเมืองและประชาชนด้วยหลักคุณธรรม ซึ่งเป็นพระคุณสมบัติ ของพระมหากษัตริย์ตามคติความเชื่อทางพระพุทธศาสนา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ เกริกเกียรติ ไพบูลย์ศิลป์ (2557) ได้ศึกษาพุทธศาสนากับพระมหากษัตริย์ไทย พ.ศ. 2310 -2394 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพุทธศาสนากับ พระมหากษัตริย์ช่วยสร้างเสริมพระราชอำนาจ พระบรมเดชานุภาพ และความชอบธรรมเพื่อส่งเสริมอำนาจการปกครอง

โดยพระบรมราโชวาท ที่มีลักษณะร่วมกันกับทวารวาสธรรม 4 ดังกล่าว พระองค์ทรงมุ่งเน้นให้เห็นประโยชน์และความสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทางที่ทรงได้แนะนำ และสั่งสอนผ่านพระบรมราโชวาทเหล่านั้น ทั้งในลักษณะของ “สัจจะ” ที่เน้นเรื่องความจริงใจ ซื่อสัตย์ ความสุจริตในการทำกิจการงานต่าง ๆ หรือ “ทมะ” ที่ทรง เน้นให้รู้จักการฝึกข่มใจ ใช้ปัญญาในการพิจารณา คิด และแก้ปัญหา พิจารณาถึงสิ่งดี สิ่งชั่วว่าควรละหรือทำสิ่งใด และ “ขันติ” ที่พระองค์ทรงย้ำเตือนให้ประชาชนปฏิบัติหน้าที่ตนเองด้วยความตั้งใจ มานะ พยายาม อุตสาหะ ไม่ย่อท้อ

รวมถึง “จาคะ” พระองค์ทรงได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความร่วมมือ ประองตอง สามัคคี เมตตาเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมอย่างชัดเจน ซึ่งหากปฏิบัติตามพระบรมราโชวาทที่มีลักษณะร่วมกันกับหลักพราวาสธรรม 4 เหล่านั้น จะทำให้เกิดประโยชน์ ประสบความสำเร็จ และเกิดความสุขแก่ตัวผู้ปฏิบัติ เมื่อตัวผู้ปฏิบัติเกิดความสุขแล้ว ยังเผื่อแผ่ความสุขเหล่านั้นให้ผู้อื่น อันจะทำให้เกิดการสร้างสรรค์สังคมที่ดี ส่งผลถึงประเทศชาติให้พัฒนาไปได้อย่างเข้มแข็งต่อไป พระบรมราโชวาทดังกล่าวได้พระราชทานแก่ราษฎรกลุ่มต่าง ๆ สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการพลเรือน กลุ่มเยาวชน และกลุ่มสมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักรกับยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ด้วยทรงเล็งเห็นว่า ราษฎรเหล่านั้นเป็นสำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศให้เจริญก้าวหน้า ซึ่งสอดคล้องกับ **มัลลิกา ตันทนันทน์ และคณะ (2542) ศึกษาพระราชดำรัสและพระบรมราโชวาทเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของคนในชาติ** ผลการศึกษาพบว่า “ประเด็นคำสอนประกอบด้วย บทบาทหน้าที่ความสำคัญของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่มีต่อชาติบ้านเมือง ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน การนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติงาน และแนวทางในการปฏิบัติตน ซึ่งจะแบ่งลักษณะหน้าที่ของแต่ละกลุ่มออกไป หลักในการดำเนินชีวิตตามพระบรมราโชวาทได้ดังนี้คือ ทุกคนต้องรู้จักหน้าที่และกรปฏิบัติหน้าที่ให้ได้ผลตามเป้าหมาย เพื่อประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม”

ในการศึกษาพระบรมราโชวาท ยังพบว่าพระบรมราโชวาททุกองค์เป็นสิ่งที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย ดังที่จะเห็นได้จากการวิเคราะห์ศึกษา ประกอบกับการที่มีลักษณะร่วมกับ หลักธรรมพราวาสธรรม 4 ในศาสนาพุทธ อันเป็นหลักธรรม ที่ไม่จำกัดเพียงผู้ครองเรือนเท่านั้น หากแต่ยังเป็นหลักที่เหมาะสมใช้ในการครองตน คนทั่วไปพึงปฏิบัติเพราะประยุกต์ใช้ได้กับทุกช่วงจังหวะของชีวิตให้เกิดความสุขสงบทั้งต่อตนเองและผู้อื่น สอดคล้องกับ **พระไกรสรัง ปญญาชิโร (2559) ศึกษาหลักพราวาสธรรมกับการปฏิบัติตนสู่ความดีงาม** ผลการศึกษาพบว่า “หลักพราวาสธรรมทั้ง 4 ข้อนี้เป็นหลักธรรมในพุทธศาสนาที่มีมาสองพันกว่าปีแล้ว แต่ก็นับว่าเป็นหลักธรรมที่ทันสมัย หลักพราวาสธรรมนี้ไม่เพียงแต่เป็นแนวในการปฏิบัติตนให้มีความรักที่ดี 2 คนเท่านั้น แต่สามารถที่จะนำไปปฏิบัติกับทุกคนในสังคมที่เราอาศัยอยู่ด้วย นำไปพัฒนาตนเองเฉพาะบุคคลย่อมดีมากเช่นกันเพื่อที่จะทำให้อสังคมมีแต่ความสุขและเต็มเปี่ยมด้วยความรักที่มอบให้กันและกัน” นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ (**พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2549, น. 36**) ที่กล่าวถึงประโยชน์ของพราวาสธรรม 4 สรุปได้ว่า “พราวาสธรรม 4 เป็นหลักธรรมที่เสริมประโยชน์ทั้งแก่ชีวิตตนเอง ชีวิตครอบครัว วงศ์ตระกูล ตั้งแต่บิดามารดาเป็นต้นตลอดจนสังคมและประเทศชาติทั้งหมด”

นอกจากนี้การที่พระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ดังกล่าว ได้ปรากฏลักษณะร่วมกับหลัก “พราวาสธรรม 4” ยังแสดงให้เห็นถึงพระปรีชาสามารถความเป็นนักปราชญ์ ในการรอบรู้ทั้งศาสตร์วิชาทางโลก และความรู้แจ้งทางธรรมในด้านพุทธศาสนา ที่พระองค์ทรงเห็นความสำคัญของหลักธรรมในพุทธศาสนา จึงนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อถ่ายทอด สอนสั่งผ่านพระบรมราโชวาท ทำให้ประชาชนได้น้อมนำแนวทางดังกล่าวมาปฏิบัติ ซึ่งจะนำมาสู่ความสุขแก่ตนเอง สังคม และประเทศชาติสืบไป สมกับที่พระองค์ทรงเป็น “ธรรมมิกราชา” ดังพระปฐมบรมราชโองการ ความว่า “เราจะครองแผ่นดินโดยธรรม เพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนชาวสยาม”

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษา “พราวาสธรรม 4” ที่สะท้อนผ่านพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ครั้งนี้ผู้ศึกษานำแนวคิด “พราวาสธรรม 4” จากการให้คำนิยามตาม

พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), 2559, น. 113 - 114) ในคำนิยามที่ว่า “ธรรมสำหรับฆราวาส, ธรรมสำหรับการครองเรือน, หลักการครองชีวิตของคฤหัสถ์” ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะเน้นไปที่คำนิยามในความหมาย ธรรมที่คนทั่วไปพึงปฏิบัติได้ มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษา “ฆราวาสธรรม 4” ในพระบรมราโชวาทพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร พบฆราวาสธรรม 4 ที่สะท้อนผ่านพระบรมราโชวาทในลักษณะ “สัจจะ” จำนวน 21 องค์ ลักษณะของ “ทมะ” จำนวน 22 องค์ “ขันติ” จำนวน 15 องค์ “จาคะ” จำนวน 21 องค์ซึ่งในพระบรมราโชวาทบางองค์ก็ได้ปรากฏลักษณะ ของฆราวาสธรรม 4 มากกว่า 1 ลักษณะด้วยเช่นกันโดยพระบรมราโชวาทดังกล่าวได้พระราชทานแก่ราษฎรกลุ่มต่าง ๆ สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มข้าราชการพลเรือน กลุ่มเยาวชน และกลุ่มสมาคมพุทธศาสนาทั่วราชอาณาจักรกับกลุ่มยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ด้วยทรงเล็งเห็นว่า ราษฎรกลุ่มเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนต่อไป

อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะหลักฆราวาสธรรม 4 ที่ปรากฏในพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดหลักธรรมอื่น ๆ เช่น หลักทศพิธราชธรรม หลักอิทธิบาท 4 ฯลฯ หรืออาจใช้แนวคิดศาสตร์พระราช มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นผลการศึกษาในแง่มุมที่หลากหลายยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสถาบันวิจัย พัฒนา และสาธิตการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้ความสำคัญและสนับสนุนให้บุคลากรผลิตงานวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ กองบรรณาธิการวารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่ช่วยให้ข้อเสนอแนะ และดำเนินการตรวจสอบบทความวิจัยฉบับนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม. (2552). *พระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เกี่ยวกับศาสนาและศีลธรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- เกริกเกียรติ ไพบูลย์ศิลป์. (2557). *พุทธศาสนากับพระมหากษัตริย์ไทย พ.ศ. 2310-2394*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2549). *ครองเรือน - ครองรัก จักเลิศแท้ ด้วยครองธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด.
- _____. (2559). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 34). กรุงเทพฯ: มูลนิธิการศึกษาเพื่อสันติภาพพระธรรมปิฎก.
- พระไกรล้ง ปณฺเฑาะฐิโร. (2559). *หลักฆราวาสธรรมกับการปฏิบัติตนสู่ความดีงาม*. *วารสารมหาวิทยาลัยวิทยาเขตร้อยเอ็ด*, 5(2), 263 - 271.

- มัลลิกา ตันชนันท์ และคณะ. (2542). ศึกษาพระราชดำรัสและพระบรมราโชวาทเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของคนในชาติ. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วิเชษฐชาย กมลสัจจะ. (2561). บทอาศิรวาทเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช: ภาพลักษณ์พระมหากษัตริย์และกลวิธีการนำเสนอ. (สารนิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศิลปากร. นครปฐม.

พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก

พรทิพย์ วงคำสอน¹ และ ฉันทนา ปาปัดถา^{2*}

รับบทความ 25 มีนาคม 2565 แก้ไขบทความ 14 มิถุนายน 2565 ตอรับบทความ 24 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก และ 3) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษาที่บริโภคอาหารออนไลน์ จังหวัดพิษณุโลกจำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทิศทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับปานกลาง 2) การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับปานกลาง 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา ประเภทวิชา ลักษณะที่อยู่อาศัย และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ ชั้นปีที่ศึกษา ประเภทวิชา และลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน และ 5) พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเลือกซื้อ; การตัดสินใจซื้อ; อาหารออนไลน์

¹ อาจารย์ สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ วิทยาลัยเทคนิคพิจิตร

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

*ผู้ประสานงานหลัก: ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ chantana.p@rmutp.ac.th

Behavior Affecting Decision Making Online Food of Vocational Students in Phitsanulok Province

Phronthip Wongkhamson¹ and Chantana Papatta^{2*}

Received 25 March 2022; Revised 14 June 2022; Accepted 24 June 2022

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the behavior and decision to buy online food of vocational students in Phitsanulok Province, 2) to compare of personal factors with behavior and decision to buy online food of vocational students in Phitsanulok Province, and 3) to study online food shopping behavior affecting to buy online food decisions of students vocational in Phitsanulok Province. The research was a quantitative research using questionnaires from 400 vocational students in Phitsanulok Province. Data was systematically analyzed by percentage, mean standard deviation (S.D.), t-Test, One-way ANOVA, and multiple regression analysis. The result showed that the behavior of buying online food was at moderate level. The decision to buy online food was at moderate level. Difference Personal factors including gender, year of study, type of subject, housing type, and monthly income had different of behavior of online food shopping with no statistical significance. Difference Personal factors including type of subject and monthly income had different of decision to buy food online with statistical significance at .05. Online food purchasing behavior effecting decision to buy food online with statistical significance at .05.

Keywords: Buying behavior; Buying decision; Online food

¹ Instructor, Department of Food and Nutrition, Pichit Technical College

² Assistant Professor, Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* Corresponding Author : E-mail: chantana.p@rmutp.ac.th

บทนำ

ปฏิเสธไม่ได้ว่าสังคมไทยปัจจุบัน ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการสั่งอาหารออนไลน์ หรือ Food delivery มารับประทานมากขึ้น ไม่เพียงส่งเสริมให้ตลาดธุรกิจอาหารขยายเติบโตเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่รูปแบบในการสั่งอาหารมารับประทานก็เปลี่ยนไปจากเดิม ไม่ใช่แค่การสั่งฟาสต์ฟู้ด แต่อาหารจานเดียว เมนูเดียว แบบที่รับประทานในชีวิตประจำวันทั่วไปกลับได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างน่าสนใจ จากที่สั่งมารับประทานเพื่อโอกาสพิเศษ สักครั้งละจำนวนมา ๆ ก็เปลี่ยนมาเป็นสั่งจำนวนน้อยลงแต่บ่อยขึ้น ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลให้ภาพรวมของธุรกิจอาหารเปลี่ยนแปลงไป ร้านค้าขนาดเล็กกลับได้รับผลประโยชน์ และมีโอกาสเติบโตได้มากขึ้นในยุค Food delivery โดยสิ่งที่น่าสนใจ คือ ก่อนหน้านั้นการสั่งอาหารเพื่อมารับประทาน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนึกถึงอาหารฟาสต์ฟู้ด แต่ทุกวันนี้ประเภทของอาหารที่ได้รับความนิยมกลับเป็นอาหารเมนูเดียวและจานเดียว เช่น ชานมไข่มุก ข้าวหมูแดง ข้าวเหนียวหมูบึ่ง โจ๊ก ข้าวมันไก่ ซึ่งเป็นเมนูอาหารที่ก่อนหน้านี้ผู้บริโภคสามารถซื้อบริโภคที่ร้านที่จัดจำหน่าย แต่ในสภาพการณ์ปัจจุบันสามารถสั่งออนไลน์มารับประทานได้ จึงนิยมสั่งบริโภคมากขึ้น เนื่องจากเป็นอาหารที่คุ้นเคยและนิยมรับประทานในชีวิตประจำวันกันอยู่แล้ว ซึ่งเหตุผลที่ทำให้คนหันมาสั่งอาหารออนไลน์มากขึ้นมาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ค่าส่งที่ถูกลง 2) ประเภทอาหารที่มีให้เลือกหลากหลายมากขึ้น และ 3) ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ อาทิ ฝุ่น PM 2.5, การจราจรติดขัด, การโพสต์รูปบนสื่อโซเชียลต่าง ๆ ที่เห็นแล้วทำให้อยากสั่งมารับประทานบ้าง รวมถึงสถานการณ์การเกิดการแพร่ระบาดของโควิด - 19 ส่วนเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกร้านค้าต่าง ๆ ได้แก่ 1) เป็นร้านที่รู้จักดีอยู่แล้ว เพราะทำให้สามารถคาดเดาอาหารที่จะได้รับได้ 2) การจัดโปรโมชั่น และ 3) ระยะทางอยู่ไม่ไกล ซึ่งหากอยู่ไกลเกินไป ถึงอร่อย แต่หากต้องรอนาน ค่าส่งราคาสูง ก็ไม่นิยม (นิตยา สุริยมมา, 2563) สอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้สำรวจพฤติกรรมทางออนไลน์ เรื่อง “การใช้บริการ Online Food Delivery ของคนไทย” ระหว่างวันที่ 5-15 มีนาคม 2563 พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์มากที่สุด คือ Gen Y (อายุ 19-38 ปี) จำนวน 51.09% กลุ่ม Gen X (อายุ 39-54 ปี) กลุ่ม Baby Boomer (อายุ 55-73 ปี) กลุ่ม Gen Z (อายุต่ำกว่า 19 ปี) (ตามลำดับ) นอกจากนี้ การสำรวจยังพบว่า อาหารยอดนิยมที่ทุก Gen สั่งมากกว่า 61.06% คืออาหารจำพวกฟาสต์ฟู้ด อาทิ ไก่ทอด เบอร์เกอร์ และพิซซ่า (โพสดีทูเดย์, 2563) และด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะอยู่บ้านรับประทานอาหารและเลือกใช้ บริการสั่งอาหารออนไลน์ หรือ Food delivery มากยิ่งขึ้น ประกอบกับการใช้บริการร้านอาหารส่วนมากจะใช้บริการในช่วงเวลากลางวัน ช่วงเย็น และเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งการให้บริการที่หน้าร้านเพียงอย่างเดียว ทำให้ร้านอาหารไม่สามารถให้บริการได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหาวิธีการที่จะสามารถรับประทานอาหารจานโปรดได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และในส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหารเองก็หันมาให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการขายเพื่อให้ครอบคลุมและสร้างรายได้เพิ่มเติมจากบริการสั่งอาหารออนไลน์หรือ Food delivery ในหลาย ๆ ช่องทางมากยิ่งขึ้น

ในสถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในผู้บริโภค จากพฤติกรรมและรูปแบบการใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เปลี่ยนไปจากเดิมรวมทั้งการพัฒนาแอปพลิเคชันสั่งอาหารที่ทำให้การใช้งานง่าย สะดวก และรวดเร็ว (ศุภสิริ สร้อยทองพงศ์, 2563) และมูลค่าของตลาดสั่งอาหารออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน ในปี 2563 มีมูลค่า 33,000-35,000 ล้านบาท เติบโต 14 เปอร์เซ็นต์ และธุรกิจนี้ยังมีการ

เติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี จากพฤติกรรมของคนไทยที่อยากกินของอร่อยแต่รักสบายไม่อยากไปซื้อเองมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีเหตุผลหลักคนไทยนิยมสั่งอาหารออนไลน์ คือ ไม่อยากเดินทางไปกินที่ร้านเองมากถึง 80.37 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา ได้แก่ ไม่อยากเสียเวลาไปนั่งต่อคิวถึง 57.63 เปอร์เซ็นต์ และสั่งอาหารผ่านแอปมีส่วนลดและโปรโมชั่นโค้ดต่าง ๆ 47.04 เปอร์เซ็นต์ซึ่งธุรกิจการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก (Food Delivery) มีการพัฒนาอย่างมากซึ่งมีผลมาจากการที่ผู้บริโภคคนไทยที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่ชอบของอร่อยในขณะเดียวกันจะชอบความสะดวกสบายจึงนิยมสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) นอกจากนี้ จังหวัดพิษณุโลกถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่ร้านอาหารส่วนใหญ่จะมีให้บริการการสั่งอาหารออนไลน์ หรือ Food delivery เพราะจังหวัดพิษณุโลกนั้นเป็นเมืองท่องเที่ยว เป็นเมืองที่มีร้านอาหารจำนวนมาก เป็นสังคมเทคโนโลยี รวมทั้งยังเป็นแหล่งของการศึกษาในระดับต่าง ๆ และจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้การเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น และตามประกาศจังหวัดพิษณุโลก เรื่องอนามัยสิ่งแวดล้อมสำหรับร้านอาหาร การบริการอาหารในรูปแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) ในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

จากที่มาดังกล่าวข้างต้นทำให้คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งกลุ่มผู้เรียนเป็นกลุ่มที่จะต้องรวมตัวกันในสถาบันการศึกษา และต้องมีความระมัดระวังในการดูแลสุขภาพ และป้องกันความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปประกอบการพิจารณาส่งเสริมกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ ให้มีพฤติกรรมการและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ให้เหมาะสมกับวัย ลดภาวะการเจ็บป่วยและภาวะการเกิดโรคต่าง ๆ ที่จะเกิดภายในอนาคตได้ เพื่อให้ผู้เรียนจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป

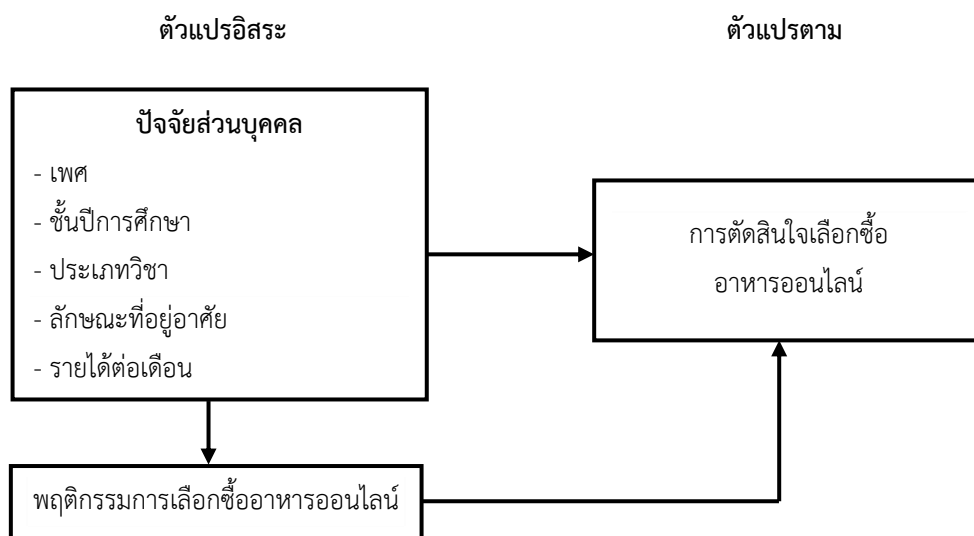
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลกต่างก็มีพฤติกรรมการซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลกต่างกับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่ลงทะเบียนเรียนภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวนทั้งหมด 12,092 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้วิจัยได้ขนาดตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้ตารางสูตรของ Taro Yamene (Greedisgood, 2560) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 90 ± 10 ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่มีประชากรไม่เกิน 15,000 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 คน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 400 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มผู้เรียนที่ยินดีให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน กันยายน 2563 ซึ่งอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 จึงจำเป็นต้องกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในรูปแบบออนไลน์เท่านั้น

เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา ประเภทวิชา ลักษณะที่อยู่อาศัย และรายได้ต่อเดือน มีลักษณะข้อมูลแบบ Nominal Scale และ Ordinal Scale ในรูปแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก มีลักษณะข้อมูลเป็นแบบอัตราภาคขั้น (Interval Scale) ในรูปแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ของ Likert Scale ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

การหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการทดสอบความตรง (Validity) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างแบบสอบถาม และส่งแบบถามให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 คน ตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดว่า ถ้าค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า .05 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ถ้าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (IOC) น้อยกว่า .05 หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามข้อนั้นไม่มีความตรงเชิงเนื้อหา (Wainer, Howard and Braun, Henry I, 1988) ผลการประเมินพบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าความตรงมากกว่า 0.50 ทุกข้อ และให้มีการปรับข้อความเพื่อความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

การหาคุณภาพแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับที่ .80 ขึ้นไป ผลการทดลองใช้พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .838 เมื่อพิจารณาด้านพฤติกรรมกรซื้ออาหารออนไลน์ มีความเชื่อมั่นที่ .819 และการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ .932 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางออนไลน์ผ่านให้กับวิทยาลัยต่าง ๆ ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดพิษณุโลก ดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างกรกฎาคม - กันยายน 2563 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูล และนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทิศทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ .05 และกำหนดเกณฑ์พิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 คน สรุปได้ ดังนี้

1. เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 79.85 และชาย ร้อยละ 20.15
2. ชั้นปีการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 50.37 และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ร้อยละ 49.63
3. ประเภทวิชา พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ร้อยละ 40.86 รองลงมาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ร้อยละ 21.27 รองมาประเภทวิชาคหกรรม ร้อยละ 12.31 และอันดับสุดท้ายประเภทวิชาพาณิชยนาวิ ร้อยละ 0.19 ตามลำดับ
4. ลักษณะการอยู่อาศัย พบว่า ส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านของบิดามารดาหรือผู้ปกครอง ร้อยละ 71.83 รองลงมาอาศัยหอพักเอกชน ร้อยละ 27.24 และอาศัยอยู่หอพักของวิทยาลัย ร้อยละ 0.93 ตามลำดับ
5. รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 61.01 รองลงมาได้รายได้ต่อเดือน 3,000- 4,000 บาท ร้อยละ 27.80 รายได้ต่อเดือน 4,001- 5,000 บาทและ5,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 5.60 ตามลำดับ

พฤติกรรมเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารออนไลน์

ตัวแปร	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
1. ท่านรับประทานอาหารเช้า 3 มื้อ	3.33	0.96	ปานกลาง
2. ท่านรับประทานอาหารเช้าที่บ้าน	3.37	1.00	ปานกลาง
3. ท่านรับประทานอาหารเช้าที่มีราคาแพง	2.27	0.77	น้อย
4. ท่านดื่มน้ำสะอาดอย่างน้อยวันละ 6-8 แก้ว	3.38	0.90	ปานกลาง
5. ท่านรับประทานอาหารเช้าโดยคำนึงถึงการได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่	3.18	0.82	ปานกลาง
6. ท่านเรียน หรือทำงานที่ได้รับมอบหมายจนไม่ได้รับประทานอาหาร	2.75	0.99	ปานกลาง
7. ท่านรับประทานอาหารเช้าที่ปรุงเสร็จใหม่ ๆ	3.68	0.78	มาก
8. ท่านรับประทานอาหารเช้าที่ปรุงเองที่บ้านมากกว่าซื้ออาหารข้างนอกมารับประทานเอง	3.34	0.99	ปานกลาง
9. ท่านไม่ได้รับประทานอาหารเช้าเนื่องจากต้องรีบเข้าเรียนให้ทัน	3.49	1.14	ปานกลาง
10. ท่านเคยเลือกซื้ออาหารออนไลน์	2.82	1.09	ปานกลาง
11. ท่านไม่ชอบปรุง/ประกอบอาหารรับประทานเอง	2.67	0.96	ปานกลาง
12. ท่านมีระยะเวลาในการประกอบอาหารจำกัด	3.00	0.90	ปานกลาง

ตัวแปร	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
13. ท่านไม่ชอบรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร	2.72	0.85	ปานกลาง
14. ท่านชอบความสะดวกสบาย	3.82	0.96	มาก
15. ท่านรับประทานอาหารเช้าหลังเวลา 20.00 น.	3.09	1.12	ปานกลาง
ภาพรวม	3.13	0.44	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.13$, S.D.=0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม ได้แก่ ชอบความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$, S.D.=0.96) รองลงมาคือรับประทานอาหารเช้าที่ปรุงเสร็จใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.68$, S.D.=0.78) และสามคือน้ำสะอาดอย่างน้อยวันละ 6-8 แก้ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.38$, S.D.=0.90) ส่วนข้อที่น้อยที่สุด ได้แก่ รับประทานอาหารเช้าที่มีราคาแพง อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}=2.27$, S.D.=0.77)

การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์

ตัวแปร	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
1. ท่านสั่งซื้ออาหารออนไลน์ 1-2 วันต่อสัปดาห์	2.31	1.04	น้อย
2. ท่านสั่งซื้ออาหารออนไลน์ 3-4 วันต่อสัปดาห์	2.24	1.01	น้อย
3. ท่านตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์เพราะว่ารูปภาพของอาหารน่ารับประทาน	2.59	1.05	ปานกลาง
4. ราคาอาหารออนไลน์ประหยัดกว่าอาหารในร้านอาหาร	2.43	0.91	น้อย
5. ราคาอาหารออนไลน์ประหยัดกว่าการซื้ออาหารมาประกอบทานเองที่บ้าน	2.54	0.96	ปานกลาง
6. สื่อโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์	3.10	1.09	ปานกลาง
7. บ้ายราคาหรือเมนูราคา มีการปรับปรุงให้ ทันสมัยอยู่เสมอ	3.08	1.10	ปานกลาง
8. อาหารออนไลน์สามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว	3.30	1.10	ปานกลาง
9. ท่านตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ตามเพื่อน	2.50	0.96	น้อย
10. การจัดทำโปรโมชั่นตามเทศกาล	3.06	1.05	ปานกลาง
11. ร้านค้ามีสื่อโซเชียล เช่น เฟซบุ๊กให้ลูกค้า สามารถสื่อสารและแสดงความคิดเห็นได้	3.23	1.06	ปานกลาง

ตัวแปร	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
12. การทำบัตรลด แลก แจก แถมให้ลูกค้าประจำ	3.14	1.13	ปานกลาง
ภาพรวม	2.79	1.13	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.79$, S.D.=1.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้แก่ อาหารออนไลน์สามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วร้านค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.30$, S.D.=1.10) รองลงมาคือ มีสื่อโซเชียล เช่น เฟซบุ๊ก ให้ลูกค้า และสามารถสื่อสารและแสดงความคิดเห็นได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.23$, S.D.=1.06) และการทำบัตรลด แลก แจก แถมให้ลูกค้าประจำ มีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.14$, S.D.=1.13) ส่วนข้อที่น้อยที่สุด ได้แก่ ท่านสั่งซื้ออาหารออนไลน์ 3-4 วันต่อสัปดาห์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.24$, S.D.=1.01)

การทดสอบสมมติฐาน สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ .05 ดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศต่างกันพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ชั้นปีการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ประเภทวิชาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 2.1 เพศต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ชั้นปีการศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 2.3 ประเภทวิชาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 2.4 ลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 2.5 รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 3,000- 4,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์สูงกว่านักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3,000 บาท และ 2) นักศึกษาที่มี	

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
รายได้ต่อเดือน 5,001 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์สูงกว่านักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3,000 บาท	

จากตารางที่ 3 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา ประเภทวิชา ลักษณะที่อยู่อาศัย และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 3,000 - 4,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์สูงกว่านักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3,000 บาท และ 2) นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์สูงกว่านักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3,000 บาท ส่วนเพศ ชั้นปีที่ศึกษา และลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ .05 สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ (Behavior)	ค่าคงที่ (Constant)	0.11	0.21		0.55	.58
	การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ (Decision)	0.86	0.07	0.49	12.98	.00*
R = .490 ^a R ² = .240		F = 168.59		Sig. = .000*		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก พบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งส่งผลทางบวก โดยพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์เพิ่มขึ้น 0.86 หน่วย หรือร้อยละ 86.00 และจากผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถเขียนเป็นสมการการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y' = 0.11 + 0.86 (\text{Decision})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Z' = 0.49 (\text{Decision})$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

พฤติกรรมเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพฤติกรรมที่ผู้เรียนนิยม คือ อาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ ๆ และชอบความสะดวกสบาย ในส่วนผู้เรียนมีพฤติกรรมน้อยคือ อาหารที่มีราคาแพง ซึ่งผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้เรียนในวิทยาลัยอาชีวศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกได้เป็นอย่างดี เนื่องมาจากกำลังการจ่ายของผู้บริโภคที่กำลังอยู่ในช่วงวัยเรียนมาค่อนข้างน้อย อีกทั้งการบริการส่งอาหารออนไลน์ในจังหวัดพิษณุโลกอาจจะยังไม่ครอบคลุมในบางพื้นที่ จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของกลุ่มผู้เรียนในวิทยาลัยอาชีวศึกษา และพฤติกรรมอื่น ๆ ผู้เรียนมีพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น วิทยาลัยอาชีวศึกษาสามารถนำไปปรับใช้ในการบริการด้านอาหารสำหรับผู้เรียน โดยเน้นการจัดอาหารปรุงสุกใหม่ รวมถึงบริการที่มีความสะดวกสบาย โดยพิจารณาการปรับปรุงให้เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อดิตมา หมีสมุทร (2560) พบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเข้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชอบความสะดวกสบาย และรับประทานอาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ ๆ อาจเนื่องมาจากผู้เรียนส่วนใหญ่ยังมองเห็นว่าการสั่งออนไลน์ที่มีผู้ให้บริการทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการและได้รับประทานอาหารปรุงเสร็จใหม่เนื่องจากผู้ให้บริการจะดำเนินการจัดซื้อตามคำสั่งซื้อของให้ใช้บริการ ส่วนระดับน้อย ได้แก่ รับประทานอาหารที่มีราคาแพง เนื่องจากการใช้บริการสั่งซื้ออาหารออนไลน์จะต้องมีการคิดค่าบริการเพิ่มเติมจากราคาสินค้า จึงทำให้ผู้เรียนในระดับอาชีวศึกษารู้สึกว่าจะต้องจ่ายค่าอาหารที่แพงขึ้นกว่าปกติ ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควรในกลุ่มผู้เรียน ดังนั้น พฤติกรรมเลือกซื้ออาหารออนไลน์ คือมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว สอดคล้องกับการศึกษาของนุช สิงแก้ว (2563) ที่พบว่า สาเหตุที่ใช้บริการผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุดคือ สะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องรอคิว และสอดคล้องกับธนรัตน์ ศรีสำออง (2558) ที่พบว่า เหตุผลในการเลือกสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการสั่งและบริการ

การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยอาหารออนไลน์สามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว, ร้านค้ามีสื่อโซเชียล เช่น เฟซบุ๊กให้ลูกค้า, สามารถสื่อสารและแสดงความคิดเห็นได้ และการทำบัตรลด แลก แจก แถมให้ลูกค้าประจำ ดังนั้น การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา แต่เนื่องจากบริการในพื้นที่ที่ยังไม่ครอบคลุมทั้งหมด และกำลังการจ่ายของผู้เรียนยังมีจำกัดเนื่องจากยังอยู่ในวัยเรียน

จึงส่งผลทำให้การตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การสั่งซื้ออาหารต่อสัปดาห์ อาหารออนไลน์ประหยัดกว่าร้านอาหาร และการซื้ออาหารออนไลน์ตามเพื่อน จากทั้ง 3 ข้อ แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในวิทยาลัยอาชีวศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกนั้น ตัดสินค่าซื้อจากความต้องการของตนเอง และยังไม่นิยมสั่งซื้ออาหารออนไลน์เท่าที่ควร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการให้บริการที่ยังอยู่ในเขตพื้นที่เมือง แต่ผู้เรียนมีแหล่งที่อยู่อาศัยกระจายไปตามชนบทที่บริการอาจสามารถเข้าถึงได้ สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ เรื่องยิ่ง สุจิตรา จรจิตร กานดา จันทรแย้ม (2559) นักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับสุจรรยา น้ำทองคำ (2558) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ข่าวสารทาง Facebook, Line, Instagram, Shopee, Kaidee.com และสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติศักดิ์ พรสทธิศักดิ์ (2563) ที่พบว่า การตัดสินใจสั่งอาหารผ่านผู้ให้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่จากโปรโมชันที่มีหลากหลายของแต่ละแอปพลิเคชัน ค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม วิธีการชำระเงินหลากหลาย พื้นที่การบริการ ระยะเวลาการให้บริการรวดเร็ว เมนูใช้ง่าย และวิธีการสมัครใช้งานง่าย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา ประเภทวิชา ลักษณะที่อยู่อาศัย และรายได้ต่อเดือนต่างกัมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้เรียนมีกำลังการจ่ายที่ไม่มากจึงทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ทั้งนี้ เนื่องมาจากกลุ่มผู้เรียน ส่วนใหญ่มีหน้าที่ในการเรียนเท่านั้น และยังไม่มียาได้เป็นของตนเอง ดังนั้น การสั่งซื้ออาหารในรูปแบบออนไลน์อาจจะเป็นเพียงทางเลือกหนึ่งเพื่อแก้ปัญหาการเผชิญหน้าในช่วงสถานการณ์โควิด-19 แต่ในอนาคตอาจเป็นทางเลือกที่จำเป็นสำหรับการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ เรื่องยิ่ง, สุจิตรา จรจิตร และกานดา จันทรแย้ม (2559) พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวต่างกัมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของของพระนิษฐ์ โล่วัฒนา (2564) พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐกฤษ เชาวชาญกิจ (2562) พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัมีการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกัมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ต่างกักัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องมาจากประภทรายวิชามีความต่างกักันและความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการออนไลน์ต่างกักัน ส่วนรายได้ต่อเดือนเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ด้วยเช่นกัน เนื่องจากการสั่งออนไลน์จะต้องเสียค่าบริการให้กับผู้ให้บริการ ซึ่งจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์เป็นอย่างมาก ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธัญญิศา รักชาติ (2559) พบว่า ผู้บริโภคในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกักัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ต่างกักัน สอดคล้องกับพระนิษฐ์ โล่วัฒนา (2564) ที่พบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกักันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery ต่างกักัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐกฤษ เชาวชาญกิจ (2562) พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกักันมีการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ต่างกักัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนเพศ

ชั้นปีที่ศึกษา และลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับพีระนัฐ โลว์ันทา (2564) ที่พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับนุช สิงห์แก้ว (2563) ที่พบว่า เพศ อายุ และการศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัด อาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งส่งผลทางบวก โดยพฤติกรรมในการเลือกซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์เพิ่มขึ้น 0.86 หน่วย หรือร้อยละ 86.00 เนื่องจากก่อนตัดสินใจซื้อผู้บริโภค จะต้องเลือกซื้อสินค้าที่ตนเองสนใจและเลือกโปรโมชั่น และบริการที่รวดเร็วที่สุด ดังนั้น การให้บริการส่งซื้ออาหารออนไลน์สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประกอบการให้บริการซื้ออาหารออนไลน์ได้ โดยเฉพาะข้อมูล พฤติกรรมของผู้เรียน ได้แก่ การบริการให้เกิดความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการให้บริการ เนื่องจากผู้เรียน มีเวลาจำกัดในการหยุดพักระหว่าง และผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติศักดิ์ พรสิทธิศักดิ์ (2563) ที่พบว่า การตัดสินใจสั่งอาหารผ่านผู้ให้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่จากโปรโมชั่นที่มีหลากหลายของแต่ละ แอปพลิเคชัน ค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม วิธีการชำระเงินหลากหลาย พื้นที่การบริการ ระยะเวลาการให้บริการ รวดเร็ว เมนูใช้ง่าย และวิธีการสมัครใช้งานง่าย สอดคล้องกับการศึกษาของธนรัตน์ ศรีสำออง (2558) ที่พบว่า เหตุผล ในการเลือกสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์ คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการสั่งและบริการ และไม่จำกัดโอกาสในการ สั่งซื้อ และสอดคล้องกับกิตติศักดิ์ พรสิทธิศักดิ์ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านโปรโมชั่นที่มีหลากหลายของแต่ละ แอปพลิเคชัน ค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม วิธีการชำระเงินหลากหลาย พื้นที่การบริการ ระยะเวลาการให้บริการรวดเร็ว เมนูใช้ง่าย และวิธีการสมัครใช้งานง่ายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านผู้ให้บริการอาหารออนไลน์ เดลิเวอรี่

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกซื้อส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ของผู้เรียนในสังกัด อาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1.1 พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับปานกลาง

1.2 การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา ประเภทวิชา ลักษณะที่อยู่อาศัย และรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

1.4 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ ชั้นปีที่ศึกษา ประเภทวิชา และลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

1.5 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ของผู้เรียนในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารออนไลน์ และการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจคือ รายได้ต่อเดือน ซึ่งสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการส่งเสริมด้านดำเนินการด้านบริการออนไลน์กลุ่มเป้าหมายอาจไม่ใช่กลุ่มนักเรียนนักศึกษา เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องรายได้เป็นสิ่งสำคัญ หากพิจารณาจากผลการวิจัยอื่น ๆ จะพบว่ากลุ่มที่นิยมสั่งสินค้าออนไลน์จะอยู่ในช่วงวัยทำงานมากกว่ากลุ่มผู้เรียนเนื่องจากมีกำลังในการจ่ายที่มากกว่า แต่หากสามารถจัดโปรโมชั่นหรือแนวทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้เรียนก็อาจเป็นอีกหนึ่งกลุ่มที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการใช้บริการออนไลน์ได้เช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเลือกซื้ออาหารออนไลน์เพิ่มเติม โดยศึกษาเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพในประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารออนไลน์

2.2 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารออนไลน์ และอาหารประกอบรับประทานที่บ้าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะนำมาช่วยในการวิเคราะห์ประเมินผล ซึ่งจะให้รายละเอียดได้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือจากวิทยาลัยสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดพิษณุโลก ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เรียน และได้รับการสนับสนุนจากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการดำเนินการวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ พรสิทธิศักดิ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านผู้ให้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่. รายงานวิชาสหกิจศึกษาภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- จิราภรณ์ เรืองยิ่ง, สุจิตรา จรจิตร และกานดา จันทร์แย้ม. (2559). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา: การสังเคราะห์ องค์ความรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2559, 245–264.
- ณัฐฤช เชวร์ชาญกิจ. (2562). การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนรัตน์ ศรีสำออง. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธัญญ์ธิดา รักชาติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- นิตยา สุริยมมา. (2020). ธุรกิจอาหารต้องพึ่ง คนสั่งออนไลน์เปลี่ยน งานเดียวมาแรง ้วยทำงานสั่งเยอะสุด. สืบค้นจาก <https://www.smethailandclub.com/marketing-5534-id.html>. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2563.
- นุช สิงแก้ว. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. ค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw12/6114961018.pdf>
- พระนิฐ โลว์ันทา. (2564). การตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- โพสต์ทูเดย์. โควิดดันยอดสั่งออนไลน์เพิ่ม ห่วงสุขภาพคนไทยป่วยโรคกลุ่ม NCDs พุง. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/630328>. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2563.
- ศุภสิริ สร้อยทองพงศ์. (2563). ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดกับกลยุทธ์ทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ ผู้บริโภคในการตัดสินใจสั่งอาหารจากร้านอาหารผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารเดลิเวอรี่ช่วงโควิด-19 จังหวัด พิษณุโลก. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม. 5(3) กันยายน-ธันวาคม, 53-66.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ธุรกิจออนไลน์ 2564. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com/th>. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2564.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). ETDA เผย คน Gen -Y สั่งอาหารออนไลน์มากที่สุด และกว่า 40% สั่งเพราะหวั่นโควิด-19. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/https://www-etda-or-th/th/newsevents/pr-news/Online-Food-Delivery-Survey-2020.aspx>
- สุจรรยา น้ำทองคำ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทางออนไลน์. วิทยานิพนธ์ศิลป ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อนติมา หมีสมุทร. (2560). พฤติกรรมการบริโภคอาหารเข้าของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียน ราชินีบน. วิทยานิพนธ์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- Greedisgood. (2560). สูตร Taro Yamane สำหรับคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง. สืบค้นจาก <https://greedisgoods.com/taro-yamane/>. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2563.
- Wainer, Howard and Braun, Henry I. (1988). *Test Validity*. U.S.A. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.,

ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร

วิไลพรรณ วัฒนพงศ์¹ และ ฉันทนา ปาปัดถา^{2*}

รับบทความ 26 มีนาคม 2565 แก้ไขบทความ 20 มิถุนายน 2565 ตอรับบทความ 24 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภค 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติการบริโภค 4) ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในกลุ่มจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 740 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา และสถานภาพต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 5) ทัศนคติมีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ทัศนคติ; พฤติกรรมการบริโภค; อาหารคลีน; ไวรัสโคโรนา 2019

¹ นักโภชนาการ โรงพยาบาลบางมด

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

* ผู้ประสานงานหลัก : ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ chantana.p@rmutp.ac.th

Attitudes Affecting Healthy Clean Foods During the Coronavirus 2019 Epidemic in Bangkok

Wilaipan Watthanapong¹ and Chantana Papatta^{2*}

Received 26 March 2022; Revised 20 June 2022; Accepted 24 June 2022

Abstract

The objectives of this research were to 1) study attitudes and consumption behavior of clean food for health, 2) compare personal factors with consumption behavior, 3) compare personal factors with consumption attitudes, and 4) study attitudes affecting consumption behavior. The sample group was the population of Bangkok Province. Used in the study: 740 people. The questionnaire was used as a research tool. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation. T-value test Analysis of one-way ANOVA and multiple regression analysis. The research results were found that: attitudes towards the consumption of clean food for health during the Covid-19 epidemic situation was at a high level. Clean food for health consumption behavior during the Covid-19 epidemic situation was at a high level. Individual factors including gender, education and status had different attitudes towards healthy food consumption. During the Covid-19 epidemic situation, the difference was statistically significant at the .05 level. Individual factors including gender, education, income, occupation and status had different healthy clean food consumption behaviors during the Covid-19 epidemic with statistical significance at the .05 level. Attitudes had a statistically significant effect on healthy food consumption during the Covid-19 epidemic at .05 level.

Keywords: Attitude; Consumption Behavior; Clean Food; Coronavirus 2019

¹ Nutritionist, Bangmod Hospital

² Assistant Professor, Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* Corresponding Author : E-mail: chantana.p@rmutp.ac.th

บทนำ

ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น อาหารจึงเป็นปัจจัยสำคัญด้านการทำให้สุขภาพดี ส่งผลให้มีการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2562) ข้อมูลมูลค่าของตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มออร์แกนิกทั่วโลกมีมูลค่า 80,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐคาดว่าจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องไปอยู่ที่ 165,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ที่ 15% ต่อปี (พริมา อัครยุทธ, 2558) ประเทศไทยในปี 2561 สินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพในประเทศไทยมีมูลค่า 190,219 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.4 ต่อปี ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมาปี 2557-2561 โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหาร มีสัดส่วนมูลค่าตลาดร้อยละ 53.40 ต่อปี ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของตลาดเป็นอย่างมาก (ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2562) จากกระแสการบริโภคอาหารที่เน้นเพื่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคได้รับความนิยมนิยโดยเฉพาะอาหารประเภทออร์แกนิกส์ หรือผักผลไม้ ได้เผยแพร่ไปยังกลุ่มบุคคลหลายกลุ่ม เช่น วัยผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน วัยรุ่น เพื่อหวังผลค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขในอนาคต แนวโน้มอาหารคลีนฟู้ด ได้แก่ อาหารที่ไร้พลังงานต่ำ ไขมันต่ำ รสชาติอ่อน เหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการควบคุมไขมัน น้ำตาล ผิพรรณ บำรุงสมองและหัวใจ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561)

จากการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ทำให้เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid-19 แพร่กระจายไปกว่า 200 ประเทศทั่วโลก องค์การอนามัยโลก (WHO) จึงประกาศให้การแพร่ระบาดนี้เป็นการระบาดใหญ่ หรือ Pandemic (สำนักโภชนาการ, 2563) โดยผู้ติดเชื้อมีจำนวนมากกว่า 2 ล้านคน ในประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อสะสมใน 68 จังหวัด ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 จนถึงวันที่ 7 มกราคม 2563 จำนวน 3,445 คน เสียชีวิต 58 คน (รายงานสถานการณ์โควิด-19 กรมควบคุมโรค, 2563) เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทยในการช่วยให้ประเทศไทยสามารถรับมือกับโรคระบาดนี้ เพื่อจำกัดการแพร่เชื้อจากคนสู่คน การดูแลผู้ป่วยติดเชื้อ การสื่อสารทำความเข้าใจ และลดผลกระทบทางสังคมเศรษฐกิจ (World Health Organization Thailand, 2563) ในช่วงที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid-19 กรมอนามัยได้มีข้อเสนอแนะ มาตรการ 3 ล. คือ ลด เลี่ยง ดูแล เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การล้างมือบ่อย ๆ การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างอย่างน้อย 1-2 เมตร กินร้อน ช้อนกลางส่วนตัว (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2563) การดูแลสุขภาพองค์รวม กินอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ การออกกำลังกาย การพักผ่อนที่เพียงพอจะช่วยเป็นเกราะป้องกันการติดเชื้อได้ ทางด้านอาหารและโภชนาการจึงมีส่วนสำคัญ เนื่องจากระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายจะทำงานได้มีประสิทธิภาพในการป้องกันเชื้อโรค สารพิษ สิ่งแปลกปลอมที่เป็นอันตรายต่อร่างกายนั้น ต้องขึ้นอยู่กับภาวะโภชนาการที่ดีได้รับพลังงาน สารอาหารหลัก วิตามิน รวมถึงการดื่มน้ำสะอาดที่เพียงพอ และสมดุลอย่างต่อเนื่อง (วนพร ทองโฉม, 2563) เน้นการกินบริโภคผัก ธัญพืช ผลไม้ ในสัดส่วนที่มากกว่าอาหารประเภทอื่น ส่วนการบริโภคอาหารโปรตีนประเภทปลา เนื้อสัตว์ไร้ไขมันจะให้สารอาหารที่เป็นประโยชน์ และช่วยคงสภาพน้ำหนักให้เป็นปกติ หลีกเลี่ยงอาหารแปรรูป อาหารเค็ม หวานจัดและมันจัด (โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร, 2563)

จากข้อมูลที่ทำการศึกษาข้างต้นมีผลสืบเนื่องมาจากการกินอาหารคลีนในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid-19 เป็นอาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด คงความเป็นธรรมชาติ เน้นการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ จึงถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทุกคน ซึ่งนับว่าเป็นโชคดีของประเทศไทยที่มีอาหารที่หลากหลาย อุดมสมบูรณ์ การทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ในปริมาณที่เหมาะสม เพียงพอ หลากหลาย โดยเฉพาะวิตามิน และแร่ธาตุที่จำเป็นเพื่อป้องกันโรค ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาทัศนคติต่ออาหารคลีนเพื่อสุขภาพ และพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นสังคมที่ต้องเก็บตัว การบริโภคอาหารอย่างที่มีผลต่อสุขภาพ เพียงพอ เสริมสร้างให้ทุกคนมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ซึ่งผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ และทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปประกอบการวางแผนการผลิตอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ได้ และใช้เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนกลับมาดูแลสุขภาพของตัวเองมากยิ่งขึ้น

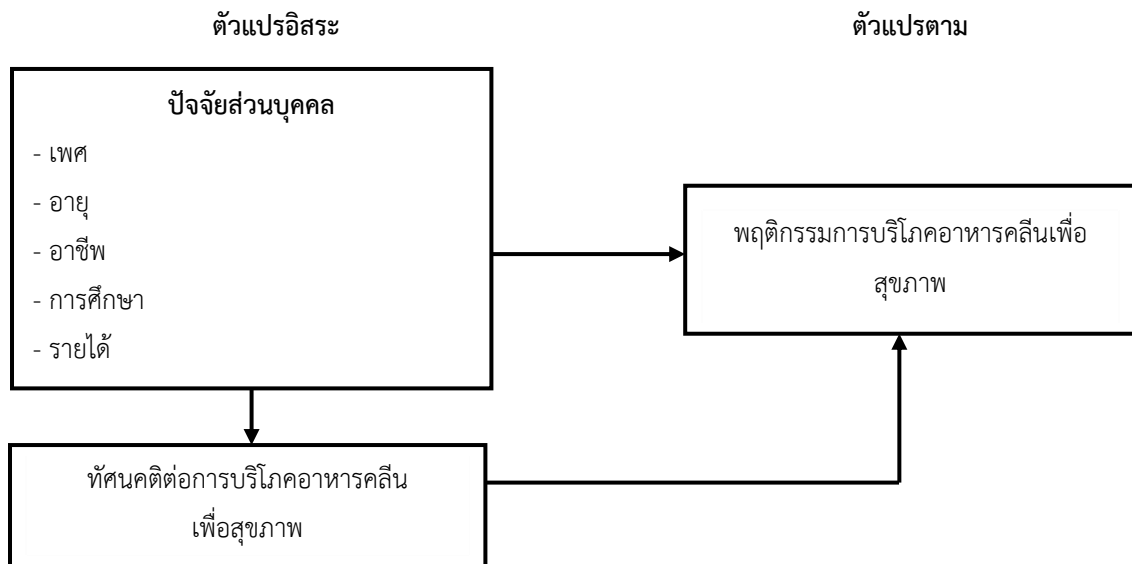
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
4. เพื่อศึกษาทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
2. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019
3. ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร 5,701,394 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 90 ± 10 ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่มีประชากรเกิน 100,000 คนขึ้นไปให้กำหนดตัวอย่างที่ 400 คน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 400 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มผู้เรียนที่ยินดีให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกันยายน 2563 ซึ่งอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 จึงจำเป็นต้องกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบออนไลน์เท่านั้น

เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ มีลักษณะข้อมูลแบบ Nominal Scale และ Ordinal Scale ในรูปแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ทศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีลักษณะข้อมูลเป็นแบบ Interval Scale ในรูปแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ของ Likert Scale ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีลักษณะข้อมูลเป็นแบบ Interval Scale ในรูปแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ของ Likert Scale ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการทดสอบความตรง (Validity) โดยส่งแบบถามให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 คน ตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดค่าความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า .05 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ถ้าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (IOC) น้อยกว่า .05 หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามข้อนั้นไม่มีความตรงเชิงเนื้อหา (Wainer, Howard and Braun, Henry I, 1988) ผลการประเมินพบว่าทุกข้อคำถามมีค่าความตรงมากกว่า 0.50ทุกข้อ และให้มีการปรับข้อความเพื่อความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

การหาคุณภาพแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับที่ .80 ขึ้นไป ผลการทดลองใช้พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นที่ .939 เมื่อพิจารณาด้านทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีความเชื่อมั่นที่ .829 และด้านพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีความเชื่อมั่นที่ .947 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางออนไลน์กับประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 18-23 ตุลาคม 2563 ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 740 คนที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ เมื่อทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลพบว่า ข้อมูลทุกชุดมีความสมบูรณ์ทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยการตรวจสอบข้อมูล บันทึกข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทิศทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ .05 และกำหนดเกณฑ์พิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.08 และชาย ร้อยละ 43.92 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.11 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 27.30 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.59 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 40.54 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 22.97 รายได้สูงกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 15.54 มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทร้อยละ 12.57 มีรายได้ระหว่าง 40,001- 50,000 บาท ร้อยละ 5.95 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 2.43

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 52.97 รองลงมาคือนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 32.97 พนักงานราชการ วิชาหกิจ ร้อยละ 7.70 และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 6.35 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่โสด ร้อยละ 66.76 และสมรส ร้อยละ 33.24 ตามลำดับ

2. ทศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ตัวแปรทัศนคติ	ผลวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. อาหาร สะอาด และถูกสุขอนามัย	3.99	0.79	มาก
2. อาหารคลีนเพื่อสุขภาพมีเมนูแปลกใหม่ น่าสนใจ	3.88	0.84	มาก
3. อาหารคลีนมีรูปแบบที่หลากหลาย	3.88	0.94	มาก
4. อาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อย	4.01	0.84	มาก
5. อาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.05	0.86	มาก
6. อาหารคลีนราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.93	0.87	มาก
7. มีการลดราคาอาหารลงจากราคาปกติ	3.89	0.83	มาก
8. ร้านจำหน่ายอาหารคลีนมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีที่จอดรถ	3.86	0.85	มาก
9. มีร้านจำหน่ายอาหารคลีนอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.77	0.95	มาก
10. อาหารคลีนมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	3.91	0.77	มาก
11. ร้านจำหน่ายอาหารคลีนเปิดให้บริการทุกวัน	3.93	0.77	มาก
12. อาหารคลีนมีบริการส่งถึงที่	3.89	0.81	มาก

ตัวแปรทัศนคติ	ผลวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
13. มีช่องทางการสั่งซื้ออาหารคลีนออนไลน์	3.62	1.10	มาก
ภาพรวม	3.94	0.69	มาก

จากตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณารายข้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ อาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.05 อาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.01 อาหารคลีน สะอาด และถูกสุขอนามัยมีค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนข้อที่น้อยที่สุดได้แก่ มีช่องทางการสั่งซื้ออาหารคลีนออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.62

3) พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ตัวแปรพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน	ผลวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. ความถี่ในการทานอาหารคลีนทุกวัน	3.62	1.10	มาก
2. เลือกรับประทานอาหารคลีนในร้านที่เดินทางไปมาสะดวก และมีที่จอดรถ	3.72	0.99	มาก
3. เลือกสั่งอาหารคลีนจากร้านที่มีบริการส่งถึงที่	3.76	0.96	มาก
4. เลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีส่วนลด	3.88	1.02	มาก
5. เลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีป้ายราคาบอกชัดเจน	3.93	0.93	มาก
6. เลือกบริโภคอาหารคลีนจากร้านประจำ	3.82	1.02	มาก
7. เลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อการลดน้ำหนัก	3.69	0.95	มาก
8. เลือกบริโภคอาหารคลีนเป็นมื้ออาหารหลัก	3.57	1.04	มาก
9. เลือกอาหารคลีนมีการจัดตกแต่งจานที่สวยงาม	3.76	0.93	มาก
10. เลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ	3.85	0.92	มาก
11. เลือกบริโภคอาหารคลีนที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ครบ 5 หมู่	3.91	0.87	มาก
12. เลือกบริโภคอาหารคลีนที่ใช้วัตถุดิบที่มีสีสด ชวนรับประทาน	3.83	0.89	มาก
ภาพรวม	3.78	0.87	มาก

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 เมื่อพิจารณารายข้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ เลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.93 เลือกบริโภคอาหารคลีนที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ครบ 5 หมู่ มีค่าเฉลี่ย 3.91 และเลือกซื้ออาหารคลีนจากร้านที่มีส่วนลดมีค่าเฉลี่ย 3.88 ส่วนข้อที่น้อยที่สุดได้แก่ ความถี่ในการทานอาหารคลีนทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 3.62

4) การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน	
สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 การศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
สมมติฐานย่อยที่ 1.3 รายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 อาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 1.5 สถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019	
สมมติฐานย่อยที่ 2.1 เพศต่างกันมีทัศนคติการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
สมมติฐานย่อยที่ 2.2 การศึกษาต่างกันมีทัศนคติการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
สมมติฐานย่อยที่ 2.3 รายได้ต่างกันมีทัศนคติการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 2.4 อาชีพต่างกันมีทัศนคติบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ
สมมติฐานย่อยที่ 2.5 สถานภาพต่างกันมีทัศนคติบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ .05 สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด (Attitude)	ค่าคงที่ (Constant)	.680	.144		4.704	.000*
	ตัดสินใจพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 (Decision)	.786	.036	.626	21.784	.000*
R = .629 ^a		R ² = .391		F = 747.543		Sig. = .000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ 39.10 (Adjusted R² = .391) ซึ่งทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลทางบวก โดยทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 เพิ่มขึ้น .786 หน่วย หรือร้อยละ 78.60 และผู้วิจัยสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y' = .680 + .786 (\text{Decision})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Z' = .36(\text{Decision})$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมากซึ่งอาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อาหารคลีนมีรสชาติที่อร่อย สะอาด และถูกสุขอนามัย ส่วนข้อที่น้อยที่สุด ได้แก่ อาหารคลีนมีช่องทางการสั่งซื้อออนไลน์ ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกรับประทานอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ เป็นอีกทางเลือกสำหรับคนรักสุขภาพที่จะเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ดังผลการศึกษาของลัดดาวัลย์ โชคถาวร และขวัญกมล ดอนขวา (2560) ที่พบว่าทัศนคติต่ออาหารคลีนทางบวกโดยอาหารคลีนช่วยให้สุขภาพดีขึ้น รองลงมา คือ อาหารคลีนมีส่วนช่วยในการรักษาสีผิวได้ อาหารคลีนเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ อาหารคลีนมีคุณค่าทางโภชนาการสูง และอาหารคลีนมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ อาหารคลีนมีความน่าสนใจในการซื้อ และอาหารคลีนมีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าอาหารปกติทั่วไป อาหารคลีนมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และอาหารคลีนควรเป็นอาหารที่ปรุงสดใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของณัฏฐพร วัฒนถาวร (2560) ที่พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการบริโภคอาหารคลีนโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยอาหารคลีนไม่ใช่สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น ผงชูรส การรับประทานอาหารคลีนเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายในชีวิตประจำวัน อาหารคลีนใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน เช่น ผักปลอดสารพิษ รู้สึกว่าอาหารคลีนมีรสชาติถูกปาก และอาหารคลีนมีราคาที่ไม่แพงจนเกินไป และสามารถรับประทานได้บ่อย และสอดคล้องกับการศึกษาของรุ่งนภา ชัยธนฤทธิ์ (2563) ที่พบว่า ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และการสั่งอาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งที่เป็นที่นิยม รองลงมา คือ การสั่งอาหารคลีนผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งที่คุ้มค่า, การสั่งอาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งที่ทุกคนปฏิบัติเป็นเรื่องปกติ และการสั่งอาหารคลีนผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นสิ่งจำเป็น

พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากการเลือกรับประทานอาหารคลีนเป็นอีกหนึ่งที่คนรักสุขภาพเลือกรับประทาน และในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นทางเลือกที่สำคัญคนส่วนใหญ่ และบริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ได้รับความนิยมทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย สำหรับธุรกิจร้านอาหารที่ใช้แอปพลิเคชันส่งอาหารออนไลน์เป็นช่องทางส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีความถนัดการใช้เทคโนโลยี และต้องการความสะดวกสบายในการเลือกซื้ออาหารได้หลากหลาย เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปในช่วงที่รัฐบาลออกมาตรการทางกฎหมายเพื่อควบคุม และป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีข้อจำกัดในการเดินทาง และห้ามรับประทานอาหารภายในร้าน ธุรกิจร้านอาหารต้องปรับช่องทางการให้บริการเป็นการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง แอปพลิเคชันส่งอาหารออนไลน์ จึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือธุรกิจร้านอาหาร และให้บริการแก่ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับประทานอาหารตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมในช่วงวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 (จุฑามาศ ศรีรัตน, 2564) อีกทั้งอาหารคลีนเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ได้ เนื่องจากมีร้านที่ให้บริการที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จึงทำให้ผู้บริโภคอาหารคลีนมีพฤติกรรมการบริโภคอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคต้องทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ เพื่อตอบสนองความ

ต้องการของตนเอง (Schiffman and Kanuk, 1994) หรือเพื่อตอบสนองความต้องการตามแนวคิดของความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้า และบริการนั้นตรงกับความต้องการ จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้า และบริการนั้นสูงเกินความคาดหวัง จะทำให้เกิดความประทับใจ (Kotler, 2003) จึงมักจะเลือกซื้ออาหารคลีนจากป้ายที่มีราคาบอกชัดเจนอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ผู้บริโภคที่รับประทานอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ เลือกที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ครบ 5 หมู่ และอาหารคลีนมีราคาถูก และมีส่วนลด สอดคล้องกับการศึกษาของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) พบว่าปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยม และผู้บริโภคมีแนวโน้มมากขึ้นเพื่อต้องการสุขภาพที่ดี อาหารคลีนคงคุณค่าทางอาหาร และฉลากฤตา นันทะสิน (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความต้องการบริโภคอาหารคลีนเนื่องจากเป็นอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุดจึงคงคุณค่าทางโภชนาการที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย

ปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า เพศ การศึกษา และสถานภาพต่างกันมีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องมาจากเพศที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการเลือกรับประทานอาหารที่ต่างกัน โดยเพศหญิงจะมีทัศนคติต่อและพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากกว่าเพศชาย และการศึกษาที่ต่างกันยังมีผลต่อทัศนคติต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารคลีนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนสถานภาพก็มีพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนที่ต่างกันเช่นเดียวกัน เนื่องจากพฤติกรรมของคนโสด และคนมีครอบครัวข้อคำนึงถึงการเลือกรับประทานอาหารจะแตกต่างกันตามบทบาทความรับผิดชอบตนเอง และคนในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของลัดดาวลัย โชคถาวร และขวัญกมลดอนขวา (2560) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารคลีน ซึ่งอาหารคลีนช่วยให้สุขภาพดีมากขึ้น อาหารช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อมได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2562) ที่พบว่า เพศ และการศึกษามีการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.08 ระดับการศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.11 มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 52.97 สถานภาพโสด ร้อยละ 66.76 แสดงให้เห็นว่า เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารคลีน โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่ทำให้คนส่วนใหญ่หันมารักสุขภาพมากยิ่งขึ้น การเลือกรับประทานอาหารคลีน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารคลีนได้ สอดคล้องกับการศึกษาของมลฤดี คำภูมิ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าอายุ รายได้ต่อเดือน เหตุผล ราคา ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของชลดา พันธุ์ประมูล (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารคลีนสำเร็จรูปบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคอาหารคลีนเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เนื่องจากต้องการดูแลสุขภาพ และลดหุ่น

ทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า ทัศนคติมีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งส่งผลทางบวก โดยทัศนคติเพิ่มขึ้น 1 หน่วยมีผลต่อการตัดสินใจ .786 หน่วย หรือร้อยละ 78.60 ทั้งนี้เนื่องมาจากอาหารคลีนเป็นอาหารประเภทอเนกนิส ที่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งน้อยที่สุด มีใยอาหารสูง มีวิตามินเกลือแร่สูง และไขมันต่ำ สอดคล้องกับการศึกษาของพัชรินทร์ สุขเกษม (2561) ศึกษากระบวนการตัดสินใจบริโภคคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนในราคาที่เหมาะสม และมีคุณภาพดี รสชาติอร่อย พลอยไพลิน คำแก้ว (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพเป็นประจำ และสอดคล้องกับการศึกษาของลัดดาวัลย์ โชคถาวร และขวัญมณฑล ตอนขวา (2560) ที่พบว่า ปัจจัยทัศนคติมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนอย่างมีนัยสำคัญ .05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับณัฐภัทร วัฒนถาวร (2560) ที่พบว่าปัจจัยทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก
2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมาก
3. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา และสถานภาพต่างก็มีทัศนคติต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ต่างก็มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ทัศนคติมีผลต่อการบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมซื้ออาหารคลีนรับประทานเพื่อสุขภาพในช่วงระบาศสถานการณ์ของไวรัสโคโรนา 2019 คือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีความรู้ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีเงินเดือนหลัก 10,000 บาทขึ้นไป เพื่อป้องกันโรค และดูแลสุขภาพตัวเอง ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีนจึงควรให้ความสนใจกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้
2. ศึกษาการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคเพื่อสุขภาพในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ควรเน้นการทำอาหารคลีนราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีส่วนลดให้ลูกค้ารสชาติที่อร่อย สะอาด และถูกสุขอนามัย เพื่อมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น
3. ผู้ประกอบการธุรกิจคลีน ควรมุ่งเน้นในการทำการสื่อสารการตลาดถึงผู้ซื้อนั้น ในประเด็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และมีการคงไว้ในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น การปรุงแต่งอาหารให้น้อยที่สุดเน้นธรรมชาติ และให้ความสำคัญในประเด็นคุณค่าทางโภชนาการ และการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในกลุ่มคนอื่น เช่น ผู้สูงอายุ เด็กวัยรุ่น ที่ต้องดูแลเรื่องสุขภาพรูปร่างและตระหนักถึงคุณค่าทางโภชนาการ
2. ศึกษาการส่งเสริมอาหารคลีนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และมีการพัฒนาตำรับอาหารให้หลากหลายเมนู เน้นให้สามารถรับประทานได้ทุกวัย

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และได้รับการสนับสนุนจากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการดำเนินการวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2563). รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประจำวันที่ 19 สิงหาคม 2563 ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน กรมควบคุมโรค. สืบค้นจาก <https://www.mop.go.th>. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2563.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2562). แนวโน้มตลาดอาหารปี 2562 มุ่งเน้นความยั่งยืน ความใส่ใจต่อสุขภาพ และความสะอาดสบาย. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th>. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2563.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, (2561). แนวโน้มอุตสาหกรรมและขนาดตลาดของธุรกิจอาหาร. สืบค้นจาก <https://www.bsc.dip.go.th>. สืบค้นเมื่อ 6 กันยายน 2563.
- จุฑามาศ ศรีรัตน. (2564). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภค ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 4(3) กันยายน-ธันวาคม, 118-128.

- ชลดา พันธุ์ประมูล.(2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารคลีนสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจราชชมงคลพระนคร และการนำเสนอผลงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ “การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล”, 16-17 ธันวาคม 2559 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ณัฐกฤตา นันทะสิน. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารกระแสนวัฒนธรรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 16(29) มกราคม-มิถุนายน, 3-18.
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟิตของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พริมา อัครยุทธ. (2558). *5 เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่กำลังมาแรงและน่าจับตามองในอนาคต*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com>. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2563.
- พลอยไพลิน คำแก้ว. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรินทร์ สุขเกษม (256). *กระบวนการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา การตลาด, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มลฤดี คำภูมิ. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคอาหารคลีนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสาร Southeast Bangkok Journal, 5(2) เดือนมกราคม-เดือนธันวาคม.
- รุ่งนภา ชัยธนฤทธิ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. (2563). *อาหารสมุนไพรเสริมภูมิคุ้มกันในภาวะที่มีการระบาดของโควิด-19*. กลุ่มงานเภสัชกรรม, 1-4.
- ลัดดาวัลย์ โชคถาวร และขวัญกมล ดอนขวา. (2560). *อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา*. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 5(1) มกราคม-เมษายน, 79-91.
- วนพร ทองโณม. (2563). *อาหารเสริมภูมิคุ้มกันในช่วงการแพร่ระบาด Covid-19*. คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://www.rama.mahidol.ac.th>. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2563.
- ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). *ความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 37(4), 686-692.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *โอกาสทำเงิน เกาะกระแสอาหารสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- ศูนย์อำนวยการเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, (2562). *อาหารเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.fic.nfi.or.th>. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2563.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). *สู้ โควิด-19 ไปด้วยกัน คู่มือดูแลตัวเองสำหรับประชาชน*. กระทรวงสาธารณสุข, 24-25.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). สถิติกรุงเทพมหานคร 2562. สืบค้นจาก

<https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/16647/สถิติกรุงเทพมหานคร-2562>

สำนักงานโภชนาการ. (2563). เมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับทุกวัยในช่วงโควิด-19. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 1-5.

World Health Organization Thailand. โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รายงานสถานการณ์โดยองค์การอนามัยโลก(WHO)ประจำประเทศไทย ประจำวันที่ 6 มีนาคม 2563. สืบค้นจาก <https://www.reliefweb.int>. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2563.

Kotler, P. 2003, **Marketing Management**. International Edition, Eleventh Edition, NJ: Prentice Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 1994. **Consumer behavior**. (5th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Wainer, Howard and Braun, Henry I. (1988). Test Validity. NJ: Lawrence Erlbaum.

การพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม

ศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ^{1*} จิตภา สุภามาลา² และ ปัทมปาณี สีสราษ²

รับบทความ 25 มกราคม 2565 แก้ไขบทความ 24 มิถุนายน 2565 ตอรับบทความ 28 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้มของบุคคลทั่วไป ผู้วิจัยได้ทดลองสูตรสบู่จากเศษสบู่เหลือใช้ จำนวน 5 สูตร จากนั้นออกแบบร่างความคิดจำนวน 1 รูปแบบ และกำหนดขนาดภาชนะที่จัดวาง ชนิดผักที่เลือกนำมาแกะสลัก รูปแบบการแกะสลักใบไม้ การแกะสลักดอกไม้ การแกะสลักภาชนะใส่น้ำพริก และสีที่ใช้ในการระบาย เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักสบู่จำนวน 5 คน พิจารณาเลือกสูตรและรูปแบบที่เหมาะสมจากนั้นนำไปพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม นำผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปสำรวจความพึงพอใจของบุคคลทั่วไป จำนวน 100 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการวิเคราะห์พบว่า 1) ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกสบู่สูตรที่ 5 โดยให้เหตุผลว่าเนื้อสบู่ละเอียด เนียน เหนียว นุ่ม แกะได้ง่าย และขึ้นรูปทรงมากที่สุด 2) ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกภาชนะทรงกลมขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางขนาด 8 นิ้ว ชนิดผักที่เลือกนำมาแกะสลัก จำนวน 8 ชนิด ได้แก่ แตงร้าน แตงกวา แครอท มะเขือม่วง มะเขือเสวย มะเขือไข่เต่าขมิ้นขาว ถั่วฝักยาว รูปแบบการแกะสลักใบไม้ เลือกใบไม้เขาร่อง และรูปแบบใบไม้ฉลุ รูปแบบการแกะสลักดอกไม้ เลือกดอกไม้ชั้นเดียว ดอกซ้อนสลับและดอกทรงยาว รูปแบบการแกะสลักภาชนะใส่น้ำพริก เลือกภาชนะแบบมีฝา สีที่ใช้ในการระบายสีสบู่ เลือกสีย้อมผ้าบาติก 3) ความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม พบว่าด้านผลิตภัณฑ์พึงพอใจความสวยงามของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.82 ด้านวัสดุ พึงพอใจความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.74 ด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอยพึงพอใจใช้เป็นของที่ระลึกอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.90

คำสำคัญ: ผักเครื่องจิ้ม; แกะสลักสบู่; ของที่ระลึก

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

² นักศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

* ผู้ประสานงานหลัก: ไพรชญ์ยิเล็กทรอนิกส์ Sakkarin.ho@rmutp.ac.th

Development of Souvenirs from Soap Carving as Dipping Vegetables

Sakarin Honglattanaworakit^{1*} Jidapa Supamala² and Pattamapanee Seesuiad²

Received 25 January 2022; Revised 24 June 2022; Accepted 28 June 2022

Abstract

The objectives of this research are to study the Development of Souvenirs from Soap Carving as Dipping Vegetables. the researcher aimed to investigate the target group's satisfaction on Souvenirs from Soap Carving as Dipping Vegetables. The researcher examined five methods of soap making from plentiful soaps, and then the researcher designed one drafting of soap carving method and determined the size of container for containing carved-soap, types of vegetable, patterns of leaf, patterns of flower, dipping sauce container, and dyeing colors. Then these aforementioned details of soap carving were considered by five experts, and they chose the method of soap making and overall patterns for developing of a carved-soap product as a souvenir adapting the technique of dipped-vegetable carving. After that the products were the instrument for observing target's group satisfaction amount 100 participants. The data were analyzed as means, percentage, and standard deviation. The results revealed that. Most experts have chosen the soap type no.5, given that soap texture is fine, smooth, sticky. The Almost of experts chose the 8 inches diameter of sphere containers. The vegetables that were chosen for carving were long cucumbers, cucumbers, carrots, eggplants, Thai eggplants, white eggplants, white turmeric, and long beans. For the leaves-carving, the patterns of leaves were grooving and stencil. The patterns of flowers-carving were single layer flower pattern, alternating flower pattern, and long-shaped flower pattern. Along with the pattern of container-carving for chilling paste was the container with lid pattern, and the colors for soap painting was batik dyeing color. The satisfaction level of the target group toward the product, The highest level of an average of 4.82 for the elegance of the product. The creativity of the materials is at the highest level of an average of 4.74. The value and utility of the product for a souvenir are at the highest level with an average of 4.90.

Keywords: Vegetable Dip; Soap Carving; Souvenirs

¹ Lecturer, Faculty of Home Economics at Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² Student, Faculty of Home Economics at Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* Corresponding Author : E-mail: Sakkarin.ho@rmutp.ac.th

บทนำ

ประเทศไทยถือเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวจากการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งก่อให้เกิดรายได้กับประเทศจากการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยส่วนหนึ่งมาจากธุรกิจ สินค้าที่ระลึกประเภทศิลปหัตถกรรมซึ่งเป็นสินค้าเพื่อเน้น การเตือนความทรงจำหรือเพื่อระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน และมีการซื้อกลับไปยังภูมิลำเนาของตนโดยสินค้าที่ระลึกประเภทงานหัตถกรรมเกิดขึ้นจากภูมิปัญญาของคนในการประดิษฐ์สิ่งของที่ทำขึ้นจากฝีมือคน โดยปราศจากเครื่องจักรจึงส่งผลทำให้งานหัตถกรรมที่เกิดขึ้นมีรูปแบบลวดลายและสีสันที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น โดยมีผลมาจากวัตถุดิบ หรือวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตส่งผลทำให้งานหัตถกรรมมีความต้องการในเชิงพาณิชย์เพิ่มขึ้นตามลำดับ (อภิญญา ศักดาศิริรัตน และอดิสร ลอพนันธุ์สกุล, 2558)

ธุรกิจด้านอาหารไทยได้รับเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วโลก และยุทธศาสตร์ของรัฐบาลที่ส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลกทำให้โรงแรม ภัตตาคาร หรือร้านอาหารไทยต้องมีการแข่งขันกัน นอกจากอาหารจะอร่อยเลิศรสแล้วยังต้องมีการจัดตกแต่งจานอาหารหรือโต๊ะอาหาร (จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และนิธิยา รัตนพานนท์, 2558) เครื่องจิ้ม ถือเป็นข้าวของไทยประเภทหนึ่ง ที่อยู่คู่สำรับมาช้านาน เครื่องจิ้มเป็นอาหารที่คนไทยชอบรับประทาน ได้แก่ น้ำพริกกะปิ น้ำพริกมะม่วง กะปิควั แสร้งว่า เต้าเจี้ยวหลนและน้ำปลาหวาน เป็นต้น เครื่องจิ้มนี้จะรับประทานกับผักสดและผักสุก ผักสด ได้แก่ มะเขือ แตงกวา ผักบุ้ง ขมิ้นขาว ผักสุกได้แก่ หน่อไม้ลวก มะเขือยาวเผา หรือซุบไข่ทอด ซะอมทอด เป็นต้น (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2559) การแกะสลักผักเครื่องจิ้มควรเลือกลวดลาย หรือวิธีการแกะสลักที่สามารถรับประทานได้ง่ายขนาดหรือชิ้นที่ไม่ใหญ่เกินไป แต่ถ้าเป็นผักขนาดใหญ่ก็ควรแกะสลักให้มีกลีบขนาดเล็ก สามารถหักกลีบรับประทานได้ การจัดวางผักเครื่องจิ้มควรจัดวางซ้อนกันจากส่วนในใกล้กับภาชนะใส่น้ำพริกไล่เรียงมาจนถึงส่วนนอก และไล่เรียงขนาดจากชิ้นใหญ่ไปหาชิ้นเล็กเพื่อสะดวกเวลาหยิบรับประทาน และเมื่อหยิบรับประทานแล้วจะไม่เสียรูปทรง (คณินิจ กัณหะกาญจนะ, 2554)

การแกะสลักสมุนไพรเป็นงานสร้างสรรค์พัฒนาวิธีการมาจากการปอกควั่น และการแกะสลักผลไม้ โดยปรับเปลี่ยนจากผักผลไม้มาเป็นสมุนไพรที่สามารถเก็บผลงานไว้ชื่นชม ให้เกิดความสุขได้เนิ่นนานกว่าผลงาน ที่ประดิษฐ์จากผัก ตลอดจนสมุนไพรเป็นวัสดุที่มีกลิ่นหอมหลากหลาย กลิ่นสามารถเลือกได้ตามความชอบของผู้สร้างสรรคงานสามารถหยดกลิ่นอื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติในการผ่อนคลายความตึงเครียดได้อีกด้วย (ภัทรารุช ทองแถม, ม.ป.ป.) สมุนไพรสำหรับงานแกะสลักมีหลากหลาย และหลายกลิ่นด้วยคุณสมบัติของสมุนไพรต้องมีเนื้อนิ่มและความเหนียวของเนื้อสมุนไพรของการแกะสลักสมุนไพรมีหลากหลาย เช่น แกะสลักสมุนไพรเป็นดอกไม้ นกยูง ปลา บรรจุกรอบรูปขนาดใหญ่ พานพุ่ม กระถางลอย ผอบ เป็นต้น (บุรินทร์ภัทร ชวงศ์, 2553)

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นเครื่องจิ้มรับประทานคู่กับผักสด ซึ่งผักสดที่นำมารับประทานจะมีการแกะสลักอย่างสวยงามจนเป็นเอกลักษณ์ของไทย และในท้องตลาดยังไม่มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นงานแกะสลักผักเครื่องจิ้ม ประกอบกับผู้วิจัยมีความชื่นชอบในการแกะสลักและมีอาชีพเสริมโดยการแกะสลักสมุนไพร โดยสมุนไพรที่นำมาแกะส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรที่สำเร็จรูปหรือมีจำหน่ายในท้องตลาดเมื่อแกะเป็นชิ้นงานสำเร็จจะมีเศษสมุนไพรเหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงคิดที่จะนำเศษสมุนไพรที่เหลือทิ้งมาหลอมเป็นก้อนใหม่และนำมาจำลองงานแกะสลักผักเครื่องจิ้ม เพื่อใช้เป็นของที่ระลึกอีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในงานแกะสลักนำไปพัฒนาต่อยอดความรู้สร้างผลิตภัณฑ์ และเพื่ออนุรักษ์งานศิลปวัฒนธรรมของชาติให้คงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

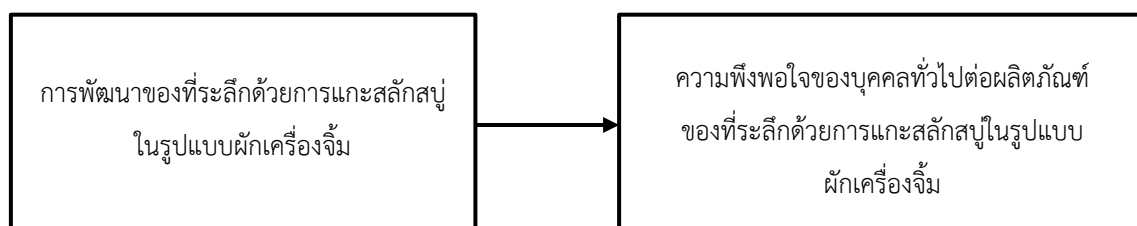
1. เพื่อศึกษาการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้มของบุคคลทั่วไป

ทั่วไป

ขอบเขตการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหาที่จะศึกษา ศึกษาค้นคว้าข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับผักเครื่องจิ้ม ข้อมูลเกี่ยวกับสบู่ ข้อมูลการแกะสลักสบู่ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไป จำนวน 100 คน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ซึ่งได้ใช้สูตรการผลิตสบู่จากเศษสบู่เหลือใช้ของอัมพรณ แสตรัมย์ (2552) มาใช้เป็นสูตรมาตรฐานขั้นต้นของการผลิตสบู่สำหรับการศึกษา

ตารางที่ 1 ส่วนผสมสูตรสบู่ตั้งต้น

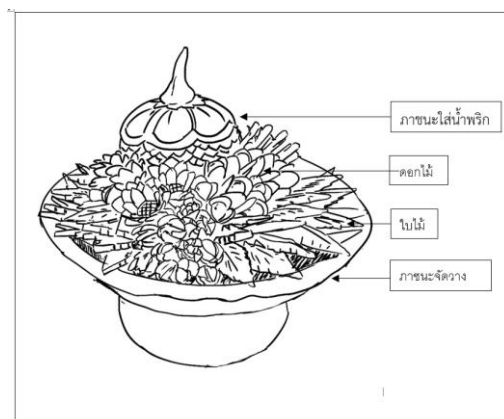
วัตถุดิบ	ปริมาณ (กรัม)
1. เศษสบู่ดำละเอียด	300
2. น้ำสะอาด	700
3. กลีเซอรีนใส	100
4. หัวน้ำหอมสมุนไพร (กลิ่นตะไคร้ กลิ่นมะกรูด และกลิ่นมะนาว)	10

ผู้วิจัยได้ทดลองสูตรสบู่ตามขั้นตอนของอัมพรณ แสตรัมย์ (2552) โดยใช้เศษสบู่สีขาว และไม่ได้ใส่ส่วนผสมที่เป็นหัวน้ำหอมสมุนไพรเพราะว่าสบู่ที่นำมาใช้มีกลิ่นหอม เพราะกลิ่นสมุนไพรไม่เหมาะกับผักเครื่องจิ้ม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองสูตรสบู่สำหรับงานแกะสลัก จำนวน 5 สูตร โดยการลดและเพิ่มน้ำสะอาดเพราะเศษสบู่สามารถละลายได้ดีในน้ำ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงอัตราส่วนของสูตรสบูจากเศษสบูเหลือใช้

สูตรที่	ปริมาณเศษสบู (กรัม)	ปริมาณน้ำ (กรัม)	ปริมาณกลีเซอริน (กรัม)
1	300	300	100
2	300	500	100
3	300	700	100
4	300	900	100
5	300	1,100	100

ออกแบบร่างความคิดผลิตภัณฑ์ผักเครื่องจิ้มด้วยเทคนิคการแกะสลักสบูเพื่อเป็นของที่ระลึก ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบูในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม จำนวน 1 รูปแบบ ทั้งนี้การเลือกตัวอย่างในการศึกษาใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักสบูจำนวน 5 คน



ภาพที่ 2 ภาพร่างความคิดผลิตภัณฑ์ผักเครื่องจิ้มด้วยเทคนิคการแกะสลักสบูเพื่อเป็นของที่ระลึก

เครื่องมือที่ใช้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อใช้ในการสำรวจความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบูในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ดังนี้

1. สูตรของสบูที่เหมาะสมในการนำมาพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบูในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม
2. วิธีการแกะสลักสบูในรูปแบบผักเครื่องจิ้มเหมาะสม ได้แก่ ขนาดของภาชนะทรงกลมที่ใช้จัดวางโดยมีเส้นผ่านศูนย์กลาง ได้แก่ ขนาด 6 นิ้ว ขนาด 8 นิ้ว และขนาด 10 นิ้ว ชนิดผักที่เลือกนำมาแกะสลัก ได้แก่

แตงกวา แตงร้าน มะเขือเปราะ มะเขือเสวย มะเขือส้มม่วง มะเขือไข่เต่า ถั่วฝักยาว มะระขี้นก กะหล่ำปลี รูปแบบการแกะสลักใบไม้ ได้แก่ ใบไม้ไม่เขี้ยวร่อง ใบไม้เขี้ยวร่อง และใบไม้ฉลุ รูปแบบการแกะสลักดอกไม้ ได้แก่ ดอกกลีบซ้อน สลับ ดอกชั้นเดียว ดอกไม้กลีบซ้อน ดอกทรงยาว รูปแบบการแกะสลักผักชีน้ำฝรั่ง ได้แก่ ผักชีแบบมีฝัก ผักชีแบบไม่มีฝัก และสีที่ใช้ในการระบาย ได้แก่ สีผสมอาหาร สีย้อมดอกไม้สีเขียนผ้าบาติกสีน้ำมัน และสีโปสเตอร์

2. ศึกษาความพึงพอใจต่อการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบูในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ศึกษาครอบคลุมใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านวัสดุ ด้านคุณค่า และประโยชน์ใช้สอย เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดย

ศึกษากับบุคคลทั่วไปโดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านการแกะสลักสบู่ ในการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม

1.1 สูตรการผลิตสบู่สำหรับการแกะสลักที่เหมาะสม สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สบู่สูตรที่ 5 ปริมาณเศษสบู่ 300 กรัม ปริมาณน้ำ 1,100 กรัม ปริมาณกลีเซอรีน 100 กรัม มีความเหมาะสมสำหรับการแกะสลัก โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นไว้ว่า เนื้อสบู่ละเอียด เนียน เหนียว นุ่ม แกะได้ง่าย และขึ้นรูปทรงมากที่สุด

1.2 วิธีการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้มที่เหมาะสม

1.2.1 ด้านขนาดของภาชนะจัดวาง สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าขนาดที่มีความเหมาะสมที่จะจัดวางควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางขนาด 8 นิ้ว เนื่องจากขนาดไม่ใหญ่หรือเล็กจนเกินไปเหมาะสมที่จะใช้เป็นของที่ระลึก และทำให้มองเห็นความสวยงามของสบู่แกะสลักได้อย่างชัดเจน

1.2.2 ด้านชนิดผักที่เลือกนำมาแกะสลัก สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ได้เลือกผักจำนวน 7 ชนิด แต่มีผักที่มีจำนวนการเลือกเท่ากันจึงได้ผักเครื่องจิ้ม 8 ชนิด ดังนี้ แตงร้าน แตงกวา แครอท มะเขือม่วง มะเขือเสวย มะเขือไข่เต่า ขมิ้นขาว ถั่วฝักยาว เนื่องจากมีความแกะง่าย มีสีสันทึบสวยงามและเหมาะสมสำหรับที่จะจัดในผักเครื่องจิ้ม

1.2.3 ด้านรูปแบบการแกะสลักใบไม้ สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือก รูปแบบใบไม้เขาะร่อง และรูปแบบใบไม้ฉลุ โดยให้เหตุผลว่า มีความเหมาะสมกับชนิดผักที่นำมาใช้แกะสลัก เหมาะสมกับการแกะสลักบนวัสดุเกือบทุกชนิดทำให้เห็นลวดลายของใบไม้ได้เด่นชัด มีความอ่อนหวาน มีเทคนิคการไล่สีสันทึบสวยงาม

1.2.4 ด้านรูปแบบการแกะสลักดอกไม้ สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ารูปแบบดอกไม้ชั้นเดียวดอกซ้อนสลักและดอกทรงยาว โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความคิดเห็นว่า การจัดชุดผักเครื่องจิ้มควรมีรูปแบบดอกที่แตกต่างกันไปมีทั้งรูปแบบทรงยาว และทรงเตี้ยเพื่อให้การจัดออกมาแล้วมีรูปแบบผักหลากหลายชนิด

1.2.5 ด้านรูปแบบการแกะสลักภาชนะใส่ผัก สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือกภาชนะแบบมีฝา โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความคิดเห็นว่า เป็นรูปทรงที่เหมาะสมที่จะแกะสลักเป็นผอบ ฝาบ้นผอบจะทำให้ตัวผอบไม่โล่งเกินไป และยังทำให้ผอบมีความสวยงามมากขึ้น

1.2.6 ด้านสีที่นำมาใช้ในการระบายสีสบู่ สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน มีความเห็นว่า สีย้อมผ้าบาติก มีความเหมาะสมที่จะนำมาระบายผักเครื่องจิ้มด้วยเทคนิคการแกะสลักสบู่มากที่สุด โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นไว้ว่า สีติดทนนานและซึมเข้าเนื้อสบู่ได้ดี อีกทั้งสีจะไม่ซีดจางเมื่อถูกความร้อนหรือแสงแดด และสามารถเล่นสีอ่อน-เข้มได้

1.3 การประดิษฐ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม

 1. การแกะสลักแตงกวา (ใบไม้เข้ระร่ง)	 2. การแกะสลักแครอท (ใบไม้ฉลุ)	 3. การแกะสลักมะเขือม่วง (ดอกชั้นเดียว)
 4. การแกะสลักมะเขือไข่เต่า (ดอกชั้นเดียว)	 5. การแกะสลักมะเขือเสวย (ดอกชั้นเดียว)	 6. การแกะสลักแตงร้าน (ดอกไม้กลีบซ้อนสลับ)
 7. การแกะสลักขมิ้นขาว (ดอกทรงยาว)	 8. การแกะสลักถั่วฝักยาว (แกะสลักทรงยาว)	 9. การแกะสลักฟักทอง (ภาชนะแบบมีฝา)



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม

1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม
ของบุคคลทั่วไป

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48 ส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42 ช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13 ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 10 และช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58 ระดับ ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 25 ระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 9 ระดับมัธยมตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 6 และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 2 อาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 45 อาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 19 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 14 และอาชีพลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 7 รายได้/เดือนส่วนใหญ่มีรายได้/เดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39 รายได้/เดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 รายได้/เดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16 รายได้/เดือน 10,001-20,000 บาท และ รายได้/เดือน 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8 และรายได้/เดือน 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านวัสดุ ข้อมูลด้านคุณค่า และประโยชน์ใช้สอย

ตารางที่ 3 ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์	S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. ขนาด/สัดส่วนของผลิตภัณฑ์	0.43	4.76	มากที่สุด
2. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	0.39	4.82	มากที่สุด
3. สีสันทของผลิตภัณฑ์	0.42	4.78	มากที่สุด
4. ความเหมือนจริงของผลิตภัณฑ์	0.44	4.74	มากที่สุด
5. รูปแบบการจัดผลิตภัณฑ์	0.53	4.72	มากที่สุด
รวม	0.44	4.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ ดังนี้ อันดับที่ 1 ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 2 สีสันทของผลิตภัณฑ์อันดับที่ 3 ขนาด/สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 4 ความเหมือนจริงของผลิตภัณฑ์ และอันดับสุดท้ายรูปแบบการจัดผลิตภัณฑ์ที่ค่าเฉลี่ย 4.82 4.78 4.76 4.74 และ 4.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ด้านวัสดุ

ด้านวัสดุ	S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. วัสดุมีความเหมาะสม	0.54	4.56	มากที่สุด
2. วัสดุมีความน่าสนใจ	0.54	4.52	มากที่สุด
3. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	0.44	4.74	มากที่สุด
4. อายุการใช้งาน	0.66	4.15	มาก
5. กลิ่นของสบู่	0.71	4.41	มากที่สุด
รวม	0.58	4.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ด้านวัสดุ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ อยู่ในระดับมาก 1 ดังนี้ อันดับที่ 1 ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อันดับที่ 2 วัสดุมีความเหมาะสม อันดับที่ 3 วัสดุมีความน่าสนใจ อันดับที่ 4 กลิ่นของสบู่ และอันดับสุดท้าย อายุการใช้งาน ที่ค่าเฉลี่ย 4.74 4.56 4.52 4.41 และ 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย

ข้อมูลด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. สื่อถึงศิลปะและวัฒนธรรมไทย	0.38	4.83	มากที่สุด
2. กระบวนการประดิษฐ์สืบทอดภูมิปัญญาไทย	0.50	4.74	มากที่สุด
3. ใช้เป็นของที่ระลึก	0.30	4.90	มากที่สุด
4. ใช้ตกแต่งสถานที่	0.54	4.58	มากที่สุด
5. ใช้เป็นสื่อการเรียนการสอน	0.59	4.64	มากที่สุด
รวม	0.46	4.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ด้านคุณค่า และประโยชน์ใช้สอย โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.74 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านคุณค่า และประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ ดังนี้ อันดับที่ 1 ใช้เป็นของที่ระลึกอันดับที่ 2 สื่อถึงศิลปะ และวัฒนธรรมไทย อันดับที่ 3 กระบวนการประดิษฐ์สืบทอดภูมิปัญญาไทยอันดับที่ 4 ใช้เป็นสื่อการเรียนการสอน และอันดับสุดท้าย ใช้ตกแต่งสถานที่ ที่ค่าเฉลี่ย 4.90 4.83 4.74 4.64 และ 4.58 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม สามารถสรุป และอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. การพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม พบว่า

1.1 สูตรการผลิตสบู่สำหรับการแกะสลักที่เหมาะสม ผู้วิจัยได้ทดลองสูตรสบู่จากเศษสบู่เหลือใช้ จำนวน 5 สูตร เพื่อเศษสบู่เหลือใช้จำนวนมากมาหลอมรวมเป็นก้อนใหม่เพื่อใช้ในการแกะสลักผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม โดยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้ สูตรสบู่ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือก สูตรที่ 5 มีความเหมาะสมที่จะนำมาแกะสลักเป็นผักเครื่องจิ้มมากที่สุด โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นไว้ว่า เนื้อสบู่ละเอียด เนียน นุ่ม แกะได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ บุรินทร์ภัทร ชวงศ์ (2553) กล่าวว่า สบู่สำหรับงานแกะสลักควรมีคุณสมบัติเนื้อนุ่มและมีความเหนียวของเนื้อสบู่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และอุดมเดชา พลเยี่ยม (2555) การพัฒนาสบู่สำหรับใช้ในงานแกะสลักแทนผักและผลไม้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในงานหัตถกรรมไทย กล่าวว่า สบู่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของสบู่ด้านความนุ่ม ความเหนียวของสบู่ซึ่งสามารถแกะสลักลดลายต่าง ๆ ได้ง่าย ขึ้นงานมีความประณีตไม่หักง่าย

1.2 วิธีการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้มที่เหมาะสม ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิธีการแกะสลักสบู่เป็นผักเครื่องจิ้ม และเสนอผู้เชี่ยวชาญให้พิจารณา เลือกขนาดของภาชนะที่ใส่ชิ้นงาน ชนิดผักต้นแบบที่นำมาแกะสลัก รูปแบบการแกะสลักประเภทใบไม้ รูปแบบการแกะสลักประเภทดอกไม้ รูปแบบการแกะสลักภาชนะ และสีที่ใช้การระบายสี เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักเครื่องจิ้มด้วยเทคนิคการแกะสลักสบู่เพื่อเป็นของที่ระลึก โดยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้ ขนาดของภาชนะที่ใส่ชิ้นงาน ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือกภาชนะทรงกลมขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 8 นิ้ว โดยให้เหตุผลว่า ขนาดที่มีความเหมาะสมที่จะจัดใส่ในสำหรับ ควรมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 8 นิ้ว มีขนาดที่พอเหมาะไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป ชนิดผักต้นแบบที่นำมาแกะสลัก ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือก ผักจำนวน 8 ชนิด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักเครื่องจิ้มด้วยเทคนิคการแกะสลักสบู่ ดังนี้ แตงร้าน แตงกวา แครอท มะเขือม่วง มะเขือเสวย มะเขือไข่เต่า ขมิ้นขาว ถั่วฝักยาว โดยให้เหตุผลว่า มีสีสันทที่สวยงาม และแตกต่างกัน เหมาะสมสำหรับที่จะจัดในผักเครื่องจิ้มเพื่อให้มีสีที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับ คณินิจ กันทะกาญจน์ (2554) ได้กล่าวว่า การเลือกผักเครื่องจิ้ม ควรเลือกใช้ผักที่มีสีสันทหลากหลาย เพื่อให้การจัดวางดูสวยงาม รูปแบบการแกะสลักประเภทใบไม้ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือก รูปแบบใบไม้เขาร่องและรูปแบบใบไม้ฉลุ โดยให้เหตุผลว่า มีความเหมาะสมกับชนิดผักที่นำมาใช้แกะสลัก เหมาะสมกับการแกะสลักบนวัสดุเกือบทุกชนิดทำให้เห็นลวดลายของใบไม้ได้เด่นชัด มีความอ่อนหวาน รูปแบบการแกะสลักประเภทดอกไม้ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือก รูปแบบดอกไม้ชั้นเดียวดอกซ้อนสลับและดอกทรงยาว โดยให้เหตุผลว่า ลักษณะกลีบดอกชั้นเดียว เหมาะสมกับการแกะสลักด้วยมะเขือ กลีบดอก แกะง่ายและเมื่อนำมาจัดรวมกับผักชนิดอื่น จะดูมีความแตกต่างเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ดอกไม้ลักษณะกลีบดอกซ้อนสลับ เหมาะสมกับการแกะสลักด้วยแตงกวาหรือแตงร้านเพราะจะมีความสวยงามเหมือนดอกไม้ธรรมชาติ ดอกไม้ลักษณะกลีบซ้อนสามารถนำสบู่มาแกะสลักให้เป็นดอกไม้ที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเมื่อระบายสีเสร็จแล้วมีมิติใช้การมองที่ชัดเจน และดอกไม้ลักษณะทรงยาว สามารถนำผักประเภท หัวมาแกะสลักเป็นดอกไม้ที่มีรูปทรงแบบยาวได้ เพื่อให้ผักเครื่องจิ้มมีลักษณะที่สวยงามน่ารับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทธารุท ทองแย้ม (2545) ได้กล่าวว่า แตงกวาและแตงร้านนิยมนำมาแกะสลักดอกไม้ ใบไม้ มะเขือชนิดต่าง ๆ นิยมนำมาแกะสลักดอกไม้และใบไม้ แครอท นิยมนำมาแกะสลักดอกไม้และ

ใบไม้ รูปแบบการแกะสลักภาชนะ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือก ภาชนะประเภทหม้อ โดยให้เหตุผลว่า เหมาะสมกับการแกะสลักผักที่มีลักษณะเป็นผลกลมด้านในกลวงและสามารถทำเป็นผักเครื่องจิ้มได้ เช่น พักทอง น้ำเต้า และสั้ที่ใช้การระบายสี ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือก สีส้มผ้าบาติก ในการนำมาระบายสีขนมมงคลไทย ด้วยเทคนิคการแกะสลักสับ โดยให้ความเห็นไว้ว่า สีสดทนนานไม่ซีดจางเมื่อถูกความร้อนหรือแสงแดด สีสดใส ซึมเข้าเนื้อสับได้ดี และสามารถเล่นสีอ่อน-เข้มได้

2. ศึกษาความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสับในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านวัสดุ ข้อมูลด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอย โดยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.82 ทั้งนี้เนื่องจากจากการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสับในรูปแบบผักเครื่องจิ้มเป็นการจำลองการแกะสลักเครื่องจิ้มของสดโดยการนำสับมาแกะสลักทดแทน มีการแกะสลักลวดลายและระบายสีให้มีลักษณะเช่นเดียวกับของสด ดังนั้นจึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามจึงมีความพึงพอใจในความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราพร ใจกระจ่าง และคณะ (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า ผลิตภัณฑ์ควรจะให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เน้นความสวยงาม คุณภาพดี ความมีคุณค่าในตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัญญา จันทกุล และคณะ (2561) ได้ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์สับแกะสลักพบว่า ผลิตภัณฑ์สับแกะสลักมีความอ่อนช้อย พลั้วไหวดูเป็นธรรมชาติ

2.2 ด้านวัสดุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจใน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.74 ทั้งนี้เนื่องจากจากการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสับในรูปแบบผักเครื่องจิ้มเป็นการนำสับที่มีกลิ่นหอม นำมาแกะสลักให้มีลักษณะลวดลายรูปแบบเช่นเดียวกับการแกะสลักผักเครื่องจิ้ม แล้วนำมาระบายสีให้เสมือนจริง มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาดซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรารุช ทองแย้ม (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การแกะสลักสับสามารถเก็บผลงานไว้ชื่นชมให้เกิดสุนทรีย์ได้เนิ่นนานกว่าผลงานที่ประดิษฐ์จากผักตลอดจนสับเป็นวัสดุที่มีกลิ่นหอมหลากหลาย กลิ่นสามารถเลือกได้ตามความชอบของผู้สร้างสรรค์งาน สามารถหยุดกลิ่นอื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติในการผ่อนคลายความตึงเครียดได้

2.3 ด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้เป็นของที่ระลึกอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.90 ทั้งนี้เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ผักเครื่องจิ้มด้วยเทคนิคการแกะสลักสับมีขนาดรูปร่างที่เหมาะสม มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย เหมาะที่จะใช้เป็นของที่ระลึกสำหรับชาวต่างชาติที่มาเที่ยวประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัญญา จันทกุล และคณะ (2561) ได้ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์สับแกะสลักพบว่า ด้านคุณค่าและประโยชน์ใช้สอยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเหมาะสมในการเป็นของขวัญของที่ระลึกอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์สับแกะสลักเพื่อเป็นของขวัญของที่ระลึกเป็นการนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรม และของที่ระลึกเป็นการหยิบบรรยากาศให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อแสดงความรู้สึ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาของที่ระลึกด้วยการแกะสลักสบู่ในรูปแบบผักเครื่องจิ้ม ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารธุรกิจคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และให้คำปรึกษา ตลอดจนข้อคิดต่าง ๆ อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษา ค้นคว้า และเป็นแนวทางในการจัดทำวิจัยเล่มนี้จนสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). *วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา*. กรุงเทพฯ : บริษัทรุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด.
- คณินิจ กัญหะกาญจนะ. (2554). *ศิลปะการแกะสลักผักและผลไม้*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และนิธิยา รัตนพานนท์. (2558). *เทคโนโลยีการแกะสลักผักและผลไม้*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และอุดมเดช พลเยี่ยม (2555) *การพัฒนาสบู่สำหรับใช้ในงานแกะสลักแทนผักและผลไม้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในงานหัตถกรรมไทย*. รายงานการวิจัย คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ณภัทร ทองแย้ม. (ม.ป.ป.). *การปอก คว้าน และการแกะสลักผลไม้*. กรุงเทพฯ : เซเวนพรีนติ้ง.
- บุรินทร์ภัทร ชวงค์. (2553). *การแกะสลักสบู่ ประดิษฐ์กรรมด้วยปลายมีด*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ภัทรารุช ทองแย้ม. (2545) *การแกะสลักและจัดผักเครื่องจิ้ม*. กรุงเทพฯ : บริษัทนาคา อินเตอร์มีเดีย จำกัด.
- สุกัญญา จันทกุล และคณะ (2561). การออกแบบผลิตภัณฑ์สบู่แกะสลัก. *วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย*, 12(2), 43-56.
- อภิญา ศักดาศิริโรจน์ และอดิสร ลออ่อนสุกุล. (2558). แนวทางการพัฒนารูทจิ้นค้าที่ระลึกประเภทงานหัตถกรรมไทยในบริบทการท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 9(1), 30-36.
- อัมพรณ แสตรัมย์. (2552). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่แกะสลักกลิ่นสมุนไพรจากเศษสบู่เหลือใช้เพื่อเป็นสินค้า OTOP ชุมชน ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์*. สารนิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อิศราพร ใจกระจ่าง สาวิตรี มุณีศรี สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ สุภาพร ไชยรัตน์ และสุพัตรา คำแหง. (2559). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัด นครศรีธรรมราช. *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7*, 23 มิถุนายน 2559 มหาวิทยาลัย หาดใหญ่.

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับวารสารวิชาการและวิจัย
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารเชิงวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานวิชาการทางด้านศึกษาศาสตร์ ภาษาและภาษาศาสตร์ ไทยศึกษา วรรณคดี สารสนเทศศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ การบัญชีและการบริหารธุรกิจ ของคณาจารย์ นักวิจัย ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย รวมถึงเป็นการส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการต่อไป

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน)

ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

ข้อกำหนดและระเบียบการตีพิมพ์

1. ผลงานที่ส่งมาต้องเป็นผลงานวิจัยที่ไม่เคยตีพิมพ์ หรืออยู่ในระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นเมื่อได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์ หากตรวจสอบพบว่า มีการตีพิมพ์ซ้ำซ้อนถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว
2. บทความที่ผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการเพื่อขอตีพิมพ์จะได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิถือเป็นสิ้นสุด
3. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารฯ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
4. กรณีผู้เขียนเป็นนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา บทความที่ส่งตีพิมพ์ ต้องผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำเสนอบทความ
5. เนื้อหาข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่อง เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่มีส่วนรับผิดชอบใด ๆ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว
6. การส่งต้นฉบับบทความ ให้ผู้เขียนส่งต้นฉบับบทความพร้อมกรอกรายละเอียดใน “แบบฟอร์มการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร” ให้ครบถ้วน หากไม่มีแบบฟอร์มนำส่งบทความจะขอสงวนสิทธิ์ในการรับพิจารณาบทความจากกองบรรณาธิการ

การจัดรูปแบบต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์

1. บทความที่ส่งพิจารณาเพื่อตีพิมพ์มีความยาวระหว่าง 10-15 หน้า พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาด A4 ตั้งค่านำกระดาษ และระยะขอบ ดังนี้

ระยะขอบบน	2.50 ซม.	ระยะขอบล่าง	2.00 ซม.
ระยะขอบซ้าย	2.00 ซม.	ระยะขอบขวา	2.00 ซม.
หัวกระดาษ	1.25 ซม.	ท้ายกระดาษ	1.25 ซม.
2. การพิมพ์บทความ ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word รูปแบบตัวอักษรทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ในส่วนของเนื้อหา

คำแนะนำการเขียนส่วนประกอบของบทความ มีดังนี้

1. บทความวิจัย (Research article) เป็นบทความที่ได้มาจากการวิจัย ประกอบด้วย

ก. ส่วนปก

1. **ชื่อบทความ (Title)** ใช้อักษรแบบ TH SarabunPSK ขนาด 18 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรกระชับ ครอบคลุมเนื้อหา
2. **ชื่อผู้เขียน (Authors)** ใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้ระบุชื่อ-นามสกุลของผู้เขียนโดยไม่ต้องใส่คำนำหน้า นามสกุล ใส่ตัวเลขยกไว้บนนามสกุลของผู้เขียนตามลำดับ (ไม่เกิน 3 คน) และระบุตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด พร้อมไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประสานงานหลักไว้ที่เชิงอรรถ (อักษรขนาด 12 ปกติ) ตามลำดับ ทั้งนี้ให้ใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) กำหนดเป็นตัวยกกำกับท้ายตัวเลขของผู้ประสานงานหลัก และระบุไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ของผู้ประสานงานหลัก ตัวอย่างเช่น

ชื่อเรื่องบทความวิจัยภาษาไทย

กณรัชสา จารุจินดา^{1*} และ พรกนก ศรีงาม²

บทคัดย่อ

(เนื้อหาบทคัดย่อ)

คำสำคัญ: เฉพาะภาษาไทย เป็นคำที่สามารถใช้ในการสืบค้นในระบบฐานข้อมูล ประมาณ 3-5 คำ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

² อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

* ผู้ประสานงานหลัก : punrachasa.j@rmutp.ac.th

3. **บทคัดย่อ (Abstract)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่ควรเกิน 300 คำ ควรครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ วิธีการ ผลวิจารณ์ และข้อสรุป เป็นต้น (ขนาด 14 ตัวปกติ)
4. **คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ กำหนดเป็นคำสำคัญของชื่อเรื่องวิจัยเพื่อใช้สืบค้นในฐานข้อมูล 3-5 คำ(ขนาด 14 ตัวปกติ)

ข. ส่วนเนื้อหา

1. **บทนำ (Introduction)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา อธิบายความสำคัญ สาเหตุที่มาของปัญหาการวิจัยรวมถึงทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 2. **วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา เป็นการชี้แจงถึงจุดมุ่งหมายของการศึกษา (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 3. **กรอบแนวคิด (Research Framework)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ชี้แจงถึงความเชื่อมโยงตัวแปรต้นกับตัวแปรตามในการวิจัย (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 4. **วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา อธิบายเครื่องมือ วิธีการทดลองและวิธีการดำเนินการวิจัยให้ชัดเจน (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 5. **ผลการวิจัย (Results)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา บรรยายผลการวิจัย เสนอผลการทดลองให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หากมีภาพ แผนภาพ แผนภูมิ ตารางที่เกี่ยวข้องใส่ลงในส่วนของผลการวิจัยด้วย (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 - 5.1 กรณีมีรูปแบบตาราง ระบุคำว่า ตารางที่ พร้อมชื่อตาราง (ใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวหนา) และข้อความบรรยายใต้ตาราง
 - 5.2 กรณีมีรูปภาพและกราฟประกอบ ให้ระบุคำว่า ภาพที่ / กราฟที่ พร้อมชื่อภาพหรือกราฟ (ใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวหนา) และข้อความบรรยายด้านใต้
 6. **อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา เป็นการอภิปรายผลการค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการใช้ประโยชน์หรือเป็นการเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เคยมีผู้ค้นคว้ามาก่อน (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 7. **สรุปผลการวิจัยและขอเสนอแนะ (Conclusion and Recommendations)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา เป็นการสรุปสาระสำคัญของการวิจัยรวมถึงให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 8. **กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgments) (ถ้ามี)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา เป็นส่วนที่ผู้เขียนขอบคุณบุคคล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการทำงานวิจัยจนสำเร็จลงได้ด้วยดี (ขนาด 14 ตัวปกติ)
 9. **เอกสารอ้างอิง (References)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา การเขียนเอกสารอ้างอิง ใช้ระบบ APA Style 6th ed. (American Psychological Association) (ขนาด 14 ตัวปกติ)
2. **บทความวิชาการ (Academic article)** เป็นบทความที่มีลักษณะการทบทวนเอกสารงานวิจัยหลายๆ ครั้ง (Literature review) ประสบการณ์หรือความชำนาญของผู้เขียน (Professional practice) หรือบทความเกี่ยวกับนโยบายด้านต่าง ๆ ของหน่วยงาน (Policy paper) ประกอบด้วย

ก. ส่วนปก ส่วนประกอบเหมือนบทความวิจัย (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

ข. ส่วนเนื้อหา

1. **บทนำ (Introduction)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา เป็นส่วนที่ผู้เขียนจงใจให้ผู้อ่านเกิดความสนใจบทความ เป็นการกล่าวถึงที่มาของการเขียนบทความ วัตถุประสงค์ รวมถึงขอบเขต คำนิยาม คำจำกัดความต่าง ๆ เพื่อเป็นการปูพื้นฐานผู้อ่าน ให้ความเข้าใจตรงกัน (ขนาด 14 ตัวปกติ)
2. **เนื้อเรื่อง (Body)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ได้แก่เนื้อหาตามหลักวิชาการที่ผู้เขียนควรคำนึงถึง คือ กรอบแนวความคิดที่ยังจากเหตุไปสู่ผล การจัดลำดับเนื้อหา การเรียบเรียงเนื้อหา การวิเคราะห์วิจารณ์ การใช้ภาษาในการนำเสนอ รวมถึงการอ้างอิงในส่วนเนื้อหา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน (ขนาด 14 ตัวปกติ)
3. **ส่วนสรุป (Conclusions)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ได้แก่ส่วนสรุปประเด็นสำคัญ การนำไปใช้ประโยชน์ อาจตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้ผู้อ่านได้นำไปพัฒนา นำไปสู่การได้ประเด็นค้นคว้า หรือแสวงหาความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน (ขนาด 14 ตัวปกติ)
4. **กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ได้แก่ส่วนที่ผู้เขียนขอบคุณบุคคล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนช่วยสนับสนุน การทำผลงานวิชาการจนสำเร็จลงได้ด้วยดี (ขนาด 14 ตัวปกติ)
5. **เอกสารอ้างอิง (References)** หัวข้อใช้อักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา การเขียนเอกสารอ้างอิง ใช้ระบบ APA Style 6th ed. (American Psychological Association) (ขนาด 14 ตัวปกติ)

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

การอ้างอิงเอกสารในเนื้อหาบทความ (In-text citations) ใช้การอ้างอิงแบบนาม-ปี (Author-date Style) โดยระบุชื่อผู้แต่ง ปีที่พิมพ์ ต่อท้ายข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น (พิมพ์พร ฟองหล้า, 2555) หากชื่อผู้แต่งที่อ้างอิงเป็นส่วนหนึ่งของบทความให้วงเล็บเฉพาะปีที่พิมพ์ เช่น พิมพ์พร ฟองหล้า (2555) มีวิธีการเขียนอ้างอิง ดังนี้

ตารางสรุปรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

กรณีอ้างอิงบุคคล : ผู้แต่งชาวไทยเขียนทั้งชื่อและนามสกุล ผู้แต่งชาวต่างประเทศเขียนเฉพาะนามสกุล

กรณีผู้แต่ง 1 คน	หน้าข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งแรก
	พิมพ์พร ฟองหล้า (2555)	(พิมพ์พร ฟองหล้า, 2555)
	Jones (2015)	(Jones, 2015)
	หน้าข้อความครั้งต่อมา	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	พิมพ์พร ฟองหล้า (2555)	(พิมพ์พร ฟองหล้า, 2555)
	Jones (2015)	(Jones, 2015)

กรณีผู้แต่ง 2 คน	หน้าข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งแรก
	พรกนก ศรีงาม และ ระวีวรรณ ธรณี (2551)	(พรกนก ศรีงาม และระวีวรรณ ธรณี, 2551)
	Vardy and Stone (2014)	(Vardy & Stone, 2014)
	หน้าข้อความครั้งต่อมา	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	พรกนก ศรีงาม และระวีวรรณ ธรณี (2551)	(พรกนก ศรีงาม และระวีวรรณ ธรณี, 2551)
กรณีผู้แต่ง 3-5 คน	หน้าข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งแรก
	สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, นุชนาถ พิมพ์ทอง, และกรรณิการ์ สุขเกษม (2551)	(สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, นุชนาถ พิมพ์ทอง, และกรรณิการ์ สุขเกษม, 2551)
	(Vardy, Soo, and Stone (2014)	(Vardy, Soo, & Stone, 2014)
	หน้าข้อความครั้งต่อมา	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ (2551)	(สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ, 2551)
กรณีผู้แต่ง 6 คนขึ้นไป	หน้าข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งแรก
	ศิริกัลยา และคณะ (2541)	(ศิริกัลยา และคณะ, 2541)
	Vardy et al. (2014)	(Vardy et al., 2014)
	หน้าข้อความครั้งต่อมา	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	ศิริกัลยา และคณะ (2541)	(ศิริกัลยา และคณะ, 2541)
กรณีผู้แต่งเป็นนิติบุคคล หน่วยงานหรือองค์กร	หน้าข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งแรก
	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร (2558)	(มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร, 2558)
	(Language Institute, 2015)	(Language Institute, 2015)
	หน้าข้อความครั้งต่อมา	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร (2558)	(มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร, 2558)
	(Language Institute, 2015)	(Language Institute, 2015)

กรณีผู้แต่งใช้นามแฝง	หน้าข้อความครั้งแรก	หน้าข้อความครั้งต่อมา
	เตยหอม (2556, น.16)	(เตยหอม, 2556, น.16)
	ท้ายข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	เตยหอม (2556, น.16)	(เตยหอม, 2556, น.16)
กรณีผู้แต่งมีสมณศักดิ์	หน้าข้อความครั้งแรก	หน้าข้อความครั้งต่อมา
	พระพรหมมิ่งคลาจารย์ (2552, น.9)	(พระพรหมมิ่งคลาจารย์, 2552, น. 9)
	ท้ายข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	พระพรหมมิ่งคลาจารย์ (2552, น.9)	(พระพรหมมิ่งคลาจารย์, 2552, น. 9)
กรณีไม่มีชื่อผู้แต่ง ให้ใช้ชื่อเรื่องแทน	หน้าข้อความครั้งแรก	หน้าข้อความครั้งต่อมา
	บุคคลผู้มีดามมิดไป (2553, น.5)	(บุคคลผู้มีดามมิดไป, 2553, น.5)
	ท้ายข้อความครั้งแรก	ท้ายข้อความครั้งต่อมา
	บุคคลผู้มีดามมิดไป (2553, น.5)	(บุคคลผู้มีดามมิดไป, 2553, น.5)

ตัวอย่างการเขียนรายการอ้างอิงไว้ท้ายเล่ม รูปแบบตาม APA. 6th ed.

1. หนังสือ

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และ กรรณิการ์ สุขเกษม. (2551). *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคตกาล*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า .

Marzenna Anna Weresa. (2014). *Innovation, Human Capital and Trade Competitiveness*. Switzerland: Springer International Publishing.

2. ชุดวิชามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อิสระ สุวรรณบล. (2552). *การพัฒนาระบบบริหารภาครัฐ ในประมวลสาระชุดวิชาการบริหารภาครัฐ หน่วยที่ 1* หน้า 1-56. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ.

3. บทความในวารสาร

ผ่องพรรณ จันทร์กระจ่าง และ เกษสุณีย์ บำรุงจิตต์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร*, 1(2), 18-31.

Jackson, D. (2013). The Contribution of Work-integrated Learning to Undergraduate Employability Skill Outcomes. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, 14(2), 99-115.

4. บทความวารสารที่เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต

กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์ และ นุจรี บุรีรัตน์. (2559). การเปิดรับข่าวสารบนเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ของ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร*. 1(1), 43-57.
ค้นจาก http://journal.rmutp.ac.th/wp-content/uploads/2017/06/43_57.pdf

Al-Hawarmdeh, S. (2002). Knowledge management: Rethinking information management and facing the challenge of massaging tacit knowledge *Information Research*. 8(1), 143-146. Retrieved from <http://InformationR.net/ir8-1/paper143.html>

5. บทความออนไลน์กรณีมีเลข DOI (Digital Object Identifier)

Musssawar, B., & Swailes, S. (2007). Inside management teams: Developing a teamworksurvey instrument. *British Journal of Management*, 18, 138-153.
Doi: 10.1111/j.1467-8551.2006.00507.x

6. บทความออนไลน์กรณีไม่มีเลข DOI (Digital Object Identifier)

Binner, D. (2006). Understanding the KM landscape. *Journal of knowledge management*, 5(3), 33-43. Retrieved from <https://www.omicsonline.org/open access/relationship>

7. บทความในหนังสือพิมพ์

ปิยวรรณ พรหมมินทร์. (2555, 21 สิงหาคม). ความเครียดต่างระดับ. *มติชน*, น.7.
Kenney. J. (2002, September). Obesity affects economic, social status. *Journal of Administration*, p.A1, A4.

8. หนังสือแปล

มิซูอะ, ทาเคจิ. (2553). *กว่าจะพบแสงสว่าง* (พรพิมล คงยา, และสุวิมล สมจริง, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.

Pigget, J. (1989). *The psychology of the child* (H. Weaven, Trans.). New York: Basic Books

9. รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ

สรัญญา เตรรัตน์. (2560). เสียง สัมผัส กลิ่น มโนภาพ : ผัสสะในโลกของคนตาบอด. *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ (Proceedings) การสัมมนาเครือข่ายนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ครั้งที่ 16 ประจำปี ปีการศึกษา 2559*, 29-30 มิถุนายน 2560 มหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Sorapat Sirorab & Nuttapon Photchanaprasert. (2017). An Impact of EU's Generalized System of Preference Withdrawal on Thai Frozen Shrimp Export. *The 8th RMUTP International Conference on Science, Technology and Innovation for Sustainable Development Challenges Towards the Digital Society*, 22-23 June 2017 Pullman Bangkok King Power. Bangkok: RMUTP.

10. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท

อังศุมิพย์ ชีระสกุลธาดา. (2558). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. กรุงเทพฯ.

Chutima Sacchanand. (2002). *Libraries as educators in supporting a graduate distance education system: A case study of Sukhothai Thammathirat Open University (STOU), Thailand* (Unpublished doctoral dissertation). Charles Sturt University, Wagga Wagga, NSW, Australia.

11. อินเทอร์เน็ต : เว็บไซต์

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2557). เมื่อ Gen Y ครองตลาดแรงงานบริษัทต้องปรับตัวอย่างไร. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/472>

Hansen, Randall S. (2015). *Reality: 10 Truths about the Generation Y Workforce*. Retrieved June 10, 2016. Retrieved from: <https://www.quintcareers.com/gen-y-workforce/>

การส่งต้นฉบับบทความ

ผู้เขียนสามารถส่งบทความ เข้ารับการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พร้อมกรอกแบบฟอร์มการส่งบทความ และส่งต้นฉบับ ได้ที่ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmutphuso/index> ติดต่อหรือสอบถามข้อมูลได้ที่ กองบรรณาธิการวารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร โทรศัพท์ 0 2 665 3777 ต่อ 6645 E-mail: j_socialscience@rmutp.ac.th

The cover features a solid purple background with two thick, curved gold lines. One line starts at the top left and curves towards the top right. The other starts at the bottom left and curves towards the bottom right. The text is centered and reads:

RMUTP

Research Journal Humanities and Social Sciences