



# วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพอล Santapol College Academic Journal

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565 Volume 8 No.1 January - June 2022 วิทยาลัยสันตพอล อุดรธานี  
ป.ตรี ป.บัณฑิต ป.โท  
[www.scaj.stu.ac.th](http://www.scaj.stu.ac.th)



## (SCAJ)

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
Humanities & Social Sciences

# 23

YEAR  
ANNIVERSARY

SANTAPOL COLLEGE

ISSN 2586-9868 (Online)

คุณภาพ คู่คุณธรรม นำสังคม



# วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล

## Santapol College Academic Journal (SCAJ)

วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล ได้ผ่านการรับรองคุณภาพรอบที่ 4 พ.ศ. 2563 – 2567 จัดอยู่ในฐานข้อมูล ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI 2 กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้จัดทำเป็น 2 รูปแบบ ทั้งรูปแบบตีพิมพ์ (Print) หมายเลข ISSN 2408-1728 (Print) และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) ISSN 2586-9868 (Online) ที่พิมพ์เผยแพร่ บทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์บทความดังกล่าว ในกลุ่มสาขาศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ การบัญชี การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีดิจิทัล นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐศาสนประศาสนศาสตร์ สหวิทยาการจัดการ การจัดการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เทคโนโลยีมีเดีย และแอนิเมชัน นิเทศศาสตร์ ภาษาศาสตร์ ส่งเสริมการเกษตร ศิลปะ วัฒนธรรม และสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นสื่อกลาง แหล่งรวบรวมองค์ความรู้ต่างๆ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เกิดแนวคิด เทคนิค วิธีการนำไปพัฒนาทางวิชาการ ตลอดจน เป็นเวทีนำเสนอเผยแพร่ผลงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยและบุคคลทั่วไปทุกหน่วยงาน โดยมีกำหนดออกราย 6 เดือน หรือ 2 ฉบับต่อปี

กำหนดการออกเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

### ผู้จัดพิมพ์

วิทยาลัยสันตพล

299/1 ถนนอุดร-สกล ตำบลหนองบัว อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี 41000

โทรศัพท์ 042-323-464 Email : sajee@stu.ac.th

สามารถดาวน์โหลดเอกสารแบบฟอร์มต่างๆ และส่งบทความได้ทาง

<http://www.scaj.stu.ac.th> หรือ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/scaj/>

### พิมพ์ที่

โรงพิมพ์ภาคอีสานการพิมพ์ (999)

10/5-6 ถนนโพศรี ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี 41000

โทร. 042-246611, 042-246622 Fax. 042-248162 Email : parkesan@yahoo.com

บทความทุกเรื่องต้องผ่านการประเมินพิจารณาเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิตรงตามสาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความ อย่างน้อยบทความละ 2 ท่าน โดยเป็นการประเมินแบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review) ความคิดเห็นในวารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพลเป็นความคิดเห็นของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของผู้จัดทำ จึงมิใช่ความรับผิดชอบของวิทยาลัยสันตพล และไฟล์บทความดิจิทัลเป็นลิขสิทธิ์ของวารสารมิใช่ของผู้เขียน บทความในวารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล สงวนสิทธิ์ตามกฎหมายไทย การจะนำไปเผยแพร่ต้องมี การอ้างอิง หรือได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร จากวารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพลเท่านั้น



## ที่ปรึกษา

|                  |                          |
|------------------|--------------------------|
| อาจารย์ธงชัย     | ลาวรรณ                   |
| อาจารย์กรรณิการ์ | (ฤกษ์นิมิตร) นันทโพธิเดช |
| อาจารย์จักริน    | นันทโพธิเดช              |

## ผู้ตรวจสอบทางวิชาการ (Peer Review)

|                                 |                  |                |            |
|---------------------------------|------------------|----------------|------------|
| รองศาสตราจารย์ ศิริศักดิ์       | ศุภมนตรี         | ดร.จรวัยพร     | ธณินทร     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปราณี        | พรรณวิเชียร      | อาจารย์สวัสดิ์ | พรหมมินทร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกรียงศักดิ์ | โชติจรัสเกียรติ์ |                |            |

## ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Readers) ประจำปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2565)

|                                |                 |                                                 |
|--------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------|
| รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ      | ณ น่าน          | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี              |
| รองศาสตราจารย์ ดร.เชมณัฐ       | ภูทองไชย        | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี                       |
| รองศาสตราจารย์ ดร.เจริญ        | จันทวงศ์        | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี                       |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา        | เกรียงกรกฎ      | มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี                          |
| รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พัฒน์    | สายทอง          | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม                            |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ         | โชคเหมาะ        | มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต                         |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วชิระ        | อินทร์อุดม      | มหาวิทยาลัยขอนแก่น                              |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วไลพร        | เมฆไตรรัตน์     | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์                      |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ        | ฤทธิม บัวชุม    | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์      | จุลสุวรรณ       | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม                            |
| รองศาสตราจารย์ ดร.อรสา         | จรรยาธรรม       | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎา        | วงศ์ปรีดี       | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์                    |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา    | คำพิทักษ์       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี              |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา   | แสนสุข          | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ           |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐปัทม  | กิตติสุนทรพิศาล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์         |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรจบ    | บุญจันทร์       | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจมาศ  | ลักษณยานนท์     | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี                       |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิทัศน์ | สุริยธนาภาส     | มหาวิทยาลัยขอนแก่น                              |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชต      | สวนสวัสดิ์      | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี                       |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย   | ประเสริฐศรี     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี              |





วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล ; ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565

Santapol College Academic Journal; Vol.8 No.1 January – June 2022

|                    |               |                       |                                    |
|--------------------|---------------|-----------------------|------------------------------------|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ดร.สุมาลี     | รามัญญ                | มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์           |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ณัฐนันท์      | ทองทรัพย์             | มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น               |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ปัทมนันต์     | อนุรักษ์กานนท์        | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| ว่าที่เรืออากาศตรี | ดร.บัญชา      | สำรวรชื่น             | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม       |
|                    | ดร.เรณูมาศ    | โคตรพัฒน์             | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม               |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ว่าที่ร้อยเอก | ดร.เจริญชัย พรไพรเพชร | วิทยาลัยสันตพล                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ดร.สถิตย์     | กุลสอน                | วิทยาลัยสันตพล                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ดร.ยืนยง      | ไทยใจดี               | วิทยาลัยสันตพล                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | เกรียงศักดิ์  | โชติจรุงเกียรติ       | วิทยาลัยสันตพล                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | จิระศักดิ์    | ดิษฐพลพันธ์           | วิทยาลัยสันตพล                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | รติพร         | มีชัย                 | วิทยาลัยสันตพล                     |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | สำเร็จ        | นนศิริ                | วิทยาลัยสันตพล                     |
|                    | ดร.ชานนท์     | เศรษฐแสงศรี           | วิทยาลัยสันตพล                     |
|                    | ดร.ประหยัด    | ฤชากุล                | วิทยาลัยสันตพล                     |
|                    | ดร.พูนสิน     | ประคำมินทร์           | วิทยาลัยสันตพล                     |
|                    | ดร.มีศักดิ์   | แสงศิลา               | วิทยาลัยสันตพล                     |
|                    | ดร.ยุทธสิทธิ  | จันทร์คูเมือง         | วิทยาลัยสันตพล                     |
|                    | ดร.วรพล       | คลองเชิงศรี           | วิทยาลัยสันตพล                     |



## กองบรรณาธิการ

|                    |            |             |                                       |
|--------------------|------------|-------------|---------------------------------------|
| รองศาสตราจารย์     | ดร.วิทร    | วิภาหัทสน์  | วิทยาลัยสันตพล                        |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ดร.จันทนา  | แสนสุข      | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ดร.อมรา    | ติรศรีวัฒน์ | มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ                  |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ดร.ปรีชา   | เกรียงกรกฎ  | มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี                |
|                    | ดร.รัฐชัย  | ศิลาเจริญ   | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย                 |
|                    | นายชัยยุทธ | ศรีจำนง     | รองประธานศาลฎีกา                      |

บรรณาธิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สทิทย์ กุลสอน

รองบรรณาธิการ อาจารย์สจี กุลธวัชวงศ์

ผู้พิสูจน์อักษรไทย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สำเริง นนศิริ

ผู้พิสูจน์อักษรอังกฤษ ดร.ประหยัด ฤชากุล

## ฝ่ายออกแบบและเทคนิคสื่อออนไลน์

|                |                |
|----------------|----------------|
| อาจารย์อดุลย์  | ทองแกม         |
| อาจารย์ไผ่พจน์ | ดวงจันทร์      |
| อาจารย์วีรภัทร | จันทร์จรูญภัทร |

## ฝ่ายจัดการ

|                  |                  |
|------------------|------------------|
| อาจารย์ภัทรจิตรา | เพียรชนะ         |
| อาจารย์กวินภพ    | ศรีพัฒนานุศาสตร์ |





## บทความวิจัย

หน้า

1. ความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม  
(THE HAPPINESS OF FACULTY STAFFS OF BOROMARAJONAI COLLEGE OF NURSING NAKHON PHANOM, NAKHON PHANOM UNIVERSITY)..... 1  
*พิพัฒน์พงศ์ เข้มปัญญา, จรินทร์ โคตรพรม และ เนาวรัตน์ เสนาไชย*  
*PIPATPONG KEMPANYA, JARINTORN KOTPRUM, and NAOWVARAT SEANACHAI*
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา  
(FACTORS AFFECTING THE COCONUT WATER IMPORTS-EXPORTS FROM THAILAND TO THE UNITED STATES)..... 8  
*กัลยกร ศรีเจ็ก และ นรารักษ์ บุญยานาม*  
*KANYAKORN SRIJEK and NARARUK BOONYANAM*
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เงินในกลุ่มประเทศ ASEAN-5  
(FACTORS AFFECTING ON THE SAVING IN ASEAN-5)..... 18  
*สิทธิพงษ์ คำนาน และ ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล*  
*SITTHIPONG KAMNAN and SIRIKWAN JAROENWIRIYAKUL*
4. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการข้ามวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวอินเดียในประเทศไทย  
(CAUSAL RELATIONSHIP EFFECTING CROSS-CULTURAL MANAGEMENT OF INDIAN TOURIST IN THAILAND)..... 28  
*ศรัณย์พร บุรินทร์โกษฐ์ และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์*  
*SARUNPORN BURINKOTE and PHRUTSAYA PIYANUSORN*
5. ปัจจัยในการเลือกรับชมเนื้อหาและการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดบน ยูทูบในกรุงเทพมหานคร  
(CONTENT SELECTION AND MEDIA EXPOSURE FACTORS AFFECTING GENERATION Z CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS ON YOUTUBE IN BANGKOK)..... 40  
*กาญจนา บุตรจินดา, ธนาภรณ์ เหลืองสรรพสุข, นภัสสร บุญมี, ภูชิตา แก้วมโนรมย์, มานิตา ปุริเกษม และ นริศรา ภาควิธี*  
*KANCHANA BUTCHINDA, THANAPHORN LUENGSAPOOSOOK, NAPATSORN BOONMEE, PUCHITA KAEWMANOROM, MANITA PURIKASEM and NARISSARA PARKVITHEE*

## บทความวิจัย

## หน้า

6. การรับรู้และความสามารถในการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี : มหาวิทยาลัยรังสิต  
(COMPETITIVENESS AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE ENTREPRENEURS (SMES) IN NONTHABURI PROVINCE)..... 50  
*ณิชากรณ สุวรรณจันทร์ และ เฉลิมพร เย็นเอือก*  
*NITCHAKARN SUVANJA and CHALERMPORN YENYUAK*
7. การจัดโปรโมชั่นสปาเพื่อเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้าโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา  
(SPA SALES PROMOTIONS ENCOURAGING TURNOVER AND CUSTOMERS SATISFACTION OF HILTON HUA HIN RESORT AND SPA HOTEL)..... 58  
*มนัสนันท์ เม่งกว้าง และ ธิดาสวรรค์ อินสุณย์*  
*MANUTSANUN MEANGKUANG and THIDASAWAN INSOON*
8. ความเข้าใจพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
(CONSUMER INSIGHTS OF BABY BOOMERS AND GENERATION X: A CASE OF THE GOLDEN SONG TV PROGRAM, BANGKOK AND VICINITY)..... 69  
*กิตติกันตพงศ์ สุเมธานุภาพ และ ปฐมา สตะเวทิน*  
*KITTIKANTAPONG SUMETHANUPHAB and PATAMA SATAWEDIN*
9. ผลการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามแนวคิดของเดวิสเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณ รายวิชาการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจของนักศึกษาปริญญาตรี  
(THE RESULTS OF TEACHING ACTIVITIES BASED ON DAVIES' MODEL TO PROMOTE PRACTICAL SKILLS USING SPREADSHEET PROGRAMS, SUBJECT OF INFORMATION SYSTEMS FOR BUSINESS OF UNDERGRADUATES)..... 81  
*นุชรัตน์ นุชประยูร, วชิราภรณ์ พลภาณุมาศ และ ปวันนพัลลภ ศรีทรงเมือง*  
*NUCHSHARAT NUCHPRAYOON, WACHIRAPORN POLPANUMAS and PAVANNAPHAT SRISONGMUANG*
10. การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อศักยภาพที่พักโฮมสเตย์ หมู่บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี  
(COMPARISON OF SATISFACTION WITH THE HOMESTAY POTENTIAL AT KHIRI WONGKOT, UDONTNANI PROVINCE)..... 90  
*รัมภากร ฤกษ์วีระวัฒนา, สุจิตรา ริมดุสิต, ปานฤทัย แห่งพุ่ม, ชิดชม กันจุฬา และ ฉันทัช วรรณณอม*  
*RUMPAPAK LUEKVEERAWATTANA, SUCHITRA RIMDUSIT, PANRUTHAI HENGPOOM, CHIDCHOM KANCHULA and CHANTOUCH WANNATHANOM*

11. ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 : กรณีศึกษาบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ  
(THE POTENTIAL OF ADAPTABILITY IN COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT TO THE NEW NORMAL DURING THE CORONAVIRUS DISEASE 2019 PANDEMIC: A CASE STUDY OF MUEANG CHAN COMMUNITY, MUEANG CHAN DISTRICT, SISAKEK PROVINCE)..... 101  
*อรรถพล ศิริเวชพันธุ์*  
AUTTHAPON SIRIVEJABHANDU
  
12. การเปิดรับข่าวสารและวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
(NEWS EXPOSURE AND METHODS FOR PREVENTING THE SPREAD OF CORONAVIRUS DISEASE (COVID-19) OF KHON KAEN UNIVERSITY STUDENTS)..... 111  
*ธิตกร ทิธีรัตน์, สุพัตรา สมปัญญา, ลลภา หลักทรัพย์, ฐิติมา คำเมืองคุณ และ ศศิวิมล วินทะไชย*  
THITIKORN HIRANRAT, SUPATTRA SOMpanya, LALADA LAKSUP, THITIMA KUMMUANGKUN and SASIWIMOL WINTHACHAI
  
13. การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี  
(MASCOT DESIGN FOR PROMOTING THE IMAGE OF LOTUS SEA IN NONG HAN LAKE KUMPHAWAPI UDON THANI)..... 121  
*จีระเดช เจริญชนม์*  
JEERADAT CHAROENCHON
  
14. รูปแบบการลงโทษนักเรียนและแนวทางในการควบคุมให้เกิดการลงโทษนักเรียนที่เหมาะสมในสถานศึกษา  
(STUDENTS PUNISHMENT MODEL AND GUIDELINES FOR APPROPRIATE STUDENTS PUNISHMENT CONTROL IN SCHOOL)..... 131  
*ภาณุภฤณี พิเศษกุลชัย, เสกสัน เครือคำ และ โสรรัตน์ กลับลีลา*  
PHANUKRIT PHISITSAKUNCHAI, SEKSAN KHRUAKHAM and SORAT GLUBWILA
  
15. แนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี  
(HOLISTIC DEVELOPMENT GUIDELINES OF SUB-DISTRICT MUNICIPALITY IN UDON THANI PROVINCE)..... 139  
*ชัยวัฒน์ สารักษ์ และ เขมณัฐ ภูกองไชย*  
CHAIWAT SARAK and KHEMMANAT POKONGCHAI

## บทความวิจัย

## หน้า

16. แนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง :  
กรณีศึกษาจังหวัดเลย  
(THE DEVELOPMENT OF ELDERLY'S LIFE QUALITY ON SELF- DEPENDENT BY THE PHILOSOPHY  
OF SUFFICEINCY ECONOMY: A CASE STUDY OF LOEI PROVINCE)..... 149  
*สจี กุลธวัชวงศ์ และ สติติย์ กุลสอน*  
*SAJEE KULTAWATWONG and SATHIT KOONSORN*
  
17. A STUDY OF SINGLE ACCOUNT ON ACCOUTING FIRMS IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE..... 159  
*ARTHIT SUTJASEN, ARPORN KLAEWANONG and AREE TEHLAH*
  
18. FACTORS INFLUENCING PROTECTION COVID-19 TO PEOPLE IN THE COMMUNITY,  
WANGMOUNG DISTRICT, SARABURI PROVINCE..... 169  
*PRASAK SANTIPARP*
  
- คำแนะนำในการเตรียมและการส่งต้นฉบับบทความ..... 179

## ความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

### THE HAPPINESS OF FACULTY STAFFS OF BOROMARAJONAI COLLEGE OF NURSING NAKHON PHANOM, NAKHON PHANOM UNIVERSITY

พิพัฒน์พงศ์ เข้มปัญญา<sup>1\*</sup>, จรินทร์ โคตรพรหม<sup>2</sup> และ เนาวรัตน์ เสนาไชย<sup>3</sup>

PIPATPONG KEMPANYA<sup>1\*</sup>, JARINTORN KOTPROM<sup>2</sup>, and NAOOWARAT SEANACHAI<sup>3</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรทั้งหมดที่ปฏิบัติงานในวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม จำนวน 90 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ระดับความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนมด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนมมีความสุขในการทำงานโดยภาพรวมทั้ง 9 มิติ จัดอยู่ในระดับมีความสุข (“HAPPY” หรือ “ระดับความสุขตามเป้าหมาย”) มีคะแนนเฉลี่ยความสุขเท่ากับ 68.89 (S.D= 1.02) มิติครอบครัวดี มีคะแนนระดับความสุขสูงสุด จัดอยู่ในระดับมีความสุขอย่างยิ่ง (“Very Happy” หรือระดับความสุขเกินเป้าหมาย) โดยมีคะแนนเฉลี่ยความสุขเท่ากับ 79.70 (S.D= 1.02) อย่างไรก็ตามมิติที่มีคะแนนต่ำสุดคือมิติสุขภาพเงินดี จัดอยู่ในระดับมีความสุข (“HAPPY” หรือ “ระดับความสุขตามเป้าหมาย”) มีคะแนนเฉลี่ยความสุขเท่ากับ 60.50 (S.D= 1.10) ดังนั้นการพัฒนาความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ควรให้ความสำคัญภาพรวมทั้ง 9 มิติ โดยเฉพาะด้านมิติสุขภาพเงินดี อันจะทำให้วิทยาลัยฯได้พัฒนาบุคลากรในองค์กรอย่างทันทั่วทั้งที่ ผู้บริหารสามารถนำผลที่ได้มาวางแผนและดำเนินการ บริหารจัดการความสุขในการทำงานของบุคลากรทุกระดับในวิทยาลัยฯได้อย่างถูกจุดและถูกใจ เพื่อให้คนทำงานอย่างมีความสุขในการทำงาน เกิดความผูกพันในองค์กร และก่อให้เกิดเป็นองค์กรแห่งความสุขได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

**คำสำคัญ :** ความสุข ; บุคลากร

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม, Assistant Professor., Boromarajonani College of Nursing Nakhon Phanom, Nakhon Phanom University.

<sup>2-3</sup> อาจารย์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม, Lecture., Boromarajonani College of Nursing Nakhon Phanom, Nakhon Phanom University

\* Corresponding Author. Email : ktonkra@gmail.com

Received: Mar 17, 2021, Revised: Sep 2, 2021, Accepted: Oct 2, 2021

## ABSTRACT

The purpose of this research was to study the happiness of faculty staff who work at Boromarajonani College of Nursing Nakhon Phanom, Nakhon Phanom University. The sample group was faculty staff working in Boromarajonani College of Nursing, Nakhon Phanom. Nakhon Phanom University that consisted of 90 people. The tool used to collect data was a questionnaire. The level of happiness of faculty staff working at Boromarajonani College of Nursing Nakhon Phanom was analyzed by descriptive statistics by finding the frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The findings of this study were found as follows faculty staffs of Boromarajonani College of Nursing Nakhon Phanom was happy at work in 9 dimensions, categorized as happiness level (“HAPPY” or “target happiness level”) by average happiness score of 68.89 (S.D = 1.02). The family dimension was the highest score classified as extremely happy (“Very Happy” or happiness level beyond the target) by a mean happiness score of 79.70 (S.D = 1.02). However, the dimension with the lowest score was the health and financial dimension with classified in happiness level (“HAPPY” or “targeted happiness level”) by average happiness score of 60.50 (S.D = 1.10). Therefore, Boromarajonani College of Nursing Nakhon Phanom should focus on continuous and sustainable happiness in 9 dimensions, especially the health and financial dimensions. This will enable the nursing college to develop faculty staff in the organization was rapid. Executives’ boards of nursing colleges can take the results, plan, and take action. Also, they manage the happy workplace in need of faculty staff so that people work happily in their workplace and create a bond in the organization continuing to keep the sustainable organization of happiness.

**Keywords:** happiness ; personnel ; college of nursing

## บทนำ

ความสุข หมายถึง สภาพชีวิตที่เป็นสุขอันเป็นผลจากการมีความสามารถในการจัดการปัญหาในการดำเนินชีวิต มีศักยภาพที่จะพัฒนาตนเองเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีต่อครอบครัว รวมถึงความดีงามภายในจิตใจ ภายใต้สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป (กรมสุขภาพจิต. ม.ป.ป.) การทำงานอย่างมีความสุขนั้นเป็นสิ่งที่บุคลากรทุกคนในองค์กรนั้นปรารถนาหากได้ทำงานในที่ทำงานที่รู้สึกมีความสุขจะรู้สึกผูกพันสนุกสนาน ความรู้สึกที่มาทำงานจะหมดไปกลายเป็นการร่วมสนุกกับกิจกรรมต่างๆ ปัจจุบันกระแสการสร้างการทำงานอย่างมีความสุขในประเทศไทยได้เริ่มแพร่หลายมากยิ่งขึ้นสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่บุคลากรรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในการทำงาน ทำงานแล้วรู้สึกมีความสุข รู้สึกถึงความมั่นคงในงานการเจริญเติบโตก้าวหน้า กระตือรือร้นในการทำงานที่ได้รับ

มอบหมาย สนุกกับงาน มีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงานและสภาพแวดล้อมที่ดีที่เอื้ออำนวยให้เกิดความสุขในการทำงาน องค์กรเจริญก้าวหน้าและพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Dasa, 2009 อ้างใน ภัทรดนัย ฉลองบุญ 2018) องค์กรที่ประสบความสำเร็จได้ปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงผลักดัน ก็คือปัจจัยแห่งความสุขจะเห็นได้ว่าถ้าบุคลากรในองค์กรมีความสุขในการทำงานจะส่งผลต่อตนเอง ต่องานที่ได้รับมอบหมาย และต่อองค์กร บุคลากรที่มีความสุขทำให้มีสุขภาพจิตที่ดีส่งผลให้มีความพร้อมและมี ประสิทธิภาพในการทำงานและนำไปสู่การพัฒนาองค์กรต่อไป (Jaitha, 2016 อ้างใน ภัทรดนัย ฉลองบุญ 2018)

วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม ก่อตั้งมา 28 ปี บุคลากรทุกระดับต่างมุ่งมั่นปฏิบัติหน้าที่ของตน เพื่อตอบสนองต่อพันธกิจหลัก 5 ด้าน ของวิทยาลัยฯ คือ (1) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะ สำคัญในด้านพัฒนาตน (Self-directed

Learner) ตื่นรู้ (Active Learner) และเป็นผู้รับใช้สังคม (Social Contributor) อย่างมีคุณภาพ (2) ผลิตงานวิจัยสร้างองค์ความรู้ที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติ นานาชาติ และบริการวิชาการสู่ การรับใช้สังคม (3) ส่งเสริมอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ตอบสนองการเป็นมหาวิทยาลัยรับใช้สังคมในภาคตะวันออก เฉียงเหนือและอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (4) สร้างเสริมคุณภาพชีวิตของบุคลากร และบรรยากาศให้เอื้อต่อการเรียนการสอน การศึกษาค้นคว้าชุมชนมหาวิทยาลัย และ(5) เสริมสร้างองค์กรคุณภาพระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานและมีธรรมาภิบาล

บุคลากรทุกระดับของวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนมจึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนวิทยาลัยให้มีความเจริญก้าวหน้า บรรลุตามพันธกิจและวิสัยทัศน์ของวิทยาลัยฯ ที่ว่า “เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านการพยาบาลที่เด่นสง่าในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (SMART NURSE, THE PRIDE OF GMS )” แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้คุณภาพชีวิตแลความสุข ในการทำงานของบุคลากรของวิทยาลัยฯเปลี่ยนแปลง ไปจึงเป็นที่มาของการดำเนินการศึกษาความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนมในครั้งนี้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนมมหาวิทยาลัยนครพนม

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้กำหนดตัวชี้วัดความก้าวหน้าของมนุษย์เรียกว่า “ความสุข 8 ประการ” ซึ่งได้นำมาพัฒนาเป็น“องค์กรแห่งความสุข” (Happy Workplace) (แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน,2552) องค์ประกอบความสุข 8 ประการ ได้แก่1. สุขภาพดี (Happy Body) คือ การมีสุขภาพกายและใจที่แข็งแรง เกิดจากการรู้จักใช้ชีวิต รู้จักกิน รู้จักนอน ชีวีมีสุข 2. น้ำใจงาม (Happy Heart) คือ การมีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันรู้จักการแบ่งปันอย่างเหมาะสม รู้จักบทบาทของแต่ละคนตั้งแต่ เจ้านาย ลูกน้อง พ่อแม่ และสิ่งต่างๆที่เข้ามาในชีวิต 3.การผ่อนคลาย (Happy Relax) คือการรู้จักผ่อนคลายต่อ

สิ่งต่างๆ ในการดำเนินชีวิต 4). การหาความรู้ (Happy Brain) คือ การศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองและนำไปสู่การเป็นมืออาชีพเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน และพร้อมที่จะเป็นครูเพื่อสอนคนอื่น 5).คุณธรรม (Happy Soul) คือ การมีหัวใจดีปะ หมายถึงการละอายและเกรงกลัวต่อการกระทำที่ไม่ดีของตนเองซึ่งนับเป็นคุณธรรมเบื้องต้นของการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมและในการทำงานเป็นทีม 6). ใช้เงินเป็น (Happy Money)คือความสามารถในการจัดการรายรับและรายจ่ายตนเองและครอบครัวได้รวมถึงการรู้จักการทำบัญชีครัวเรือน 7). ครอบครัวที่ดี (Happy Family) คือ การมีครอบครัวที่อบอุ่นและมั่นคงเพราะครอบครัวเป็น ภูมิคุ้มกันและเป็นกำลังใจที่ดีในการที่จะเผชิญกับอนาคตหรืออุปสรรคต่างๆ และ 8).สังคมดี (Happy Society) คือการมีความรัก ความสามัคคีเอื้อเฟื้อต่อสังคมที่ตนเองทำงานและสังคมที่พักอาศัยมหาวิทยาลัยมหิดลได้พัฒนาเครื่องมือวัดความสุขระดับบุคคลที่เหมาะสมกับบริบทคนทำงานในประเทศไทยที่มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบความสุข8 ประการของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ โดยใช้ตัวชี้วัดที่ผ่านกระบวนการสังเคราะห์และกระบวนการวิเคราะห์จากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวัดคุณภาพชีวิตและความสุขระดับบุคคลของหลากหลายโครงการวิจัย โดยในเครื่องมือวัดความสุขระดับบุคคล Happinometer นี้และได้เพิ่มการวัดความสุขอีก 1 มิติเป็นมิติที่ 9 คือมิติ HappyWork Life : การงานดีวัดความรู้สึกและประสบการณ์ของคนทำงานกับองค์กร (Kittisuksatit, et al., 2013 อ้างใน ภัทรดนัย ผลของบุญ 2018 ) รวมเป็นความสุข 9 มิติ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนมโดยใช้กรอบแนวคิดการวัดความสุขมิติต่างๆ จำนวน 9 มิติ ประกอบด้วย 1) มิติสุขภาพดี (Happy Body) 2) มิติการผ่อนคลาย (Happy Relax) 3) มิติ น้ำใจดี (Happy Heart) 4) มิติจิตวิญญาณดี (Happy Soul) 5) มิติครอบครัวดี (Happy Family) 6) มิติสังคมดี (Happy Society) 7) มิติการศึกษาเรียนรู้ (Happy Brain) 8) มิติสุขภาพเงินดี (Happy Money) และ9) มิติการงานดี (Happy Work Life)

## สมมติฐานการวิจัย

บุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนมมีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับมีความสุข

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บุคลากรทั้งหมดที่ปฏิบัติงานในวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ระหว่างเดือน มกราคม – ธันวาคม 2560 จำนวน 90 คนโดยปฏิบัติงานมาแล้ว 1 ปีขึ้นไป ระยะ เวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน ธันวาคม 2560

### เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะข้อคำตอบแบบเลือกกรายการ ส่วนที่ 2 แบบสำรวจความสุขด้วยตนเอง : HAPPINOMETER ประกอบด้วย ความสุขมิติต่างๆ จำนวน 9 มิติ ได้แก่ 1) มิติสุขภาพดี (Happy Body) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็น โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 2) มิติการผ่อนคลาย (Happy Relax) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็นโดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 5 ข้อกำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 3) มิติหัวใจดี (Happy Heart) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็น โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 9 ข้อกำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 4) มิติจิตวิญญาณดี (Happy Soul) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็นโดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 5 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 5) มิติครอบครัวดี (Happy Family) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็น โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 3 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 6) มิติสังคมดี (Happy Society) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็น โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 7) มิติการศึกษา

เรียนรู้ (Happy Brain) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็นโดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 3 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 8) มิติสุขภาพเงินดี (Happy Money) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็นโดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน 9) มิติการทำงานดี (Happy Work Life) ข้อคำถามเป็นการสำรวจความถี่ในการปฏิบัติแสดงความคิดเห็นโดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 15 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 1 ถึง 5 คะแนน

การแปลผลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสุขแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับไม่มีความสุขอย่างยิ่ง (Very Unhappy = คะแนน 0.00 – 24.99) หมายถึง ระดับความสุขที่สะท้อนให้เห็นผลที่ได้ว่าอยู่ในขั้นต่ำกว่าเป้าหมายมากที่สุด ระดับไม่มีความสุขเลย (Unhappy = คะแนน 25.00 – 49.99) หมายถึง ระดับความสุขที่สะท้อนให้เห็นผลที่ได้ว่าอยู่ในขั้นต่ำกว่าเป้าหมาย ระดับมีความสุข (Happy = คะแนน 50.00 – 74.99) หมายถึง ระดับความสุขที่สะท้อนให้เห็นผลที่ได้ว่าอยู่ในขั้นตามเป้าหมาย และระดับมีความสุขอย่างยิ่ง Very Happy = คะแนน 75.00 – 100 หมายถึง ระดับความสุขที่สะท้อนให้เห็นผลที่ได้ว่าอยู่ในขั้นเกินเป้าหมาย

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบ สอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีค่า IOC เท่ากับ 0.86 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรของวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนมมหาวิทยาลัยนครพนมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความสุขด้วยตนเอง : HAPPINOMETER เท่ากับ 0.90 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ที่ 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, และธิดา วานิชย์บัญชา, 2558)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 90 ชุดให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและรอรับแบบสอบถามคืนทันที

## การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลแบบสำรวจความสุขด้วยตนเอง : HAPPINOMETER วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

## สรุปผลการวิจัย

### 1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

| ข้อมูลทั่วไป  |                  | ความถี่ | ร้อยละ |
|---------------|------------------|---------|--------|
| เพศ           | ชาย              | 23      | 30.00  |
|               | หญิง             | 63      | 70.00  |
| อายุ          | ≤30              | 6       | 6.67   |
|               | 31-40            | 29      | 32.22  |
|               | 41-50            | 50      | 55.56  |
|               | >51              | 5       | 5.55   |
| ระดับการศึกษา | ประถมศึกษา       | 1       | 1.11   |
|               | มัธยมศึกษา       | 4       | 4.44   |
|               | อนุปริญญา        | 8       | 8.89   |
|               | ปริญญาตรี        | 29      | 32.22  |
|               | ปริญญาโท         | 46      | 51.11  |
|               | ปริญญาเอก        | 2       | 2.22   |
| สถานภาพ       | โสด              | 29      | 32.20  |
|               | คู่              | 52      | 57.70  |
|               | หม้าย            | 3       | 3.30   |
|               | อย่า/แยก/เลิกกัน | 6       | 6.7    |
| ลักษณะงาน     | งานสำนักงาน      | 12      | 13.30  |
|               | งานด้านการผลิต   | 49      | 54.44  |
|               | งานด้านบริการ    | 23      | 25.55  |
|               | งานด้านบริหาร    | 6       | 6.67   |

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 90 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.0 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 55.56

การศึกษาปริญญาโท ร้อยละ 51.11 สถานภาพ คู่ร้อยละ 57.70 ลักษณะงานด้านการผลิต ร้อยละ 54.44

### 2. คะแนนความสุภาพรวมและความสุขแยกตามรายมิติ

ตารางที่ 2 แสดงคะแนนความสุภาพรวมและความสุขแยกตามรายมิติ

| ความสุภาพมิติต่างๆ | คะแนนความสุข | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลความหมาย     |
|--------------------|--------------|----------------------|--------------------|
| ครอบครัวดี         | 79.70        | 1.02                 | มีความสุขอย่างยิ่ง |
| น้ำใจดี            | 79.21        | 1.02                 | มีความสุขอย่างยิ่ง |
| สุขภาพดี           | 78.53        | 1.04                 | มีความสุขอย่างยิ่ง |
| สังคมดี            | 77.63        | 1.03                 | มีความสุขอย่างยิ่ง |
| การศึกษาเรียนรู้   | 76.92        | 1.01                 | มีความสุขอย่างยิ่ง |
| การผ่อนคลาย        | 66.62        | 1.05                 | มีความสุข          |
| การทำงานดี         | 64.64        | 1.01                 | มีความสุข          |
| จิตวิญญาณดี        | 64.13        | 1.04                 | มีความสุข          |
| สุขภาพเงินดี       | 60.50        | 1.10                 | มีความสุข          |
| ความสุขภาพรวม      | 68.89        | 1.02                 | มีความสุข          |

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการสำรวจความสุขในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่าคะแนนความสุขในการทำงานของบุคลากรมีค่าคะแนนเฉลี่ย 68.89 คะแนน ซึ่งตามเกณฑ์ของเครื่องมือ HAPPINOMETER จัดอยู่ในระดับ “HAPPY” หรือ “ระดับความสุขตามเป้าหมาย (ช่วงคะแนน 50.00-74.99 คะแนน)” เนื่องจากจากวิทยาลัยฯ เองมีนโยบายในด้านการพัฒนาบุคลากรและองค์กรเพื่อก้าวไปสู่การเป็นองค์กรเปี่ยมสุข จึงได้มีการมอบหมายให้บุคลากรของวิทยาลัยฯ ที่เกี่ยวข้องกันพันธกิจดังกล่าวดำเนินการขับเคลื่อน

กิจกรรมด้านการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานให้กับบุคลากรทุกระดับของวิทยาลัยฯโดยมีการนำเครื่องมือความสุข 9 มิติของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพมาบูรณาการกับการจัดกิจกรรมต่างๆของวิทยาลัยฯเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีความสุขในการทำงาน เช่น จัดให้มีห้องฟิตเนสในการออกกำลังกาย จัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ของบุคลากรในวิทยาลัยฯ จัดให้มีสวัสดิการสำหรับบุคลากรที่มีการเจ็บป่วย รวมทั้งมีการสร้างขวัญและกำลังใจสำหรับบุคลากรที่มีคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล ผลการสำรวจความสุขคนทำงาน (ในองค์กร) ปี 2560 ไตรมาส 1 และ ผลการสำรวจความสุขคนทำงาน (ในองค์กร) ปี 2561 ไตรมาส 1 (เดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2561) และพบว่า คะแนนความสุขคนทำงาน (ในองค์กร) ภาพรวมระดับประเทศมีค่าคะแนนเฉลี่ย 58.6 คะแนนซึ่งอยู่ในระดับ “HAPPY” หรือ “ระดับความสุขตามเป้าหมาย” อภิญา โพธิจักร (2560). ศึกษาความสุขของบุคลากรโรงพยาบาลบึงกาฬ พบว่า ความสุขของบุคลากรโรงพยาบาลบึงกาฬ อยู่ในระดับมีความสุข (Happy) อภิรัฐ ศิริวงษ์ (2560) ศึกษาระดับความสุข 9 ด้าน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต พบว่าบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิตอยู่ในระดับมีความสุข (Happy) รักชนก น้อยอาษาและประเสริฐ ประสมรักษ์ (2561). พบว่าบุคลากรสุขภาพสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดยโสธร มีความสุขอยู่ในระดับมาก และ สนีก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2562) ศึกษารูปแบบการเสริมสร้างความสุขในการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์มีความสุขในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมีความสุข 89 ส่วนมิติที่มีคะแนนระดับความสุขสูงสุด ได้แก่ มิติครอบครัว มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมีความสุขอย่างยิ่ง (Very Happy) เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่ของวิทยาลัยฯอยู่ในวัยทำงานและสถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 57.70 และเป็นครอบครัวที่อบอุ่น มิติความสุขสุขภาพเงินดี พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยความสุขต่ำที่สุดเนื่องจากบุคลากรของวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนมมหาวิทยาลัยนครพนมส่วนใหญ่เป็นบุคลากรสายวิชาการด้านการผลิต ร้อยละ 54.44 สถานภาพการจ้างงานพนักงานมหาวิทยาลัยและส่วนใหญ่เป็นบุคลากรที่เพิ่งกลับจากการศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตและกลับมาทำงานใหม่ๆทำให้เงินเดือนที่ได้รับยังไม่สูงมากนัก สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิญา โพธิจักร (2560).

ศึกษาความสุขของบุคลากรโรงพยาบาลบึงกาฬ พบว่า มิติสุขภาพเงินดี ต่ำสุด อยู่ในระดับไม่มีความสุขเลย (Unhappy) และสนีก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2562) ศึกษารูปแบบการเสริมสร้างความสุขในการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พบว่า มิติสุขภาพเงินดีมีคะแนนเฉลี่ยความสุขต่ำที่สุด

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ ควรมีการนำเครื่องมือ HAPPINOMETER ไปประเมินหรือวัดระดับความสุขของบุคลากรในองค์กรอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งเพื่อนำผลที่ได้มาวางแผนและดำเนินการ บริหารจัดการความสุขในการทำงานของบุคลากรทุกระดับในองค์กรได้อย่างถูกต้องและถูกใจ และให้คนทำงานอย่างมีความสุขในการทำงาน เกิดความผูกพันในองค์กร และก่อให้เกิดเป็นองค์กรแห่งความสุขได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
2. ผู้บริหารของวิทยาลัยฯ ต้องร่วมมือกันสร้างเสริมสนับสนุนและวางแผนสร้างสุขในมิติสุขภาพเงินดีและมิติจิตวิญญาณดีให้กับบุคลากรของวิทยาลัยฯ ให้เพิ่มขึ้น
3. ผู้บริหารของวิทยาลัยฯ ควรการใช้ประโยชน์ในสร้างขวัญ/กำลังใจในการทำงาน และ สวัสดิการที่จะทำให้อุทิศบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนมมีความสุขเพิ่มขึ้นจากเดิมที่อยู่ในระดับมีความสุข (Happy)

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวัดระดับความสุขของบุคลากรในองค์กรอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และควรมีการปรับปรุงเครื่องมือวัดความสุขด้านต่างๆเพื่อให้ได้ผลที่ละเอียดและตรงตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมของสถาบัน เนื่องจากการวัดความสุขของบุคลากรเป็น สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพียงแต่จะมากหรือน้อย ใช้เวลาเร็วหรือช้าขึ้นกับปัจจัยต่างๆทั้งภายใน และภายนอกองค์กร
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุขของบุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานอื่น
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบความสุขของบุคลากรในองค์กรที่มีคุณลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (ม.ป.ป.). *ดัชนีชี้วัดความสุข*. สืบค้น 1 กันยายน 2564, (ออนไลน์แหล่งข้อมูลจาก <http://www.sdhabhon.com/withyouwithUBU/EvaluationForm-HappinessIndices.pdf>).
- [2] กัลยา วาณิชย์บัญชา และฐิตา วณิชย์บัญชา. (2558). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 27. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สามลดา.
- [3] แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน. (2552). *มาตรฐานองค์กรแห่งความสุขกันเถอะ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- [4] ภัทรดนัย ฉลองบุญ. (2018). ความสุขในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(ฉบับพิเศษ), 590-599.
- [5] รักชนก น้อยอาษา และประเสริฐ ประสมรักษ์. (2561). ระดับความสุขและรูปแบบการเสริมสร้างความสุขในการทำงานของบุคลากรสุขภาพสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดยโสธร. *ศรีนครินทร์เวชสาร*, 33(6), 595-601.
- [6] สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว, ญาณินี ทรงขจร และจาตุรนต์ ชุติธพงษ์. (2562). รูปแบบการเสริมสร้างความสุขในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 8(1), 63-77.
- [7] สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล. (2560). *ผลการสำรวจความสุขคนทำงาน (ในองค์กร) ปี 2560 ไตรมาส 1 (เดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2560)*. นนทบุรี: บริษัท อพทริยู ครีเอทีฟ จำกัด.
- [8] สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล. (2561). *ผลการสำรวจความสุขคนทำงาน (ในองค์กร) ปี 2561 ไตรมาส 1 (เดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2561)*. นนทบุรี: บริษัท อพทริยู ครีเอทีฟ จำกัด.
- [9] อภิรัฐ ศิริวงษ์. (2560). *ศึกษาระดับความสุข 9 ด้าน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรังสิต*. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2560 (RSU National Research Conference 2017) วันที่ 28 เมษายน 2560.
- [10] อภิญญา โพธิจักร (2560). *รายงานวิจัยความสุขของบุคลากรโรงพยาบาลบึงกาฬ*. สืบค้น 1 กันยายน 2564, (ออนไลน์แหล่งข้อมูลจาก [http://bkh.moph.go.th/kmbkh/wp-file/r2r-2560/r2r60\\_2.pdf](http://bkh.moph.go.th/kmbkh/wp-file/r2r-2560/r2r60_2.pdf)).

## ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

### FACTORS AFFECTING THE COCONUT WATER IMPORTS-EXPORTS FROM THAILAND TO THE UNITED STATES

กัลยกร ศรีเจ็ก<sup>1\*</sup> และ นรารักษ์ บุญยานาม<sup>2</sup>

KANYAKORN SRIJEK<sup>1\*</sup> and NARARUK BOONYANAM<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการใช้ข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2555 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2562 จำนวน 32 ไตรมาส

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย และนโยบายการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา โดยยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมส่งผลในทิศทางเดียวกับปริมาณการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่นโยบายการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐส่งผลในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกา ราคาหน้ามะพร้าวประเทศไทย ราคาน้ำมะพร้าวประเทศฟิลิปปินส์ ราคาน้ำมันดิบ และภาวะภัยแล้ง ไม่ส่งผลต่อการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาส่งผลได้แก่ ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรม และนโยบายการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ราคาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อน้ำมะพร้าวของประชากรสหรัฐอเมริกา เนื่องจากทั้งราคาน้ำมะพร้าวไทยและคู่แข่งสำคัญอย่างประเทศฟิลิปปินส์ไม่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าว นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านต้นทุน ได้แก่ ราคาน้ำมันดิบ และภาวะภัยแล้ง ก็ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการนำเข้าน้ำมะพร้าวไทยไปสหรัฐอเมริกา แต่ปัจจัยที่มีความสำคัญที่ผู้ประกอบการส่งออกน้ำมะพร้าวไทยต้องคอยจับตาคือ นโยบายการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกามีต่อประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่า ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทยนั้นเป็นนโยบายที่รัฐบาลดำเนินการมาอย่างถูกทิศทางแล้ว เพราะส่งผลต่อปริมาณการนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

**คำสำคัญ :** น้ำมะพร้าว ; การนำเข้า ; การส่งออก

<sup>1</sup> นิสิตปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Master Student, Program in Business Economics, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University.

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Associate Professor, Kasetsart University.

\* Corresponding Author. Email : kanyakorn.srijek@gmail.com

## ABSTRACT

The purpose of this research were to study the factors and effect level of the factor affecting the coconut water imports – exports from Thailand to the United States. The data used for this study were the secondary data of quarterly time-series from 2012 to 2019, a total of 32 quarters. The methodology used was Multiple Regression Model with the Least Square Method.

The results of the study showed that the factors affecting the coconut water imports – exports from Thailand to the United States are Thailand's coconut industry strategy and the U.S.'s international trade policy. Thailand's coconut industry strategy have a positive effect on the coconut water imports – exports from Thailand to the United states whereas the U.S. international trade policy have a negative effect. The other factors including the U.S. Gross domestic, coconut water prices of the Thailand, coconut water prices of the Philippines, crude oil prices and drought crisis from climate conditions do not affect the coconut water imports – exports from Thailand to the United States. The most important factors that affect the coconut water imports – exports from Thailand to the U.S are the coconut industrial strategy followed by the U.S. international trade policy respectively. The results indicated that price is not a major factor in importing the coconut water from Thailand as both Thai and key competitor's coconut water price such as the Philippines, do not affect the import volume of coconut water from Thailand to the United states. In addition, the cost factor such as the price of crude oil and drought crisis conditions do not affect the coconut water imports – exports from Thailand to the United States too. Therefore, Thai coconut water exporters should focus on monitoring the international trade policy of the United States towards Thailand when managing their export business. In addition, the result also found that Thailand's coconut industrial strategy is the right policy for the Thai government to adopt as it significantly affects the coconut water imports – exports from Thailand to the United states.

**Keywords:** Coconut water ; Import ; Export

## บทนำ

มะพร้าวจัดเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากมะพร้าวสามารถใช้ประโยชน์ได้จากส่วนตั้งแต่ ใบ ยอด เนื้อ กะลา ราก ลำต้น กาบ และน้ำมะพร้าว โดยเฉพาะน้ำมะพร้าวที่มีสรรพคุณในการรักษาโรคต่างๆ เช่น ช่วยลดคอเลสเตอรอล ช่วยลดความดันโลหิต ป้องกันโรคเบาหวาน ป้องกันโรคตับและไต เป็นต้น ปัจจุบันมีความต้องการน้ำมะพร้าวมากขึ้นเนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในด้านอาหาร เครื่องดื่ม หรือผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และด้วยน้ำมะพร้าว ที่จัดเป็นเครื่องดื่มที่มีแคลอรีต่ำเพียง 18.9 กิโลแคลอรี ต่อ 100 กรัม แต่อุดมไปด้วย

วิตามินและแร่ธาตุที่สำคัญสำหรับร่างกาย จึงเหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัยทำให้น้ำมะพร้าวเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นสินค้าที่มีความเติบโตทางตลาด โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจุบันการนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศสหรัฐอเมริกา มีอัตราเพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณการนำเข้าน้ำมะพร้าว 387,504,095 ลิตร ในปี พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 469,184,612 ลิตร ในปี พ.ศ. 2562 หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.08 (United States International Trade Commission, 2021) ดังแสดงในตารางที่ 1 ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยเป็นประเทศหลักในการส่งออกน้ำมะพร้าวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยประเทศสหรัฐอเมริกาได้นำเข้าน้ำมะพร้าวจากประเทศไทยกว่า 111.01 ล้านลิตร มีมูลค่าสูงถึง 131.80 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ

23.69 ของส่วนแบ่งตลาดน้ำมะพร้าวของประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือนำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์ ปริมาณ 35.95 ล้าน ลิตร คิดเป็นมูลค่า 61.17 ล้านบาท ฟิลิปปินส์ คิดเป็นร้อยละ 7.67 และนำเข้าจากประเทศบราซิล ปริมาณ 35.56 ล้านลิตร คิดเป็น มูลค่า 39.66 ล้านบาท ฟิลิปปินส์ คิดเป็นร้อยละ 7.59 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบในด้านราคาพบว่า ราคาเฉลี่ยของน้ำ มะพร้าวในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2562 จากประเทศไทยนั้นมีราคา ที่ค่อนข้างสูงกว่าประเทศอื่นคือ 1.10 เหรียญสหรัฐต่อลิตร ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์มีระดับราคาอยู่ที่ 0.87 เหรียญสหรัฐ ต่อลิตร และประเทศบราซิล มีระดับราคาอยู่ที่ 0.45 เหรียญ สหรัฐต่อลิตร ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนได้ว่าปัจจัยด้านราคาไม่ใช่ ปัจจัยหลักในการนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศสหรัฐอเมริกา จากประเทศไทย

**ตารางที่ 1** ปริมาณการนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศ สหรัฐอเมริกาปี พ.ศ. 2555-2562

| ปี พ.ศ. | ปริมาณการนำเข้า<br>(ลิตร) | ร้อยละ<br>การเปลี่ยนแปลง |
|---------|---------------------------|--------------------------|
| 2555    | 419,830,309               | -                        |
| 2556    | 331,437,993               | -21.05                   |
| 2557    | 290,645,853               | -12.31                   |
| 2558    | 332,391,516               | 14.36                    |
| 2559    | 321,486,853               | -3.28                    |
| 2560    | 322,646,143               | 0.36                     |
| 2561    | 387,504,095               | 20.10                    |
| 2562    | 469,184,612               | 21.08                    |

ที่มา : United States International Trade Commission,  
2021

เมื่อศึกษานโยบายการส่งเสริมมะพร้าวของประเทศไทย พบว่า รัฐบาลมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่อ อุตสาหกรรมของประเทศไทยปี พ.ศ. 2561 -2579 โดยมีการ ส่งเสริม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตใน รูปแบบแปลงใหญ่ เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการผลิต ของเกษตรกรให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน GAP เพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มคุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต ด้านที่สอง ได้แก่ ด้านการ พัฒนาประสิทธิภาพการป้องกันกำจัดศัตรูมะพร้าว โดยการเพิ่ม

ศักยภาพด้านเครื่องมือ เทคโนโลยี วัสดุ อุปกรณ์ และการขยาย ศัตรูธรรมชาติ ด้านที่สาม ได้แก่ พัฒนาด้านการแปรรูปและการ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มะพร้าว เพื่อพัฒนาการแปรรูปผลผลิต มะพร้าวและบรรจุภัณฑ์ให้หลากหลายโดยสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านที่สี่ ได้แก่ พัฒนาการตลาด โดยรณรงค์การบริโภคมะพร้าว และผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมมะพร้าว โดย ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่างประเทศ (กระทรวง เกษตรและสหกรณ์, 2561) และเมื่อพิจารณาแผนยุทธศาสตร์ มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 - 2579 ประกอบกับตัวเลขการนำเข้าน้ำมะพร้าวของสหรัฐอเมริกาจาก ประเทศไทยที่เพิ่มมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วงปี พ.ศ. 2561- 2562 แผนยุทธศาสตร์ของรัฐบาลดังกล่าวอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ ส่งเสริมการนำเข้าน้ำมะพร้าวจากประเทศไทยในจำนวนที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคาน้ำมะพร้าวที่สูงกว่าคู่แข่งของประเทศไทยก็ อาจส่งผลกระทบต่อ การนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศไทย จากอเมริกาจากไทยได้ในอนาคต

เมื่อศึกษานโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย สหรัฐอเมริกา จากข้อมูลพบว่าสหรัฐอเมริกา ได้มีการให้สิทธิ พิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences : GSP) กับสินค้าของประเทศไทยหลายรายการ รวมถึงน้ำ มะพร้าวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของไทยด้วย ซึ่งเป็นการ ลดหย่อนหรือยกเว้นอากรขาเข้า กล่าวคือประเทศไทยไม่ถูกเก็บ ภาษีนำเข้า ทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศที่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษ ทางภาษีศุลกากรได้มากยิ่งขึ้น แต่ภายหลังสหรัฐอเมริกา มีการ ประกาศตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรประเทศไทยโดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 จากนโยบายการค้าระหว่าง ประเทศดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่อาจส่งผลกระทบต่อ การนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อ การนำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกาว่าเกิดจากปัจจัยสำคัญใดบ้างที่ส่งผลให้ปริมาณการ นำเข้า-ส่งออกน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่นักลงทุนในธุรกิจ มะพร้าวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการป้องกันความเสี่ยงจาก ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของสินค้าประเภทนี้ และเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในตลาดน้ำมะพร้าวของประเทศไทย สหรัฐอเมริกา

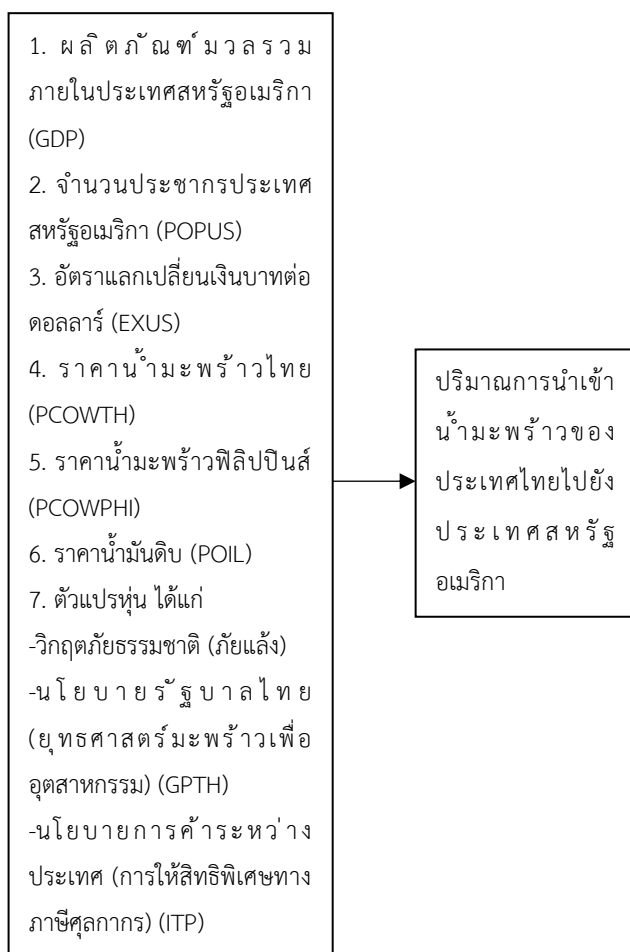
## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้า-ส่งออกน้ำมันพรัวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้า-ส่งออกน้ำมันพรัวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

## กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



## ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยตามภาพที่ 1 มาจากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทฤษฎีการส่งออกระบุว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อส่งออก ได้แก่ ราคาสินค้า อัตราแลกเปลี่ยนอัตราเงินเพื่อ นโยบายการค้าของต่างประเทศ และการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล ส่วนทฤษฎีอุปสงค์ระบุว่าราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องหรือราคาสินค้าทดแทนเป็นตัวกำหนดอุปสงค์ ในส่วน

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้า-ส่งออกสินค้ามีจำนวนค่อนข้างมาก โดยแกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล (2553) พบว่า GDP และจำนวนประชากรสหรัฐอเมริกามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับปริมาณการนำเข้า-ส่งออกสินค้า ซึ่งวาทีน ธาวนพงษ์ (2543) และชลัดดา บุญทัย (2563) ก็ได้ผลการศึกษาค่าตัวแปร GDP ที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาดังกล่าว ส่วนปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยน งานวิจัยของวารี ชัยเสรี (2554) พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณการส่งออก ส่วนปัจจัยด้านราคา งานวิจัยของชนิภา ช้วนนะ (2562) และอุทัยวรรณ พูลทรัพย์ (2550) มีผลการศึกษาไปในทิศทางเดียวกันคือราคาสินค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออก ส่วนปัจจัยด้านราคาน้ำมันดิบและภาวะภัยแล้ง งานวิจัยของอารีย์ รักษ์ธัญกร (2562) และชลัดดา บุญทัย (2563) มีผลการศึกษาไปในทิศทางเดียวกันคือราคาน้ำมันดิบและภัยแล้ง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออก

## สมมติฐานการวิจัย

1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันพรัวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
2. จำนวนประชากรประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันพรัวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
3. อัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันพรัวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
4. ราคาน้ำมันพรัวของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันพรัวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
5. ราคาน้ำมันพรัวของประเทศฟิลิปปินส์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันพรัวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
6. ราคาน้ำมันดิบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับการนำเข้าน้ำมันพรัวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

## 7. ตัวแปรหุ่น ได้แก่

7.1 วิถีอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

7.2 ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

7.3 การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ในครั้งนี้ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภทอนุกรมเวลา (Time Series Data) รายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2555 – ไตรมาสที่ 4 ปีพ.ศ. 2562 จำนวน 32 ไตรมาส โดยทำการเก็บข้อมูลด้านปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวนประชากรสหรัฐอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศไทย ราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศฟิลิปปินส์ ราคาน้ำมันดิบ และตัวแปรหุ่น ซึ่งได้แก่ ภัยแล้ง ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย และการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้การวิเคราะห์จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีมากกว่าหนึ่งตัว (Independent Variable) กับตัวแปรตามหนึ่งตัว (Dependent Variable) เพื่อเป็นการควบคุมความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากตัวแปรอิสระที่จะส่งผลถึงค่าประมาณของตัวแปรตาม และทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิของตัวแปรอิสระ

| ตัวแปร                                                    | แหล่งที่มา                           |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกา (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) | สถิติการเงินระหว่างประเทศ (IFS)      |
| จำนวนประชากรสหรัฐอเมริกา (พันคน)                          | สำนักวิเคราะห์เศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา   |
| อัตราแลกเปลี่ยนเงิน (บาทต่อดอลลาร์)                       | ธนาคารแห่งประเทศไทย                  |
| ราคาน้ำมันมะพร้าวไทย (เหรียญต่อลิตร)                      | กรมการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกา   |
| ราคาน้ำมันมะพร้าวฟิลิปปินส์ (เหรียญต่อลิตร)               | กรมการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกา   |
| ราคาน้ำมันดิบ (ดอลลาร์ต่อบาเรล)                           | Index Mundi                          |
| ภัยแล้ง                                                   | สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร |
| ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรม                          | กระทรวงเกษตรและสหกรณ์                |
| การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร                            | สำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐอเมริกา     |

## การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยการประมาณแบบจำลองด้วยวิธีการประมาณค่ากำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) ซึ่งมีการทดสอบ Correlation และการทดสอบความนิ่ง Unit root test ก่อนนำข้อมูลมาวิเคราะห์

## สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองด้วยวิธีการประมาณค่ากำลังสองน้อยที่สุด (OLS) ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สถิติเบื้องต้นของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสถิติเบื้องต้น

| สถิติ   | $\bar{X}$    | S.D.       | ค่าสูงสุด    | ค่าต่ำสุด    |
|---------|--------------|------------|--------------|--------------|
| GDP     | 4,655,629.00 | 449,529.50 | 5,517,583.00 | 3,947,585.00 |
| POPUS   | 321,750.20   | 4,902.70   | 329,186.00   | 313,385.00   |
| EXUS    | 32.64        | 1.77       | 35.84        | 29.80        |
| PCOWTH  | 1.13         | 0.13       | 1.52         | 0.79         |
| PCOWPHI | 1.06         | 0.31       | 1.53         | 0.38         |
| POIL    | 72.68        | 24.89      | 112.52       | 32.72        |
| DRO     | 0.91         | 0.29       | 1.00         | 0.00         |
| GPTH    | 0.25         | 0.44       | 1.00         | 0.00         |
| ITP     | 0.84         | 0.37       | 1.00         | 0.00         |

จากตารางที่ 3 ผลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกา (GDP) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4,655,629.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 449,529.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อนำมาคำนวณอัตราการเจริญเติบโตจะพบว่าในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา GDP ของสหรัฐอเมริกามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 2.36% โดยมีอัตราการเติบโตสูงสุดเท่ากับ 4.15% และต่ำสุดเท่ากับ 1.26%

จำนวนประชากรสหรัฐอเมริกา (POPUS) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 321,750.20 พันคน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4,902.70 พันคน โดยมีจำนวนประชากรสูงสุดอยู่ที่ 329,186.00 พันคน และมีจำนวนประชากรต่ำสุดอยู่ที่ 313,385.00 พันคน

อัตราแลกเปลี่ยน (EXUS) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 32.64 บาทต่อดอลลาร์ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.77 บาทต่อดอลลาร์ โดยมีอัตราแลกเปลี่ยน สูงสุดอยู่ที่ 35.84 บาทต่อดอลลาร์ และมีอัตราแลกเปลี่ยน ต่ำสุดอยู่ที่ 29.80 บาทต่อดอลลาร์

ราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศไทย (PCOWTH) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.13 ดอลลาร์ต่อลิตร และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.13 ดอลลาร์ต่อลิตร โดยมีราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศไทย สูงสุดอยู่ที่ 1.52 ดอลลาร์ต่อลิตร และมีราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยต่ำสุดอยู่ที่ 0.79 ดอลลาร์ต่อลิตร

ราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศฟิลิปปินส์ (PCOWPHI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.06 ดอลลาร์ต่อลิตร และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.31 ดอลลาร์ต่อลิตร โดยมีราคาน้ำมันมะพร้าว

ประเทศฟิลิปปินส์สูงสุดอยู่ที่ 1.53 ดอลลาร์ต่อลิตร และมีราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศฟิลิปปินส์ต่ำสุดอยู่ที่ 0.38 ดอลลาร์ต่อลิตร

ราคาน้ำมันดิบ (POIL) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 72.68 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 24.89 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล โดยมีราคาน้ำมันดิบสูงสุดอยู่ที่ 112.52 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล และมีราคาน้ำมันดิบต่ำสุดอยู่ที่ 32.72 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล

ภาวะภัยแล้ง (DRO) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.91 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.29 โดยเกิดภาวะภัยแล้งสูงสุดอยู่ที่ 1.00 และเกิดภาวะภัยแล้งต่ำสุดอยู่ที่ 0.00

ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย (GPTH) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44 โดยเกิดยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทยสูงสุดอยู่ที่ 1.00 และเกิดยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทยต่ำสุดอยู่ที่ 0.00

การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (ITP) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.84 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.37 โดยเกิดนโยบายการค้าระหว่างประเทศสูงสุดอยู่ที่ 1.00 และเกิดนโยบายการค้าระหว่างประเทศต่ำสุดอยู่ที่ 0.00

2. การทดสอบ Unit Root Test จากผลการทดสอบ Unit Root Test พบว่า ตัวแปร ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกา (GDP) จำนวนประชากรสหรัฐอเมริกา (POPUS) อัตราแลกเปลี่ยน (EXUS) ราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศไทย (PCOWTH) ราคาน้ำมันดิบ (POIL) มีคุณสมบัติ Stationary ที่ระดับ First Difference จึงนำข้อมูลระดับ First Difference มาใช้หาความสัมพันธ์เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่แท้จริง (Spurious Regression) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบ Unit Root Test

| ตัวแปร  | Prob. | Order of Integration | ADF Statistic | ผลการทดสอบ |
|---------|-------|----------------------|---------------|------------|
| GDP     | 0.000 | First Difference     | -9.367        | Stationary |
| POPUS   | 0.096 | First Difference     | -2.641        | Stationary |
| EXUS    | 0.006 | First Difference     | -3.901        | Stationary |
| PCOWTH  | 0.000 | First Difference     | -6.569        | Stationary |
| PCOWPHI | 0.000 | First Difference     | -8.107        | Stationary |
| POIL    | 0.001 | First Difference     | -4.541        | Stationary |

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระจากผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระต้องมีย่าน้อยกว่า 0.8 เมื่อทดสอบพบว่าตัวแปรจำนวนประชากรสหรัฐอเมริกา กับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงเกิน 0.8 จึงได้ตัดตัวแปรประชากรสหรัฐอเมริกาทิ้ง เนื่องจากตัวแปรที่สนใจศึกษา คือ GDP

4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

จากการประมาณสมการการถดถอยและทดสอบ Variance Inflation Factors (VIF) พบว่า ตัวแปรที่มีค่า VIF มากกว่า 3 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่า  $VIF = 7.184$  และ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ มีค่า  $VIF = 6.5283$  จึงทำการแก้ปัญหา multicollinearity ด้วยการเปลี่ยนหน่วยการวัดตัวแปร GDP โดยเปลี่ยนตัวแปร GDP เป็น GDP GROWTH แต่ก็ยังพบว่าค่า VIF ยังสูงอยู่จึงแก้ปัญหาด้วยการตัดตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนออกจากสมการ เนื่องจากพบว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินค่อนข้างคงที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา หลังจากแก้ปัญหาแล้วยังพบตัวแปรที่มีค่า VIF เกิน 3 เพียงเล็กน้อย ได้แก่ ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย และการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ดังตารางที่ 5 แม้ว่าโมเดลที่ได้จะยังคงมีปัญหา multicollinearity เนื่องจากมีตัวแปรบางตัวมีค่า VIF มากกว่า 3 แต่ Gujarati (2004) ระบุว่าค่า VIF ที่แสดงถึงปัญหา multicollinearity ที่รุนแรงและควรได้รับการแก้ไขคือค่า VIF ที่เกิน 10 นอกจากนี้ อัครพงศ์ อันทอง (2550) ยังระบุว่ากรณีที่เกิดปัญหา multicollinearity ไม่ต้องดำเนินการแก้ไขเนื่องจากความพยายามในการแก้ไขปัญหาอาจทำให้เกิดผลเสียหลายๆ ด้านต่อตัวประมาณค่าของสมการถดถอย การศึกษาในครั้งนี้จึงไม่ทำการแก้ไขปัญหาดังกล่าวต่อตามคำแนะนำของ Gujarati (2004) และอัครพงศ์ อันทอง (2550)

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบ Variance Inflation Factors (VIF)

| ตัวแปร      | Centered VIF |
|-------------|--------------|
| LNGDPGROWTH | 1.4980       |
| LNPCOWTH    | 1.7176       |
| LNPCOWPHI   | 2.1445       |
| LNPOIL      | 2.1341       |
| DRO         | 1.8547       |
| GPTH        | 3.1266       |
| ITP         | 3.0749       |

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้ามะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในรูปสมการถดถอย หลังจากแก้ไขปัญหาค่า VIF ได้ผลดังนี้

$$\ln IMCO = 17.212 - 0.289 \ln GDPGROWTH (-1.302) + 0.470 \ln PCOWTH + 0.116 \ln PCOWPHI (0.819) (0.550) - 0.254 \ln POIL - 0.175 DRO (-1.166) (-0.730) + 1.208 GPTH^{***} - 1.144 ITP^{***} (5.772) (-4.625)$$

R-squared = 0.927357

Adjusted R-squared = 0.906170

Durbin-Watson statistic = 2.019848

P-Value of Heteroskedasticity test = 0.1775

หมายเหตุ: 1. ตัวเลขที่แสดงในวงเล็บ ( ) หมายถึง ค่า t-Statistic

2. \*\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01

จากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ามะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 สรุปผลการศึกษาโดยเปรียบเทียบกับสมมติฐาน

| ตัวแปร    | Significant | ตรงตามสมมติฐาน |
|-----------|-------------|----------------|
| LNGDP     | -           | -              |
| LNPCOWTH  | -           | -              |
| LNPCOWPHI | -           | -              |
| LNPOIL    | -           | -              |
| DRO       | -           | -              |
| GPTH      | √           | √              |
| ITP       | √           | √              |

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าน้ำมันมะพร้าว ประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย สามารถอธิบายปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 สำหรับนโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยสามารถอธิบายปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงข้ามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยค่า  $R^2$  มีค่าเท่ากับ 0.927357 ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยที่นำมาศึกษาในสมการสามารถอธิบายปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ร้อยละ 92.74 และเกิดจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษาอีกร้อยละ 7.26 ค่า Durbin-Watson statistic เท่ากับ 2.019848 ซึ่งให้เห็นว่าโมเดลไม่มีปัญหา autocorrelation และเมื่อทำการตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity โดยวิธี White's test พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.1775 แสดงให้เห็นว่าโมเดลไม่ประสบปัญหาความแปรปรวนของตัวคลาดเคลื่อนมีค่าไม่คงที่

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย ส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการที่รัฐบาลมีการส่งเสริมการปลูกมะพร้าว และการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการพัฒนาด้านการตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวของไทยมีคุณภาพสูง รวมทั้งมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและหลากหลาย จากการวิจัยและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ทำให้น้ำมันมะพร้าวไทยจัดเป็นสินค้าในกลุ่มพรีเมียม ทั้งด้านคุณภาพและด้านราคา นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์โฆษณา และประชาสัมพันธ์สินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคประเทศสหรัฐอเมริกาจัดเป็นผู้บริโภคที่มีศักยภาพและความสามารถในการซื้อสินค้ากลุ่มพรีเมียม จึงมีผลต่อปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

2. การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) ผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Hakobyan (2020) Persson and Wilhelmsson (2006) และ Cirera, Foliano and Gasiolek (2015) แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกสินค้าไปยังประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางภาษียลดลง การตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรสินค้าเกษตรไทยจากอดีตประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาโดนัลด์ ทรัมป์ ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงกับประเทศไทย เนื่องจากทำให้ต้องเสียภาษีสินค้าสูงขึ้นกว่า 200 รายการ (Economic Intelligence Center, 2020) ปัจจุบันประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนปัจจุบัน โจ ไบเดน มีนโยบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศแตกต่างจากเดิม โดยการสร้างความสัมพันธ์กับชาติพันธมิตรของสหรัฐใหม่อีกครั้ง จากนโยบายดังกล่าวคาดว่าจะทำให้การค้าของสหรัฐกับกลุ่มประเทศเอเชียดีขึ้น และมีแนวโน้มในการทบทวนสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรในอนาคตอีกครั้ง

3. ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศไทย ราคาน้ำมันมะพร้าวประเทศฟิลิปปินส์ ราคาน้ำมันดิบ และภาวะภัยแล้ง ไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าน้ำมันมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดย ตัวแปรราคาน้ำมันดิบ ไม่ส่งผลต่อการส่งออกสินค้าสอดคล้องกับงานวิจัยของทิชากร เกษรบัว (2555) เมื่อตรวจสอบข้อมูลที่น่ามาทดสอบสมการพบว่ามีความคงที่ใน 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงปี พ.ศ. 2555-2557 และ พ.ศ. 2558-2562 โดยปี พ.ศ. 2555-2557 ค่อนข้างคงที่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 101.78 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 112.52 มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 74.59 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.24 ส่วนพ.ศ. 2558-2562 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.26 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 73.04 มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 32.72 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.30 สรุปได้ว่าราคาน้ำมันดิบไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงระยะเวลาที่ยาวนาน ส่วนปัจจัยด้านภัยแล้ง จากข้อมูลพบว่าภัยแล้งไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตมะพร้าว เนื่องจากปริมาณผลผลิตมะพร้าวมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2561 (กรมวิชาการเกษตร, 2562) จึงไม่ส่งผลต่อการส่งออกเช่นเดียวกัน ผลการศึกษาที่พบว่าทั้งราคาน้ำมันมะพร้าวไทยและฟิลิปปินส์ไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้ามะพร้าวของไทยไปสหรัฐอเมริกา แสดงให้เห็นว่าราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Resis (2015) ที่พบว่าความต้องการสินค้าฟุ่มเฟือยไม่ได้ถูกกำหนดโดยราคานอกจากนี้ปัจจัยทางด้านต้นทุน ได้แก่ ราคาน้ำมันดิบ และวิกฤตภัยแล้ง ซึ่งเกี่ยวข้องส่งผลกระทบต่อ

ราคาขายของน้ำมะพร้าว ก็ไม่ส่งผลต่อการนำเข้าน้ำมะพร้าวไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเช่นกัน

4. ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด ได้แก่ ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมและนโยบายการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา ตามลำดับสรุป การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบใหม่คือ ยุทธศาสตร์มะพร้าวไทยเป็นนโยบายที่รัฐบาลดำเนินการมาถูกทิศทางแล้วเนื่องจากสามารถช่วยให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมในปริมาณการนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก ปี พ.ศ. 2561 ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่มีการทดสอบนโยบายยุทธศาสตร์มะพร้าวของประเทศไทยต่อปริมาณการนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศไทยคู่ค้าสำคัญอย่างสหรัฐอเมริกา

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. การตัดสินใจพิเศษทางภาษีศุลกากร ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้าน้ำมะพร้าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม ดังนั้น ผู้ประกอบการ รวมถึงนักลงทุนในอุตสาหกรรมมะพร้าวควรติดตามสถานการณ์นโยบายทางการค้าระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ที่อาจส่งผลการนำเข้าในอนาคตได้
2. รัฐบาลประเทศไทยควรมีการหารือกับรัฐบาลประเทศสหรัฐอเมริกาในการพิจารณาสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP)

อีกครั้งในภายภาคหน้า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรวมถึงนักลงทุนไทยในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งต่างประเทศในทุกอุตสาหกรรมไม่ใช่เพียงแต่อุตสาหกรรมมะพร้าวเท่านั้น

3. ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทยนั้นเป็นนโยบายที่รัฐบาลดำเนินการมาอย่างถูกทิศทางแล้วจึงควรที่จะส่งเสริมนโยบายนี้ต่อไป

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้พบว่าแบบจำลองยังมีข้อจำกัดเนื่องจากมีอีกหลายปัจจัยที่ยังไม่ได้ทำการศึกษา อาทิเช่น อัตราเงินเฟ้อ เนื่องจากตัวแปรอัตราเงินเฟ้อมีข้อมูลไม่เพียงพอประกอบกับข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนอัตราเงินเฟ้อได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจาก ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปเป็นการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลาง ไม่ได้รวมกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง และสินค้าฟุ่มเฟือยจึงไม่สามารถใช้เพื่อเปรียบเทียบค่าครองชีพ หรือราคาสินค้าได้อีกทั้งดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นตัวเลขที่แสดงการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าโดยเฉลี่ย อาจมีสินค้าบางชนิดที่มีการเปลี่ยนแปลงมากกว่าหรือน้อยกว่าดัชนีราคาในแต่ละเดือน จึงไม่ได้รวมตัวแปรนี้เข้าในแบบจำลอง
2. ยังมีปัจจัยทางสังคม เช่น พฤติกรรมผู้บริโภค แต่เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นข้อมูลระดับบุคคลยากแก่การเก็บรวบรวมข้อมูล จึงไม่เหมาะที่จะนำมาศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยทางสังคมและอัตราเงินเฟ้อเพื่อความสมบูรณ์แบบของแบบจำลองมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมวิชาการเกษตร. (2563). *สถานการณ์สินค้ามะพร้าวในสหรัฐอเมริกา*. กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร.
- [2] กรมวิชาการเกษตร. (2562). *การจัดการความรู้เทคโนโลยีการผลิตมะพร้าวน้ำหอม*. สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร.
- [3] กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). *ยุทธศาสตร์มะพร้าวเพื่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย พ.ศ.2561-2579*. สืบค้นวันที่ 27 กันยายน 2563. จาก [http://www.agriman.doae.go.th/home/agri1/agri1.3/strategics\\_2554/04\\_coconut%202561-2579.pdf](http://www.agriman.doae.go.th/home/agri1/agri1.3/strategics_2554/04_coconut%202561-2579.pdf)
- [4] แกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- [5] ชนิภา ช้วนนะ. (2562). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [6] ชลัดดา บุญทัย. (2563). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกยางรถยนต์ของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [7] ทิชากร เกษรบัว. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกในอุตสาหกรรมรถยนต์และการพาณิชย์*. ภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรม. คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- [8] ภาณุทัศน์ ตันติวิชยางกูร. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสตรีของคนไทยผ่านทางออนไลน์*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [9] วาทีน ชาวนพงษ์. (2543). *ปัจจัยที่กำหนดความต้องการนำเข้ากุ้งแช่แข็งจากไทยของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [10] วารีย์ ชัยเสรี. (2554). *ผลกระทบของความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนต่อการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญ*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [11] อัครพงศ์ อ้นทอง. (2550). *คู่มือการใช้โปรแกรม Eviews เบื้องต้น: สำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ*. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [12] อารีย์ รักษ์ธัญกร. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- [13] อุทัยวรรณ พูลทรัพย์. (2550). *การส่งออกลำไยสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [14] Economic Intelligence Center. (2020). *EIC ประเมินการตัดสินใจGSPรอบใหม่มีผลจำกัดต่อการส่งออกรวม*. สืบค้นวันที่ 6 มีนาคม 2564. จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/7180>.
- [15] Economic Intelligence Center. (2020). *EIC views that GSP privilege cuts will hurt export products with high GSP dependency, though impact on overall exports remains limited*. สืบค้นวันที่ 14 พฤษภาคม 2564. จาก [https://www.scbeic.com/en/detail/file/product/6411/fhituno2g8/Note\\_EN\\_GSP\\_20191101.pdf](https://www.scbeic.com/en/detail/file/product/6411/fhituno2g8/Note_EN_GSP_20191101.pdf).
- [16] Emilia Resis. (2015). *Influencing factors on consumer buying behaviour of luxury goods*. Turku University.
- [17] Damodar N. Gujarati. (2004). *Basic Econometrics, Fourth Edition*. The McGraw-Hill Companies.
- [18] Maria Persson and Fredrik Wilhelmsson. (2006). *Assessing the Effects of EU Trade Preferences for Developing Countries*. Lund University.
- [19] Shushanik Hakobyan. (2020). *GSP expiration and declining exports from developing countries*. Canadian Economics Association.
- [20] United States International Trade Commission. (2021). *Imports for consumption*. สืบค้นวันที่ 13 มกราคม 2564. จาก <https://dataweb.usitc.gov/trade/search/Import/HTS>.
- [21] Xavier Cirera, Francesca Foliano and Michael Gasior. (2015). *The impact of preferences on developing countries' exports to the European Union: bilateral gravity modelling at the product level*. *Empirical Economics journal*.

## ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการออมในกลุ่มประเทศ ASEAN-5

### FACTORS AFFECTING ON THE SAVING IN ASEAN-5

สิทธิพงษ์ คำนาน<sup>1\*</sup> และ ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล<sup>2</sup>

SITTHIPONG KAMNAN<sup>1\*</sup> and SIRIKWAN JAROENWIRIYAKUL<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการออมภายในกลุ่มประเทศ ASEAN-5 ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลา (Time Series data) รายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ถึงปี พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลา 30 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) ผลการวิจัยพบว่า อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมีผลต่อปริมาณการออมในทิศทางเดียวกันพบในประเทศอินโดนีเซีย สัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงานมีผลต่อปริมาณการออมในทิศทางตรงกันข้ามพบในประเทศอินโดนีเซีย ดัชนีราคาผู้บริโภคมีผลต่อปริมาณการออมมีผลกระทบทิศทางเดียวกันพบในประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซียและสิงคโปร์ แต่มีผลในทิศทางตรงกันข้ามในประเทศอินโดนีเซีย อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีผลต่อปริมาณการออมในทิศทางเดียวกันพบในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซียและสิงคโปร์ ราคาทองคำมีผลต่อปริมาณการออมในทิศทางเดียวกันในประเทศอินโดนีเซีย ดัชนีตลาดหลักทรัพย์มีผลต่อปริมาณการออมในทิศทางเดียวกันพบในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียและไทย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแนวโน้มของการออมในประเทศกลุ่ม Asean-5 ได้เปลี่ยนจากการฝากเงินในธนาคารพาณิชย์เพื่อได้รับผลตอบแทนในรูปของอัตราดอกเบี้ยเป็นการออมผ่านสินทรัพย์จากการลงทุน ได้แก่ การลงทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์หรือการถือทองคำ ดังนั้นธนาคารกลางและธนาคารพาณิชย์ควรมีมาตรการส่งเสริมการลงทุนในด้านดังกล่าวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจเพื่อสนับสนุนการออมในประเทศให้มากขึ้น

**คำสำคัญ :** การออม ; อาเซียน-5 ; วิธีกำลังสองน้อยที่สุด

<sup>1</sup> นิสิตปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, Master of Business Economics at Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University, Sriracha Campus.

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, Lecture Kasetsart University Sriracha Campus.

\* Corresponding Author, Email: Sitthipong\_44@hotmail.com

Received: Mar 26, 2021, Revised: May 6, 2021, Accepted: May 8, 2021

## ABSTRACT

The objective of this study is to analyze factors affecting domestic savings in ASEAN-5, i.e. Singapore, Philippines, Malaysia, Indonesia, and Thailand, using annual secondary data from 1990 to 2019, totally 30 years, with Time Series approach. Ordinary Least Squares method was used as tool to analyze the data in multiple regression analysis. The results show that: GDP growth rate has a positive effect on gross domestic savings in Indonesia, for the dependency young ratio positively affects Indonesia's gross domestic savings, consumer price index has positive effects on gross domestic savings in Philippines, Malaysia, and Singapore, while it has a negative effect on gross domestic savings in Indonesia. Deposit interest rate has a positive effect on gross domestic savings in Indonesia, Malaysia and Thailand. Gold price positively affects gross domestic savings in Indonesia. Stock Index has positive effects on gross domestic savings in Singapore, Malaysia, and Thailand. The results implied that gross domestic saving in ASEAN-5 trends to change from cash deposit in commercial banks (earning interests) to asset investments in stock exchange market or gold investment. Therefore, the central banks or commercial banks in each country should establish proper policies relating to asset investment in order to gain more gross domestic savings.

**Keywords:** Saving ; ASEAN-5 ; Ordinary Least Squares

## บทนำ

การออมภายในประเทศ (Saving) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ช่วยให้แต่ละประเทศมีปริมาณเงิน เป็นแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศ การสะสมทุนที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นกับการออมทั้งหมดของประเทศ ทฤษฎีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของแฮร์รอดและโดมาร์ (Harrod-Domar Growth Model) นั้นอธิบายว่าอัตราการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจในระยะสั้น ถูกกำหนดโดยการออมของประเทศและอัตราส่วนของทุนต่อผลผลิต ระบบเศรษฐกิจจะขยายตัวสูงได้จะต้องอาศัยการออมและการลงทุนในประเทศที่เท่ากันและมีค่าสูง (บุญคง หันจางสิทธิ์, 2556)

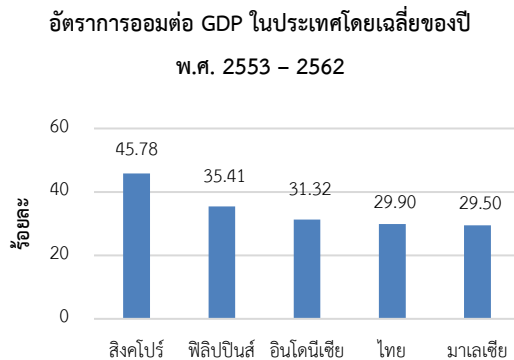
ประเทศไทยเป็นหนึ่งในอยู่ในภูมิภาคอาเซียนซึ่งเป็นภูมิภาคหนึ่งของทวีปเอเชียที่ดำเนินนโยบายทางกลุ่มเศรษฐกิจภายใต้กลุ่มประชาคมอาเซียน มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 โดยมี

ผู้ร่วมก่อตั้งเริ่มแรกทั้งหมด 5 ประเทศหรือเรียกว่า ASEAN-5 คือ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซียและประเทศไทย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดเสถียรภาพและความร่วมมือทางการเมือง

เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยทางด้านเศรษฐกิจจะมีการใช้กลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ต่างๆ เข้ามาเป็นกลไกในการดำเนินการทางเศรษฐกิจ (อุษมา กาคำมูล, 2557 อ้างถึง กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, 2555) ที่ผ่านมากลุ่มประเทศ Asean-5 เคยประสบกับวิกฤติเศรษฐกิจคือในปี พ.ศ. 2540 วิกฤติเศรษฐกิจเอเชียหรือ วิกฤติต้มยำกุ้งและครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2551 คือ วิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่กลุ่มประเทศ Asean-5 ก็มีการฟื้นตัวกลับมามีความรวดเร็วและมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียนยังมีความต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันเช่น ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) อัตราเงินเฟ้อ อัตราการเพิ่มของ

ประชากร โครงสร้างอายุของประชากรยังมีอีกหลายสาเหตุที่อาจส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญได้หนึ่งในสาเหตุหลักที่รัฐบาลของแต่ละประเทศได้มีการส่งเสริมคือการเพิ่มระดับการออมภายในประเทศมาโดยตลอดและหากจะพิจารณาด้านเงินออมของแต่ละประเทศสามารถพิจารณาได้จากอัตราการออมต่อ GDP ของกลุ่มประเทศ Asean-5 จากอัตราการออมต่อ GDP โดยเฉลี่ยของแต่ละปี

โดยจากการศึกษาข้อมูลย้อนหลัง 10 ปี คือระหว่างปี พ.ศ. 2553 ถึงปี พ.ศ. 2562 ดังภาพที่ 1



**ภาพที่ 1** อัตราการออมต่อ GDP ในประเทศในกลุ่ม ASEAN-5 โดยเฉลี่ยของปี พ.ศ. 2553 – 2562

จากภาพที่ 1 พบว่า ประเทศในกลุ่ม ASEAN-5 ประเทศที่มีอัตราการออมต่อ GDP สูงสุดคือ ประเทศสิงคโปร์ ร้อยละ 45.78 ตามด้วย ประเทศฟิลิปปินส์ ร้อยละ 35.41 ประเทศอินโดนีเซีย ร้อยละ 31.32 ประเทศไทย ร้อยละ 29.90 และประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 29.50 ตามลำดับ ซึ่งแต่ละประเทศในอาเซียนมีความแตกต่างกันมาก จากการศึกษาซึ่งพบว่าประชาชนทั่วไปยังมีพฤติกรรมการออมเงินที่น้อยและไม่มีความรู้การบริหารจัดการด้านการใช้เงินในแต่ละวัน หรือสำรองยามฉุกเฉินหรือการลงทุนเพื่อเพิ่มรายได้ (ชลลดา เหมะธูลิน และคณะ, 2558) ซึ่งมาจากปัจจัยของเศรษฐกิจของแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกัน โดยจากการศึกษาในอดีตพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่ออัตราการออมภายในของแต่ละประเทศที่สำคัญคือ GDP รายได้ประชาชาติ อัตราดอกเบี้ยภายในประเทศ ปริมาณภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บ ปริมาณการใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคของภาคเอกชนและภาครัฐบาล (ปัญญา จอมทะรักษ์, 2561) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัว อัตราเงินเฟ้อและอัตราส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงาน (Age Dependency young ratio) (NYEIN, 2017) อัตราเงินเฟ้อ ดอกเบี้ยเงินฝากภายในประเทศ ปริมาณเงินในหมายกว้าง (M2) เช่นเงินฝากประจำและเงินฝากออมทรัพย์ (TESSEMA, 2020) ปัจจัยเหล่านี้หากได้รับการเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ จะเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในเรื่องปริมาณการออมในอนาคตได้

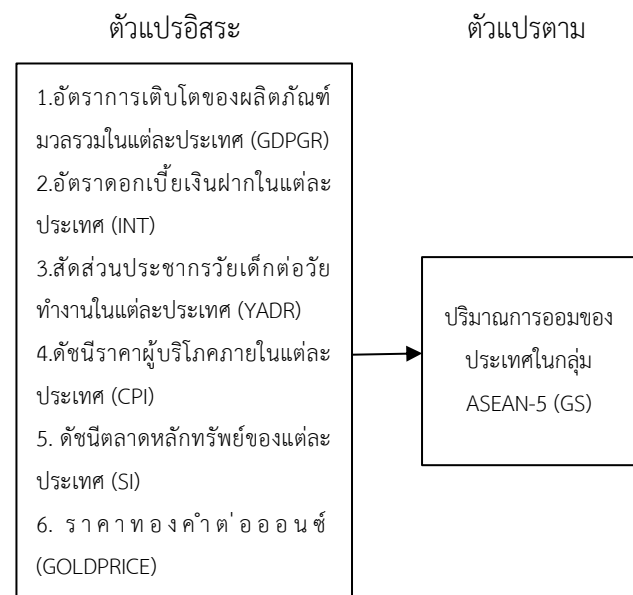
ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการออมของแต่ละประเทศซึ่งจะศึกษาประเทศ

ในกลุ่ม Asean-5 เป็นหลักจากการที่เป็นประเทศผู้ก่อตั้งกลุ่มประชาคมอาเซียน และมีข้อมูลทางเศรษฐกิจย้อนหลังเพียงพอต่อการศึกษา และเนื่องจากงานวิจัยในอดีตจะทำการศึกษาเพียงแค่ประเทศใดประเทศหนึ่ง เช่น ความสัมพันธ์ของการออมต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย (ปัญญา จอมทะรักษ์, 2561) การพยากรณ์การออมภายในของประเทศไทย (จุฬารัตน์ สวัสดิ์ผล, 2557) ทั้งนี้งานวิจัยนี้จะทำการศึกษาที่ละประเทศทั้ง 5 ประเทศใน Asean-5 เพื่อเปรียบเทียบแต่ละปัจจัยกับแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกัน และนำปัจจัยที่ดังกล่าวไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการออมและเป็นการเสนอแนะการปรับปรุงนโยบายการส่งเสริมการออมของรัฐบาลในแต่ละประเทศให้เหมาะสมได้

### วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการออมภายในกลุ่มประเทศ ASEAN-5 ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทย

### กรอบแนวคิดงานวิจัย



**ภาพที่ 2** กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎีการออม การออมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากการออมเป็นรายได้ส่วนหนึ่งและเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญเพื่อนำไปใช้ในการลงทุน เมื่อการลงทุน

ขยายตัว การจ้างงานและรายได้ประชาชนจะสูงขึ้น (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2549) โดยอ้างอิงทฤษฎีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคและการออมทั้งหมด 5 ปัจจัยที่สำคัญคือ 1) รายได้พึงใช้จ่ายโดยใช้ GDP ของประเทศ 2) สินทรัพย์ของผู้บริโภคเพื่อถือครองให้มีสภาพคล่องเช่นเงินสด เงินฝาก ทองคำ เป็นต้น 3) การคาดการณ์ของผู้บริโภคโดยพิจารณาในด้านอัตราเงินเฟ้อ 4) สินเชื่อเพื่อการบริโภคและอัตราดอกเบี้ย ณ ระดับรายได้ที่ใช้จ่ายเท่ากันโดยพิจารณาที่ดอกเบี้ยเงินฝาก และ 5) อัตราเพิ่มของประชากรและโครงสร้างอายุของประชากร (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2549) นอกจากนี้ตามทฤษฎีการถือเงินของเคนส์ก็เป็นอีกปัจจัยที่บ่งชี้ถึงการออมและการบริหารสภาพคล่องมีทั้งหมด 3 ประการ ได้แก่ 1) ถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน 2) บุคคลและภาคธุรกิจยอมถือเงินอีกส่วนหนึ่งไว้เพื่อภาวะฉุกเฉิน 3) การถือเงินเพื่อเก็งกำไรในราคาหลักทรัพย์ เป็นการออมในรูปแบบหลักทรัพย์ที่มีผลตอบแทนได้แก่ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (บุญคง หันจางสิทธิ์, 2556) ในส่วนการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรที่คาดว่าจะส่งผลต่อการออมได้ดังนี้ได้แก่ ปัจจัยด้าน GDP และอัตราการเติบโตของ GDP โดยงานวิจัยของปัญญา จอมทะรักษ์ (2561) จุฬารัตน์ สวัสดิผล (2557) NYEIN (2017) และ TESSEMA (2020) ที่พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการออมในประเทศ ปัจจัยอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก (Deposit Interest rate) เป็นปัจจัยที่กำหนดการออมคือภาคธุรกิจจะสร้างระบบอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง เพื่อจูงใจให้ครัวเรือนออมมากขึ้น (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กณณิกา สุนทรสุวรรณ (2559) และ NYEIN (2017) พบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก (Deposit Interest rate) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการออมของประเทศ ปัจจัยสัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงานในแต่ละประเทศ (YADR) การวิจัยของ NYEIN (2017) พบว่าส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่อการออมในประเทศจากความกังวลในด้านการเลี้ยงดูและให้การศึกษาแก่เด็กที่กำลังกำเนิดขึ้นมาในครอบครัว ปัจจัยด้านดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) จากการวิจัยของ จุฬารัตน์ สวัสดิผล (2557) และกณณิกา สุนทรสุวรรณ (2559) พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการออมของประเทศ ในขณะที่ TESSEMA (2020) พบว่าส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการออมในประเทศ

## สมมติฐานงานวิจัย

1. อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDPGR) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากในประเทศ (INT) ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แต่ละประเทศ (SI) ราคาทองคำต่อออนซ์ (GOLDPRICE) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการออมภายในแต่ละประเทศ
2. สัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงานในแต่ละประเทศ (YADR) และ ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศ (CPI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการออมภายในแต่ละประเทศ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาปัจจัยของเศรษฐกิจมหภาคที่มีอิทธิพลต่อการออมของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศ ASEAN-5 ในครั้งนี้ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบ อนุกรมเวลา (Time Series data) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ถึงปี พ.ศ. 2562 รวมเป็นระยะเวลา 30 ปี โดยประเทศที่ทำการศึกษาคือกลุ่มประเทศ ASEAN-5 ได้แก่ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้หาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจมิติของปริมาณการออมของแต่ละประเทศเข้ากับตัวแปรอิสระ ด้วยสมการถดถอยโดยรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แล้วประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดเป็นแบบจำลองทางเศรษฐมิติ (Econometric model) ได้ดังนี้

$$GSi = f(GDPGRi, INTi, YADRI, CPIi, Si, GOLDPRICEi)$$

โดยมีแบบจำลองกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) ในรูปแบบ Log-linear function ดังนี้

$$\ln GS_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln GDPGR_{it} + \beta_2 \ln INT_{it} + \beta_3 \ln YADR_{it} + \beta_4 \ln CPI_{it} + \beta_5 \ln SI_{it} + \beta_6 \ln GOLDPRICE_{it} + \varepsilon_{it}$$

โดยกำหนดให้

|                         |                                                                                         |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| t                       | คือ เวลาปีที่ t (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533-2562)                                              |
| i                       | คือ ประเทศในกลุ่ม Asean-5 ได้แก่ ประเทศ สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย |
| GS <sub>it</sub>        | คือ ปริมาณการออมของแต่ละประเทศในกลุ่ม Asean-5 (หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ)                    |
| GDPGR <sub>it</sub>     | คือ อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในแต่ละประเทศ (หน่วย: ร้อยละ)                       |
| INT <sub>it</sub>       | คือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากในแต่ละประเทศ (หน่วย: ร้อยละ)                                   |
| YADR <sub>it</sub>      | คือ สัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงานในแต่ละประเทศ (หน่วย: ร้อยละ)                       |
| CPI <sub>it</sub>       | คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในแต่ละประเทศ                                                  |
| SI <sub>it</sub>        | คือ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ของแต่ละประเทศ                                                   |
| GOLDPRICE <sub>it</sub> | คือ ราคาทองคำต่อออนซ์ (หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ)                                            |
| ε <sub>it</sub>         | คือ ค่าความคลาดเคลื่อน                                                                  |

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้ ปริมาณการออม อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ สัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงาน ดัชนีราคาผู้บริโภค เก็บข้อมูลจากธนาคารโลก อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เก็บข้อมูลจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ส่วนดัชนีตลาดหลักทรัพย์ของแต่ละประเทศ และราคาทองคำต่อออนซ์เก็บข้อมูลจากอินเวสติงดอทคอม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ สามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม รวมถึงความสัมพันธ์ของตัว

แปรอิสระที่นำมาศึกษา โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และอาศัยวิธีทางสถิติอย่างง่าย ได้แก่

ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปของตารางเพื่อการอธิบายสถานการณ์ทั่วไปของการออม

### 2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

โดยการ 1) ทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationary)

2) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระ

3)การวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนหลายตัวแปร (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS)

## สรุปผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

นำข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการออมภายในกลุ่มประเทศ ASEAN-5 รวมถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษามาวิเคราะห์ ด้วยวิธีทางสถิติเบื้องต้น สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสถิติเบื้องต้นของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการออมภายในกลุ่มประเทศ ASEAN-5

| ตัวแปร            | ประเทศ      | $\bar{X}$ | S.D. | ค่าสูงสุด | ค่าต่ำสุด |
|-------------------|-------------|-----------|------|-----------|-----------|
| GDPGR<br>(ร้อยละ) | อินโดนีเซีย | 4.94      | 3.69 | 8.22      | -13.13    |
|                   | มาเลเซีย    | 5.79      | 3.60 | 10.00     | -7.36     |
|                   | ฟิลิปปินส์  | 4.56      | 2.25 | 7.33      | -0.58     |
|                   | สิงคโปร์    | 5.82      | 3.86 | 14.53     | -2.20     |
|                   | ไทย         | 4.39      | 3.79 | 11.17     | -7.63     |
| INT<br>(ร้อยละ)   | อินโดนีเซีย | 12.73     | 7.46 | 39.07     | 5.95      |
|                   | มาเลเซีย    | 4.22      | 1.91 | 8.51      | 2.08      |
|                   | ฟิลิปปินส์  | 6.70      | 4.84 | 19.54     | 1.23      |
|                   | สิงคโปร์    | 1.44      | 1.57 | 4.67      | 0.14      |
|                   | ไทย         | 4.67      | 4.11 | 13.67     | 1.02      |
| YADR<br>(ร้อยละ)  | อินโดนีเซีย | 47.22     | 6.34 | 60.98     | 38.70     |
|                   | มาเลเซีย    | 47.98     | 9.39 | 62.51     | 34.15     |
|                   | ฟิลิปปินส์  | 61.17     | 8.17 | 73.20     | 47.46     |
|                   | สิงคโปร์    | 22.38     | 4.89 | 29.42     | 15.77     |
|                   | ไทย         | 32.20     | 6.99 | 46.29     | 23.77     |

**ตารางที่ 1** ผลการทดสอบสถิติเบื้องต้นของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการออมภายในกลุ่มประเทศ ASEAN-5 (ต่อ)

| ตัวแปร                       | ประเทศ      | $\bar{X}$ | S.D.     | ค่าสูงสุด | ค่าต่ำสุด |
|------------------------------|-------------|-----------|----------|-----------|-----------|
| YADR<br>(ร้อยละ)             | อินโดนีเซีย | 47.22     | 6.34     | 60.98     | 38.70     |
|                              | มาเลเซีย    | 47.98     | 9.39     | 62.51     | 34.15     |
|                              | ฟิลิปปินส์  | 61.17     | 8.17     | 73.20     | 47.46     |
|                              | สิงคโปร์    | 22.38     | 4.89     | 29.42     | 15.77     |
|                              | ไทย         | 32.20     | 6.99     | 46.29     | 23.77     |
| CPI                          | อินโดนีเซีย | 72.19     | 46.22    | 151.18    | 12.65     |
|                              | มาเลเซีย    | 89.24     | 19.41    | 121.46    | 56.81     |
|                              | ฟิลิปปินส์  | 79.26     | 30.55    | 129.61    | 28.58     |
|                              | สิงคโปร์    | 93.25     | 14.00    | 114.41    | 71.82     |
|                              | ไทย         | 85.90     | 20.58    | 113.27    | 49.76     |
| SI                           | อินโดนีเซีย | 2,149.89  | 290.99   | 6,324.66  | 2,084.77  |
|                              | มาเลเซีย    | 1,119.24  | 438.88   | 1,847.06  | 514.96    |
|                              | ฟิลิปปินส์  | 3,470.59  | 2,384.36 | 7,907.69  | 861.52    |
|                              | สิงคโปร์    | 2,277.80  | 763.93   | 3,339.08  | 1,123.87  |
|                              | ไทย         | 936.48    | 440.85   | 1,715.87  | 302.69    |
| GOLDPRICE<br>(ดอลลาร์สหรัฐฯ) |             | 733.38    | 474.37   | 1,739.43  | 265.85    |

### ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

1) ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationary) หรือ Unit Root Test ด้วยวิธี Augmented Dickey Fuller; ADF Test พบว่าตัวแปรอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก (INT) ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ มีความนิ่งที่ระดับ Level ส่วนประเทศอินโดนีเซีย สิงคโปร์ ไทย มีความนิ่งที่ระดับ 1<sup>st</sup> difference ตัวแปรสัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงาน (YADR) ประเทศอินโดนีเซีย ไทยมีความนิ่งที่ระดับ Level ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ มีความนิ่งที่ระดับ 2<sup>nd</sup> difference ตัวแปรดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ของทั้ง 5 ประเทศมีความนิ่งอยู่ทุกระดับ 1<sup>st</sup> difference ตัวแปรดัชนีตลาดหลักทรัพย์ของแต่ละประเทศของทั้ง 5 ประเทศ (SI) มีความนิ่งที่ระดับ 1<sup>st</sup> difference ตัวแปรราคาทองคำต่อออนซ์มีความนิ่งที่ระดับ 1<sup>st</sup> difference จึงสรุปได้ว่าข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้สามารถนำมาใช้หาความสัมพันธ์ด้วยสมการ

ถดถอย ได้โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่แท้จริง (Spurious Regression) รายละเอียดตามตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationary)

| ตัวแปร    | ประเทศ      | ADF Statistic | Prob.* | Order of Integration       | ผลการทดสอบ |
|-----------|-------------|---------------|--------|----------------------------|------------|
| GDPGR     | อินโดนีเซีย | -3.8548       | 0.0065 | Level                      | Stationary |
|           | มาเลเซีย    | -4.6437       | 0.0009 | Level                      | Stationary |
|           | ฟิลิปปินส์  | -3.1158       | 0.0364 | Level                      | Stationary |
|           | สิงคโปร์    | -4.6223       | 0.0009 | Level                      | Stationary |
|           | ไทย         | -3.7412       | 0.0086 | Level                      | Stationary |
| INT       | อินโดนีเซีย | -5.5879       | 0.0001 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | มาเลเซีย    | -4.9453       | 0.0004 | Level                      | Stationary |
|           | ฟิลิปปินส์  | -3.1083       | 0.0370 | Level                      | Stationary |
|           | สิงคโปร์    | -6.1697       | 0.0000 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | ไทย         | -5.6304       | 0.0001 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
| YADR      | อินโดนีเซีย | -7.1985       | 0.0000 | Level                      | Stationary |
|           | มาเลเซีย    | -4.5380       | 0.0013 | 2 <sup>nd</sup> difference | Stationary |
|           | ฟิลิปปินส์  | -3.9006       | 0.0062 | 2 <sup>nd</sup> difference | Stationary |
|           | สิงคโปร์    | -4.1703       | 0.0032 | 2 <sup>nd</sup> difference | Stationary |
|           | ไทย         | -16.005       | 0.0000 | Level                      | Stationary |
| CPI       | อินโดนีเซีย | -3.8447       | 0.0069 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | มาเลเซีย    | -5.4439       | 0.0001 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | ฟิลิปปินส์  | -5.1402       | 0.0003 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | สิงคโปร์    | -3.1856       | 0.0316 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | ไทย         | -4.0805       | 0.0039 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
| SI        | อินโดนีเซีย | -4.0381       | 0.0043 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | มาเลเซีย    | -5.3216       | 0.0002 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | ฟิลิปปินส์  | -4.4554       | 0.0015 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | สิงคโปร์    | -5.9076       | 0.0000 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
|           | ไทย         | -3.5892       | 0.0127 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |
| GOLDPRICE |             | -4.1179       | 0.0035 | 1 <sup>st</sup> difference | Stationary |

Prob.\* = Probability Value

2) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระจากผลการทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระเป็นการทดสอบเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่อยู่ในสมการถดถอยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระที่ได้จากการทดสอบต้องมีค่าสัมประสิทธิ์น้อยกว่า 0.8 (อัครพงศ์ อันทอง, 2550) พบว่าบางตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันเกิน 0.8 เล็กน้อย คือ YADR CPI GOLDPRICE และ SI แต่ต้องคงตัวแปรไว้เนื่องจากเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษา

3) การวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการ  
ออมภายในกลุ่มประเทศ ASEAN-5 ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด  
(Ordinary Least Squares: OLS) ได้ผลการประมาณการ  
ดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 3** ผลการประมาณการโดยใช้แบบจำลองสมการ  
เชิงซ้อน (Multiple Regression) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

| ตัวแปร    | ประเทศ      | Coefficient |                         |
|-----------|-------------|-------------|-------------------------|
| GDPGR     | อินโดนีเซีย | 0.0567      | (-5.0407)***            |
|           | มาเลเซีย    | 0.0084      | (0.8647) <sup>NS</sup>  |
|           | ฟิลิปปินส์  | 0.0178      | (1.1195) <sup>NS</sup>  |
|           | สิงคโปร์    | 0.0053      | (0.6755) <sup>NS</sup>  |
|           | ไทย         | -0.0091     | (-0.3063) <sup>NS</sup> |
| INT       | อินโดนีเซีย | 0.0172      | (4.9039)**              |
|           | มาเลเซีย    | 0.0498      | (1.7624)*               |
|           | ฟิลิปปินส์  | -0.0015     | (-0.0801) <sup>NS</sup> |
|           | สิงคโปร์    | 0.0626      | (2.6336)**              |
|           | ไทย         | 0.1360      | (1.4641) <sup>NS</sup>  |
| YADR      | อินโดนีเซีย | -7.1477     | (-3.1631)*              |
|           | มาเลเซีย    | 2.2672      | (1.4596) <sup>NS</sup>  |
|           | ฟิลิปปินส์  | -1.2954     | (-0.8504) <sup>NS</sup> |
|           | สิงคโปร์    | -0.9516     | (-0.9108) <sup>NS</sup> |
|           | ไทย         | -0.1042     | (-1.4038) <sup>NS</sup> |
| CPI       | อินโดนีเซีย | -0.8550     | (-2.6401)**             |
|           | มาเลเซีย    | 3.6635      | (2.6357)**              |
|           | ฟิลิปปินส์  | 1.4231      | (3.5198)***             |
|           | สิงคโปร์    | 3.2139      | (2.6495)**              |
|           | ไทย         | -0.9762     | (-0.5219) <sup>NS</sup> |
| GOLDPRICE | อินโดนีเซีย | 0.8067      | (3.3372)*               |
|           | มาเลเซีย    | 0.2066      | (1.5292) <sup>NS</sup>  |
|           | ฟิลิปปินส์  | 0.1187      | (0.6220) <sup>NS</sup>  |
|           | สิงคโปร์    | -0.0943     | (-0.6315) <sup>NS</sup> |
|           | ไทย         | 0.0767      | (0.4604) <sup>NS</sup>  |
| SI        | อินโดนีเซีย | 0.1828      | (0.9630) <sup>NS</sup>  |
|           | มาเลเซีย    | 0.4244      | (2.0866)**              |
|           | ฟิลิปปินส์  | -0.0117     | (-0.0792) <sup>NS</sup> |
|           | สิงคโปร์    | 0.4663      | (2.0561)*               |
|           | ไทย         | 0.4130      | (3.9589) ***            |

**ตารางที่ 4** ค่าสถิติการตัดสินใจของแบบจำลองสมการเชิงซ้อน

| ประเทศ      | R-squared | Durbin-<br>Watson stat | F-Statistic |
|-------------|-----------|------------------------|-------------|
| อินโดนีเซีย | 0.9755    | 1.6262                 | 146.0839    |
| มาเลเซีย    | 0.9891    | 1.8135                 | 227.6188    |
| ฟิลิปปินส์  | 0.9925    | 1.6702                 | 349.2033    |
| สิงคโปร์    | 0.9840    | 1.5666                 | 161.8977    |
| ไทย         | 0.9810    | 1.5108                 | 116.0321    |

หมายเหตุ : ค่าที่แสดงในวงเล็บคือค่า t-Statistic

\* หมายถึง ค่า Probability Value มีนัยสำคัญทางสถิติ  
ณ ระดับนัยสำคัญ 0.1

\*\* หมายถึง ค่า Probability Value มีนัยสำคัญทางสถิติ  
ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

\*\*\* หมายถึง ค่า Probability Value มีนัยสำคัญทาง  
สถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

NS หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ  
0.1

จากตารางที่ 3 และตารางที่ 4 เป็นผลการวิเคราะห์  
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการออมภายในกลุ่มประเทศ  
ASEAN-5 ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least  
Squares: OLS) โดยค่าของ Durbin Watson stat มีค่าอยู่  
ระหว่าง 1.5 – 2.5 ซึ่งแสดงถึงเป็นแบบจำลองที่ไม่มีปัญหา  
Autocorrelation (อัครพงศ์ อ้นทอง, 2550) และสามารถสรุป  
ผลได้ดังนี้

1) อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ  
ของประเทศอินโดนีเซียสามารถอธิบายปริมาณการออม  
ภายในประเทศในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
เนื่องจากขนาดของเศรษฐกิจมีขนาดใหญ่ที่สุดในอาเซียน  
หากมีการเติบโตมากขึ้นจะมีผลต่อการออมสูงขึ้นเป็นไปตาม  
สมมติฐานและสอดคล้องกับผลการวิจัยของปัญญา จอมทะรักษ์  
(2561) จุฬารัตน์ สวัสดิ์ผล (2557) NYEIN (2017)  
และ TESSEMA (2020) ส่วนอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวล  
รวมในประเทศของประเทศสิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย  
และไทย ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับอธิบายปริมาณการ  
ออมภายในประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจาก  
ประเทศเหล่านี้ยังมองปัจจัยอื่นที่สำคัญว่า

2) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากในประเทศของประเทศ  
อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และมาเลเซีย สามารถอธิบายปริมาณ  
การออมภายในประเทศในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ เป็นไปตามสมมติฐานการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัณณิกา สุนทรสุวรรณ (2559) และ NYEIN (2017) เนื่องจากจากส่วนในประเทศฟิลิปปินส์ และไทยไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากอัตราผลตอบแทนมีแนวโน้มลดลงจากการประกาศลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศเพื่อกระตุ้นการลงทุน

3) สัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงานในประเทศของประเทศอินโดนีเซีย สามารถอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศในทิศทางตรงกันข้ามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากในประเทศมีอัตราการเกิดมากกว่าการตาย ซึ่งยังเป็นสังคมวัยเด็กและวัยทำงานที่สูง (สำนักงานฝ่ายเลขานุการการประชุมระดับมุขมนตรีและผู้ว่าราชการจังหวัด, 2561) ซึ่งมีความกังวลในการออมหากต้องใช้ส่วนของเงินออมในการเลี้ยงดูและให้การศึกษา ซึ่งตรงตามสมมติฐานการศึกษาที่วางไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ NYEIN (2017) ส่วนสัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงานในประเทศของประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และไทย ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4) ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศอินโดนีเซีย สามารถอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศในทิศทางตรงกันข้ามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐานและสอดคล้องกับการวิจัยของ จุฬารัตน์ สวัสดิผล (2557) และกัณณิกา สุนทรสุวรรณ (2559) เนื่องจากดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นตัวชี้วัดอัตราเงินเฟ้อในประเทศซึ่งมองว่าตัวกระตุ้นให้คนในประเทศตระหนักการออมมากกว่าการนำเงินออกมาใช้จ่าย ส่วนในประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซียและสิงคโปร์ สามารถอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการวิจัยของ TESSEMA (2020) จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่ายังมีความจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายในสินค้าจำเป็นถึงแม้ว่าอัตราเงินเฟ้อจะมีค่าสูงขึ้นก็ตาม ส่วนตัวแปรดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5) ราคาทองคำต่อออนซ์ในตลาดโลก สามารถอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศผลของประเทศอินโดนีเซียได้ในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับ

สมมติฐานการศึกษาและทฤษฎีปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม หากมีสินทรัพย์ที่ครัวเรือนถือครองเพื่อสภาพคล่อง เช่น ทองคำ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2549) เนื่องจากทองคำเป็นการออมที่ง่ายและสามารถแปลงสภาพเป็นเงินทุนหมุนเวียนออกมาเป็นเงินสดได้รวดเร็ว ส่วนผลของประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์และไทย ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6) ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ของแต่ละประเทศ พบว่าผลของประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และไทย สามารถอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับสมมติฐานการศึกษาและทฤษฎีความต้องการถือเงินของเคนส์ในการถือเงินเพื่อการออมในรูปแบบหลักทรัพย์ที่มีผลตอบแทน (บุญคง หันจางสิทธิ์, 2556) เนื่องจากในปี พ.ศ. 2555 มีการเชื่อมโยงการซื้อขายหลักทรัพย์ 3 ตลาดนำร่อง ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์ของไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยผู้ลงทุนประเภทสถาบันสามารถซื้อขายหุ้นของตลาดหลักทรัพย์ทั้ง 3 แห่งผ่านช่องทางเดียว (single access point) ซึ่งการเชื่อมโยงตลาดทุนเข้าด้วยกันและอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมให้ภูมิภาคมีความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมกับภูมิภาคอื่นทั่วโลก (สุชาติ ศิริวิธนะ และคณะ, 2555) ส่วนผลของประเทศอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์กับอธิบายปริมาณการออมภายในประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากประเทศดังกล่าวยังเป็นกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนายังขาดในเรื่องของความรู้ในด้านการลงทุนทางการเงิน

สรุปการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบใหม่คือ แนวโน้มในการออมในประเทศกลุ่ม Asean-5 จากในอดีตที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะเป็นการเงินฝากในธนาคารพาณิชย์เพื่อได้รับอัตราดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทน ได้เปลี่ยนมาเป็นการออมผ่านสินทรัพย์จากการลงทุนได้แก่ การลงทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์หรือการถือทองคำ

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเป็นตัวบ่งชี้ความตระหนักในการออม ซึ่งการออกนโยบายส่งเสริมการ

ออมในภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรืองของรัฐบาลเป็นสิ่งที่ต้องมีการเตรียมการหรือออกนโยบายเพื่อกระตุ้นการออมอยู่เสมอ

2. สัดส่วนประชากรวัยเด็กต่อวัยทำงานในประเทศเป็นตัวชี้ให้เห็นการออมในประเทศเนื่องจากต้องใช้เงินออมในการเลี้ยงดูและให้การศึกษาเด็ก ประเทศที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและต้องการเพิ่มประชากรเพื่อทดแทนแรงงานในอนาคตจะประสบปัญหานี้ในอนาคต จึงต้องมีมาตรการส่งเสริมการออมเพื่อมีบุตร มาตรการส่งเสริมการมีบุตรจากรัฐบาลที่ชัดเจนทั้งในด้านการสนับสนุนการศึกษา การสาธารณสุขและตลอดจนด้านโภชนาการให้กับประชาชน

3. ดัชนีราคาผู้บริโภคบ่งบอกว่าอัตราเงินเฟ้อมีความสำคัญต่อการออมในประเทศ รัฐบาลควรมีมาตรการรักษาระดับของเงินเฟ้อให้อยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไป หากจะเป็นการออกมาตรการควบคุมราคาสินค้าจำเป็น การควบคุมการผูกขาดในตลาดสินค้าเพื่อป้องกันการขึ้นราคาสินค้าจากผู้ผลิต (สุชาติ ศิริวัฒน์ และคณะ, 2555)

4. การออมผ่านสินทรัพย์จากการลงทุนได้แก่ การลงทุนผ่านการถือทองคำ เป็นแนวโน้มใหม่ที่เกิดขึ้นในกลุ่ม Asean-5 เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลด้านการลงทุนที่ทำได้ง่ายขึ้น ทำให้ทราบถึงแนวโน้มราคาเปลี่ยนแปลง และที่สำคัญสามารถเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้ง่าย จึงเป็นที่น่าสนใจ ดังนั้นรัฐบาลควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนเพื่อการบริหารสภาพคล่องในการลงทุนด้านนี้

5. การออมในรูปแบบหลักทรัพย์ที่มีผลตอบแทนได้แก่การลงทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ เป็นอีกหนึ่งแนวโน้มที่กลุ่มประเทศที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในด้านนี้เช่นประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียและไทยอย่างเป็นรูปธรรมผ่านความร่วมมือในการเชื่อมโยงการซื้อขายหลักทรัพย์อยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน และสนับสนุนการเริ่มต้นการพัฒนาผ่านจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์อาเซียน (ASEAN Exchanges) ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของตลาดหลักทรัพย์ 7 แห่งใน 6 ประเทศสมาชิก อาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มีความหลากหลายมากขึ้น (สุชาติ ศิริวัฒน์ และคณะ, 2555)

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในด้านเศรษฐกิจมหภาคเท่านั้น ซึ่งการออมอาจจะยังมีปัจจัยอื่นที่ยังมิได้นำมาศึกษา เช่น ปัจจัยรายได้พึงใช้จ่าย สินทรัพย์ของผู้บริโภค และภูมิภาคอาเซียนในบางประเทศกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ หากในอนาคตมีข้อมูลเพียงพอที่ใช้ในการศึกษาได้ก็สามารถทำการวิจัยในตัวแปรด้านนี้ และสามารถจะนำข้อมูลลักษณะนี้วิเคราะห์เป็น Panel data เพื่ออธิบายแนวโน้มปัจจัยรวมที่มีอิทธิพลต่อทั้งกลุ่มประเทศ Asean-5 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ผลโดยรวมของกลุ่มประเทศได้

### เอกสารอ้างอิง

- [1] จุฬารัตน์ สวัสดิผล. (2557). *การพยากรณ์การออมภายในประเทศ*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [2] ชลลดา เหมะธูลิน และจินตนา ชัยชนะ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนของประชากรในเขตพื้นที่ตำบลกุดสระ อำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 1(1), 42 - 49.
- [3] บุญคง หันจางสิทธิ์. (2556). *เศรษฐศาสตร์มหภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์โอ.เอส. พรินติ้ง เฮาส์.
- [4] ปัญญา จอมทะรักษ์. (2561). *ความสัมพันธ์ของการออมต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ*. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [5] วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ. (2549). *หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [6] สำนักงานฝ่ายเลขานุการกรอบการประชุมระดับมุขมนตรีและผู้ว่าราชการจังหวัด. (2561). *การรวบรวมข้อมูล เปรียบเทียบข้อมูลที่มีผลกระทบ ทางเศรษฐกิจและสังคมของอินโดนีเซียและมาเลเซีย*. สืบค้นวันที่ 23 มีนาคม 2564. จาก <http://www.cmgfthailand.psu.ac.th/images/DataStorage/62EconomicSocialImpact.pdf>.

- [7] สุชาติ ศิริวัฒน์ และเหมือนขวัญ รองเดช, (2555). สถานการณ์การออมและการลงทุน และการพัฒนาตลาดทุนไทย: แนวโน้ม ปี 2556, สืบค้นวันที่ 30 เมษายน 2564. จาก <http://www2.fpo.go.th/S-I/Source/Article/Article145.pdf>.
- [8] อัครพงศ์ อ้นทอง. (2550). คู่มือการใช้โปรแกรม Eview เบื้องต้น: สำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [9] อุษมา กาคำมูล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการบริโภคของประเทศในกลุ่มอาเซียน-5 โดยวิธีการถดถอยแบบพหุคูณ. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [10] SABE, NYEIN. (2017). *DETERMINANTS OF SAVINGS IN ASEAN COUNTRIES*. MASTER OF PUBLIC POLICY, KDI School of Public Policy and Management.
- [11] Solomon Amare TESSEMA. (2020). *DETERMINANTS OF GROSS DOMESTIC SAVING AND ITS TREND ANALYSIS IN TURKEY: A TIME-SERIES OUTLOOK*. Istanbul Commerce University.

## ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการข้ามวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวอินเดียในประเทศไทย

### CAUSAL RELATIONSHIP EFFECTING CROSS-CULTURAL MANAGEMENT OF INDIAN TOURIST IN THAILAND

ศรัณย์พร บุรินทร์โกษฐ์<sup>1\*</sup> และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์<sup>2</sup>

SARUNPORN BURINKOTE<sup>1\*</sup> and PHRUTSAYA PIYANUSORN<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษามิติวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว 2) ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวอินเดียในประเทศไทย จำนวน 392 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอ้างอิง โมเดลสมการโครงสร้าง การวิเคราะห์เส้นทาง และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวอินเดียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมิติวัฒนธรรมโดยรวมในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านระยะทางเชิงอำนาจ รองลงมาคือ ด้านการแสดงออกทางอารมณ์ ด้านความเป็นปัจเจกชนและการรวมกลุ่ม และด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ตามลำดับ ส่วนแรงจูงใจมีความคิดเห็นโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยดึงดูดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ปัจจัยผลักดัน โดยทุกด้านมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการจองตั๋วเครื่องบิน การจองที่พัก และการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ยกเว้นมิติวัฒนธรรมด้านระยะทางเชิงอำนาจที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

**คำสำคัญ :** การจัดการข้ามวัฒนธรรม ; มิติวัฒนธรรม ; แรงจูงใจ

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, Master Student, Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, Advisors, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

\* Corresponding Author, Email: burinkote\_s@silpakorn.edu

## ABSTRACT

The objectives of this study are: 1) To study the cultural dimensions and Indian tourist with causal relationship to the selection behavior of services from touring companies; and 2) To study the motivations and Indian tourists with causal relationship to the selection behavior of services from touring companies. The sample group consisted of 392 Indian tourists in Thailand, a Questionnaire was applied as a tool in this research, while the statistics used for data analysis included Descriptive Statistics, Percentage, Frequency, Mean, Standard Deviation, Inferential Statistics, Structural Equation Modeling, Path Analysis, and Logistic Regression Analysis.

The result of this research was found that Indian tourists have a high level of opinion on the overall cultural dimensions, the aspect obtaining the highest mean is Power Distance, followed by Expression of Emotion (Indulgence-Restraint), Individualism-Collectivism, and Uncertainty Avoidance, respectively; their overall opinions related to the motivations was at a high level, the aspect obtaining the highest mean is Pull Factor, followed by Push Factor, and all aspects had a positive influence on the behaviors in using services from travel agencies including air ticket booking, accommodation booking, tourist attraction selection; however, only Power Distance under the cultural dimensions had a negative influence on the behaviors in using services from travel agencies.

**Keywords:** Cross-Cultural Management ; Cultural Dimensions ; Motivations

## บทนำ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตและพัฒนาอย่างรวดเร็ว หากพิจารณาเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2562 จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยมากที่สุด 10 ลำดับ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก คือ นักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ติดต่อกันมาเป็นระยะเวลา 6 ปี และในปี 2562 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าที่มีจำนวนมากเป็นลำดับที่ 3 เพิ่มขึ้นจากเดิมในลำดับที่ 6 ในปี 2561 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) และในช่วงไตรมาสที่สองของแต่ ละปีที่มีอัตราการนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นต่ำ แต่จำนวนของนักท่องเที่ยวอินเดียจะยังมีปริมาณสูงและเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

การเดินทางของนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีจำนวนมากขึ้นทำให้เกิดการแพร่ขยายทางวัฒนธรรมอันเป็นภูมิหลังของนักท่องเที่ยวผ่านพฤติกรรมการแสดงออกกับบุคคลที่นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจเลือกเดินทาง ระหว่างการเดินทางและหลังการเดินทาง ความแตกต่าง

ทางวัฒนธรรมจากสิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ การเรียนรู้ที่สร้างบรรทัดฐานการปฏิบัติให้บุคคลในสังคมอินเดียมีการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมที่แตกต่างจากประเทศอื่น ส่งอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว การขาดความรู้ความเข้าใจอาจส่งผลต่อความล้มเหลวในการให้บริการจากการศึกษาที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวอินเดียประสบปัญหา ระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น พฤติกรรมการต่อรองราคาสินค้าของนักท่องเที่ยวอินเดีย ทำให้บางโรงแรมไม่ค่อยรับนักท่องเที่ยวอินเดียเป็นปัญหาเรื่องที่พกแก่นักท่องเที่ยว (บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา, 2556) การใช้น้ำมันและเครื่องหอมที่มีกลิ่นซึ่งชนชาติอื่นไม่คุ้นเคย ทำให้โรงแรมต้องเพิ่มราคาห้องพักเนื่องจากต้องใช้เวลาทำความสะอาดมากกว่าปกติ (วณิชยา ศีลบุตร, อัญญา ลักษณะวิรามสิริ และธนากร ปักษา, 2559) ประกอบกับการแข่งขันทางธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความรุนแรง กิจกรรมการตลาดปรับเปลี่ยนรูปแบบที่แตกต่างจากเดิมตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การเติบโตอย่างรวดเร็วของเอเจนซี่ออนไลน์ (Online Travel Agency: OTA) ที่เข้ามาเป็นตัวกลางในการให้บริการระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการโดยตรงจากแพลตฟอร์ม (Platform) ขนาดใหญ่ กลยุทธ์ด้านราคาที่ต่ำกว่าราคาของผู้ประกอบการส่งผลให้ธุรกิจนำเที่ยวต้องเผชิญกับ

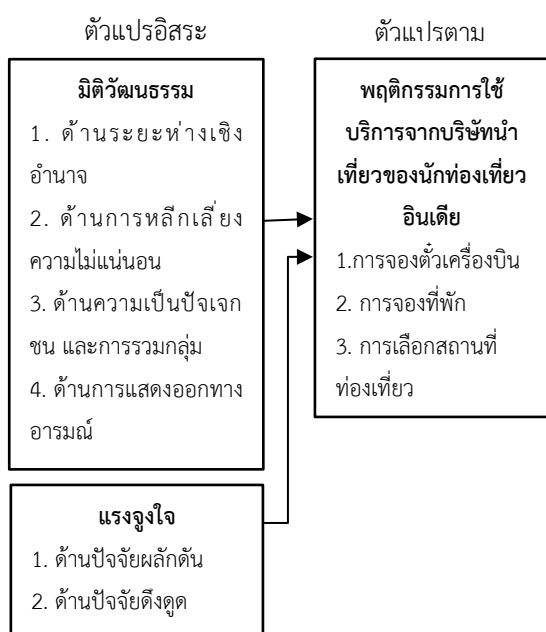
ปัญหาในการปรับตัวในสภาวะการแข่งขันและถูกลดบทบาทในการให้บริการจากนักท่องเที่ยว

ดังนั้น การศึกษามิติวัฒนธรรมเพื่อนำมาอธิบายอิทธิพลของวัฒนธรรมหลักและแรงจูงใจซึ่งเป็นกรอบแนวคิดของคนในประเทศอินเดียที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมโยงความแตกต่างทางวัฒนธรรมกับการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยจะช่วยให้สามารถจัดบริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว สร้างคุณค่าจากการเดินทางให้มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษามิติวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอินเดียที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

### กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 มิติวัฒนธรรมด้านระยะห่างเชิงอำนาจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 มิติวัฒนธรรมด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 มิติวัฒนธรรมความเป็นปัจเจกชน และการรวมกลุ่ม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 มิติวัฒนธรรมด้านการแสดงออกทางอารมณ์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 แรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 6 แรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดีย

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีมิติวัฒนธรรม (Hofstede Greet, Hofstede and Minkov, 2010) เป็นการศึกษาที่อธิบายพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่มีวัฒนธรรมที่ต่างกัน และผลกระทบทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น ๆ

1.1 ด้านระยะห่างเชิงอำนาจ (Power Distance) เป็นการชี้วัดลักษณะการยอมรับความเหลื่อมล้ำของอำนาจในสังคม

1.2. ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance) เป็นการชี้วัดระดับที่บุคคลในสังคมจะยอมรับสถานการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

1.3 ด้านความเป็นปัจเจกชนและการรวมกลุ่ม (Individualism and Collectivism) เป็นการชี้วัดที่อธิบายการเปรียบเทียบวิถีชีวิตของบุคคลโดยแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ สังคมที่มีความเป็นปัจเจกชน บุคคลจะให้ความสำคัญกับความคิดของตนเอง ดำรงชีวิตแบบพึ่งพาตนเอง ส่วนสังคมที่มีลักษณะการรวมกลุ่ม บุคคลจะให้ความสำคัญกับสมาชิกในกลุ่มมากกว่าตนเอง เนื่องจากต้องการการยอมรับจากกลุ่ม

1.4 ด้านการแสดงออกทางอารมณ์ (Indulgence vs. Restraint) ใช้วัดระดับการควบคุมความต้องการของบุคคลใน

สังคม แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การตามใจ เป็นสังคมที่บุคคลกระทำในสิ่งที่ตนเองพึงพอใจ มีอิสระในการตัดสินใจ ส่วนการหักห้ามใจ เป็นสังคมที่บุคคลถูกควบคุมพฤติกรรมภายใต้กฎเกณฑ์ของสังคมที่เคร่งครัด

2. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Dann, 1977) เป็นการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

2.1 ด้านปัจจัยผลักดัน (Push Factor) คือ แรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการเดินทาง ซึ่งเป็นความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว เช่น ความรู้สึกมีเกียรติ

2.2 ด้านปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) คือ แรงดึงดูดที่เกิดการกระตุ้นจากภายนอก เช่น ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว

โดยปัจจัยทั้งสองด้านมีความสัมพันธ์กัน การเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก ขณะเดียวกันปัจจัยดึงดูดที่เป็นแรงกระตุ้นหากมีมากพอก็สามารถส่งผลต่อแรงผลักดันตัดสินใจและเลือกจุดหมายปลายทางได้

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

3.1 การจองตั๋วเครื่องบิน โดยมีลักษณะการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวให้ดำเนินการจองตั๋วเครื่องบินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยว

3.2 การจองที่พัก โดยมีลักษณะการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการจองสถานที่สำหรับการเข้าพักและอาจรวมถึงมีอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือโดยตัวเลือกที่บริษัทนำเที่ยวกำหนดไว้

3.3 การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีลักษณะการใช้บริการตามรายการเดินทางที่บริษัทนำเที่ยวกำหนดไว้แล้วทั้งหมด หรือการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตัวเลือกที่บริษัทนำเที่ยวกำหนดไว้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น

ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) เป็นปัจจัยภายในของบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ

ด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นปัจจัยภายนอกของบุคคลซึ่งเกิดจากสิ่งแวดล้อม ได้รับการยอมรับจากกลุ่มสังคมของตนและถ่ายทอดสืบต่อกันมา เป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเข้าไว้ด้วยกันและกำหนดพฤติกรรมของบุคคลผ่านค่านิยม ความ

เชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี บรรทัดฐานทางสังคม จึงทำให้บุคคลที่มาจากวัฒนธรรมเดียวกันมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

ด้านแรงจูงใจ (Motivation) เป็นปัจจัยจิตวิทยา (Psychological Factor) มีลักษณะการแสดงออก ความต้องการที่เกิดขึ้นจากสภาพจิตใจซึ่งเป็นปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยว ความต้องการนี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวเองหรือเกิดจากแรงกระตุ้นของปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับสภาพจิตใจของนักท่องเที่ยว

4. แนวคิดการจัดการข้ามวัฒนธรรม เป็นการนำศาสตร์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ และการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศมาผสมผสานกัน โดยมุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลต่างวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการจัดการ เพื่อสร้างศักยภาพในการจัดการธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Huang Xiaomei (2016) ทำการวิจัยเรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีมิติวัฒนธรรมแห่งชาติของฮอฟเตดวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนในการท่องเที่ยวโปรตุเกส เพื่อเสนอกลยุทธ์และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เดินทางมาท่องเที่ยวในโปรตุเกสมากขึ้น ผ่านการศึกษา วิเคราะห์ความแตกต่างของมิติวัฒนธรรมความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโปรตุเกส พบว่ามิติวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการรับรู้ และการจัดการท่องเที่ยว

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในแต่ละปีมีจำนวนไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงใช้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2561 จำนวน 1,562,878 คน จากสถิติกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจำนวนตัวอย่างจากสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1967 อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์, 2555) ที่ระดับ

ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็น

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามปลายปิด ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อมิติวัฒนธรรม เป็นแบบสอบถามปลายปิด ที่ดัดแปลงมาจากแบบสอบถามเพื่อสำรวจค่านิยมทางวัฒนธรรม (Values Survey Module 2013) ของ Geert Hofstede and Michael Minkov จำนวน 16 ข้อ ลักษณะเป็นมาตราประมาณค่ามี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอินเดีย ลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Likert Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามปลายปิด ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 14 ข้อ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด ปี 2561 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) นักท่องเที่ยวอินเดียเดินทางเยือนกรุงเทพฯ มากที่สุด คือ ร้อยละ 48.56 รองลงมาคือ จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 34.20 จังหวัดในภาคใต้รวม ร้อยละ 13.53 จังหวัดในภาคตะวันตกรวม ร้อยละ 1.69 จังหวัดในภาคเหนือรวม ร้อยละ 1.19 จังหวัดในภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ) ร้อยละ 0.58 และจังหวัดในภาคอีสานรวม ร้อยละ 0.24 ตามลำดับ

ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม ภาษาอังกฤษ หรือภาษาฮินดีให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จากแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวอินเดียเดินทางมาเยือนมากที่สุดโดยสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ กรุงเทพฯ ที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวอินเดีย เช่น ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ประตูน้ำ ตลาดนัดจตุจักร สยามพารากอน (Mthai, 2562) ชาฟารีเวิลด์ (วีรยา สิริพิทยสกุล, 2555) ประกอบกับการเก็บข้อมูลผ่านบริษัทนำเที่ยวที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวอินเดีย เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเขตพื้นที่ กรุงเทพฯ และแหล่ง

ท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ โดยผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการตอบแบบสอบถาม เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเนื้อหาข้อมูลครบถ้วน จำนวน 392 คน คิดเป็นร้อยละ 98 ของกลุ่มตัวอย่าง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ใช้สถิติเชิงพรรณนาอธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่าง จากการหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อมิติวัฒนธรรม และส่วนที่ 3 แรงจูงใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดกลุ่มมิติวัฒนธรรม และแรงจูงใจแต่ละด้าน เป็น 5 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีช่วงค่าเฉลี่ยเท่ากัน ใช้สถิติเชิงพรรณนาอธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่างจากการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง วิเคราะห์ข้อมูลมิติวัฒนธรรม ทั้ง 4 ด้าน และข้อมูลแรงจูงใจทั้ง 2 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว ของนักท่องเที่ยวอินเดีย

3. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำค่าที่ได้ไปสรุปอ้างอิงกับประชากร ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร และวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ เพื่อทำนายอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

4. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equations Modeling: SEM) การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องเชิงสาเหตุ ซึ่งจะแสดงด้วยเส้นตรงเพื่อระบุทิศทางของความสัมพันธ์และระดับความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่เกิดจากการวัดโดยตัวแปรโครงสร้าง (Construct Variable) ให้เป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสอดคล้องของข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์ยืนยันองค์ประกอบทำให้สามารถประเมิน

ได้ว่าตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงมีความเหมือนกัน (Convergent Validity) มากน้อยเพียงใด ตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงมีความน่าเชื่อถือเพียงพอละและเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เส้นทางหรือไม่

### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอินเดียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36–45 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 100,001–150,000 รูปี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาศัยอยู่ในเมืองนิวเดลี

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมิติวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวอินเดียในประเทศไทย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลมิติวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอินเดีย

| มิติวัฒนธรรม                    | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับความคิดเห็น |
|---------------------------------|-----------|-------|------------------|
| 1. ระยะห่างเชิงอำนาจ            | 3.92      | 0.745 | มาก              |
| 2. การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน   | 3.39      | 0.647 | ปานกลาง          |
| 3. ความเป็นปัจเจกชน-การรวมกลุ่ม | 3.47      | 0.691 | มาก              |
| 4. การแสดงออกทางอารมณ์          | 3.58      | 0.669 | มาก              |

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมิติวัฒนธรรม ด้านระยะห่างเชิงอำนาจ โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 ด้านความเป็นปัจเจกชนและการรวมกลุ่ม โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 และด้านการแสดงออกทางอารมณ์ โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจนักท่องเที่ยวอินเดียในประเทศไทย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอินเดีย

| แรงจูงใจ         | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับแรงจูงใจ |
|------------------|-----------|-------|---------------|
| 1. ปัจจัยผลักดัน | 3.62      | 0.529 | มาก           |
| 2. ปัจจัยดึงดูด  | 3.82      | 0.656 | มาก           |

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจโดยรวม ปัจจัยผลักดันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ส่วนปัจจัยดึงดูดมีแรงจูงใจโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82

4. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวอินเดียในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอินเดียส่วนใหญ่จองตั๋วเครื่องบิน จองที่พักผ่านทางบริษัทนำเที่ยว และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากรายการที่บริษัทนำเที่ยวกำหนดไว้

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว โดยวิธีการถดถอยโลจิสติกส์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว ด้านการจองตั๋วเครื่องบิน

| ปัจจัย                          | ตัวเครื่องบิน |       |        |
|---------------------------------|---------------|-------|--------|
|                                 | B             | Sig   | Exp(B) |
| 1. ระยะห่างเชิงอำนาจ            | -1.876        | 0.000 | 0.153  |
| 2. การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน   | 1.829         | 0.000 | 6.225  |
| 3. ความเป็นปัจเจกชน-การรวมกลุ่ม | 2.187         | 0.000 | 8.910  |
| 4. การแสดงออกทางอารมณ์          | 0.767         | 0.020 | 2.153  |
| 5. ปัจจัยผลักดัน                | 1.734         | 0.000 | 5.666  |
| 6. ปัจจัยดึงดูด                 | 1.176         | 0.001 | 3.240  |

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวด้านการจองตั๋วเครื่องบิน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกให้มีโอกาสใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการจองตั๋วเครื่องบินเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการดำเนินการจองด้วยตนเอง ได้แก่ ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน  $\text{Exp}(B) = 6$  เท่า ด้านความเป็นปัจเจกชน-การรวมกลุ่ม

Exp(B) = 9 เท่า ด้านการแสดงออกทางอารมณ์ Exp(B) = 2 เท่า ปัจจัยผลักดัน Exp(B) = 6 เท่า และปัจจัยดึงดูด Exp(B) = 3 เท่า ส่วนด้านระยะห่างเชิงอำนาจ (PD) เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบโดยมีโอกาการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการจองตั๋วเครื่องบิน เมื่อเทียบกับการดำเนินการจองด้วยตนเอง ลดลงร้อยละ 85 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว ด้านการจองที่พัก

| ปัจจัย                          | ที่พัก |       |        |
|---------------------------------|--------|-------|--------|
|                                 | B      | Sig   | Exp(B) |
| 1. ระยะห่างเชิงอำนาจ            | -2.570 | 0.000 | 0.077  |
| 2. การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน   | 2.739  | 0.000 | 15.469 |
| 3. ความเป็นปัจเจกชน-การรวมกลุ่ม | 1.782  | 0.000 | 5.942  |
| 4. การแสดงออกทางอารมณ์          | 1.067  | 0.003 | 2.907  |
| 5. ปัจจัยผลักดัน                | 1.798  | 0.000 | 6.038  |
| 6. ปัจจัยดึงดูด                 | 1.327  | 0.000 | 3.770  |

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวด้านการจองที่พักพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกให้มีโอกาสใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการจองที่พักเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการดำเนินการจองด้วยตนเอง ได้แก่ ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน Exp(B) = 15 เท่า ด้านความเป็นปัจเจกชน-การรวมกลุ่ม Exp(B) = 6 เท่า ด้านการแสดงออกทางอารมณ์ Exp(B) = 3 เท่า ปัจจัยผลักดัน Exp(B) = 6 เท่า และปัจจัยดึงดูด Exp(B) = 4 เท่า ส่วนด้านระยะห่างเชิงอำนาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบโดยมีโอกาการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการจองที่พักเมื่อเทียบกับการดำเนินการจองด้วยตนเอง ลดลงร้อยละ 92 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว ด้านการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

| ปัจจัย                          | สถานที่ท่องเที่ยว |       |        |
|---------------------------------|-------------------|-------|--------|
|                                 | B                 | Sig   | Exp(B) |
| 1. ระยะห่างเชิงอำนาจ            | -2.460            | 0.000 | 0.085  |
| 2. การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน   | 2.092             | 0.002 | 8.103  |
| 3. ความเป็นปัจเจกชน-การรวมกลุ่ม | 1.565             | 0.006 | 4.781  |
| 4. การแสดงออกทางอารมณ์          | 1.402             | 0.002 | 4.064  |
| 5. ปัจจัยผลักดัน                | 1.452             | 0.022 | 4.273  |
| 6. ปัจจัยดึงดูด                 | 1.604             | 0.000 | 4.973  |

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวด้านการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกให้มีโอกาสใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการดำเนินการจองด้วยตนเอง ได้แก่ ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน Exp(B) = 8 เท่า ด้านความเป็นปัจเจกชน-การรวมกลุ่ม Exp(B) = 5 เท่า ด้านการแสดงออกทางอารมณ์ Exp(B) = 4 เท่า ปัจจัยผลักดัน Exp(B) = 4 เท่า และปัจจัยดึงดูด Exp(B) = 5 เท่า ส่วนด้านระยะห่างเชิงอำนาจ ส่งผลเชิงลบโดยมีโอกาการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวในการจองที่พักเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการดำเนินการจองด้วยตนเอง ลดลงร้อยละ 92 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า มิติวัฒนธรรมด้านระยะห่างเชิงอำนาจ มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมการใช้บริการจาก บริษัทนำเที่ยว จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 พบว่า มิติวัฒนธรรมด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจาก บริษัทนำเที่ยว จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 พบว่า มิติวัฒนธรรมด้านความเป็นปัจเจกชนและการรวมกลุ่ม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว จึงยอมรับสมมติฐาน

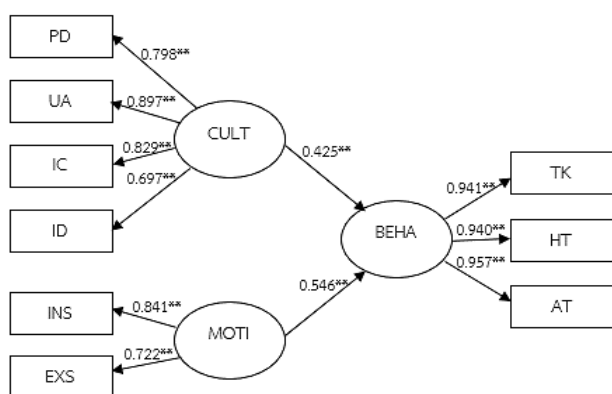
สมมติฐานที่ 4 พบว่า มิติวัฒนธรรมด้านการแสดงออกทางอารมณ์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 พบว่า แรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 6 พบว่า แรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว จึงยอมรับสมมติฐาน

6. ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว พบว่า มิติวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.425 ต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนแรงจูงใจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.546 ต่อพฤติกรรมการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

7. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบของโมเดลเชิงสาเหตุทุกค่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้งหมด คือ  $\chi^2 = 17.369$ ,  $df = 12$ ,  $\chi^2/df = 1.447$ ,  $p\text{-value} = 0.136$ ,  $CFI = 0.998$ ,  $TLI = 0.994$ ,  $RMSEA = 0.034$ ,  $WRMR = 0.232$  สามารถยอมรับแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่กำหนดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560; สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ, 2551; สุนทรพจน์ ดำรงค์พาณิชย์, 2555)

## อภิปรายผลการวิจัย

### 1. มิติวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวอินเดีย

ด้านระยะห่างเชิงอำนาจ ส่งอิทธิพลเชิงลบต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมระยะห่างเชิงอำนาจสูง จะมีการตั้งค่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์สูง การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จะพิจารณาอย่างละเอียดเป็นลำดับขั้น และเปิดใจยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ยากกว่าผู้บริโภคที่มาจากวัฒนธรรมระยะห่างเชิงอำนาจต่ำ ซึ่งในสังคมนักท่องเที่ยวอินเดียให้ความสำคัญกับการเคารพผู้อาวุโสหรือผู้มีลำดับขั้นในสังคมสูงกว่า สามารถสะท้อนการตัดสินใจและการกำหนดงบประมาณซึ่งขึ้นอยู่กับหัวหน้างานหรือหัวหน้าครอบครัว ตามลักษณะกลุ่มเดินทาง การเดินทางที่ต้องถูกพิจารณาจากหลายฝ่ายตามลำดับขั้น เช่น การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล กรณีท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ หรือการพิจารณาบริษัทนำเที่ยวที่ไม่เคยใช้บริการอาจเกิดความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันทำให้บริษัทนำเที่ยวเสียโอกาสในการให้บริการได้มาก รวมถึงการแสดงออกจากผู้ให้บริการที่มาจากวัฒนธรรมที่มีระยะห่างเชิงอำนาจต่ำกว่าในความเท่าเทียมเมื่อต้องเผชิญหน้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งมีลักษณะวัฒนธรรมการแบ่งชนชั้นสูง มีแนวโน้มต้องการความเอาใจใส่ในการบริการ การยกย่องเป็นพิเศษ การปฏิบัติตามคำร้องขอของลูกค้าซึ่งมีความคาดหวังสูงมาก ทำให้ผู้ให้บริการไม่สามารถตอบรับคำร้องขอของลูกค้าได้ สอดคล้องกับ สัญธรรณอ่อน (2559) เรื่อง มิติทางวัฒนธรรมกับการแสดงความคิดเห็นต่อโรงแรมที่เข้าพักในพื้นที่อำเภอเกาะสมุยทางเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายที่พักออนไลน์ของลูกค้าชาวไทยและชาตินอื่น ๆ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระยะห่างเชิงอำนาจกับระดับคะแนนความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมให้ผลเชิงลบ แสดงว่าในสังคมที่มีมิติวัฒนธรรมระยะห่างเชิงอำนาจยิ่งมากระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมที่เข้าพักในพื้นที่อำเภอเกาะสมุยก็มีแนวโน้มที่จะลดลงตามลำดับ

ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวอินเดียจะสร้างความเชื่อมั่นผ่านการกำหนดกฎเกณฑ์จากสถาบันต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวจะเพิ่มความน่าเชื่อถือและโอกาสการเลือกใช้บริการได้มากขึ้น ผู้ให้บริการที่ต้องเผชิญหน้ากับนักท่องเที่ยวควรยึดถือการบริการตามเอกสารที่ได้ให้ไว้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลักเพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดใน

ข้อตกลงจนเกิดข้อร้องเรียนหรือการบอกเล่าการเดินทางในทางลบให้กับกลุ่มคนใกล้ชิดและป้องกันการสูญเสียรายได้ของกิจการ สอดคล้องกับ Artigas et al. (2017) เรื่อง ปัจจัยที่กำหนดความไว้วางใจต่อแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ความไว้วางใจในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น สถาบันของรัฐและเอกชน โดยแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลช่วยสร้างความไว้วางใจมาจากชื่อเสียงที่ดี การรับรู้ที่ดีต่อมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและการประเมินอารมณ์ที่ดีจากการเดินทาง

ด้านความเป็นปัจเจกชนและการรวมกลุ่ม ส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียส่วนใหญ่มีลักษณะมิติวัฒนธรรมการรวมกลุ่มให้ความสำคัญกับการตัดสินใจ ความคิดเห็นและการยอมรับของกลุ่ม การเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวอาจเกิดได้จากลักษณะการเลียนแบบบุคคลในกลุ่มเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ บริษัทนำเที่ยวที่สามารถจัดการกับความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มผู้เดินทางให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สร้างความคุ้นเคยจากผู้ให้บริการนำเที่ยวจะช่วยให้สามารถเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับ Sabote-Ortiz, Frías-Jamilena and Castaneda-García (2014) เรื่อง มูลค่าการรับรู้โดยรวมของบริการการท่องเที่ยวที่ส่งผ่านสื่อที่แตกต่างกันในมุมมองข้ามวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมการรวมกลุ่มพึงพอใจกับช่องทางการจัดจำหน่ายการท่องเที่ยวของตัวแทนแบบออฟไลน์ ให้ความสำคัญกับปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคล ความเป็นมิตรและการช่วยเหลือของผู้ให้บริการจะช่วยเพิ่มคุณค่าความสัมพันธ์ในเชิงบวกมากขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมความเป็นปัจเจกชนจะพึงพอใจกับความสะดวกในการใช้งานจากช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งช่วยให้ได้รับบริการในลักษณะที่เป็นรายบุคคล ความเป็นอิสระ และรักษาระยะห่างระหว่างตนเองกับผู้ให้บริการ

ด้านการแสดงออกทางอารมณ์ ส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียส่วนใหญ่มีมิติวัฒนธรรมลักษณะการตามใจ ใช้ชีวิตอย่างสนุกสนานตามรูปแบบทางวัฒนธรรมของตน ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว การพักผ่อนด้วยอารมณ์เชิงบวก การเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศจะยังทำให้ได้ผ่อนคลายตนเองจากกฎระเบียบทางสังคมเพิ่มขึ้น การเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวจะช่วยลดปัญหาในการเดินทางจากความชำนาญในการให้บริการ

เพิ่มความพึงพอใจในการเดินทาง สอดคล้องกับ Erdogan, Aybeniz and Gulnil (2017) เรื่อง ผลกระทบศัลยกรรมทำให้บริการด้านการท่องเที่ยวและการบริการจากมิติวัฒนธรรมการตามใจและการหักห้ามใจ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีมิติวัฒนธรรมด้านการแสดงออกทางอารมณ์ในการตามใจสูงจะต้องการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น มีแนวโน้มเลือกเดินทางพักผ่อนเพื่อหาความสุขมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการหักห้ามใจ ซึ่งจำกัดความต้องการของตนเอง ให้ความสำคัญกับการเดินทางพักผ่อนน้อย ทำให้ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาการบริการได้ โอกาสในการให้บริการจึงลดลง

2. แรงจูงใจนักท่องเที่ยวอินเดีย ด้านปัจจัยผลักดันส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวอินเดียส่วนใหญ่เดินทางเพื่อการพักผ่อนและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน การเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวจะช่วยจัดการเดินทางได้แบบเบ็ดเสร็จตามความเหมาะสมกับกลุ่มผู้เดินทางและงบประมาณ การดูแลให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางจะช่วยสร้างความรู้สึกปลอดภัยทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนได้โดยปราศจากความกังวล

ด้านแรงจูงใจดึงดูดส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและการส่งเสริมการขาย การกำหนดราคาโดยพิจารณาลักษณะของบริการซึ่งไม่ได้หมายถึงการกำหนดราคาที่ต่ำเสมอไป การประเมินความคุ้มค่าราคาจะขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบ การรับรู้คุณค่าและคุณภาพบริการที่ได้รับ ประกอบกับการส่งเสริมการขายที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับ Jaganathan and Mohanraj (2016) เรื่อง การศึกษาผลกระทบทางวัฒนธรรมต่อการท่องเที่ยวในอินเดีย พบว่า แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวอินเดีย คือ การใช้เวลากับครอบครัวและเพื่อนเพื่อหยุดพักจากงาน โดยการใช้เวลาในวันหยุดพักผ่อนจะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้นและมีมุมมองใหม่ ๆ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อความสนุกสนาน ท่องเที่ยวสถานที่แปลกใหม่ มีธรรมชาติเป็นเอกลักษณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย อัตราแลกเปลี่ยนที่ดี ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาถูกจะช่วยให้เดินทางมากขึ้น และสอดคล้องกับ กฤตณกร รูปเล็ก (2562) พบว่า ปัจจัยการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมระดับห้าดาว โดยการพิจารณาราคา

ที่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของอาหาร การบริการที่ดี และการแสดงราคาที่ชัดเจน

3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวอินเดีย ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจองตั๋วเครื่องบิน จองที่พัก และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามรายการเดินทางที่บริษัทนำเที่ยวกำหนดไว้ แล้วทั้งหมด หรือเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตัวเลือกที่บริษัทนำเที่ยวกำหนดไว้ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจากผู้ให้บริการรายอื่นแล้วนักท่องเที่ยวจะได้รับสิทธิพิเศษ บริการที่ดีและราคาถูกกว่า สอดคล้องกับการสำรวจของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ในรายงานสรุปฉบับผู้บริหาร โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย พบว่า การเลือกใช้บริการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวเป็นที่นิยมในนักท่องเที่ยวอินเดียกลุ่มทั่วไป และสอดคล้องกับ Gaurav (2019) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่ไปเยือนต่างประเทศ พบว่า แพคเกจทัวร์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนในการกำหนดเองได้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาเยือนต่างประเทศ

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยการส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างประเทศให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมที่แตกต่างและผลของวัฒนธรรมที่มีต่อค่านิยม ประกอบกับการสังเกตและใส่ใจในรายละเอียดเมื่อต้องเผชิญหน้ากับนักท่องเที่ยวจะช่วยให้สามารถปรับตัวและเข้าใจพฤติกรรมการแสดงออกที่มีลักษณะเฉพาะได้
2. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ โดยการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารประสบการณ์ ร่วมกันจัดการเดินทางและการขาย เพื่อกระจายความเสี่ยง เพิ่มอำนาจการต่อรองกับคู่ค้า กำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเพื่อป้องกันการแข่งขันด้านราคา
3. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยผู้ให้บริการนำเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ ในการจัดบริการ การ

ให้ข้อมูล การตอบสนองความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะ จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ

4. การบริหารจัดการ การตลาดแบบบูรณาการ โดยการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนที่มีความรู้ ความเข้าใจ บริบทการท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ การจัดโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน วางแผนการดำเนินงานและผลักดันให้เกิดการปฏิบัติได้จริงอย่างต่อเนื่องและเป็นเอกภาพ

5 การยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการ โดยการขอรับการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว และการประกวดรางวัลต่าง ๆ จากสถาบันการท่องเที่ยวชั้นนำของอินเดีย จะช่วยยกระดับมาตรฐาน สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักท่องเที่ยว

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดีย เพื่อข้อมูลที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. ศึกษาศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยวอินเดียของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย เพื่อทราบถึงความสามารถในการรับนักท่องเที่ยวอินเดียและการพัฒนาศักยภาพที่จำเป็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2562*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563. จาก [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=615](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=615)
- [2] กฤตมกร รูปเล็ก. (2562). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมระดับห้าดาว. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 5(2), 56-69.
- [3] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย*. กรุงเทพฯ: อินทัชรีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี.
- [4] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- [5] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- [6] ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- [7] วณิชยา ศิลบุตร, อัญชนา ลักษณะวิรามสิริ และธนกร ปักษา. (2559). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่องานแต่งงานและฮันนีมูน รองรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดียกลุ่มกำลังซื้อสูง. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- [8] วีรยา สิริทิพย์สกุล. (2555). *การศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของธุรกิจอินเดียที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour) ในประเทศไทย*. การศึกษาอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [9] สิญธร ชุนอ่อน. (2559). มิติทางด้านวัฒนธรรมกับการแสดงความคิดเห็นต่อโรงแรมที่เข้าพักในพื้นที่อำเภอเกาะสมุยทางเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายที่พักออนไลน์ของลูกค้าชาวไทยและชาติอื่น ๆ. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 11(1), 53-68.
- [10] สุขชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ. (2551). *แบบจำลองสมการโครงสร้าง: การใช้โปรแกรม LISREL, PRELIS และ SIMPLIS (เทคนิคการวิเคราะห์ปริมาณที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน)*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- [11] สุนทรพจน์ ดำรงค์พาณิชย์. (2555). *โปรแกรม MPLUS กับการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [12] Artigas, Enrique Marinao, and others. (2017). Determinants of trust towards tourist destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 327-334. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.003>
- [13] Dann, Graham M.S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research* 4(4), 184-194. doi:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- [14] Erdogan, KOC, Akdeniz AR. Aybeniz, and Aydin Gulnil. (2017). The Potential Implications of Indulgence and Restraint on Service Encounters in Tourism and Hospitality. *Ecoforum*, 6(3), 13.
- [15] Gaurav, Kunal. (2019). Factors Influencing Destination Choice of Indian Tourists Visiting Abroad–An Analytical Study. *Pramana Research Journal*, 9(6 ), 203 - 217 . doi:<https://www.pramanaresearch.org/gallery/prj-p1011.pdf>
- [16] Hofstede, Greet, Gert Jan Hofstede and Michael Minkov. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the mind*. [E-BOOK]. 3rd ed., rev. and enl. USA: McGraw-Hill.

- [17] Huang Xiaomei. (2016). *Apply Hofstede's national cultural dimension theory to analyze Chinese tourist behaviors in Portugal tourism*. Master Dissertation, Faculty of Entrepreneurship and Studies of Culture, Instituto Universitario de Lisboa.
- [18] Jaganathan, A., and Mohanraj M. (2016). A study on Cultural effects on Tourism in India. *International Research Journal of Engineering and Technology*, 3(11), 1133-1138. doi:[https://www.researchgate.net/publication/311614178\\_A\\_study\\_on\\_Cultural\\_effects\\_on\\_Tourism\\_in\\_India](https://www.researchgate.net/publication/311614178_A_study_on_Cultural_effects_on_Tourism_in_India)
- [19] Mthai. (2562). ศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวอินเดีย และโอกาสของธุรกิจไทย. สืบค้นเมื่อเมื่อ 14 มกราคม 2562. จาก <https://news.mthai.com/economy-news/693118.html>
- [20] Sabiote-Ortiz, Carmen M., Dolores M. Frías-Jamilena, and J. Alberto Castañeda-García. (2014). Overall Perceived Value of a Tourism Service Delivered via Different Media: A Cross-Cultural Perspective. *Journal of Travel Research*, 1-18. doi:<https://doi.org/10.1177%2F0047287514535844>

## ปัจจัยในการเลือกรับชมเนื้อหาและการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจนเนอเรชัน แซดบนยูทูปในกรุงเทพมหานคร

### CONTENT SELECTION AND MEDIA EXPOSURE FACTORS AFFECTING GENERATION Z CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS ON YOUTUBE IN BANGKOK

กาญจนา บุตรจินดา<sup>1\*</sup>, ธนาภรณ์ เหลืองสรรพสุข<sup>2</sup>, นภัสสร บุญมี<sup>3</sup>, ภูชิตา แก้วมโนรมย์<sup>4</sup>, มานิตา ปุริเกษม<sup>5</sup>  
และ นริศรา ภาควิธี<sup>6\*</sup>

KANCHANA BUTCHINDA<sup>1</sup>, THANAPHORN LUENGSAPOOSUK<sup>2</sup>, NAPATSORN BOONMEE<sup>3</sup>,  
PUCHITA KAEWMANOROM<sup>4</sup>, MANITA PURIKASEM<sup>5</sup> and NARISSARA PARKVITHEE<sup>6\*</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาด และปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซดบนยูทูปในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้การแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเจนเนอเรชันแซดที่เกิดขึ้นในช่วง พ.ศ. 2540 - 2546 จำนวน 400 คน การประเมินคุณภาพของเครื่องมือวิจัยจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่าแบบสอบถามทั้งชุดมีความน่าเชื่อถือที่ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.978 สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (ร้อยละ ค่าเฉลี่ย) และสถิติเชิงอนุมาน (การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ)

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระทางด้านเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ เนื้อหาสร้างไอเดีย เนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือให้ความรู้ เนื้อหาที่สร้างความบันเทิง เนื้อหาที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และด้านการเลือกรับสื่อตามความสะดวกและนิยม การเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเองนั้น มีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซดผ่านแอปพลิเคชันยูทูปที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .10 สำหรับปัจจัยตัวแปรอิสระด้านอื่นๆ พบว่าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซด

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจซื้อ ; การตลาดเชิงเนื้อหา ; การเปิดรับสื่อ ; แอปพลิเคชันยูทูป

<sup>1-5</sup> นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Kasetsart University Sriracha Campus.

<sup>6</sup> อาจารย์ที่ปรึกษา, สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, Advisor, Marketing Department, Kasetsart University Sriracha Campus

\* Corresponding Author, Email: narismiracle@hotmail.com

Received: Apr 12, 2021, Revised: May 23, 2021, Accepted: Jun 23, 2021

## ABSTRACT

This research aims to study marketing content characteristics and media exposure factors affecting Generation Z consumers' purchasing decisions on the YouTube in Bangkok. It's quantitative research. The study distributed online questionnaires to the sample group (Generation Z), which was born between 1997 and 2003 amount 400 participants. The evaluation of the quality of research instruments from the Cronbach's alpha coefficient method found that the whole series of questionnaires were reliable with a confidence level of 0.978. The result proved that the questionnaire is appropriate to use for collecting the data. Non-Probability Sampling was conducted by using a convenience sampling method. The statistics used for data analysis are Descriptive Statistics (percentage, average) and Inferential Statistics (Multiple Regression).

The results found that the independent variables, which include the inspired content, idea content, information content, entertaining content, targeted content, unique content, convenience and preferences media, and consistency media had a positive affect Generation Z consumers' purchasing decisions statistically significant at a level of .10. With respect to the other independent variables, the study found that there is no impact on Generation Z consumers' purchasing decisions.

**Keywords:** Purchasing Decision ; Content Marketing ; Media Exposure ; YouTube Application

## บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและระบบอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาที่รวดเร็ว จึงทำให้สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทั้งในด้านการติดต่อสื่อสาร รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม อีกทั้งยังเป็นการสร้างข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งแอปพลิเคชัน YouTube (ยูทูบ) เป็นหนึ่งแพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดย YouTube (ยูทูบ) เป็นแอปพลิเคชันให้บริการแลกเปลี่ยนวิดีโอ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถรับชมวิดีโอได้ตลอดเวลาที่ต้องการ พร้อมทั้งอัปโหลดวิดีโอของตนเองได้ และแบ่งปันวิดีโอให้ผู้อื่นได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ ยูทูบ ยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญให้กับบริษัทรับทำโฆษณา ในการนำผลิตภัณฑ์โฆษณาของบริษัทมาเสนอผ่านยูทูบที่จะทำให้ผู้คนที่พบเห็นเกิดการรับรู้และตระหนักในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น แต่ก็ยังมีผู้คนจำนวนมากที่ไม่ได้ให้ความสนใจกับโฆษณาบนยูทูบ งานวิจัยในอดีตได้

แนะนำไว้ว่า สิ่งที่จะทำให้ผู้คนให้ความสนใจและสามารถจูงใจผู้คนได้ก็คือ รูปแบบของโฆษณา ซึ่งก็คือ รูปแบบหรือลักษณะของเนื้อหา (Content) (วรกร สุจริตสาริต, 2561)

การตลาดเชิงเนื้อหา หรือ Content Marketing เป็นเทคนิคการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งโดยผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ซึ่งจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำวิดีโอคอนเทนต์ ดังนั้นการสร้าง Content Marketing จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่คนหันมาเสพคอนเทนต์วิดีโอกันมากขึ้น จากสถิติ Content Marketing Institute พบว่าร้อยละ 90 ของนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จมักจะเลือกนำเสนอข้อมูลให้ผู้บริโภคสนใจด้วยข้อมูลหรือ Content ที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้บริโภคก่อน (กนกวรรณ กานเกต, 2563) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการตลาดเชิงเนื้อหาสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ ดังนั้นจึงส่งผลให้การตลาดเชิงเนื้อหาบนโลกโซเชียลเป็นแนวทางแก้ไขปัญหและพัฒนาทางการตลาดให้กับองค์กรธุรกิจ เพื่อใช้ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดให้เข้าถึงและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนั้นประเด็นสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นทำให้หลายธุรกิจประสบกับปัญหา และนักการตลาดต้องมีการ

ปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการทำตลาดในรูปแบบของ E-Commerce พร้อมกับศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่ม Generation Z เนื่องจากกลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสามารถและคุ้นเคยในการใช้เทคโนโลยีมากกว่ารุ่นอื่นๆ อีกทั้งยังมีรายงานพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2562 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง Generation Z ใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมง ต่อวัน ใช้งานโซเชียลมีเดีย เฉลี่ยร้อยละ 87.1 รับสื่อบันเทิงบนออนไลน์ เฉลี่ยร้อยละ 69.2 รวมถึงซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ เฉลี่ยร้อยละ 38.5 (พิลลัด, 2563) นอกจากนี้ยังมีรายงานของปี 2561 ในการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนทุกเพศทุกวัย พบว่า สื่อ Social Media ได้รับความนิยมมากที่สุด และยังพบว่า YouTube ได้รับความนิยมเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ LINE และ Facebook (มาร์เก็ตเธียร์, 2563)

เพราะฉะนั้นกลุ่ม Generation Z จึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจผ่านแอปพลิเคชัน YouTube มากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมสนองตอบต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม YouTube สูงกว่าผู้บริโภคอื่น ๆ (มาร์เก็ตติ้ง อูปลัส, 2559) ทำให้คาดเดาน่าจะเป็นตลาดกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ E-Commerce เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางธุรกิจของประเทศไทย และยังเป็นเขตที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างสูงจากสถานการณ์ COVID-19 อีกด้วย

ดังนั้น ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยนี้ น่าจะช่วยให้ธุรกิจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความดึงดูดใจ ความสนใจ และความน่าสนใจให้กับการทำโฆษณาบนยูทูป โดยอาศัยรูปแบบหรือลักษณะของเนื้อหา เข้ามาช่วยทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากเกิดความสนใจ และอยากติดตามเนื้อหาสาระ ข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการบนยูทูปต่อ จนกระทั่งเกิดความอยากทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการนั้นในที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

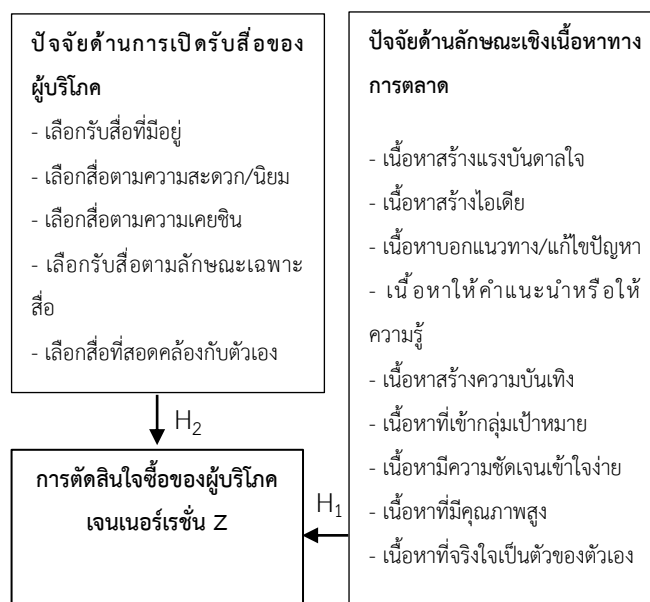
เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาดและปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของ

ผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิดงานวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหาทางการตลาดแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อจากงานวิจัยในอดีตนั้น ได้ช่วยพัฒนาตัวแปรและเกณฑ์ในการวัดตัวแปร รวมทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่ม Generation Z ในยุคปัจจุบัน ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา และพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1

#### ตัวแปรต้น



#### ตัวแปรตาม

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานงานวิจัย

H1 : ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

H2 : ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคทุกรุ่นทั้งเพศชายและหญิง อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่รับชมวิดีโอออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคกลุ่ม Generation Z ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2540 - 2546 หรือมีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ทั้งเพศชายและหญิงอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่รับชมวิดีโอออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube

### ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากงานวิจัยนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรการคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 จึงจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับอย่างน้อย 385 ตัวอย่าง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เนื่องจากเป็นวิธีที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย และลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองผู้เข้าร่วมวิจัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานผู้เข้าร่วม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านลักษณะเชิงเนื้อหา

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านการเปิดรับสื่อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งแบบสอบถามนี้ ทางผู้วิจัยได้สร้างขึ้นใหม่ โดยส่วนที่ 3-5 นั้น เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดของการวิจัย และได้มีการพัฒนาตัวแปรและเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวแปรมาจากการทบทวนวรรณกรรม สำหรับมาตรวัดของคำถามในส่วนที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดย 1 หมายถึงปัจจัยนั้นส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด และ 5 หมายถึงปัจจัยนั้นส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

## การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เบื้องต้นได้มีการตรวจสอบเครื่องมือโดยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม ด้วยการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เรียกว่าวิธีการหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อ กับ จุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) (อรอนงค์ กลิ่นสุวรรณ และวัชรชัย ยี่สุนทด, 2564) โดยเกณฑ์ IOC ที่ใช้จะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปในแต่ละข้อคำถาม ผลที่ได้พบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เมื่อทดสอบผ่านแล้ว จึงนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริง (Pilot-test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient;  $\alpha$ ) ซึ่งพบว่าแบบ

สอบถามทั้งชุดผ่านเกณฑ์ ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.978 และเมื่อพิจารณามาตรวัดของตัวแปรต้น พบว่าเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวแปรต้นทั้งสองตัว (ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาด และปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค) มีความน่าเชื่อถือและเหมาะสมที่จะนำไปวัดตัวแปรต้นทั้งสองตัวโดยมีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.972 และ 0.917 ตามลำดับ

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) และกระจายแบบสอบถามเกินขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลของแบบสอบถามที่สมบูรณ์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inference Statistics) คือ สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation of Coefficient)

## สรุปผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 67.80 คุณลักษณะของผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่มีอายุช่วง 21 – 24 ปี ร้อยละ 78.8 อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเขต บางเขน ร้อยละ 8.0 เป็นนักเรียนและนักศึกษา ร้อยละ 84.3 กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 82.5 มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 49.5 และมีพฤติกรรมความถี่ในการเข้าใช้แอปพลิเคชัน YouTube มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 65.5

### ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของปัจจัยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านลักษณะเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะเชิงเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.986) จากนั้นพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาสร้างความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในภาพรวมระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.39$ , S.D. = 0.949) และส่วนของปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการเลือกรับชมสื่อ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.968) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านจะเลือกรับชมสื่อที่เคยรับอยู่เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.27$ , S.D. = 1.022)

ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตามด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า ท่านมีความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการเมื่อได้รับชมเนื้อหาผ่านวิดีโอ YouTube โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.876$ , S.D. = 1.130)

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

ก่อนการทดสอบสมมติฐาน เราจำเป็นต้องทำการตรวจสอบว่าเกิดความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ของตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดวิจัยหรือไม่ กล่าวคือ ตัวแปรต้นทุก

ตัวจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Non-Multicollinearity) ถึงจะสามารถใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) มาทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ โดยการตรวจสอบนั้นจะอาศัยวิธีการหาค่า Durbin Watson และ Variance Inflation Factor: VIF ผลการตรวจสอบพบว่า มีค่า Durbin Watson เท่ากับ 1.835 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ คือ  $1.5 \leq \text{Durbin Watson} \leq 2.5$  ข้อมูลชุดนี้จึงมีความคลาดเคลื่อนของตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน (ปาณิก เสนาฤทธิไกร, 2563) รวมทั้งผลการวิเคราะห์ค่า VIF ของตัวแปรต้นทุกตัว พบว่า มีค่าน้อยกว่า 5 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าวิธี Multiple regression สามารถนำไปใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้ได้ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการทดสอบไว้ดังนี้

$H_{01}$ : ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาดไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

$H_1$ : ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาดบางตัวส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

$H_{02}$ : ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

$H_2$ : ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคบางตัวส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร

| ตัวแปร                              | ปัจจัยรายด้านของตัวแปร                         | Mean | S.D.  | $\beta$ | $t$    | ตัดสินใจซื้อ<br>$p$ (Sig) |
|-------------------------------------|------------------------------------------------|------|-------|---------|--------|---------------------------|
| ปัจจัยด้าน<br>ลักษณะเชิง<br>เนื้อหา | 1.1 ด้านเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ                | 3.56 | 1.059 | 0.130   | 2.041  | 0.042**                   |
|                                     | 1.2 ด้านเนื้อหาสร้างไอเดีย                     | 3.94 | 1.012 | -0.119  | -1.859 | 0.064*                    |
|                                     | 1.3 ด้านเนื้อหาบอกแนวทางการแก้ไข<br>ปัญหา      | 3.85 | 0.968 | 0.058   | 0.835  | 0.404                     |
|                                     | 1.4 ด้านเนื้อหาในคำแนะนำหรือให้ความรู้         | 4.00 | 0.997 | 0.174   | 2.654  | 0.008***                  |
|                                     | 1.5 ด้านเนื้อหาสร้างความบันเทิง                | 4.39 | 0.949 | -0.234  | -3.672 | 0.000***                  |
|                                     | 1.6 ด้านเนื้อหาที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย             | 4.12 | 0.999 | 0.209   | 3.163  | 0.002***                  |
|                                     | 1.7 ด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจนเข้าใจง่าย       | 4.01 | 0.967 | -0.007  | -0.094 | 0.925                     |
|                                     | 1.8 ด้านเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง                  | 4.09 | 0.964 | -0.068  | -1.159 | 0.247                     |
|                                     | 1.9 ด้านเนื้อหาที่มีความเป็นเอกลักษณ์<br>เฉพาะ | 4.07 | 0.961 | 0.133   | 2.108  | 0.036**                   |
| ปัจจัยด้าน<br>การเลือกรับสื่อ       | 2.1 ด้านการเลือกรับสื่อที่มีอยู่               | 4.00 | 0.947 | 0.050   | 0.973  | 0.331                     |
|                                     | 2.2 การเลือกรับสื่อตามความสะดวกและ<br>นิยม     | 4.07 | 0.974 | 0.131   | 2.223  | 0.027**                   |
|                                     | 2.3 ด้านการเลือกรับสื่อตามความเคยชิน           | 4.27 | 1.022 | -0.007  | -0.114 | 0.910                     |
|                                     | 2.4 การเลือกรับสื่อตามลักษณะเฉพาะ<br>ของสื่อ   | 4.11 | 0.926 | 0.071   | 1.300  | 0.194                     |
|                                     | 2.5 ด้านการเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับ<br>ตนเอง | 4.23 | 0.970 | 0.203   | 3.411  | 0.001***                  |
| R                                   |                                                |      |       |         |        | 0.601                     |
| R <sup>2</sup>                      |                                                |      |       |         |        | 0.361                     |
| Adjusted R <sup>2</sup>             |                                                |      |       |         |        | 0.338                     |
| Value                               |                                                |      |       |         |        |                           |
| F-value                             |                                                |      |       |         |        | 15.529***                 |

หมายเหตุ : \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.10$

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าตัวแปรอิสระทั้งสองตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะเชิงเนื้อหาพร้อมกับปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อรวมนั้น มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามที่มีค่า  $P = 0.000$  ทั้งสองตัว

( $t = 3.946$  และ  $t = 4.133$  ตามลำดับ) ที่  $p < .01$  ( $F = 72.579$ ,  $df = 2$ , Adjust  $R^2 = 0.264$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของตัวแปรต้นทั้งสองตัว จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะเชิงเนื้อหาที่มีปัจจัยย่อยที่สามารถพยากรณ์หรือส่งผลต่อ

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z บน YouTube ได้แก่ ปัจจัยด้านเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ ปัจจัยด้านเนื้อหาสร้างไอเดีย ปัจจัยด้านเนื้อหาในคำแนะนำหรือให้ความรู้ ปัจจัยด้านเนื้อหาสร้างความบันเทิง ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ค่า  $P = 0.042$  ( $t = 2.041$ ,  $p < .05$ ),  $0.064$  ( $t = -1.859$ ,  $p < .10$ ),  $0.008$  ( $t = 2.654$ ,  $p < .01$ ),  $0.000$  ( $t = -3.672$ ,  $p < .01$ ),  $0.002$  ( $t = 3.163$ ,  $p < .01$ ),  $0.036$  ( $t = 2.108$ ,  $p < .05$ ),  $0.027$  ( $t = 2.223$ ,  $p < .05$ ),  $0.001$  ( $t = 3.411$ ,  $p < .01$ ) ตามลำดับ โดยตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามทั้งหมดนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกันกับตัวแปรตามทั้งหมดที่ค่าความสัมพันธ์  $R = 0.393$ ,  $0.279$ ,  $0.433$ ,  $0.231$ ,  $0.435$ ,  $0.414$  ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านเนื้อหาบอกแนวทางการแก้ไขปัญหา ปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจนเข้าใจง่าย และปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีคุณค่าที่ดี ไม่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ที่ค่า  $P = 0.404$  ( $t = 0.835$ ,  $p < .10$ ),  $0.925$  ( $t = -0.094$ ,  $p < .10$ ),  $0.247$  ( $t = -1.159$ ,  $p < .10$ ) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยรายด้านของการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคนั้นพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการเลือกรับสื่อตามความสะดวกและนิยม และปัจจัยย่อยด้านการเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเองนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ที่ค่า  $P = 0.027$  ( $t = 2.223$ ,  $p < .05$ ),  $0.001$  ( $t = 3.411$ ,  $p < .01$ ) โดยปัจจัยย่อยทางด้านการเปิดรับสื่อที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามทั้งหมดนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับตัวแปรตามทั้งหมดที่ค่า  $R = 0.379$  และ  $0.429$  ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อที่มีอยู่ ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อตามความเคยชิน และปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ นั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ที่ค่า  $P = 0.331$  ( $t = 0.973$ ,  $p < .10$ ),  $0.910$  ( $t = -0.114$ ,  $p < .10$ ),  $0.194$  ( $t = -1.300$ ,  $p < .10$ ) ตามลำดับ

ดังนั้น ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า มีการยอมรับสมมติฐานทั้งสองเพียงบางส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาดบางตัวส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยรายด้านที่มีอิทธิพลเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยด้านเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ

ปัจจัยด้านเนื้อหาสร้างไอเดีย ปัจจัยด้านเนื้อหาให้คำแนะนำหรือให้ความรู้ ปัจจัยด้านเนื้อหาสร้างความบันเทิง ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

2. ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคบางตัวส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร สำหรับปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อที่มีอิทธิพลเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อตามความสะดวกและนิยม และปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง

## อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาดพบว่า มี 6 ปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่

1) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจ สามารถกระตุ้นให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามต้องการ และมีการศึกษาในอดีตพบว่า กลุ่ม Generation Z ร้อยละ 37 มองว่าการประสบความสำเร็จในอนาคตเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด (Wunderman Thompson Intelligence, 2020) ดังนั้น โฆษณาที่มีเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้บริโภค Generation Z อาจกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้เชื่อ และอยากประสบความสำเร็จบ้างตามโฆษณา ส่งผลให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในโฆษณานั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีดี นกุลสมปรารถนา (2563) ที่พบว่า การโพสต์ข้อมูลลงในเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อสร้างให้เกิดแรงบันดาลใจนั้น จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

2) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่สร้างไอเดีย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่พบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภมณต์ วังตระกูล (2560) ที่ทำการศึกษารูปแบบเนื้อหาการสื่อสารและการตอบสนองในเฟซบุ๊กแฟนเพจธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ : กรณีสึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ IKEA Thailand ที่พบว่า เนื้อหาประเภทที่แนะนำหรือสร้างไอเดียในการตกแต่งบ้านนั้นจะสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อ ซึ่งพบมากเป็นอันดับหนึ่ง

3) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือให้ความรู้ นั้นก็ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z เช่นเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะเนื้อหาที่ให้คำแนะนำหรือให้ความรู้ สามารถทำให้ผู้บริโภคทราบถึง คุณสมบัติ วิธีใช้ ประโยชน์ ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเนื้อหาโฆษณา จนสามารถสร้างแรงจูงใจและความต้องการในการซื้อหรือใช้จ่ายสินค้าและบริการ

4) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่สร้างความบันเทิง ก็พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube เช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภค Generation Z ชื่นชอบเนื้อหาที่ทำให้เกิดความผ่อนคลาย และสนุกสนาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรวินทร์ ละเอียดดินันท์ (2557) ที่พบว่า ด้านความบันเทิงทางออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ 5) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะเนื้อหาที่ตรงกลุ่มเป้าหมายในคลิปวิดีโอ YouTube นั้น เกิดจากการที่ผู้สร้างเนื้อหาเชิงการตลาดต้องการเข้าใจผู้บริโภค เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์เนื้อหาคลิปวิดีโอที่จะสามารถเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จึงสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ

6) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ก็พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube เหมือนกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาที่มีความจริงใจ เป็นตัวของตัวเอง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะนั้นสามารถดึงดูดและทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัว Content Creator ได้ โดยกลุ่ม Generation Z จะมีความเชื่อในกลุ่มคนที่ตัวเองสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ดึงดูด ดูจริงใจ และกลุ่มคนเหล่านั้นก็จะมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของพวกเขา (ไมทิพอินฟลูเอนเซอร์, 2563)

สำหรับปัจจัยตัวแปรต้นด้านลักษณะเนื้อหาเชิงการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube มี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่บอกแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่น ชอบความท้าทาย กล้าลอง ไม่ชอบการถูกสั่งควบคุม หรือบังคับให้ทำ ดังนั้นจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเลือกรับชมโฆษณาจากเนื้อหาที่บอกแนวทางในการแก้ไขปัญหา

ถึงแม้ว่าจะมีงานวิจัยในอดีตแนะนำไว้ก็ตามว่า การพัฒนา Content Marketing ที่ประสบผลสำเร็จควรเป็นการทำคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์และแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง จนทำให้ผู้บริโภคสนใจ เข้ามาติดตาม และสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด (เกศริน รัตนพรรณทอง, 2555) 2) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจนเข้าใจง่าย และ 3) ปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (มีสัดส่วนร้อยละ 67.80) ซึ่งเพศหญิงส่วนใหญ่จะมีความอ่อนโยน มีความประณีตประณีตมากกว่าเพศชาย จึงทำให้ไม่ได้ให้ความสำคัญกับขั้นตอนการสั่งซื้อหรือการเข้าถึงเว็บไซต์ (ธนพร พัฒนวนิชชากร, 2557)ว่าจะยุ่งยากซับซ้อนหรือไม่ รวมทั้งการคำนึงถึงเป็นอย่างมากกับรูปภาพหรือวิดีโอแสดงสินค้าที่ควรมีคุณภาพสูง ขนาดใหญ่ มีความละเอียดและคมชัดมาก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจ และทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อได้

ตัวแปรต้นอีกตัวที่เป็นปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค พบว่า 1) ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อตามความสะดวกและนิยม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube ทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่า การเปิดรับสื่อของผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย รวมถึงมีความสะดวกที่จะรับชมนั้นสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายมากขึ้น (จารุวรรณ อินทะเว, 2558) และปัจจัยอีกด้านที่ส่งผลต่อตัวแปรตามก็คือ 2) ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง เนื่องจากกระบวนการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์จะมีการเลือกจดจำ โดยแต่ละบุคคลจะจดจำในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคได้รับสื่อที่สอดคล้องกับความสนใจหรือสอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง ก็สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคและส่งผลเชิงบวกในการตัดสินใจซื้อตามมา (Klapper, 1960)

สำหรับปัจจัยด้านอื่น ๆ ของการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค ได้แก่ 3) ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อที่มีอยู่ 4) ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อตามความเคยชิน และ 5) ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Generation Z ผ่านแอปพลิเคชัน YouTube โดยสาเหตุอันแรกอาจเนื่องมาจากกลุ่ม Generation Z อยู่ในยุคที่มีทางเลือกมากขึ้น อาจจะมีการเลือกรับสื่อที่หลากหลายมากขึ้นด้วยเช่นกัน สาเหตุถัดมา อาจเป็นเพราะกลุ่ม Generation Z

ขอความแปลกใหม่และรู้จักเลือกสิ่งที่เหมาะสมที่สุดให้กับตัวเอง (เดอะ สแตนดาร์ด. 2563) และสาเหตุอันสุดท้าย อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเปิดรับสื่อออนไลน์ได้โดยง่าย ขอความหลากหลาย อาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของสื่อมากนัก และสามารถถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าทางการตลาด (Stimulus) เช่น โฆษณาที่ดึงดูดใจได้โดยง่าย

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดควรมุ่งเน้นที่จะทำการพัฒนาหรือขยายตลาดไปสู่ธุรกิจ E-Commerce หรือธุรกิจออนไลน์เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ยุคดิจิทัลอย่างเข้มข้นในอนาคตต่อไป รวมถึงรองรับการปรับตัวของธุรกิจในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ อย่างเช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้บริโภค พฤติกรรมการเสพหรือรับชมสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น ซึ่งเปิดโอกาสให้ธุรกิจได้ขยายตัวเข้าสู่ตลาดออนไลน์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

2. ธุรกิจควรทำการวิเคราะห์ตลาด E-Commerce และกลุ่มเป้าหมายตลาดออนไลน์ที่สามารถสร้างส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ให้กับธุรกิจได้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภค Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และเปิดรับสื่อออนไลน์ได้ง่าย

3. ผู้ประกอบการที่เลือก Platform ในการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัลเป็น YouTube จับกลุ่มตลาดเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้บริโภค Generation Z และใช้โฆษณาวิดีโอเพื่อดึงดูดใจผู้รับชม นั้น สิ่งสำคัญที่ควรพิจารณา คือ รูปแบบหรือลักษณะเนื้อหาเชิง

การตลาด (Contents) ควรเป็นเช่นไร และควรสร้างสื่อบนใดตามการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค เช่น ควรมีการสร้างเนื้อหาที่มุ่งเน้นการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างไอเดีย ให้คำแนะนำหรือความรู้ สร้างความบันเทิง มีเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหาที่มีความโดดเด่น จริงใจ จึงจะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ควรคำนึงถึงการเลือกเปิดรับสื่อของผู้บริโภคด้วย ซึ่งผู้บริโภคมักจะเลือกรับชมสื่อตามความสะดวกและนิยม และเลือกสื่อที่สอดคล้องกับตนเองเป็นสำคัญ จึงจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อได้

4. แนวคิดและทฤษฎีทางด้านลักษณะหรือรูปแบบเนื้อหาเชิงการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และผลจากงานวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดประเภทการโฆษณาให้กับธุรกิจต่าง ๆ บริษัทดิจิทัลเอเจนซี และบริษัทผลิตสื่อวิดีโอโฆษณา หนังสือ และไวรัลคลิป ให้ได้รับความนิยมและเป็นที่สนใจมากขึ้นได้ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้งานโฆษณาและครีเอทีฟต่าง ๆ ในประเทศไทยมีการพัฒนาเติบโต และเจริญรุดหน้าเทียบเท่านานาชาติได้อีกด้วย แต่กระนั้นก็ตาม การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ควรคำนึงถึงค่านิยมวัฒนธรรมของท้องถิ่นหรือประเทศเพื่อให้เกิดความเหมาะสมและมีประสิทธิผลมากที่สุด

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและงบประมาณ จึงได้เลือกที่จะศึกษากลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภค Generation Z เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น การวิจัยในอนาคตอาจการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ด้วยก็ได้เพื่อให้สอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่เฉพาะเจาะจงลงไป และกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับธุรกิจนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่น่าไปใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมนั้นโดยตรง เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

- [1] จารุวรรณ แสงดวง. (2557). การใช้ชุดกิจกรรมแนะแนวเพื่อพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนผดุงปัญญา จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ศษ.บ. หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการแนะแนวและการปรึกษาเชิงจิตวิทยาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.

- [2] โฉมสุดา ยงยีน. (2562). ผลการใช้ชุดกิจกรรมแนะแนวโดยใช้แอปพลิเคชันคาสทูทเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เหมาะสมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนทุ่งฝนพัฒนาศึกษา จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการสันตพล*, 6(2), 184-192.
- [3] นวลจันทร์ จุฑาภักดีกุล. (2560). *Executive Functions- EF กับความพร้อมทางการเรียนในเด็กปฐมวัย*. ศูนย์วิจัยประสาทวิทยาศาสตร์สถาบันชีววิทยาศาสตร์โมเลกุล. มหาวิทยาลัยมหิดล. นครปฐม.
- [4] ปาณิสรา ฤทธิ์เรืองเดช. (2559). *การเปรียบเทียบความสามารถในการคิดทักษะเชิงบริหารทางสมอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญานิพนธ์ ศษ.บ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี.
- [5] ผดุง อารยะวิญญู. (2544). *เด็กที่มีปัญหาในการเรียนรู้*. พิมพ์ : 2544. ครั้งที่พิมพ์ : พิมพ์ครั้งที่ 2.
- [6] วัฒนา พิชราวณิช. (2531). *หลักการแนะแนว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา.
- [7] วิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ. (2546). *แนวทางการแบ่งประเภทการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ*. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- [8] สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพและสถาบัน RLG (2561)
- [9] สุขอารมย์ เพิ่มพันธุ์วรรณ. (2558). *ผลของการใช้ชุดกิจกรรมแนะแนวเพื่อลดแนวคิดด้านวัตถุนิยมของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร*. มหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

## การรับรู้และความสามารถในการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิต ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี : มหาวิทยาลัยรังสิต

### THE PERCEPTION AND COMMUNICATIVE COMPETENCE TOWARD LEARNING EFFICIENCY OF GRADUATE STUDENTS IN THE COVID-19 SITUATION CASE STUDY: RANGSIT UNIVERSITY

ณิกานต์ สุวรรณจันทร์<sup>1\*</sup> และ เฉลิมพร เย็นเยือก<sup>2</sup>

NITCHAKARN SUVANJA<sup>1\*</sup> and CHALERMPORN YENYUAK<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ ความสามารถในการสื่อสาร และประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี : มหาวิทยาลัยรังสิต 2) เปรียบเทียบประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี : มหาวิทยาลัยรังสิต จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ ความสามารถในการสื่อสารกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 300 คน โดยใช้การสุ่มตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Sample t – test การวิเคราะห์ F – test การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย LSD และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามแบบของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ ความสามารถในการสื่อสาร และประสิทธิภาพการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอุปกรณ์/เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 3) การรับรู้ และความสามารถทางการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตมีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** การรับรู้ ; ความสามารถในการสื่อสาร ; ประสิทธิภาพการเรียนรู้ ; โควิด 19

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, Master Student, Faculty of Business Administration, Rangsit University

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, Advisor, Faculty of Business Administration, Rangsit University

\* Corresponding Author. Email : Com226.5500110@gmail.com

## ABSTRACT

This research aimed to 1) study the perception about online learning. Communication capability and the learning efficiency of Master's students during the 19 COVID situation: Rangsit University 2) Compare the learning efficiency of Master's students during the 19 COVID situation: Rangsit University. And 3) study the relationship between online learning perceptions. Communication competence and learning efficiency of master's students during COVID 19 case scenario: Rangsit University. The sample used was 300 graduate students of Rangsit University by using randomization according to convenience the instrument for data collection was a questionnaire with a confidence factor of 0.94. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, independent sample t - test, F - test, difference analysis with LSD and Pearson-based correlation coefficient analysis.

The results of the study showed that 1) Master students have an opinion on the perception. Communication capability and overall learning efficiency was at a high level. 2) Demographic factors on gender, age, occupation status, average monthly income. And different online learning devices / tools affected the learning efficiency of Master's students during the COVID-19 situation: Rangsit University was statistically significant difference at .05 level 3) the Knowledge and communication competence correlated with master's degree students' learning performance during the COVID-19 scenario: Rangsit University was positively correlated with master's degree students' learning performance. With statistical significance at the .05 level.

**Keywords:** The perception ; communicative competence ; learning efficiency ; covid-19

## บทนำ

โรคโควิด-19 (COVID 19) มีที่มาจากไวรัสตระกูลโคโรนาซึ่งเป็นไวรัสที่พบได้ในทั้งคนและสัตว์อันเป็นสาเหตุทำให้เจ็บป่วยในโรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโรคหัดธรรมดา โรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS) โรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรง (SARS) โดยเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ซึ่งเป็นต้นตอของโรคโควิด-19 นั้น มีระยะการฟักตัวของโรคประมาณ 1 ถึง 14 วัน การแพร่ระบาดของโรคชนิดนี้สามารถแพร่จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งผ่านฝอยละอองที่ออกมาจากปากหรือจมูกของผู้ที่ติดเชื้อ และเมื่อมีการไอ จามหรือหายใจฝอยละอองจะตกสู่วัตถุต่าง ๆ หากมีการสัมผัสวัตถุต่าง ๆ เหล่านั้นแล้วนำมาจับตา จมูกหรือปากก็อาจทำให้ได้รับเชือดังกล่าวและป่วยเป็นโรคโควิด-19 ได้ (กรมควบคุมโรคติดต่อ, 2563)

สถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นสถานการณ์อันตรายทั่วโลก โดยองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้เป็นโรคระบาดใหญ่ ทั่วโลก (Pandemic) เมื่อ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563

ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียบพลันต่อการดำเนินชีวิตของคนทั่วโลก ก่อให้เกิดความปรกติใหม่หรือฐานวิถีชีวิตใหม่ที่ใช้แทนแบบเดิมโดยในภาษาอังกฤษ เรียกว่า “New Normal” (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2563)

ทั้งนี้สถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 ในปัจจุบัน ยังไม่สามารถจัดการให้หมดไปได้ ทำให้ระบบการศึกษาต้องเตรียมพร้อมและปรับตัว เพื่อทำให้การเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษาในระบบการศึกษาไม่ขาดช่วงตามสถานการณ์ โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้ออกประกาศขอความร่วมมือกับที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย ที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ และที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยเอกชนทุกแห่งพิจารณาดำเนินการโดยมีเป้าหมายเพื่อลดการแพร่กระจายการติดเชื้อ ลดการเดินทาง ลดกิจกรรมที่มีคนอยู่ร่วมกันจำนวนมาก เป้าหมายสำคัญคือหยุดการดำเนินงานด้านการสอนทุกรูปแบบ (มติชนสุดสัปดาห์, 2563)

ปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดนและสมบูรณ์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลาย ทำให้มหาวิทยาลัยหลายแห่งปรับตัว ปรับวิธีการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นช่วยในการดำเนินการด้วยการใช้ระบบการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้สามารถดำเนินการเรียนการสอนของตนต่อไปได้ (นงลักษณ์ อัจฉปัญญา, 2563) โดยมหาวิทยาลัยรังสิตได้ปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนเป็นรูปแบบออนไลน์ทั้งหมดอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด นอกจากนี้ภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติอุดมศึกษา 2562 การจัดการเรียนการสอนมีเป้าหมายสำคัญเพื่อพัฒนาบุคคลให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายจิตใจสติปัญญาความรู้และทักษะที่จำเป็นรวมทั้งเป็นคนดี มีวินัยภูมิใจในชาติเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อรองรับสังคมโลกที่จะเปลี่ยนแปลงในอนาคตมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวชุมชนสังคมและประเทศชาติร่วมกันแก้ปัญหาสังคมและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (สมพร ปานดำ, 2563)

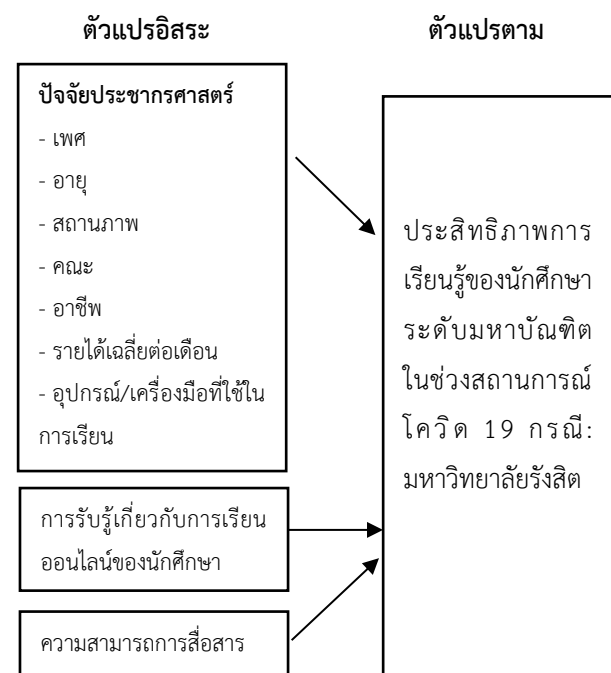
ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญ และมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้และความสามารถในการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการเรียนออนไลน์ในสถานการณ์โควิดให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ ความสามารถในการสื่อสาร และประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ การรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ ความสามารถในการสื่อสารกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับรู้และความสามารถในการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต โดยกำหนดใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้การเรียนออนไลน์ของถนอมพร เลหาจรัสแสง (2563) แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการสื่อสารของ Timm (1995) และแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของ ดนัย เทียนพุด (2551)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ คณะ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอุปกรณ์/เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกัน
2. การรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต
3. ความสามารถในการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

## วิธีดำเนินการวิจัย

ส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา 5 ระดับ

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 1,038 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2563 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการของทาร์โรวามาเน่ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 300 คน ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามกับนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรังสิตด้วยตนเองจนครบตามจำนวนที่กำหนด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการรับรู้และความสามารถในการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต มีค่าความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถทางการสื่อสารของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจนครบตามจำนวนที่กำหนด ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2563 จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับแล้วนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. ใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์
2. ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ ความสามารถในการสื่อสาร และประสิทธิภาพการเรียนรู้
3. ใช้ Independent – Sample t – test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน คือ เพศ
4. การวิเคราะห์ F – test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่จำแนกออกตามตัวแปรในด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ หากพบความแตกต่างระหว่างตัวแปร จะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD
5. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามแบบของเพียร์สัน (Pearson) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถสื่อสาร กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

## สรุปผลการวิจัย

1. การรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตารางที่ 1** แสดงการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

| การรับรู้ของนักศึกษา<br>ระดับมหาบัณฑิต                                                 | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------|
| 1. ทำให้ท่านได้รับความรู้<br>จากผู้สอนในสาขาวิชาต่าง<br>ๆ อย่างเท่าเทียมกัน            | 3.96      | 0.88 | มาก   |
| 2. ทำให้ผู้เรียนมีมาตรฐาน<br>การศึกษาเดียวกัน                                          | 3.93      | 0.95 | มาก   |
| 3. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย<br>ในการเดินทาง                                               | 4.08      | 1.02 | มาก   |
| 4. ทำให้ท่านสามารถเข้า<br>เรียนได้ตรงเวลามากขึ้น                                       | 3.79      | 0.97 | มาก   |
| 5. ทำให้ท่านสามารถ<br>กลับมาดูย้อนหลังได้                                              | 4.06      | 0.91 | มาก   |
| 6. ทำให้ท่านสามารถ<br>แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร<br>ระหว่างเพื่อนร่วมชั้นและ<br>ผู้สอนได้ | 3.71      | 1.10 | มาก   |
| 7. การประเมินผ่านระบบ<br>ออนไลน์สามารถทำได้<br>อย่างชัดเจน                             | 3.77      | 0.98 | มาก   |
| รวม                                                                                    | 3.90      | 0.69 | มาก   |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.90, S.D. = 0.69) โดยพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.08, S.D. = 1.02) รองลงมา ทำให้ท่านสามารถกลับมาดูย้อนหลังได้ โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.06, S.D. = 0.91) และสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างเพื่อนร่วมชั้นและผู้สอนได้ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.71, S.D. = 1.10)

2. ความสามารถในการสื่อสารของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตารางที่ 2** แสดงการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสามารถการสื่อสารของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด19 กรณี : มหาวิทยาลัยรังสิตในภาพรวม

| ความสามารถการสื่อสาร | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ |
|----------------------|-----------|------|-------|
| 1. ด้านระบบ          | 3.88      | 0.88 | มาก   |
| 2. ด้านบุคคล         | 3.92      | 0.76 | มาก   |
| รวม                  | 3.90      | 0.77 | มาก   |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความสามารถการสื่อสารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.90, S.D. = 0.77) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อด้านบุคคลมากที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.92, S.D. = 0.76) และด้านระบบ โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.88, S.D. = 0.88)

3. ประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตารางที่ 3** แสดงการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

| ประสิทธิภาพการเรียนรู้                                                               | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------|
| 1. ท่านรู้เนื้อหาวิชาได้<br>ยาวนาน                                                   | 3.93      | 0.91 | มาก   |
| 2. ท่านมีความมั่นใจในตนเอง<br>ในการเรียนรู้มากขึ้น                                   | 3.88      | 1.06 | มาก   |
| 3. ท่านสามารถเรียนรู้ได้อย่าง<br>มีประสิทธิภาพว่าการเรียน<br>ภายในห้องเรียน          | 3.72      | 1.15 | มาก   |
| 4. สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์<br>ระหว่างท่านกับผู้สอนและ<br>นักศึกษาด้วยกันเองได้ดี      | 3.70      | 1.18 | มาก   |
| 5. ท่านมีความรับผิดชอบใน<br>หน้าที่ของตนเอง และงานที่<br>ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี | 3.82      | 1.06 | มาก   |
| รวม                                                                                  | 3.81      | 0.90 | มาก   |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.90) โดยพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านรู้เนื้อหาวิชาได้ยาวนานขึ้น โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = 0.91) รองลงมาคือท่านมีความมั่นใจในตนเองในการเรียนรู้มากขึ้น โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 1.06) และน้อยที่สุดคือ สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างท่านกับผู้สอนและนักศึกษาด้วยกันเองได้ดี โดยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 1.18)

4. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

**ตารางที่ 4** การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

| ปัจจัยประชากรศาสตร์                       | t/F    | Sig.   |
|-------------------------------------------|--------|--------|
| เพศ                                       | 2.93   | 0.004* |
| อายุ                                      | 13.614 | 0.000* |
| สถานภาพ                                   | 5.445  | 0.005* |
| คณะ                                       | 1.491  | 0.092  |
| อาชีพ                                     | 4.911  | 0.002* |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน                      | 23.682 | 0.000* |
| อุปกรณ์/เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ | 4.415  | 0.013* |

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอุปกรณ์/เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตารางที่ 5** ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

| ตัวแปร                            | r     | p-value |
|-----------------------------------|-------|---------|
| การรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ | 0.762 | 0.000*  |

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตมีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r = .762$ )

6. ความสามารถทางการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

**ตารางที่ 6** ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการสื่อสารกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต

| ตัวแปร                  | r     | p-value |
|-------------------------|-------|---------|
| ความสามารถทางการสื่อสาร | 0.824 | 0.000*  |

\*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางการสื่อสารกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตมีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r = .824$ )

## อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอุปกรณ์/เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของสุณิสา สำเร็จดี (2559)

ได้ทำการศึกษาการพัฒนากระบวนการจัดการเรียนการสอนออนไลน์สำหรับวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์ พบว่า นักศึกษาที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ชั้นปี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนออนไลน์สำหรับวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การรับรู้เกี่ยวกับการเรียนออนไลน์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิตมีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการรับรู้เป็นกระบวนการที่ทำให้มีการเลือกจัดสรรและแปลความหมายที่ได้รับรู้ ซึ่งส่งผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมก็คือประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2547: อ้างถึงใน รัชยา เจริญรูป, 2561: 9) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการหนึ่งที่บุคคลมีการสรรหา (Select) จัดระเบียบ (Organize) และตีความ (Interpret) เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ การให้เห็น (Sight) ได้กลิ่น (Smell) ได้ยิน (Hearing) ได้ลิ้มรส (Taste) และได้สัมผัส (Touching)

3. ความสามารถทางการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในช่วงสถานการณ์โควิด 19 กรณี: มหาวิทยาลัยรังสิต มีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยมีความรู้ ความสามารถในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารในการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของถนอมพร เลาหงษ์แสง (2563) กล่าวว่า การเรียนการสอนออนไลน์หรือ e-Learning เป็นการศึกษาเรียนรู้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) หรืออินทราเน็ต (Intranet) ด้วยตัวเอง ซึ่งการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพนั้นผู้เรียนจะต้องสามารถเข้าถึงเนื้อหาหรือการติดต่อสื่อสารออนไลน์ได้โดยสะดวก ผู้สอนและผู้เรียนที่ใช้รูปแบบการเรียนในลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) ต่าง ๆ ในการเรียนที่พร้อมเพรียงและมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้สอนและผู้เรียนสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ และ

สามารถดูเนื้อหาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะมัลติมีเดีย ได้อย่างครบถ้วนด้วยความเร็วพอสมควร และสอดคล้องกับการศึกษาของชนินทร์ ตั้งพานทอง (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนออนไลน์เพื่อเสริมการเรียนการสอนพบว่า ความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้ใช้งานบทเรียนออนไลน์

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาพบว่านักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยมีการรับรู้ในการเรียนผ่านระบบออนไลน์อยู่ในระดับมากและมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ ดังนั้นมหาวิทยาลัยรังสิตจึงควรที่จะพิจารณาขยายในการใช้สื่อออนไลน์มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน

2. จากผลการศึกษาพบว่านักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยมีความสามารถในการสื่อสารอยู่ในระดับมากและมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ ดังนั้นมหาวิทยาลัยรังสิตจึงควรจะมีการพัฒนาความสามารถในการสื่อสารให้กับนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องโดยมีการฝึกอบรมสอนการใช้งานระบบออนไลน์ให้กับนักศึกษา เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษาในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีความครอบคลุมมากขึ้น

2. ควรมีการพัฒนากระบวนการจัดการเรียนการสอนออนไลน์มาใช้ในการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต เนื่องจากในอนาคตการเรียนออนไลน์จะเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นในการจัดการเรียนการสอน

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมควบคุมโรคติดต่อ. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2563 จาก [https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/faq\\_more.php](https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/faq_more.php)
- [2] ชนินทร์ ตั้งพานทอง. (2560). ปัจจัยที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนออนไลน์เพื่อเสริมการเรียนรู้การสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] ดนัย เทียนพุ่ม. (2551). *บริหารคนในทศวรรษหน้า*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เนท.
- [4] ถนอมพร เลาหจรัสแสง. (2563). การเรียนรู้ในยุคสมัยหน้า: ตอนอนาคตครูไทย ครูพันธุ์ C. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2563 จาก : <http://thanompo.edu.cmu.ac.th>.
- [5] นงลักษณ์ อัจฉปัญญา. (2563). เมื่อไวรัสโควิด-19 กำลังพลิกโฉมระบบการศึกษาโลก. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2563 จาก <https://www.eef.or.th/30577>
- [6] มติชนสุดสัปดาห์. (2563). การศึกษา / มหา'ลัย รุก 'เรียน-สอบออนไลน์' ปรับตัวสู่เทรนด์ใหม่ของโลก. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2563 จาก [https://www.matichonweekly.com/column/article\\_298718](https://www.matichonweekly.com/column/article_298718)
- [7] รัชยา เจริญรูป. (2561). การรับรู้สื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภคกลุ่มนักศึกษาในจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- [8] สมพร ปานดำ. (2563). พลิกวิกฤตสู่โอกาสของอาชีวศึกษาไทยบนความปกติใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(7), 1 – 13.
- [9] สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2563). รายงานสถานการณ์ประจำวัน. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2563 จาก <https://spm.thaigov.go.th/kode/HTML/infoma2col-sub.asp?s=11&b=SUBORG-37&w=015&f=01500033>
- [10] สุณิสา สำเร็จดี. (2559). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อคุณภาพการบริการสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์. *ราชวดีสาร วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์*, 6(2), 20 – 32.
- [11] Timm, I. (1995). *The Virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Massachusetts: A William Patrick Book.

## การจัดโปรโมชั่นสปาเพื่อเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้าโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา

### SPA SALES PROMOTIONS ENCOURAGING TURNOVER AND CUSTOMERS SATISFACTION OF HILTON HUA HIN RESORT AND SPA HOTEL

มนัสนันท์ เม่งกวัง<sup>1\*</sup> และ ธิดาสวรรค์ อินsoon<sup>2</sup>

MANUTSANUN MEANGKUANG<sup>1\*</sup> and THIDASAWAN INSOON<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อจัดทำโปรโมชั่นสปา 2) เพื่อศึกษายอดขายโปรโมชั่นสปา และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปา ของโรงแรม ฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา โดยการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเมนูสปา เทรนด์การใช้บริการและการส่งเสริมการขายเมนูสปาใหม่ เพื่อนำไปจัดรายการส่งเสริมการขาย วิเคราะห์ยอดขายและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ ลูกค้าที่ซื้อโปรโมชั่นที่จัดทำขึ้นและได้มาใช้บริการสปาของโรงแรมฮิลตัน ระหว่างเดือน กันยายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 เรียบร้อยแล้ว จำนวน 100 คน ใช้แบบประเมินการเข้ารับบริการของโรงแรม (Spa Consultation Form) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม 2563 – มีนาคม 2564 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้โปรโมชั่นสปา จำนวน 4 รายการ ประกอบด้วย 1) Buy 1 Get 1 Free 2) Spa Limited 3) 11.11 Mega Sales และ 4) 12.12 Year End Hot Deals 2) ยอดขายโปรโมชั่นสปาที่ผู้ให้บริการซื้อมากที่สุดคือ โปรโมชั่น Spa Limited คิดเป็นร้อยละ 65.80 ของยอดขายทั้งหมด 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจจากผู้ให้บริการที่มีต่อโปรโมชั่นสปา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61 มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี และ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 และร้อยละ 30 ตามลำดับ ถือสัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 73.00 มีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 3.59 - 3.87) โดยด้านพนักงานต้อนรับมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบรรยากาศ ด้านทรีตเมนต์ และด้านพนักงานนวด ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** โปรโมชั่น ; สปา ; โรงแรม

<sup>1</sup> อาจารย์ คณะอุตสาหกรรมบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Lecturer, Faculty of Hotel and Tourism Industry, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการโรงแรม คณะอุตสาหกรรมบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Bachelor Student, Program in Hotel, Faculty of Hotel and Tourism Industry, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

\* Corresponding Author, Email: rattiya.me@rmutr.ac.th

## ABSTRACT

This study purposed to 1) do spa sales promotion 2) examine spa sales promotion turnovers and 3) investigate spa services to customers' satisfaction of Hilton Hua Hin Resort and Spa Hotel so as to study on spa lists information, spa service trends, and new spa sales promotions. 100 samples used in this study were the customers who received promotions and made use of spa services at Spa Department of Hilton Hua Hin Resort and Spa Hotel from September to December 2020. The access service assessment form of Hilton Hua Hin Resort and Spa Hotel was used as a research instrument from July 2020 to March 2021. Descriptive statistics involved percentage, mean, and standard deviation were used to analyze the data.

The study represented 4 spa sales promotions included 1) Buy 1 Get 1 Free 2) Spa Limited 3) 11.11 Mega Sales and 4) 12.12 Year End Hot Deals. It was found that Spa Limited Promotion was the highest sales promotion turnovers (65.80 percent). Additionally, the customers' satisfactory results from spa services indicated that most of the customers made use of those services were female (61.00 percent), age between 20-35 and 36-45 years old (31.00 percent and 30.00 percent, respectively); and most of them were Thai (73.00 percent). The level of the overall satisfactions of spa services was very high ( $\bar{X} = 3.59 - 3.87$ ), especially the satisfactions with receptionists at Spa Department followed by the atmosphere in the spa, the spa treatment, and the massage therapists, respectively.

**Keywords:** Promotion ; Spa ; Hotel

## บทนำ

ธุรกิจสปาจัดเป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นเทรนด์สุขภาพ หรือ Health & Wellness ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก และมีแนวโน้มที่ประชากรให้ความสนใจด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางขึ้นไป ซึ่งจากการรายงานของ Global Wellness Institute พบว่า ในปี ค.ศ. 2017 มูลค่าของอุตสาหกรรมของทั่วโลกหรือ มีมูลค่าสูงถึง 4.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ครอบคลุมธุรกิจต่าง ๆ ได้แก่ การดูแลสุขภาพความงามและชะลอวัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ การแพทย์ทางเลือกและการแพทย์ผสมผสาน สปาและสปาบำบัดร้อน อสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในส่วนของธุรกิจสปาและสปาบำบัดร้อนมีมูลค่ารวมถึง 175 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2563)

ในประเทศไทย ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพเป็นหนึ่งในหลายธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจ นำรายได้เข้าสู่ประเทศโดยมูลค่าตลาดของธุรกิจ สปาและนวดแผนไทย

พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,469 ล้านบาท เทียบกับปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,117 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.27 ดังนั้นสปาจึงเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มในอนาคตที่ดีทั้งในกลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขพบว่า ในปีพ.ศ. 2560 - 2563 มีจำนวนสถานประกอบการสปาที่ขึ้นทะเบียนและได้ผ่าน การรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขทั้งหมด 9,499 แห่ง คาดว่าธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพมีการจ้างงานถึง 40,000 คน (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2563) ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจและให้บริการสปาทั้งในโรงแรมรีสอร์ท หรือร้านสปาตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน พ.ศ. 2557 จำนวน 118 แห่ง (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2564) สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวรวมทั้งคนในท้องถิ่นมาใช้บริการ ซึ่งจากสถิติ ปี 2562 พบว่า มีผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งหมด

จำนวน 7,259,669 คน คนไทย 6,023,393 คน ต่างชาติ 1,236,276 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

โรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีชื่อเสียงโรงแรมหนึ่งในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ เช่น ห้องพัก ร้านอาหาร ห้องรับรองพิเศษ ฟิตเนส คีโคลาสส์ และสปา ตั้งอยู่ชั้นเอ็ม (M) ภายใต้ชื่อ เอพโพเรียสปา ที่เปิดให้บริการนวดน้ำมัน นวดหินร้อน นวดโดยใช้เทคนิคฝ่ามือและท้องแขน (Lomi-Mea Massage) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ (Signature) ของแผนกสปา จากสถานการณ์การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 19 ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบทำให้มีผู้ใช้บริการสปาลดน้อยลง สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ที่พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2563 หดตัวจากปี 2562 ร้อยละ 30.77 ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการโรงแรมด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริการในแผนกสปาของโรงแรม ทำให้รายได้ของโรงแรมในส่วนของแผนกสปาลดน้อยลง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการจัดทำโปรโมชันใหม่ ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า เพราะการทำโปรโมชันเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการของโรงแรมได้ รวมทั้งการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการโปรโมชันสปาของโรงแรม ทั้งนี้เพราะความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อการกลับมาใช้บริการอีก (เพ็ญศรี วรรณสุข, 2013) หากสามารถจัดโปรโมชันส่งเสริมให้ลูกค้ามาใช้บริการและลูกค้าพึงพอใจในการใช้บริการแล้วจะสามารถกระตุ้นยอดขาย และเพิ่มรายได้ให้กับแผนกสปา ของโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปาได้อีกทางหนึ่ง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจัดทำโปรโมชันสปา ของโรงแรม ฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา
2. เพื่อศึกษายอดขายโปรโมชันสปา ของโรงแรม ฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปา โรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา

### ทบทวนวรรณกรรม

#### สปา

สมาคมสปาทั้งในทวีปยุโรปและอเมริกาให้ความหมายของคำว่า “การดูแลสุขภาพในรูปแบบสปา” หมายถึง การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการ นวด อบ อาบ ชัด พอกสมุนไพรและการแช่อบ และอาบน้ำที่มีคุณสมบัติในการดูแลสุขภาพ

สปา แบ่งออกเป็นหลายประเภท แต่ละประเภทมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น รูปแบบการบริการ วัตถุประสงค์ในการบริการ หรือสถานที่ตั้ง เช่น

1. Club spa เป็นสปาที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการเฉพาะสมาชิก โดยเน้นการให้ความสะดวกสบาย มีวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพร่างกาย และให้บริการด้านอื่นๆ เป็นสปาที่มีขนาดเล็กและเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ออกกำลังกายหรือศูนย์สุขภาพ

2. Day spa เป็นสปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้า มีรูปแบบการบริการหลากหลาย มักให้บริการลูกค้าในระยะสั้น ๆ เน้นการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ใช้เวลาในการบริการประมาณ 30 นาทีถึง 3 ชั่วโมง ขั้นตอนการทำสปาที่ไม่ยุ่งยาก เน้นการบริการเสริมความงาม และการผ่อนคลาย จัดเป็นสปาที่เปิดให้บริการมากที่สุดในประเทศไทย

3. Hotel & Resort spa เป็นสปาที่ตั้งอยู่ภายในบริเวณเดียวกับโรงแรมหรือ รีสอร์ท ตามสถานที่ท่องเที่ยวหรือย่านชุมชน โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 4-5 ดาว เพื่อให้บริการสำหรับลูกค้าเข้าพักหรือนักท่องเที่ยว รูปแบบการบริการมักประกอบด้วย การนวดเพื่อผ่อนคลาย ห้องบริการจะมีขนาดใหญ่กว่า Day spa เน้นความเป็นสถานที่พักผ่อนและการนวดเป็นส่วนใหญ่ มีการจัดสถานที่ให้มีบรรยากาศดีทัศนียภาพและภูมิทัศน์สวยงาม

4. Cruise Ship Spa เป็นสปาที่ตั้งอยู่ในเรือท่องเที่ยว การบริการประกอบด้วย การนวดแบบต่างๆ การออกกำลังกาย กิจกรรมและอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นสปาที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

5. Mineral Spring Spa เป็นสปาที่ตั้งอยู่ตามแหล่งน้ำพุร้อนหรือแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ รูปแบบการบริการเน้นการบำบัดโดยใช้ความร้อนของน้ำหรือแร่ธาตุต่าง ๆ เช่น สปาที่ตั้งอยู่ตามแหล่งบ่อน้ำร้อนของประเทศญี่ปุ่น และรัสเซีย ส่วนประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ระนอง กระบี่ และสุราษฎร์ธานี

6. Destination Spa เป็นสปาที่ตั้งขึ้นเพื่อให้การดูแลสุขภาพเป็นหลัก โดยมีที่พักอยู่ภายใน มีกิจกรรมสุขภาพครบ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มักพักอยู่เป็นระยะเวลานานและเข้าร่วมกิจกรรมที่สถานบริการจัดเตรียมไว้ สปาที่มีชื่อเสียงและเปิดให้บริการแห่งแรกคือ โรงแรม ชีวาครม อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7. Medical spa เป็นสปาที่มีทีมแพทย์และพยาบาล กำกับดูแลให้คำแนะนำบริการส่งเสริมสุขภาพซึ่งไม่ใช้การรักษาโรคภายใต้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล มีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดรักษาสุขภาพและความสวยงาม มีบริการแพทย์ทางเลือก แพทย์แผนปัจจุบัน แพทย์แผนไทย แผนจีน สปาประเภทนี้มักพบในโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ และผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะพักระยะเวลานานและต้องการบำบัดที่ชี้เฉพาะ เช่น เลิกบุหรี่ เป็นต้น (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2563))

### ส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าเป็นแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่แตกต่างจากธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ต้องใช้ ส่วนประสมทางการตลาด 7 อย่าง หรือ 7 P's ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) คือ ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์สปาและการนวดรวมถึงการบริการต่างๆ

2. ราคา (Price) คือสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปเงินตรา ซึ่งผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือช่องทางหลังจากที่ผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากการโฆษณาแล้ว จนเกิดความสนใจอยากใช้บริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือเครื่องมือที่ใช้แจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจและเตือนความจำตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ และการตลาด

5. พนักงาน (People) คือบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ

6. กระบวนการให้บริการ (Process) คือการวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนของการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการมากที่สุด

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) คือการออกแบบวางผังองค์กรหรืออุปกรณ์ภายในองค์กรให้มีความเรียบร้อยและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ขององค์กร

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา สามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อสินค้าได้ ซึ่งมี 3 รูปแบบ ได้แก่ การกระตุ้นผู้บริโภคเรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

ซึ่งการส่งเสริมการขายโดยมุ่งสู่ผู้บริโภค มีเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ 1) การแลกคูปองแลกสินค้า (Get Coupon more Product) เป็นลักษณะการแจกสินค้าตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง การแลกสินค้าขนาดทดลองใช้รูปแบบใหม่ ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจ 2) การลดราคา (Price-off Deals) เช่น การลดราคาในระยะเวลาสั้นๆ ใช้ในกรณีที่สินค้าราคาสูงและล้าสมัย การมอบส่วนลดจำนวนมากเป็นการระบายสินค้า แม้ส่วนลด ที่เสียไปจะทำให้ได้กำไรต่อหน่วยต่ำแต่เป็นการสร้างยอดขายได้เร็วและลดการเสียโอกาสในการขาย การทำแบบนี้ในระยะเวลาสั้นๆจะไม่ทำให้เสียภาพลักษณ์ของตราสินค้า เพราะจัดเป็นกรณีพิเศษ การลดราคาเมื่อซื้อสินค้าอื่นควบคู่กัน เป็นวิธีการเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการอื่นๆแทนในราคาที่ถูกลง 3) การเล่นเกมสะสมแต้ม (Game Rete) เช่น การส่งใบเสร็จชิงโชค การเล่นเกมออนไลน์ การแข่งขันชิงโชค หรือการสะสมแต้มจากบัตรสมาชิกเพื่อแลกของรางวัล และ 4) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Even sponsorship) เช่น การเป็นผู้สนับสนุนหลักจัดกิจกรรม การมอบเงินทุนช่วยผู้ด้อยโอกาส การชิงโชครางวัลใหญ่ เป็นต้น (สุรเดช สุเมธาวิวัฒน์, 2562)

### ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา

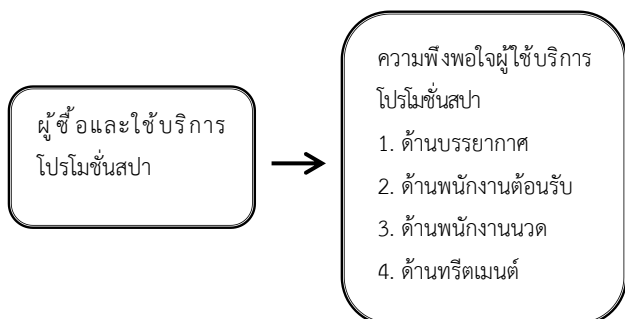
ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดีหรือความผิดหวังอันเป็นผลจากการที่เปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังเดิม ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากคุณภาพการบริการของพนักงานและคุณภาพสินค้ามากกว่าเหตุผลทางด้านคู่แข่ง ราคา

หรืออิทธิพลจากปัจจัยอื่น (ชนิกานต์ ตรีวิทย์ และคณะ, 2563) โดยเฉพาะธุรกิจสปาซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องใช้การบริการที่สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับผู้มาใช้บริการ ดังนั้นพนักงานบริการจึงมีความสำคัญและต้องเป็นผู้ที่ผ่านการอบรม มีคุณวุฒิทางวิชาชีพและมีจิตวิทยารวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ซึ่งภานิกานต์ คงนันทะ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านบุคคล เช่น การมีประสบการณ์ความชำนาญและมีความรู้ด้านการนวด มีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตใจการให้บริการ มีทักษะด้านการสื่อสาร มีความสุภาพ มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ แต่งกายเรียบร้อย มีสุขภาพแข็งแรง ไม่มีโรคติดต่อ และมีใบรับรองการนวดจากกระทรวง มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สอดคล้องกับ ฐิติพงษ์ โพธิพิพิธ และอรชร มณีสงฆ์ (2559) ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่ทำให้ระดับความพึงพอใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์มีความรู้และมีความชำนาญในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุภาพ นอกจากนี้ผกาพันธ์ อรพินท์เงิน (2555) ได้กล่าวว่าปัจจัยด้านบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริการนวดผ่านการรับรองมาตรฐาน การนวด และพนักงานสามารถสื่อสารภาษากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างดี

นอกจากพนักงานให้บริการในสปาแล้ว บรรยากาศของห้องสปาก็มีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้โดย Loureiro, et al. (2013 อ้างถึงใน ละอองทราย โกมลมาลย์, 2556) กล่าวว่า บรรยากาศของห้องสปาเป็นสิ่งที่กระตุ้นส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจของลูกค้าสปาในโรงแรม โดยเป็นตัวกำหนดความรู้สึกในการใช้บริการของลูกค้าในด้านสภาพแวดล้อมว่ามีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการได้มากน้อยเพียงใด เช่น การออกแบบตกแต่งร้านให้น่าดึงดูดใจ ความสะอาด แสงสว่าง เสียงเพลง อุณหภูมิโดยรอบ เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาของฐิติพงษ์ โพธิพิพิธ และอรชร มณีสงฆ์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ทำให้ระดับความพึงพอใจในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ห้องนวดมีขนาดกว้างขวาง สะอาด สะดวกสบาย และอุณหภูมิภายในทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

นอกจากนั้น ผลลัพธ์สปาหรือทรีตเมนต์เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจรวมทั้งการตัดสินใจใช้บริการสปา ซึ่งปัจจุบันมีทรีตเมนต์สำหรับให้บริการหลากหลายรูปแบบซึ่งจากการศึกษาของหทัยรัตน์สิทธิโชค (2552) พบว่า ปัจจัยด้านผลลัพธ์และรูปแบบของบริการของ Health Land มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ เช่น ความหลากหลายของโปรแกรมการให้บริการ สมุนไพรมีความสดใหม่และน้ำมันหอมระเหยมีกลิ่นให้เลือกใช้หลากหลายตรงกับความต้องการลูกค้า

### กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. การจัดทำโปรโมชั่นสปา

1.1 ผู้วิจัยร่วมประชุมกับหัวหน้า และพนักงานแผนกสปา เกี่ยวกับแนวทางการจัดทำโปรโมชั่นสปา เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับแผนกสปาของโรงแรม

1.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเมนูสปา เทรนด์การให้บริการ และการส่งเสริมการขายเมนูสปาใหม่ ๆ จากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.3 ศึกษาเมนูสปาของสถานประกอบการ และมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลประวัติการให้บริการสปาและโปรโมชั่นเดิมที่ให้บริการในโรงแรม รวมทั้งศึกษาเทรนด์การทำโปรโมชั่นสปาในสถานประกอบการอื่น ๆ เป็นข้อมูลในการพัฒนาโปรโมชั่นสปา

1.4 จัดทำโปรโมชั่นสปาจำนวน 4 รายการ

#### 2. ศึกษายอดขายโปรโมชั่นสปา

2.1 นำโปรโมชั่นสปาแต่ละรายการไปจัดรายการส่งเสริมการขายในแต่ละเดือน เดือนละ 1 โปรโมชั่น รวมทั้งสิ้น 4

เดือน เริ่มจากเดือน กันยายน ถึงเดือน ธันวาคม 2563 โดยนำไป  
ประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าผ่านช่องทางเฟสบุ๊ค ไลน์แอด และอิน  
สตราแกรม

2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลยอดขายจากโปรโมชั่นทั้ง  
โปรโมชั่นจากฝ่ายขายของโรงแรม และส่วนของแผนกสปา

2.3 วิเคราะห์ยอดขายโปรโมชั่นจากจำนวนโปรโมชั่นที่  
ลูกค้าซื้อในแต่ละเดือน และนำมาสรุปเป็นจำนวนยอดขาย  
โปรโมชั่นที่ได้จัดทำขึ้น

3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยเก็บ  
แบบสอบถามจากแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อ  
โปรโมชั่นสปา และมาใช้บริการสปาของโรงแรม

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ซื้อโปรโมชั่นและใช้บริการ  
ที่แผนกสปาของโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา ระหว่าง  
เดือน กันยายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นผู้ที่ซื้อ  
โปรโมชั่นและมาใช้บริการสปาในโรงแรม จำนวนทั้งสิ้น 100 คน  
ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากจำนวนผู้ให้บริการทั้งหมด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบประเมินการเข้ารับบริการของโรงแรมฮิลตัน  
รีสอร์ทแอนด์สปา หัวหิน (Spa Consultation Form)  
เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปา เนื่องจากไม่  
สามารถใช้แบบประเมินจากภายนอกในการสอบถามผู้ให้บริการ  
ของโรงแรมได้ ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผู้ให้บริการสปาของ  
โรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา ประกอบด้วย เพศ อายุ  
สัญชาติ และโปรโมชั่นสปา

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ  
โปรโมชั่นสปาของโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา  
ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านบรรยากาศ (Ambience)  
2) ด้านพนักงานต้อนรับ (Receptionist) 3) ด้านพนักงานนวด  
(Therapist) 4) ด้านทรีตเมนต์ (Treatment) ซึ่งเป็นแบบสอบถาม  
มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบ(บุญชม ศรีสะอาด,  
2545)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บข้อมูลจำนวนการซื้อโปรโมชั่นของผู้ใช้บริการ  
ระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม 2563 โดยเก็บข้อมูล  
จากฝ่ายขายของโรงแรม

2. เก็บข้อมูลจากการตอบแบบประเมินความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการสปา ระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม 2563  
จำนวน 100 คน ด้วยตัวเอง พร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของ  
ข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่  
เพศ อายุ สัญชาติ และโปรโมชั่น ด้วยการคำนวณค่าเฉลี่ย และ  
ค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อโปรโมชั่น สปาจาก  
ผู้ให้บริการ 4 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านบรรยากาศ 2) ด้าน  
พนักงานต้อนรับ 3) ด้านพนักงานนวด 4) ด้านทรีตเมนต์ ด้วยการ  
คำนวณค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดค่า  
น้ำหนักมาตราส่วนข้อคำถามออกเป็น 4 ระดับ คือ 4 หมายถึง  
ความพึงพอใจมากที่สุด 3 หมายถึง ความพึงพอใจมาก 2  
หมายถึง ความพึงพอใจน้อย 1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด  
(บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และแปลความหมายค่าเฉลี่ยที่ได้  
ตามเกณฑ์ดังนี้

3.26 - 4.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

2.51 - 3.25 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

1.76 - 2.50 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

1.00 - 1.75 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ผลการทำโปรโมชั่นสปา ของโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์ สปา

ผู้วิจัยได้ประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับหัวหน้าและ  
พนักงานแผนกสปาของโรงแรม รวมทั้งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเมนูส  
ปาที่แขกเคยใช้บริการในโรงแรม และ เทรนด์การให้บริการสปา  
และรูปแบบการส่งเสริมการขายจากเอกสารทางวิชาการและ  
งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำไปจัดทำโปรโมชั่นสปา  
จำนวน 4 รายการ ประกอบด้วย 1) Buy 1 Get 1 Free 2) Spa

Limited 3) 11.11 Mega Sales และ 4) 12.12 Year End Hot Deals รายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 1** โปรโมชั่น Buy 1 Get 1 Free (เริ่มต้นที่ 1,200 บาท)

| ทริตเมนต์                 | เวลา / ราคา                   |
|---------------------------|-------------------------------|
| Thai Massage              | 60 MIN / THB 2,200            |
| Relaxing Aromatherapy     | 60/90 MIN / THB 2,200 / 2,800 |
| Muscle- Relieving Massage | 60/90 MIN / THB 2,600 / 3,600 |
| Lomi - Mea Massage        | 60/90 MIN / THB 2,600 / 3,600 |
| Oriental Detox- Signature | 60/90 MIN / THB 2,200 / 2,800 |
| Customized Body Scrub     | 90 MIN / THB 4,000            |
| Foot Treatment            | 30 MIN / THB 1,200            |

หมายเหตุ : ช่วงเวลาจัดโปรโมชั่น 1 กันยายน 2563 เป็นต้นไป

**ตารางที่ 2** โปรโมชั่น Spa Limited (ราคา 699 บาท / 90 นาที)

| ทริตเมนต์ | รายละเอียด                                                                                                             |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Option 1  | Body wrap with Herbal Steam and in Japanese wooden bath.                                                               |
| Option 2  | Body Exfoliation 30 mins with Eforea signature treatment product or Mini facial 30 mins and Balancing Massage 60 mins. |
| Option 3  | Relaxing Aromatherapy Massage 90 mins.                                                                                 |

หมายเหตุ : ช่วงเวลาจัดโปรโมชั่น 15-30 ตุลาคม 2563

**ตารางที่ 3** โปรโมชั่น 11.11 Mega Sales (1,111 บาท / 90 นาที)

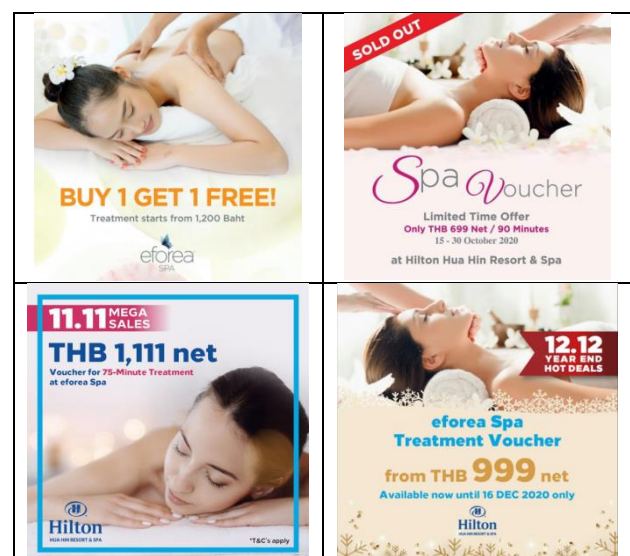
| ทริตเมนต์ | รายละเอียด                                                                |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------|
| Option 1  | Foot Compress 10 Mins and Lomi Mae Massage with THE MAE product 65 mins   |
| Option 2  | Foot Exfoliation 10 mins and Heaven Head Massage with Coconut Oil 65 mins |
| Option 3  | Hot Stone Massage 75 mins                                                 |

หมายเหตุ : ช่วงเวลาจัดโปรโมชั่น 10-12 พฤศจิกายน 2563 เท่านั้น

**ตารางที่ 4** โปรโมชั่น 12.12 Year End Hot Deals (1,212 บาท / 90 นาที)

| ทริตเมนต์ | รายละเอียด                                                          |
|-----------|---------------------------------------------------------------------|
| Option 1  | Warm Foot Compress 10 minutes and Warm Coconut Oil Massage 50 mins  |
| Option 2  | Herbal Steam 10 minutes and Back, Neck and Shoulder Massage 50 mins |
| Option 3  | Customized Body Scrub 20 minutes and Balancing Massage 40 mins      |

หมายเหตุ : ช่วงเวลาจัดโปรโมชั่น 1-16 ธันวาคม 2563



ภาพที่ 6 โปรโมชั่นสปา

## 2. ผลยอดขายโปรโมชั่นสปา ของโรงแรม ฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา

โปรโมชั่นสปาทั้ง 4 รายการ ได้นำไปทดลองจำหน่ายให้กับลูกค้า ระหว่างเดือน กันยายน ถึงเดือนธันวาคม รวมทั้งสิ้น 4 เดือน รายละเอียดดังตารางที่ 5-6

**ตารางที่ 5** การเลือกซื้อโปรโมชั่นสปาระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม 2563

| โปรโมชั่น              | การเลือกซื้อโปรโมชั่นสปา |        |                    |        |       |        |
|------------------------|--------------------------|--------|--------------------|--------|-------|--------|
|                        | ใช้บริการ                |        | ยังไม่ได้ใช้บริการ |        | รวม   |        |
|                        | จำนวน                    | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| Buy 1 Get 1            | 30                       | 30.00  | 0                  | 0.00   | 30    | 12.99  |
| Spa Limited            | 27                       | 27.00  | 125                | 95.42  | 152   | 65.80  |
| 11.11 Mege sales       | 26                       | 26.00  | 6                  | 4.58   | 32    | 13.85  |
| 12.12 Year & Hot Deals | 17                       | 17.00  | 0                  | 0.00   | 17    | 7.36   |
| รวม                    | 100                      | 100    | 131                | 100    | 231   | 100    |

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า โปรโมชั่นที่ผู้ใช้บริการซื้อมากที่สุดคือ โปรโมชั่น Spa Limited คิดเป็น ร้อยละ 65.80 ของยอดขายการซื้อทั้งหมด รองลงมาได้แก่ 11.11 Mege sales คิดเป็นร้อยละ 13.85 Buy 1 Get 1 คิดเป็น ร้อยละ 12.99 และ 12.12 Year and Hot Deals คิดเป็น ร้อยละ 7.36

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวนและร้อยละของรายละเอียดการใช้บริการโปรโมชั่นสปา

| รายละเอียดโปรโมชั่นสปา           | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|-------|--------|
| Buy 1 Get 1 Free เริ่มต้น 1200 ฿ | 30    | 30.00  |
| Thai Massage                     | 6     | 6.00   |
| Relaxing Aromatherapy            | 12    | 12.00  |
| Oriental Detox Signature         | 0     | 0.00   |
| Foot Treatment                   | 2     | 2.00   |
| Muscle-Relieving Massage         | 7     | 7.00   |

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวนและร้อยละของรายละเอียดการใช้บริการโปรโมชั่นสปา (ต่อ)

| รายละเอียดโปรโมชั่นสปา                                                             | จำนวน     | ร้อยละ       |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|
| Lomi Mea Massage                                                                   | 1         | 1.00         |
| Customized Body Scrub                                                              | 2         | 2.00         |
| <b>Spa Limited 699 ฿</b>                                                           | <b>27</b> | <b>27.00</b> |
| Option 1 Body wrap with herbal steam and in Japanese wooden bath                   | 0         | 0.00         |
| Option 2 Body exfoliation 30 mins or Mini facial 30 mins and balancing 60 mins     | 10        | 10.00        |
| Option 3 Relaxing Aromatherapy 90 mins                                             | 17        | 17.00        |
| <b>11.11 Mega Sales 1,111 ฿</b>                                                    | <b>26</b> | <b>26.00</b> |
| Option 1 Foot Compress 10 mins and Lomi Mea Massage with THE MAE product 65 mins   | 16        | 16.00        |
| Option 2 Foot Exfoliation 10 mins and Heaven Head massage with Coconut Oil 65 mins | 0         | 0.00         |
| Option 3 Hot Stone Massage 75 mins                                                 | 10        | 10.00        |
| <b>12.12 Year End Hot Deals 1,212 ฿</b>                                            | <b>17</b> | <b>17.00</b> |
| Option 1 Warm Foot Compress 10 mins and Warm Coconut Oil Massage 50 mins           | 4         | 4.00         |
| Option 2 Herbal steam 10 mins and Back, Neck and Shoulder Massage 50 mins          | 2         | 2.00         |
| Option 3 Customized Body Scrub 20 mins and Balancing Massage 40 mins               | 11        | 11.00        |
| รวม                                                                                | 100       | 100          |

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ซื้อโปรโมชั่น Buy 1 Get 1 Free มาใช้บริการมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 30 รองลงมา ได้แก่ Spa Limited, 11.11 Mega Sales และ 12.12 Year End Hot Deals คิดเป็นร้อยละ 27, 26 และ 17 ตามลำดับ โดยที่รีดเม้นต์ Relaxing Aromatherapy มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาคือ Option 1 Foot Compress and Lomi Mea Massage with THE MAE product คิดเป็นร้อยละ 16 Option 3 Customized Body Scrub and Balancing Massage คิดเป็นร้อยละ 11 Option 2 Body exfoliation or Mini facial and

balancing และ Option 3 Hot Stone Massage คิดเป็นร้อยละ 10

### 3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปา

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อโปรโมชั่นสปา พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิง ร้อยละ 61 เป็นเพศชาย ร้อยละ 39 มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 และมีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นสัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ สัญชาติมาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ สัญชาติอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อโปรโมชั่นสปาของโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา

| รายละเอียด         | $\bar{X}$ | S.D  | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------|-----------|------|------------------|
| ด้านพนักงานต้อนรับ | 3.87      | 0.33 | พึงพอใจมากที่สุด |
| ด้านพนักงานนวด     | 3.59      | 0.55 | พึงพอใจมากที่สุด |
| ด้านทรีตเมนต์      | 3.74      | 0.44 | พึงพอใจมากที่สุด |
| ด้านบรรยากาศ       | 3.82      | 0.38 | พึงพอใจมากที่สุด |

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 3.59-3.87) โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจด้านพนักงานต้อนรับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.87) รองลงมาคือ ด้านบรรยากาศ ( $\bar{X}$  = 3.82) ด้านทรีตเมนต์ ( $\bar{X}$  = 3.74) และด้านพนักงานนวด ( $\bar{X}$  = 3.59) ตามลำดับ

### อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาการจัดโปรโมชั่นสปา พบว่าโปรโมชั่นที่ผู้ให้บริการซื้อมากที่สุดคือ โปรโมชั่น Spa Limited ราคา 699 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.80 ของยอดการซื้อทั้งหมด ซึ่งเป็นโปรโมชั่นที่มีราคาต่ำที่สุด จาก 4 โปรโมชั่น โดยเป็นโปรโมชั่นที่นำทรีตเมนต์มาจัดเป็น option โดยในแต่ละ option เป็นการนำทรีตเมนต์ 1-3 รายการมาจัดรวมกันในราคาต่ำกว่าการซื้อทรีตเมนต์ปกติ และมีระยะเวลาในการจัดโปรโมชั่นมี

ระยะเวลาค่อนข้างสั้นเพียง 3 วัน ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคเห็นว่าได้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกจากการจัดโปรโมชั่นนี้ สอดคล้องกับ วิฑิตพงษ์ โพธิพิพิธ และอรชร มณีสงฆ์ (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านนวดแสนสบาย พบว่า ลูกค้าพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลด มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ และการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาในโรงแรมคอลัมแบงค็อก กรุงเทพฯ ของ อุมพร ศรีอุณลี และวัชร ยี่สุนเทศ (2562) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสปา ในระดับมากด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เฟสบุค ไลน์ กิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีโปรแกรมส่วนลดตามฤดูกาล

2. ผลจากการใช้บริการของผู้ซื้อโปรโมชั่น พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิง ร้อยละ 61 มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 โดยทรีตเมนต์ที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้มากที่สุด คือ ทรีตเมนต์ Relaxing Aromatherapy มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมา Option 1 Foot Compress and Lomi Mea Massage with THE MAE product คิดเป็นร้อยละ 16 และ Option 3 Customized Body Scrub and Balancing Massage คิดเป็นร้อยละ 11 แสดงให้เห็นว่าผู้บริภคานิยมการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย และการนวดเท้ามาก เพราะช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกใช้สปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะ สมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของ จารีย์ พรหมณะและคณะ (2562) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 30 – 39 ปี ตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อการผ่อนคลายและลดความวิตกกังวล มีพฤติกรรมในการเลือกใช้สปาต่อบัจจยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเลือกใช้ สปาในเรื่อง มีส่วนลดสำหรับผู้เป็นสมาชิกมากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาในโรงแรมคอลัมแบงค็อก ของ อุมพร ศรีอุณลี และวัชร ยี่สุนเทศ (2562) ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในการใช้บริการนวดแผนไทย นวดน้ำมันและนวดเท้า

3. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 3.59 - 3.87) ทั้งทางด้านพนักงานต้อนรับ พนักงานนวด ทรีตเมนต์และบรรยากาศ ทั้งนี้เนื่องจากห้องสปาโรงแรมฮิลตัน ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้มาตรฐาน ระดับ 5

ดาว พนักงานต้อนรับทำหน้าที่คอยดูแลแขกที่มาใช้บริการอย่างดี รวมทั้งให้คำแนะนำต่างๆอย่างรวดเร็วโดยที่แขกไม่ต้องร้องขอ เช่น การบริการเครื่องดื่ม การติดตามแจ้งเตือนเวลาการเข้ารับบริการ รวมทั้งการส่งแขก เป็นต้น ด้านทรัพย์สินของโรงแรมเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากประเทศฝรั่งเศสและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของโรงแรมที่ไม่เหมือนการให้บริการสปาของที่ไหน ในขณะที่พนักงานนวดของสปาเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี มีความชำนาญในการนวดและขณะนวดพนักงานได้สอบถามความพึงพอใจแขกตลอดเวลา ทำให้เกิดความประทับใจรวมทั้งด้านบรรยากาศของห้องสปาของโรงแรมที่มองเห็นวิวทะเล ขนาดห้องกว้างขวาง อุดมภูมิเหมาะสมและมีกลิ่นหอมตลอดเวลา ทำให้แขกที่มาใช้บริการพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในทำนองเดียวกันกับการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ของไพโรจน์ สมศรี (2564) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการสปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร ด้านการบริการและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคา มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรมีการจัดทำโปรแกรมขึ้นเกี่ยวกับการนวดหน้า
2. ควรมีการจัดทำใบกรอกข้อมูลผู้ใช้บริการแบบอิเล็กทรอนิกส์
3. ควรมีการจัดทำบัตรกำนัลแบบอิเล็กทรอนิกส์

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากิจการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอื่นๆ เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับโรงแรม

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2563). *คู่มือผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิญญู 2509.
- [2] กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2564). *สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน*. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2564. จาก [http://statv2.nic.go.th/Health/05030402\\_01.php](http://statv2.nic.go.th/Health/05030402_01.php) [in Thai]
- [3] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2563*. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2564. จาก [mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=411](http://mots.go.th/more_news_new.php?cid=411)
- [4] จารีย์ พรหมณะ, ชลัธรณ ปรานีธรรม, ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์ และ นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์. (2562). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารช่อพะยอม*, 30(2), 119-130.
- [5] ชนิกันต ตรีวิทย์, ประยงค์ มีใจซื่อ, มนต์รี พิริยะกุล และทรงชนะ บุญขวัญ. (2563). ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 255-267.
- [6] ฐิติพงษ์ โพธิ์พิพิธ และอรชร มณีสงฆ์. (2559). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านนวดแสนสบาย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2(1), 133-149.
- [7] บุญชม ศรีสะอาด. (2546). *การพัฒนาหลักสูตรและการวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตร*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- [8] ผกาพันธ์ อรพันธ์เงิน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- [9] เพ็ญศรี วรรณสุข. (2556). คุณภาพบริการและกลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการของลูกค้าธุรกิจสปาในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร* 4(1), 22-33.



- [10] ไพโรจน์ สมศรี. (2564). การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อาศัยในท้องถิ่น. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2564. จาก <http://www.northbkk.ac.th/gs/thesis/researchpaper/481300615.pdf>
- [11] ภาณิกานต์ คงนันทะ. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ บนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [12] ละอองทราย โกมลมาลย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการสปาในเขตคลองสาน จังหวัด กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [13] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- [14] สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ไตรมาส 1/2563 P. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว 1(4), 25-29.
- [15] สุรเดช สุเมธาวิน. (2562). กลยุทธ์ส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้บริโภคในยุค Digital Marketing. วารสารวิทยาลัยสันตพล, 5(1), 172-177.
- [16] เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ไคมอน อิน บิสเนต เวิลด์.
- [17] หทัยรัตน์ สิทธิโชค. (2552). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยที่ Health Land ในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [18] อุมาร ศรีอุบล และวัชร ยี่สุนเทศ. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาในโรงแรม คอลัมแบงค็อก กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 5(2), 70.

## ความเข้าใจพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### CONSUMER INSIGHTS OF BABY BOOMERS AND GENERATION X: A CASE OF THE GOLDEN SONG TV PROGRAM, BANGKOK AND VICINITY

กิตติกันตพงศ์ สุเมธานุภาพ<sup>1\*</sup> และ ปฐมา สตะเวทิน<sup>2</sup>

KITTIKANTAPONG SUMETHANUPHAB<sup>1\*</sup> and PATAMA SATAWEDIN<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะในการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ที่มีต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยเน้นไปที่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม กับผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 16 คน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า พฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ในการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ได้แก่ ความเหงา ความเครียด ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (เพิ่มความรู้) ความบันเทิง และการแสวงหาความพึงพอใจ (การเติมเต็ม) นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ที่มีต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยเน้นไปที่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น ความต้องการมีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ความต้องการแสดงตัวตน และความต้องการแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมเชิงลึก ; รายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ; เฟซบุ๊กแฟนเพจ ; เบบี้บูมเมอร์ ; เจนเอเรชั่นเอ็กซ์

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, Master of Communication Arts (Digital Marketing Communications), Graduate School, Bangkok University.

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, Associate Professor, Graduate School, Bangkok University

\* Corresponding Author, Email: kittikantapong@gmail.com

## ABSTRACT

The objectives of this study were to study consumer insights of The Golden Song TV programme to access Facebook Fanpage among Baby Boomers and Generation X and to study consumer insights of The Golden Song TV programme that affects the increase in followers on Facebook Fanpage among Baby Boomers and Generation X. This research was qualitative research. Data was collected by focus group discussion with 16 samples that divided into 4 groups, 4 people per group, who were the audience of The Golden Song TV programme in Baby Boomers and Generation X living in Bangkok and vicinity. The results were that consumer insights of The Golden Song TV programme to access Facebook Fanpage among Baby Boomers and Generation X including loneliness, stress, need for information (Increase knowledge), entertainment, and gratification sought (Fulfilling). Moreover, it also found that consumer insights of The Golden Song TV programme that affects the increase in followers on Facebook Fanpage among Baby Boomers and Generation X including curiosity, engagement on Facebook Fanpage, self-expression, and need to seek information in conversations with other people in society.

**Keywords:** Consumer insights ; The Golden Song TV programme ; Facebook Fanpage ; Baby Boomers ; Generation X

## บทนำ

ในยุคปัจจุบันสื่อดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการสื่อสารทั้งในวงกว้างและเฉพาะกลุ่ม ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีความเจริญก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงอยู่ในทุกวัน ทำให้สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชากรเป็นอย่างมาก รวมถึงในวงการโทรทัศน์ที่สื่อดิจิทัลได้เข้ามามีอิทธิพลในหลายด้าน เช่น การชมรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ชม เป็นต้น การแบ่งกลุ่มช่วงอายุของผู้ชมอย่างชัดเจนจะทำให้สามารถศึกษาและอธิบายพฤติกรรมเชิงลึกของผู้บริโภคได้ง่ายมากขึ้น และหากศึกษาข้อมูลจากรายการที่มีกลุ่มผู้รับชมที่ชัดเจนก็จะยิ่งทำให้เกิดประสิทธิผลในการศึกษามากขึ้นด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกรายการ The Golden Song เวทีเพลงพระราชนิพนธ์ ซึ่งเป็นรายการประกวดร้องเพลงลูกกรุง เพลงสุนทราภรณ์ และเพลงอมตะในยุค 70-90 ออกอากาศทางช่องวัน 31 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 18.00 – 20.00 น. โดยมีกลุ่มผู้ชมหลักเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคนกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X และเป็นรายการที่ประสบความสำเร็จทั้งด้านรายได้โฆษณาจากโทรทัศน์ เรตติ้ง และกระแสตอบรับจากผู้ชม (บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด, 2564) มาเป็นกรณีศึกษาในการสนับสนุนการ

ขับเคลื่อนธุรกิจโทรทัศน์โดยสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการต่อยอดทางการขายและการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในทุกเพศทุกวัย และเพื่อให้กลุ่มผู้ชมที่อยู่ในช่องทางออฟไลน์ ได้เข้าถึงช่องทางการสื่อสารของรายการในช่องทางออนไลน์ด้วยอีกทางหนึ่ง โดยในช่องทางออนไลน์ ผู้ชมสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และการสื่อสารเนื้อหาจากทางรายการได้

จากผลการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA พบว่า ประชากรในประเทศไทยมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อประเภทสื่อภาพเคลื่อนไหว ซึ่งหมายถึงรายการโทรทัศน์ ทั้งรายการปกติที่รับชมสดตามตารางการออกอากาศ/ผังรายการ และการรับชมย้อนหลังหรือรับชมตามความต้องการ รวมถึงการรับชมวิดีโอตามความต้องการหรือวิดีโอออนดีมานด์ (Video on demand) ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ มากที่สุดถึง 85.9% (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2563)

นอกจากนี้การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ยังสะท้อนให้เห็นภาพรวมพฤติกรรมและแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในแต่ละปี ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันมีความผัน

ผวนในแต่ละปี โดยในปี 2563 คนไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน คือ 11 ชั่วโมง 25 นาที หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 13.9% ต่อปี (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) การเติบโตของชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในหลากหลายมิติ โดยเฉพาะในการแข่งขันเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการของภาคธุรกิจ

ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าคนไทยมีพฤติกรรมการใช้สื่อ ทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ค่อนข้างมาก ทำให้ทราบได้ว่าในยุคปัจจุบันนี้สื่อต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับสื่อทุก ๆ ประเภท เพราะถึงแม้ว่าคนไทยจะมีการใช้สื่ออย่างหลากหลาย แต่พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้คนในแต่ละช่วงอายุก็ยังคงมีความแตกต่างกันออกไปอีกเช่นกัน ซึ่งจากข้อมูลการรับชมรายการโทรทัศน์ของทางช่องวัน 31 พบว่า กลุ่มที่ชมโทรทัศน์ผ่านช่องทางออนไลน์ ส่วนมากจะเป็นกลุ่ม Baby Boomers ที่มีช่วงอายุระหว่าง 54-72 ปี และกลุ่ม Gen X ที่มีช่วงอายุระหว่าง 38-53 ปี ส่วนกลุ่มที่ชมโทรทัศน์ผ่านช่องทางออนไลน์ ส่วนมากจะเป็นกลุ่ม Gen Y ที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-37 ปี และกลุ่ม Gen Z ที่มีช่วงอายุระหว่าง 8-20 ปี (การวิเคราะห์กลุ่มตามช่วงอายุของผู้รับชมโทรทัศน์จากโปรแกรม Arianna ของ AGB Nielsen Media Research Thailand; บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด, 2564) สอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันของแต่ละเจนเนอเรชั่น พบว่ากลุ่ม Gen Y มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดอยู่ที่ 12 ชั่วโมง 26 นาที รองลงมาคือ Gen Z มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดอยู่ที่ 12 ชั่วโมง 8 นาที ซึ่งทั้ง 2 Gen นี้ มีอัตราการติดตามข่าวสารจากแต่ละช่องทางใกล้เคียงกัน ส่วน Gen X มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 20 นาที และ Baby Boomers มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 41 นาที ซึ่งมีการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวเป็นหลัก (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลผลการสำรวจช่องทางการติดตามข้อมูลข่าวสารของแต่ละเจนเนอเรชั่นที่พบว่า กลุ่ม Gen Z มักจะติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ส่วนกลุ่ม Gen Y มักจะติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 13.0 ซึ่งทั้งสองเจนเนอเรชั่นนี้ มีอัตราการติดตามข่าวสารจากแต่ละช่องทางใกล้เคียงกัน กลุ่ม Gen X มักจะติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คิด

เป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 41.5 ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้งสองช่องทางมีการติดตามใกล้เคียงกัน และกลุ่ม Baby Boomers มักจะติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 67.7 ซึ่งมีการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวเป็นหลัก รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 18.4 (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2563)

การแบ่งกลุ่มช่วงอายุของผู้ชมอย่างชัดเจนจะทำให้สามารถศึกษาและอธิบายพฤติกรรมเชิงลึกของผู้บริโภคได้ง่ายมากขึ้น และหากศึกษาข้อมูลจากรายการที่มีกลุ่มผู้รับชมที่ชัดเจนก็จะยิ่งทำให้เกิดประสิทธิผลในการศึกษามากขึ้นด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ซึ่งเป็นรายการประกวดร้องเพลงลูกกรุง เพลงสุนทราภรณ์ และเพลงอมตะในยุค 70-90 ออกอากาศทางช่องวัน 31 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 18.00-20.00 น. โดยมีกลุ่มผู้ชมหลักเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีอายุ 35 ปีขึ้นไป และเป็นรายการที่ประสบความสำเร็จทั้งด้านรายได้โฆษณาจากโทรทัศน์เรตติ้ง และกระแสตอบรับจากผู้ชม (บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด, 2564) มาเป็นกรณีศึกษาในการสนับสนุนการขับเคลื่อนธุรกิจโทรทัศน์โดยสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการต่อยอดทางการขายและการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในทุกเพศทุกวัย และเพื่อให้กลุ่มผู้ชมที่อยู่ในช่องทางออนไลน์ ได้เข้าถึงช่องทางการสื่อสารของรายการในระบบออนไลน์ด้วยอีกทางหนึ่ง โดยผู้ชมรายการที่รับชมผ่านช่องทางออนไลน์อยู่แล้วนั้น สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้แม้รายการยังไม่ได้ออกอากาศ แต่กลุ่มผู้ชมที่รับชมผ่านช่องทางออฟไลน์ จะไม่สามารถรับรู้ข่าวสารเพิ่มเติมของรายการได้มากเท่ากลุ่มที่รับชมจากออนไลน์ โดยการรับชมผ่านช่องทางออนไลน์จะได้ทราบเพียงแค่นิยามและข้อมูลที่อยู่ในสื่อโทรทัศน์เท่านั้น ด้วยเหตุนี้ทางสถานีจึงได้รับเสียงสะท้อนมากมายถึงความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารเนื้อหา และข้อมูลของรายการจากผู้ชม โดยเฉพาะผู้ชมที่อยู่ในกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X

จากการที่รายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะเป็นรายการที่มีกลุ่มผู้ชมที่ชัดเจน คือ กลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและกลุ่มสินค้าที่ใช้จ่ายในธุรกิจของโทรทัศน์นั้นยังเน้นคนกลุ่มนี้อีกด้วย เมื่อรายการนี้ได้ผลตอบรับในด้านการขายแล้ว ยังสามารถต่อยอดการขายนั้นไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับรายการกับกลุ่ม

ลูกค้าที่มีเป้าหมายชัดเจนเช่นนี้ ดังนั้น เมื่อเรามีกลุ่มผู้ชมที่ชัดเจน ในการรับชมรายการผ่านโทรทัศน์แล้ว หากมีผู้ชมที่มีพฤติกรรมที่ เข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย ก็จะสามารถทำแพ็คเกจการขาย ได้ครบทั้งทางโทรทัศน์ และทางออนไลน์ได้อีกด้วย เนื่องจาก รายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ มีกลุ่มผู้ชมที่เฉพาะ และชัดเจน ผู้วิจัยจึงต้องการขยายฐานกลุ่มผู้ชมให้ไปสู่ช่องทาง ออนไลน์อื่น ๆ ด้วยอีกทางหนึ่ง โดยทางผู้ผลิตรายการได้สร้างเฟ ชบุ๊กแฟนเพจของรายการขึ้นมา เพื่อเป็นการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร เนื้อหารายการ และผลงานของศิลปินจากรายการให้ ผู้ชมได้เข้าถึงข่าวสารของเนื้อหาได้ตลอดเวลา รวมถึงการมี ปฏิสัมพันธ์โดยตรง และผลตอบรับจากผู้ชมได้ตลอดเวลา นอกเหนือจากนั้น ยอดของผู้ติดตามที่มากขึ้นยังส่งผลต่อการขาย ให้มีราคาที่สูงขึ้นอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในยุคปัจจุบัน ทำให้การเข้า มาของดิจิทัลแพลตฟอร์มเกิดขึ้นอย่างมากมายและส่งผลให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้นด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การเข้าถึงของแพลตฟอร์มที่เกิดขึ้นใหม่ ทำให้การเลือกเสพสื่อใน ยุคที่แตกต่างกันนั้นเปลี่ยนไป และการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ คือ กลุ่ม Baby Boomers และ Gen X มีการใช้งานในออนไลน์แพลตฟอร์มไม่สูงเท่ากลุ่ม Gen Y และ Gen Z จึงทำให้การสื่อสารข้อมูลข่าวสารของรายการ ไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งสวนทางกับจำนวนผู้ชม ในโทรทัศน์ ผู้วิจัยจึงมีความต้องการขยายฐานผู้ชมที่อยู่ในกลุ่ม โทรทัศน์อยู่แล้ว มารับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการในช่องทาง ออนไลน์ด้วย เพื่อให้ตอบโจทย์การเข้าถึงของทุกเพศทุกวัยและทุก ช่องทางของทางสถานี

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษา พฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลง เพราะ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล โดยในงานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาพฤติกรรม การเข้าถึง การได้รับข่าวสาร และการสื่อสารทั้งสองช่องทาง รวมถึง ทัศนคติของกลุ่มผู้ชมที่มีต่อรายการ เพื่อนำไปพัฒนาแนวทางการ สื่อสารและการเข้าถึงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ในการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจของ กลุ่ม Baby Boomers และ Generation X
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ที่มีต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม บนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยเน้นไปที่กลุ่ม Baby Boomers และ Generation X

## วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ชมรายการ The Golden Song เวที เพลงเพราะ ในกลุ่ม Baby Boomers และ Generation X ใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่ม ตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 4 คน รวมทั้งสิ้น 16 คน ดังนี้

1. ผู้ชมรายการ The Golden Song กลุ่ม Baby Boomers คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489-2507 ที่ก่ดติดตามเฟ ชบุ๊กแฟนเพจ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ผู้ชมรายการ The Golden Song กลุ่ม Baby Boomers คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489-2507 ที่ไม่ได้ก่ด ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล
3. ผู้ชมรายการ The Golden Song กลุ่ม Gen X คือ ผู้ ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 ที่ก่ดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. ผู้ชมรายการ The Golden Song กลุ่ม Gen X คือ ผู้ ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 ที่ไม่ได้ก่ดติดตามเฟซบุ๊กแฟน เพจ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้การเก็บข้อมูลในการศึกษาเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้มีการกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มีการตั้ง คำถามและสนทนาแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใน

การเก็บข้อมูลผู้ศึกษาเป็นผู้ทำการสนทนากลุ่มด้วยตนเองพร้อมกับมีผู้ช่วยในการจดบันทึกและบันทึกเสียงการสนทนากลุ่มเพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นส่วนข้อเท็จจริง และส่วนที่เป็นข้อคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้สร้างชุดคำถามที่จะใช้ในการสนทนากลุ่มแบ่งออกเป็น 2 ชุด ได้แก่

1. คำถามการสนทนากลุ่ม ชุดที่ 1 คำถามชุดนี้จะเป็นแนวคำถามสำหรับผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ที่กดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3

2. คำถามการสนทนากลุ่ม ชุดที่ 2 คำถามชุดนี้จะเป็นแนวคำถามสำหรับผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ที่ไม่ได้กดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจรายการ ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 4

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ก่อนทำการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้นำคำถามที่จะใช้ในการสนทนากลุ่มให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ และทำการแก้ไขตามคำแนะนำให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง โดยในการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์พร้อมทั้งสังเกตการณ์ และจะทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมหากมีข้อสงสัย ในประเด็นอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยออกแบบไว้เพื่อให้เข้าใจถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและทำความเข้าใจถึงปรากฏการณ์นั้น ๆ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ตั้งแต่เดือนมกราคม 2564 ถึง เดือนเมษายน 2564 เป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยระหว่างการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงสนทนา จากนั้นจะถอดบทสนทนาและคัดเลือกข้อความ รวมถึงประเด็นที่สำคัญเพื่อนำมาตีความหมายและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบการเทียบเคียงรูปแบบ (Pattern Matching) โดยการสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับทฤษฎีเพื่อให้เกิดความเข้าใจทางปรากฏการณ์ทางความคิดดังกล่าว โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของ Miles and Huberman (1994) ที่ได้

เสนอขั้นตอนการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) หมายถึง กระบวนการคัดเลือก การย่อความที่ทำให้เข้าใจง่าย หรือการเขียนสรุป

2. การจัดรูปแบบข้อมูล (Data Display) หมายถึง การสร้างรูปแบบข้อมูลที่สามารถสื่อสารกับผู้อ่านให้เข้าใจโดยง่าย เช่น การแสดงข้อมูลด้วยตาราง เป็นต้น

3. การร่างข้อสรุปและการยืนยัน (Conclusion Drawing and Verification) หมายถึง การตีความหมายและการทำความเข้าใจในรูปแบบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงของข้อมูลที่ได้รวบรวมมาเพื่อนำไปสรุปผลการวิจัย

### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ในการเข้าถึง เฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่ม Baby Boomers และ Generation X

1.1 ความเหงา จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ส่วนมากจะมีความรู้สึกเหงา โดยเฉพาะในกลุ่ม Baby Boomers ซึ่งส่วนมากจะเป็นวัยเกษียณอายุการทำงาน จึงมีโอกาสดูพบปะผู้คนน้อย ส่วนกลุ่ม Gen X ส่วนมากจะเป็นวัยทำงาน ซึ่งในการพบปะผู้คนส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับเรื่องการทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่า เพศชาย มักจะมีความเหงามากกว่าเพศหญิง

1.2 ความเครียด จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความเครียดเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นกับกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X เนื่องจากโดยส่วนมากแล้วบุคคลที่มีอายุมากขึ้นจะมีหน้าที่ความรับผิดชอบต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่ม Baby Boomers มักมีความเครียดในภาระหน้าที่เกี่ยวกับครอบครัว ส่วนกลุ่มคน Gen X มักมีความเครียดในภาระหน้าที่เกี่ยวกับการทำงาน

1.3 ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (เพิ่มความรู้) จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม โดยส่วนมากจะมีความต้องการในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่ตนเองให้ความสนใจเป็นหลัก และมักจะบริโภคสื่อผ่านทางโทรทัศน์ โดยข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มสนใจติดตามเป็นอันดับแรก ๆ คือ ข่าวสารบ้านเมืองในแต่ละวัน รองลงมาคือ

ข่าวสารด้านความบันเทิง นอกจากนี้ยังพบอีกว่า เพศหญิงจะมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศชาย

1.4 ความบันเทิง จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ เนื่องจากพวกเขาต้องการความบันเทิงและความสนุกสนานจากทางรายการ สำหรับกลุ่มที่กอดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของทางรายการมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของเนื้อหาบนแฟนเพจ ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้กอดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของทางรายการ บางท่านได้ไปติดตามเฟซบุ๊กส่วนตัวของผู้เข้าแข่งขันแทน บางท่านฟังเพลงย้อนหลังผ่านช่องทางยูทูบ เพื่อสร้างความบันเทิงให้แก่ตนเอง นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงจะมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิงมากกว่าเพศชาย แต่พฤติกรรมการฟังเพลง ทั้งเพศชายและเพศหญิง แทบจะไม่มีแตกต่างกัน

1.5 การแสวงหาความพึงพอใจ (การเติมเต็ม) จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มีการแสวงหาความพึงพอใจของตนเองด้วยการรับชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ เนื่องจากมีความชอบส่วนตัวที่สอดคล้องกับรูปแบบของรายการ โดยกลุ่มที่กอดติดตามที่เป็นเพศชายส่วนมากจะกอดติดตามเนื่องจากต้องการเข้าไปรับฟังเพลงย้อนหลัง ส่วนเพศหญิงส่วนมากจะต้องการเข้าไปอ่านข้อมูลต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงส่วนมากจะไม่พลาดการรับชมรายการผ่านช่องทางโทรทัศน์

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ที่มีต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยเน้นไปที่กลุ่ม Baby Boomers และ Generation X

2.1 ความอยากรู้อยากเห็น จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มผู้ชมรายการที่มีการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X มีความอยากรู้อยากเห็น จึงได้กอดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของรายการ โดยมีกลุ่มตัวอย่างบางท่านที่ไม่ทราบวิธีการกอดติดตาม สำหรับกลุ่มผู้ชมรายการที่ไม่ได้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจบางท่าน ทั้งในกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ไม่ได้กอดติดตามเนื่องจากเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจของรายการยังไม่ตรงกับความสนใจหรือความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขา นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงจะมีความอยากรู้อยากเห็นและมีการกอดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมากกว่าเพศชาย

2.2 ความต้องการมีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มที่กอดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของรายการทั้งกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ส่วนมากมีความต้องการมีส่วนร่วมบนแฟนเพจ เช่น Like Comment Share โดยเฉพาะในเพศหญิง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมองว่าการมีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ติดตามแฟนเพจ และเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่ติดตามกับแบรนด์

2.3 ความต้องการแสดงตัวตน จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่กอดติดตามและที่ไม่ได้กอดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีความแตกต่างกันในเรื่องความต้องการแสดงตัวตนค่อนข้างมาก กล่าวคือ ผู้ที่กอดติดตาม เฟซบุ๊กแฟนเพจส่วนมากโดยเฉพาะในกลุ่ม Baby Boomers ที่มีความต้องการแสดงตัวตนทั้งบนเฟซบุ๊กของตนเองและบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยบางท่านมองว่าการแสดงตัวตนสามารถทำให้ตนเองและผู้อื่นรับรู้ความความสนใจและความชอบ บางท่านมีความคาดหวังที่จะได้รับการแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องที่สนใจเหมือนกัน ส่วนกลุ่ม Gen X บางท่าน มีความต้องการแสดงตัวตนเฉพาะในเฟซบุ๊กของตนเอง นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงจะมีความต้องการแสดงตัวตนมากกว่าเพศชาย

2.4 ความต้องการแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มีความต้องการแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม โดยเฉพาะในกลุ่ม Baby Boomers เนื่องจากคนกลุ่มนี้ จะมีความต้องการพบปะผู้คนในสังคมค่อนข้างมาก พวกเขาจึงมักจะแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำไปเป็นบทสนทนากับบุคคลอื่นหรือบุคคลที่มีความชื่นชอบเหมือนกัน นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงจะมีความต้องการแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมมากกว่าเพศชาย

## การอภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ในการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่ม Baby Boomers และ Generation X ได้แก่ ความเหงา เนื่องจากกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ส่วนมากมักจะได้พบปะกับผู้คนในสังคมค่อนข้างน้อย เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดที่จะทำให้

พวกเขาผ่อนคลายจากความเหงาคือการอยู่กับสื่อ โดยเฉพาะกลุ่ม Baby Boomers ที่ส่วนมากจะเป็นวัยเกษียณอายุการทำงาน จึงทำให้พวกเขาได้พบปะกับผู้คนค่อนข้างน้อย ส่วนกลุ่ม Gen X ส่วนมากจะเป็นวัยทำงาน ซึ่งในช่วงเวลาทำงานส่วนมาก การพบปะกันของคนในที่ทำงานจะมีแนวโน้มเกี่ยวกับการทำงานเสียส่วนใหญ่ นอกจากนี้ จากสถานการณ์ COVID-19 ยิ่งทำให้กลุ่ม Gen X เกิดความรู้สึกเหงามากขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงที่ต้องทำงานที่บ้าน จึงทำให้กลุ่ม Gen X ขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในที่ทำงานไปด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang, Kim, Silverstein, Song, and Burr (2020) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมและความเหงาในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมีการสนับสนุนทางสังคมและการติดต่อทางสังคมเป็นตัวแปรสื่อ ผลการศึกษาพบว่า การติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมสามารถช่วยลดความเหงาในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยการเพิ่มการสนับสนุนทางสังคมและการติดต่อทางสังคม

ความเครียด เป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นอย่างมากกับกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X โดยทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงบทบาท มีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบมากขึ้น กลุ่ม Baby Boomers จะเริ่มเข้าสู่การเกษียณจากการทำงาน มักมีภาระหน้าที่เกี่ยวกับครอบครัว ส่วนกลุ่ม Gen X จะเริ่มปรับตำแหน่งด้านการงานขั้นสุดท้ายก่อนจะเข้าสู่อีกช่วงอายุหนึ่ง มักมีภาระหน้าที่เกี่ยวกับการทำงานและต้องการการทำงานที่มั่นคง นอกจากนี้ ในสถานการณ์ COVID-19 นี้ ยิ่งทำให้กลุ่ม Baby Boomers และ Gen X มีความเครียดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากทั้งสองกลุ่มจะให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพเป็นอย่างมาก จึงทำให้พวกเขายังมีความวิตกกังวลและความเครียดต่อสถานการณ์โรคระบาดนี้ พวกเขาจึงต้องหาวิธีคลายความเครียด เช่น การรับชมรายการโทรทัศน์ ฟังเพลง การเข้าไปดูเนื้อหาต่าง ๆ บนเฟซบุ๊ก เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของนันท์นภัส ดอกไม้ทอง (2562) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีต่อความเครียดและการจัดการความเครียดของพนักงานกลุ่มธุรกิจศูนย์การค้าเขตปทุมวันและเขตราชเทวีกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องการจัดการความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจศูนย์การค้า เขตปทุมวันและเขตราชเทวีกรุงเทพมหานคร โดยที่เมื่อเกิดปัญหาจะเลือกปรึกษาคนในครอบครัว เมื่อเกิดปัญหาจากการปฏิบัติงานจะดำเนินการปรึกษาหัวหน้างาน เพื่อหาทางแก้ไข เมื่อรู้สึกเครียดจะจัดการอารมณ์ของตัวเอง คือ มีสติ รับรู้อารมณ์ของตนเอง และพยายามผ่อนคลาย

ในการระบายความเครียดจะเลือกพูดคุยกับเพื่อน และจะถอยห่างจากปัญหาเพื่อประเมินปัญหาที่กำลังเผชิญและหาทางแก้ไขในการหลีกเลี่ยงหรือแก้ปัญหาที่ทำให้เกิดความเครียด เมื่อเกิดความเครียดระหว่างปฏิบัติงานจะทำให้กิจกรรม ใช้โทรศัพท์ ส่วนตัวเล่น Social Media เช่น Facebook Line TikTok เป็นต้น นอกจากนี้เมื่อเกิดความเครียด มักจะดูหนัง/ฟังเพลงเพื่อคลายความเครียด และจะวางแผนการท่องเที่ยวในวันหยุด/วันพักร้อน เป็นแรงจูงใจเพื่อเป็นแรงกระตุ้นไม่ให้เกิดความเครียด

ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (เพิ่มความรู้) เป็นปัจจัยที่กลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ให้ความสำคัญค่อนข้างมาก โดยทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนมากจะมีความต้องการในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่ตนเองให้ความสนใจเป็นหลัก และมักจะบริโภคสื่อผ่านทางโทรทัศน์ โดยข้อมูลข่าวสารที่มักสนใจติดตาม คือ ข่าวสารบ้านเมืองในแต่ละวัน รองลงมาคือ ข่าวสารด้านความบันเทิง ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้พวกเขาเกิดพฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารหลากหลายรูปแบบและสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ง่าย จากสถานการณ์ COVID-19 ในปัจจุบันนี้ ส่งผลให้ผู้คนส่วนมากมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น โดยเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรค COVID-19 สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวี จันทร์แก้ว (2559) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทศนคติ และการใช้ประโยชน์การศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังตฤณแฟนคลับ ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่พนักงานบริษัทเอกชนเลือกเป็นแฟนเพจมากที่สุด คือ ความต้องการติดตามข้อมูลข่าวสาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง How to HOOK เทคนิคมัดใจลูกค้ายุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่กลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นนิยมทำบ่อยที่สุด ได้แก่ ติดตามข่าวสาร คิดเป็น 36% ตามมาด้วยติดต่อสื่อสาร คิดเป็น 20% และดูภาพยนตร์ คิดเป็น 16% ตามลำดับ โดยมีแพลตฟอร์มออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางที่คนส่วนใหญ่เลือกใช้ติดตามข่าวสารมากที่สุด เนื่องจากมีความหลากหลายของข้อมูล มีความสะดวก รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

ความบันเทิง เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนมากเกิดการบริโภคสื่อ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนมากต้องการสิ่งบันเทิงและความสนุกสนานจากสื่อ เช่นเดียวกับผู้ที่รับชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ทั้งกลุ่ม Baby Boomers และ

Gen X ที่โดยส่วนมากับชมรายการ เนื่องจากพวกเขาต้องการความบันเทิงและความสนุกสนาน โดยเฉพาะแนวเพลงและรูปแบบการนำเสนอรายการ จากสถานการณ์ COVID-19 อาจทำให้กลุ่ม Gen X ได้มีโอกาสอยู่บ้านมากขึ้น จากการทำงานที่บ้าน (Work From Home) และไม่ต้องเสียเวลาไปกับการเดินทางไปสถานที่ทำงาน จึงทำให้กลุ่ม Gen X มีเวลาให้กับความบันเทิงมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง How to HOOK เทคนิคมัดใจลูกค้ายุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคหันมาใช้สื่อออนไลน์ในการใช้ชีวิตประจำวันในด้านต่าง ๆ กันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเพื่อติดตามข่าวสาร ใช้เพื่อการสื่อสาร หรือรับชมความบันเทิงต่าง ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญา สุขแก้ว และชัยนันท์ ปัญญาวุฒิส (2561) ที่ทำการศึกษาลักษณะการใช้เครือข่ายยูทูปของนักศึกษา สาขาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมักบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิง ความผ่อนคลาย และความสนุกสนาน

การแสวงหาความพึงพอใจ (การเติมเต็ม) ของผู้บริโภคแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป ซึ่งการแสวงหาความพึงพอใจในที่นี้หมายถึง ความชอบ ความชื่นชม ความประทับใจ หรือการกระทำสิ่งที่ทำให้มีความสุข โดยทั้งกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X มีการแสวงหาความพึงพอใจของตนเองด้วยการรับชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ เนื่องจากมีความชอบส่วนตัวที่สอดคล้องกับรูปแบบของรายการ และกลุ่มผู้ชมรายการที่มีการกดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจก็มีการแสวงหาความพึงพอใจของตนเองเพิ่มเติม เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปิน ผู้เข้าแข่งขัน ศิลปินยุคเก่าที่ชื่นชอบ เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวสามารถกล่าวได้ว่าเมื่อผู้รับข่าวสารแต่ละคนเปิดรับสื่อ มักจะพิจารณาจากสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Can and Kaya (2016) ที่ได้ศึกษาเรื่องการเสียดสีเครือข่ายทางสังคมและผลกระทบของทัศนคติต่อการโฆษณาบนเครือข่ายทางสังคม ผลการวิจัยพบว่าผู้คนส่วนมากใช้สื่อสังคมเพื่อแสวงหาความพึงพอใจ ซึ่งเป็นความต้องการทางด้านอารมณ์ของพวกเขา

พฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ที่มีต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยเน้นไปที่กลุ่ม Baby Boomers และ Generation X ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องใด บุคคลนั้นก็มักจะให้ความสนใจ รับรู้ข้อมูล และติดตามเรื่องที่ยากรู้อยากเห็นนั้นอย่างใจจดใจจ่อ โดยกลุ่ม Baby Boomers จะติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ตนเองสนใจเป็นจำนวนมาก ส่วนกลุ่ม Gen X ส่วนมากจะเลือกติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ตนเองมีความสนใจจริง ๆ จากสถานการณ์ COVID-19 นี้ ทำให้ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มมีการติดตามแฟนเพจต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากพวกเขามีความอยากรู้อยากเห็นและต้องการอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ COVID-19 สอดคล้องกับงานวิจัยของภททิรา กลิ่นเลขา (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรม的开ปิดรับชมละครโทรทัศน์ของวัยรุ่นในภาคใต้ตอนล่าง ผลการวิจัยพบว่า บุคคลจะมีการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของผู้รับสาร ซึ่งในการเลือกเปิดรับสาร อาจมีผลต่อความต้องการเพื่อที่จะใช้ในการตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นและเพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

ความต้องการมีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนมากจะให้ความสนใจกับฟังก์ชันที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เช่น การกด Like, Comment, Share รวมไปถึงการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลในประเด็นที่คนในกลุ่มกำลังสนใจ โดยทั้งกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ส่วนมากมีความต้องการมีส่วนร่วมบนแฟนเพจ ซึ่งเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้ติดตามแฟนเพจ และเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ติดตามกับแบรนด์ ทำให้ผู้ติดตามมีความต้องการที่จะสนับสนุนแบรนด์มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วง COVID-19 นี้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์จะมีผู้ที่ออกมาแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก อาจเนื่องมาจากสถานการณ์ที่ตึงเครียดจากโรค COVID-19 ผู้บริโภคส่วนมากจึงต้องการที่จะแสดงออกหรือต้องการที่จะระบายความคิดและอารมณ์ของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของจรรุพพัฒน์ จรุงโกศกร (2561) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยการสร้าง Content Marketing ที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นในประชากร Gen M โดยงานวิจัยได้ศึกษาแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมกับการสื่อสารเชิงเนื้อหาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Engagement) ผลการวิจัยพบว่า การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่ติดตามแบรนด์ของตนเองในสังคมเครือข่ายออนไลน์นั้น สามารถเปลี่ยนจากผู้ติดตามกลายเป็นลูกค้าได้ เพราะการพูดคุยสนทนาอย่างต่อเนื่องจะสร้างความสัมพันธ์และผูกพันขึ้น ทำให้ผู้ที่ติดตามแฟนเพจมีความต้องการที่จะสนับสนุนแบรนด์ หรือถ้าหากแบรนด์สามารถช่วยแก้ปัญหาให้กับบุคคล

เหล่านั้น ที่มากกว่านั้นข้อดีของการมีปฏิสัมพันธ์และพูดคุยแบบ  
รندจะรับรู้ถึง Insight ของผู้ที่สร้างปฏิสัมพันธ์ด้วยว่าตอนนี้  
กำลังพบปัญหาอะไร และต้องการให้แบรนด์เติมเต็มอย่างไร  
และเฟซบุ๊กได้ให้นิยามของปฏิริยาการตอบกลับของผู้รับสารว่า  
การมีส่วนร่วม (Engagement) หรือ Facebook Post  
Engagement Rate หมายถึง ตัวแปรในการประเมินการมีส่วน  
ร่วมของผู้รับสารต่อโพสต์นั้น ๆ โดยจะพิจารณาจากการ  
ตอบสนองของผู้ที่ได้รับสารแสดงออกต่อโพสต์นั้น ๆ ประกอบไป  
ด้วย ชอบ (Like) แสดงความคิดเห็น (Comment) และแชร์  
(Share)

ความต้องการแสดงตัวตน เป็นการแสดงออกถึงความมี  
ตัวตนของบุคคลในสิ่งที่ตนเองชอบ เพื่อแสดงว่าบุคคลนั้นเป็น  
หนึ่งเดียวกับสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ หรืออาจเป็นการประกาศจุดยืน  
การตอบย้ำความมั่นใจในสิ่งที่ตนเองชอบให้ผู้อื่นได้รับรู้ การกด  
ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นช่องทางเพื่อให้บุคคลได้แสดง  
ตัวตนช่องทางหนึ่ง ผู้บริโภคจึงมีแนวโน้มที่จะกดติดตามเฟซบุ๊ก  
แฟนเพจเพื่อแสดงตัวตน โดยเฉพาะในกลุ่ม Baby Boomers ที่มี  
ความต้องการแสดงตัวตนทั้งบนเฟซบุ๊กของตนเองและบนเฟซบุ๊ก  
แฟนเพจ ส่วนกลุ่ม Gen X บางท่าน มีความต้องการแสดงตัวตน  
เฉพาะในเฟซบุ๊กของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของชัชวาลย์  
หลิวเจริญ (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องการใช้โซเชียลมีเดียจริง ใน  
การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือและจัดการความขัดแย้งระหว่าง  
บุคคลในองค์กร ผลการวิจัยพบว่า การแสดงตัวตนเป็นการสื่อสาร  
ที่สามารถแสดงถึงการมีตัวตนที่หลากหลายผ่านสื่อกลางในการ  
ถ่ายทอด ซึ่งทั้งการแสดงตัวตนทางด้านกายภาพ (Physical  
presence) และทางด้านสังคม (Social cue) ล้วนแล้วแต่เป็น  
การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ความต้องการแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่น  
ในสังคม เป็นปัจจัยที่สำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการที่จะได้มี  
ส่วนร่วมในสังคมนั้นและเพื่อให้ตนเองได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่  
ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา กลุ่ม Baby Boomers จะมีความต้องการ  
แสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมมากกว่ากลุ่ม  
Gen X เนื่องจากกลุ่ม Baby Boomers จะมีความต้องการพบปะ  
ผู้คนในสังคมค่อนข้างมาก พวกเขาจึงมักจะแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ  
เพื่อนำไปเป็นบทสนทนากับบุคคลอื่น ยิ่งในสถานการณ์ COVID-  
19 หัวข้อที่ผู้คนจะต้องนำมาพูดคุยกันก็คือเรื่องเกี่ยวกับโรค  
COVID-19 นี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของบุหงา ชัยสุวรรณ (2561)  
ที่ได้ศึกษาเรื่องการจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลอิมมิ

แกรนท์ ตามพฤติกรรมในการสื่อสารในบริบทออนไลน์และปัญหา  
ทางความสัมพันธ์กับสังคมผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่ทำในการใช้สื่อ  
ในบริบทสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลที่สนใจเพื่อ  
การสนทนากับเพื่อน การติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน และ  
ใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อความบันเทิง

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ความเหงาเป็น  
พฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ The Golden Song เวทีเพลง  
เพราะ ในการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจของทั้งกลุ่ม Baby Boomers  
และ Gen X ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสร้าง Community ใน  
การต่อยอดรายการ เพื่อให้กลุ่ม Baby Boomers และ Gen X มี  
กิจกรรมในการสร้างสังคมใหม่ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและ  
กิจกรรมที่พวกเขาชื่นชอบและเคยทำมา เช่น การเข้าชมรม การ  
ร้องเพลง การล่าไทม์ เป็นต้น เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มคนที่  
มีความสนใจเหมือนกัน ส่งผลให้คนกลุ่มนี้ไม่รู้สึกเหงา หรือรู้สึก  
เบื่อ

2. จากผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ความต้องการมีส่วน  
ร่วมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีผลต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟ  
ซบุ๊กแฟนเพจทั้งในกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ดังนั้น  
ผู้ประกอบการควรมีการจัดกิจกรรมที่นอกเหนือจากการทำ  
รายการโทรทัศน์ (Offline) เช่น การประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่าน  
ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Online) เพื่อให้ผู้ชมรายการ รวมถึง  
ผู้ติดตามแฟนเพจได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งกัน  
และกัน หรือการจัดกิจกรรม On Ground สำหรับการพบปะของ  
แฟนรายการ เช่น การล่องเรือ ไหว้พระ กับศิลปิน The Golden  
Song พร้อมรับประทานอาหารและฟังเพลง จะทำให้เกิด  
ความสัมพันธ์ของ Community แฟนรายการ ซึ่งจะทำให้รายการ  
มีกิจกรรมครบทุกรูปแบบ ซึ่งเป็น IMC (Integrated Marketing  
Communication) อย่างครบวงจร และยังเป็นการสร้าง  
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนรายการกับรายการ เพื่อให้แฟนรายการ  
ต้องการที่จะสนับสนุนรายการมากขึ้น

3. จากการวิเคราะห์พฤติกรรมเชิงลึกของผู้ชมรายการ  
และการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ประกอบการ  
สามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดใน Platform online ช่องทาง  
อื่นได้ โดยเริ่มต้นจากรายการสำหรับรายการ The Golden

Song เวทีเพลงเพราะ และนำข้อมูลไปปรับใช้สำหรับรายการอื่นที่มีกลุ่มเป้าหมายใกล้เคียงกัน เพื่อพัฒนา Platform online ให้แข็งแกร่งมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อยอดทางการตลาดในเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้กับลูกค้าของทางรายการหรือ sponsor รายการ เพื่อชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมเชิงลึกนี้ มีความสำคัญในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อสินค้าที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่ชัดเจนในกลุ่มนั้น กล่าวคือทำให้เพิ่มมูลค่าทางการตลาดต่อผู้ผลิตรายการและผู้สนับสนุนรายการทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นหลักในการศึกษาในรายการอื่น ๆ ที่จะสามารถทำให้กลุ่มผู้รับชมรายการสามารถรับชมได้ทั้งผ่านช่องทางโทรทัศน์ และช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายมากขึ้น

6. ผู้ประกอบการตอกย้ำความเป็นผู้นำทางด้านการผลิตเนื้อหารายการ ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ขององค์กรที่นอกเหนือจากการเป็นสื่อโทรทัศน์ แต่เป็น Content Creator ที่สร้างสรรค์ Content ในทุก Platform ที่มีช่องโทรทัศน์และช่อง Online ที่แข็งแกร่งเป็นของตนเอง

7. การเพิ่มจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถต่อยอดการขายได้ คือ การเพิ่มมูลค่าการขาย Page ในการโฆษณาโพสต์บนแฟนเพจของรายการ และการขาย Package รวมกับ Media TVC Pack เป็น Benefit เพิ่มสำหรับ Main Sponsor & Co-sponsor เนื่องจากลูกค้าและผู้สนับสนุนรายการส่วนมากต้องการให้รายการที่พวกเขาสนับสนุนนั้นมีออกอากาศ ในทุกช่องทางทั้ง Online และ Offline

8. จากผลการศึกษาที่พบว่า สถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคทั้งกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X มีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทั้งในเรื่องความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีการกดติดตามแฟนเพจต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากพวกเขามีความอยากรู้อยากเห็นและต้องการอัปเดตข้อมูลในทุก ๆ เรื่องเกี่ยวกับสถานการณ์ COVID-19 นอกจากนี้ ในกลุ่ม Gen X ที่ก่อนหน้านี้มีภาวะ Digital Burnout หรือการเบื่อหน่ายโลกโซเชียล ก็เริ่มหันกลับมาให้ความสนใจโลกโซเชียลมากขึ้นอีกครั้ง และจากการทำงานที่บ้าน (Work From Home) ทำให้กลุ่ม Gen X ได้มีโอกาสอยู่บ้านมากขึ้นและไม่ต้องเสียเวลาไปกับการเดินทางไปสถานที่ทำงาน จึงทำให้กลุ่ม Gen X มีเวลาให้กับสื่อ

เพื่อความบันเทิงมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรคำนึงถึงพฤติกรรมเชิงลึกของผู้บริโภคในสถานการณ์ COVID-19 นี้เป็นอย่างมาก เพื่อหาแนวทางในการรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ ทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว

9. นำเสนอตัวอย่าง Digital Campaign ที่จะดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม เข้ามาเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามของ เฟซบุ๊กแฟนเพจของรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ โดยแคมเปญในครั้งนี้ จะอยู่ภายใต้ Big Idea “Let’s Join together” ของการนำเสนอ INSIGHT ของกลุ่มเป้าหมายมาตอบโจทย์ จึงออกมาเป็น Key Communication ที่ชื่อว่า “We are Family & Friend” ซึ่งจะใช้การผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการจำลองสภาพแวดล้อมของงานอีเวนต์มาอยู่บนโลกออนไลน์ (ในสถานการณ์ Covid-19) ทำให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถมีส่วนร่วมและสามารถสัมผัสกับเนื้อหาแบบเดียวกับงานอีเวนต์ที่จัดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง โดยการนำเสนอผ่าน 3 Campaign หลัก ประกอบด้วย Hero, Hub, Help โดย Campaign Hero เป็นการทำวิดีโอ Hero & Virtual Event Concert เพื่อให้เกิดการติดตามบน เฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยเนื้อหาในวิดีโอจะมีกรรมการ พิธีกร และศิลปินจากรายการ The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ซีซั่น 1 และ 2 มาร่วมโปรโมทกิจกรรม และจัด Virtual Event Concert แบบ Live Streaming ของศิลปินและผู้เข้าแข่งขันในทุก ๆ ซีซั่น ซึ่งที่สามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารและโต้ตอบระหว่างผู้ร่วมงานแบบ Real Time ผ่านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใน Live Chat สำหรับ Campaign Hub เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นพฤติกรรมที่ตอบสนองพฤติกรรมเชิงลึกของความสนใจในแต่ละ Generation เช่น เนื้อหาเพื่อสนองความต้องการมีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ: การทำ Live ศิลปิน ผู้ชนะและผู้เข้ารอบสุดท้ายของแต่ละ Season สลับกันเข้ามาพูดคุย เนื้อหาเพื่อบรรเทาความเหงาและความเบื่อ: Event Trip กิจกรรมทริปไหว้พระ ล่องเรือ ร้องเพลงกับ Golden Song เป็นต้น และ Campaign help ได้แก่ Content support เป็นการอัปเดตกิจกรรมต่าง ๆ และ Content เชิญชวนเพื่อนให้มาร่วมเป็นแฟนเพจของรายการ สำหรับช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ Facebook โทรทัศน์ Line Youtube และ Social media อื่น ๆ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. แนะนำให้ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกในด้านอื่น

2. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคกลุ่ม Baby Boomers และ Gen X ซึ่งกลุ่มเจนเนอเรชั่นดังกล่าวมีพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เป็นไปตามบริบทของช่วงระยะเวลาที่มีลักษณะเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสภาพสิ่งแวดล้อมแบบหนึ่ง ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้อาจมีความแตกต่างจากกลุ่มคนในเจนเนอเรชั่นอื่น ๆ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรศึกษาผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชั่นที่ต่างจากโครงสร้างของ

สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชั่นจะมีความคิดและการแสดงพฤติกรรมแตกต่างกัน

3. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการรับชมสื่อส่วนมากอยู่บนโทรศัพท์ และผู้ศึกษาทำให้ผู้ที่มีพฤติกรรมที่อยู่บน Offline Platform สามารถเข้าถึงและใช้ Online Platform ของรายการได้ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า หากนำผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมส่วนมากอยู่บน Online Platform จะสามารถนำข้อมูลพฤติกรรมเชิงลึกเพื่อนำผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้เข้าถึง Offline Platform ได้บ้างหรือไม่ กล่าวคือ ทำให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงและใช้ Offline Platform คู่ Online Platform และย้อนกลับไปสู่ Offline Platform เพื่อช่วยส่งเสริมกันยิ่งยิ่งขึ้นไป (O2O2O) ในการต่อยอดธุรกิจและพัฒนาวงการสื่อของประเทศไทยต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>
- [2] กัญธนา สุขแก้ว และชัยนันท์ ปัญญาวุฒิส. (2561). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายยูทูปของนักศึกษา สาขาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 4(1), 1-9.
- [3] จารุพัฒน์ จรุงโลกการ. (2561). ปัจจัยการสร้าง Content Marketing ที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นในประชากร Gen M. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [4] ชัชวาลย์ หลิวเจริญ. (2559). การใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือและจัดการความขัดแย้งระหว่างบุคคลในองค์กร. วารสารนักบริหาร, 36(1), 79-87.
- [5] นันทน์ภัส ดอกไม้ทอง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดและการจัดการความเครียดของพนักงานกลุ่มธุรกิจศูนย์การค้าเขตปทุมวันและเขตราชเทวีกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [6] บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด. (2564). The Golden Song เวทีเพลงเพราะ. สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2564. จาก <https://www.one31.net/shows/detail/373?fbclid=IwAR3etdtFvJXoxbhoEulyClli7tXb1xLdwsLLpyG55oCC8eqUMWUy8rCzW4>
- [7] บุญหา ชัยสุวรรณ. (2561). การจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลอิมมิгранท์ตามพฤติกรรมการสื่อสารในบริบทออนไลน์และปัญหาทางความสัมพันธ์กับสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- [8] ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ของวัยรุ่นในภาคใต้ตอนล่าง. สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- [9] วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล. (2563). How to HOOK เทคนิคมัดใจลูกค้ายุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [10] วิภาวี จันทรแก้ว. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์ กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังตฤณแฟนคลับ. Journal of Communication and Management NIDA, 2(1), 134-152.



- [11] สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2563). สรุปลผลการศึกษาโครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย. สืบค้นจาก <https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/621200000005.pdf>
- [12] Can, L., & Kaya, N. (2016). Social Networking Sites Addiction and the Effect of Attitude towards Social Network Advertising. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 484–492.
- [13] Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- [14] Zhang, K., Kim, K., Silverstein, N. M., Song, Q., & Burr, J. A. (2020). Social Media Communication and Loneliness Among Older Adults: The Mediating Roles of Social Support and Social Contact. *The Gerontologist*.

## ผลการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามแนวคิดของเดวิสเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณ รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจของนักศึกษาปริญญาตรี

### THE RESULTS OF TEACHING ACTIVITIES BASED ON DAVIES' MODEL TO PROMOTE PRACTICAL SKILLS USING SPREADSHEET PROGRAMS, SUBJECT OF INFORMATION SYSTEMS FOR BUSINESS OF UNDERGRADUATES

นุชรรัตน์ นุชประยูร<sup>1\*</sup>, วชิราภรณ์ พลภานุมาศ<sup>2</sup> และ ปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง<sup>3</sup>

NUCHSHARAT NUCHPRAYOON<sup>1\*</sup>, WACHIRAPORN POLPANUMAS<sup>2</sup> and PAVANNAPHAT SRISONGMUANG<sup>3</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ของนักศึกษาปริญญาตรี 2) เพื่อศึกษาทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณของผู้เรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ และ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนใน รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 25 คน ใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติตามแนวทางของเดวิส จำนวน 6 แผนการเรียนรู้ 2) แบบวัดทักษะปฏิบัติ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส มีคะแนนเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม 2) ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถด้านทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณ หลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม 3) ระดับความพึงพอใจของผู้เรียนในภาพรวม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

**คำสำคัญ :** กิจกรรมการเรียนการสอน ; ส่งเสริมทักษะปฏิบัติ ; แนวคิดของเดวิส

<sup>1-3</sup> อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

\* Corresponding Author E-mail: nuchsharat.n@rmutsb.ac.th

Received: Jul 31, 2021, Revised: Oct 16, 2021, Accepted: Oct 17, 2021

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1) To study on learning achievement from learning activities to promote practical skills in using the spreadsheets Program according to Davies' Model in the course of Information Systems for Business of undergraduate students 2) To study the practical skills of using the spreadsheet program of the learners who study with the teaching activities to promote the practical skills according to Davies' Model. 3) To assess learners' satisfaction with teaching and learning activities to promote practical skills in using the spreadsheets Program according to Davies' Model. The sample consisted of 25 undergraduate students enrolled in the Business Information Systems course, semester 1 of the academic year 2020, using a specific random sampling method. Tools used in the research consisted of 1) a learning management plan for the course of Information Systems for Business. To promote skills to follow Davies' guidelines, 6 learning plans 2) Practice Skills Questionnaire, 3) Satisfaction Questionnaire. The statistics used in the research were mean, percentage, standard deviation, and t-test for one sample.

The results of the research were as follows: 1) Learners with teaching and learning activities to promote practical skills in the spreadsheet program according to Davies' concept Having an average score of achievement after school is higher than the criteria of 75% of the full score. 2) The learner has an average score on the ability to practice the spreadsheet program. After studying more than 75% of the full score. 3) Overall level of satisfaction of learners. have the highest level of satisfaction

**Keywords:** learning activities ; promoting practical skills ; Davies' Model

## บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของคนรวมถึงการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันที่องค์กรธุรกิจต้องการความรวดเร็วในการทำงาน รองรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและคู่แข่ง องค์กรจึงต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เกือบทุกองค์กรธุรกิจนิยมนำชุดโปรแกรมสำเร็จรูปด้านสำนักงานมาใช้ในการจัดการเอกสารต่าง ๆ ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยอย่างยิ่งเฉพาะโปรแกรมตารางคำนวณ หรือ Spreadsheet มาใช้ในการจัดการงานด้านเอกสารในสำนักงานเนื่องจากโปรแกรมมีความสามารถในการเชื่อมโยงฟังก์ชันที่ใช้ในการคำนวณ นอกจากนี้โปรแกรมยังสามารถสร้างเอกสารหลากหลายชนิดได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถแทรกรูปภาพ แผนภูมิ กราฟและสร้างรายงานสรุปผลในมุมมองต่าง ๆ สำหรับใช้ในการนำเสนอข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารทั้งในองค์กรภาครัฐและเอกชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากโปรแกรกดังกล่าวมี

ความสามารถและมีเครื่องมือหลากหลายในการจัดการงานด้านเอกสาร ทำให้หลักสูตรทางด้านบริหารธุรกิจของหลายมหาวิทยาลัยได้บรรจุเนื้อหาการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปนี้ไว้ในรายวิชาที่ทำการจัดการเรียนสอนคาดหวังให้ผู้เรียนมีความชำนาญและความสามารถในการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปนี้ได้เป็นอย่างดีและมีความมีประสิทธิภาพ เพื่อสำเร็จการศึกษาออกมาเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีความรู้ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานตามแนวทางการพัฒนาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

การจัดการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส เป็นแนวทางที่มุ่งช่วยพัฒนาความสามารถของผู้เรียนในด้านการปฏิบัติ การกระทำหรือการแสดงออกต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นต้องใช้หลักการ เทคนิคและวิธีการในการสอนร่วมด้วย ซึ่งแนวคิดที่เป็นกระบวนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส ทักษะส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยทักษะย่อย ๆ จำนวนมาก การฝึกฝนให้ผู้เรียนทำทักษะย่อย ๆ เหล่านั้นได้ก่อนแล้วค่อยเชื่อมโยงเป็นทักษะใหญ่ จะช่วยให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จได้ดีและรวดเร็วขึ้น

มีวัตถุประสงค์ช่วยพัฒนาความสามารถทางด้านทักษะปฏิบัติของผู้เรียนในเฉพาะอย่างยิ่ง ทักษะที่ประกอบไปด้วยทักษะย่อย ๆ โดยกระบวนการเรียนการสอนด้วยทักษะปฏิบัติของเดวิส ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 ขั้นสาธิตทักษะหรือการกระทำ ขั้นที่ 2 ขั้นสาธิตและให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อย ขั้นที่ 3 ขั้นให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อย ขั้นที่ 4 ขั้นให้เทคนิควิธีการ และขั้นที่ 5 ขั้นให้ผู้เรียนเชื่อมโยงทักษะย่อย ๆ จนกลายเป็นทักษะที่สมบูรณ์ ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาทักษะปฏิบัติ จนสามารถกระทำได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ (ทิตินา แคมมณี, 2553: 246-247) จากการงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่ได้รับจากการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส โดยส่วนใหญ่พบว่า ผู้เรียนมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน รวมถึงความสามารถทางด้านทักษะปฏิบัติของผู้เรียนสูงขึ้นกว่าเกณฑ์ที่ผู้สอนกำหนด

การจัดการเรียนการสอนในคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาทุกสาขาวิชาจะต้องลงทะเบียนเรียนในรายวิชารายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจเนื่องจากเป็นวิชาแกนของคณะ จากการจัดการสอนที่ผ่านพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ยังมีปัญหาในเรื่องการทักษะการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูป โดยเฉพาะกับการใช้งานโปรแกรมตารางคำนวณ หรือ Microsoft Excel อาจเพราะผู้เรียนเป็นนักศึกษาที่เรียนในหลายสาขาที่ไม่ใช่สาขาระบบสารสนเทศเท่านั้น ทำให้นักศึกษาหลายคนยังขาดทักษะในการปฏิบัติ ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในภาคปฏิบัติมีผลการเรียนน้อยกว่าที่ควรจะเป็น จากปัญหาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำแนวทางการจัดการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิสมาใช้เพื่อส่งเสริมทักษะการใช้ปฏิบัติโปรแกรมตารางคำนวณ ในรายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ โดยผลการจัดการเรียนการสอนที่ศึกษาในงานวิจัยนี้จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนสอนเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนในรายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจและรายวิชาที่ลักษณะเนื้อหาใกล้เคียงกันต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตาราง

คำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ

2. เพื่อศึกษาทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณของผู้เรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียน รายวิชา 306-12-01[60] ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ (Information System for Business) ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 80 คน ของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์นนทบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียน รายวิชา 306-12-01[60] ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ (Information System for Business) ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 25 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกนักศึกษาทุกคนในกลุ่มเรียนที่ผู้วิจัยเป็นผู้สอน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ผู้วิจัยใช้ประกอบด้วย

1. แผนการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ จำนวน 6 แผนการเรียนรู้ แผนละ 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ รวมทั้งสิ้น 12 ชั่วโมง โดยแผนการเรียนรู้มีเนื้อหา ดังนี้

แผนเรียนรู้ที่ 1 การกรองข้อมูล

แผนเรียนรู้ที่ 2 การสร้างสูตรการคำนวณ

แผนเรียนรู้ที่ 3 ฟังก์ชันการคำนวณพื้นฐาน

แผนเรียนรู้ที่ 4 ฟังก์ชันการคำนวณทางธุรกิจ

แผนเรียนรู้ที่ 5 การวิเคราะห์และสร้างตารางสรุป

แผนเรียนรู้ที่ 6 การสร้างกราฟและแผนภูมิ

2. แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา ระบบสารสนเทศ สำหรับธุรกิจ ที่ผ่านการหาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 แบบทดสอบมี ลักษณะเป็นปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ เพื่อ ใช้ประเมินระดับความรู้ ความเข้าใจและการนำไปใช้ของผู้เรียน

3. แบบประเมินทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตาราง คำนวณจากการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติ ตามแนวคิดของเดวิส ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบประเมิน ทักษะปฏิบัตินี้ สำหรับใช้ในการประเมินทักษะปฏิบัติการใช้ โปรแกรมตารางคำนวณของนักศึกษา ผ่านการหาค่า IOC จาก ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 – 1.00 ใช้เกณฑ์ พิจารณาการให้คะแนนแบบรูบริก (Rubrics Assessment) เพื่อ ประเมินทักษะปฏิบัติของผู้เรียนตามสภาพจริง มีการระบุเกณฑ์ (Criteria) ประเมินชิ้นงาน และคุณภาพของชิ้นงาน อยู่ด้วยกัน 4 ระดับ ได้แก่ 0 หมายถึง ปรับปรุง 1 หมายถึง พอใช้ 2 หมายถึง ดี และ 3 หมายถึง ดีมาก

4. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรม การเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตาราง คำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับ ธุรกิจ ผ่านการหาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ใช้เกณฑ์การประเมินมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert) การแปลผลความพึงพอใจมีเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2558)

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอลำดับขั้นตอนในการ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ก่อนดำเนินการจัดการเรียนการสอนผู้วิจัยจะทำการ ปฐมนิเทศนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ ผล การเรียนรู้ที่คาดหวัง กิจกรรมการเรียนการสอน รวมทั้งวิธีการ วัดผลและประเมินผล

2. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน โดยใช้แบบทดสอบ วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบปรนัย

4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ให้เวลาในการทำแบบทดสอบ 1 ชั่วโมง 30 นาที จากนั้นทำการตรวจและบันทึกผลคะแนน ของผู้เรียนแต่ละคน

3. ดำเนินการสอนตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียน การสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติตามแนวทางของเดวิส โดยมี ขั้นตอนการสอนตามแนวคิดของเดวิส 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ผู้สอนสาธิตทักษะหรือการกระทำ ขั้นที่ 2 ผู้สอนสาธิตและให้ ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อย ขั้นที่ 3 ให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อย ขั้นที่ 4 ผู้สอนแนะนำเทคนิควิธีการ และขั้นที่ 5 ให้ผู้เรียนเชื่อมโยง ทักษะย่อย ๆ จนผู้เรียนสามารถปฏิบัติงานที่มอบหมายได้ ดำเนินการสอนจนครบ 6 แผนการเรียนรู้ แผนการเรียนรู้ ละ 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ รวมเวลา 12 ชั่วโมง แล้วทำการประเมิน ให้คะแนนตามเกณฑ์และบันทึกผลคะแนน

4. หลังจากผู้วิจัยดำเนินการสอนครบตามเนื้อหา ที่กำหนดในแผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 6 แผนการเรียนรู้แล้ว จึงให้ ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนฉบับเดียวกันกับที่ให้ผู้เรียนทำการทดสอบก่อนเรียน ใช้เวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที จากนั้นทำการตรวจและบันทึกผล คะแนน

5. หลังสิ้นสุดการจัดกิจกรรมเรียนการสอนให้ผู้เรียนทุกคนทำ การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อ ส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิด ของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ด้วยแบบ ประเมินความพึงพอใจที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น

6. นำผลคะแนนจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการ เรียน ผลคะแนนการประเมินทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตาราง คำนวณ และผลการประเมินความพึงพอใจมาทำการวิเคราะห์หา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำคะแนนไป ทดสอบสมมติฐาน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนและผลการ เปรียบเทียบความสามารถด้านทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรม ตารางคำนวณของผู้เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อ ส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิด ของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ

ตารางที่ 1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 75

| ผลสัมฤทธิ์ | คะแนนเฉลี่ย | S.D. | ร้อยละคะแนนเฉลี่ย | t    |
|------------|-------------|------|-------------------|------|
| หลังเรียน  | 23.12       | 0.88 | 77.07             | 3.52 |

มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

จากตารางที่ 1 แสดงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนเปรียบเทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 75 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ของผู้เรียนที่เรียนโดยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส ผู้เรียนจำนวน 25 คน โดยหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 23.12 คะแนน จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.07 ของคะแนนเต็ม เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยกับเกณฑ์ด้วยการทดสอบทีแบบกลุ่มเดียว (One sample t-test) พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงขึ้นกว่าเกณฑ์ที่กำหนดร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการเปรียบเทียบทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณ หลังเรียนกับเกณฑ์ของผู้เรียนด้วยการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ

ตารางที่ 2 ผลการวัดความสามารถของผู้เรียนจากแบบวัดทักษะปฏิบัติในแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้

| แผนการจัดการเรียนรู้ | คะแนนเต็ม | คะแนนเฉลี่ย |
|----------------------|-----------|-------------|
| 1                    | 15        | 11.64       |
| 2                    | 15        | 11.60       |
| 3                    | 20        | 15.36       |
| 4                    | 18        | 13.92       |
| 5                    | 20        | 15.40       |
| 6                    | 18        | 14.08       |
| คะแนนรวม             | 106       | 82.00       |
| ร้อยละคะแนนเฉลี่ย    |           | 77.35       |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวัดความสามารถด้านทักษะปฏิบัติของผู้เรียนหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ จำนวน 6 แผนการจัดการเรียนรู้ ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยรวมทุกแผนการจัดการเรียนรู้ 82.00 คะแนน จากคะแนนเต็ม 106 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.35 ของคะแนนเต็ม ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความสามารถด้านทักษะปฏิบัติโปรแกรมตารางคำนวณหลังเรียนเทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 75

| แผนการจัดการเรียนรู้ | คะแนนเฉลี่ย | S.D. | ร้อยละของคะแนนเฉลี่ย | t    | p      |
|----------------------|-------------|------|----------------------|------|--------|
| 1                    | 11.64       | 0.99 | 77.60                | 1.96 | 0.0309 |
| 2                    | 11.60       | 0.95 | 77.33                | 1.83 | 0.0400 |
| 3                    | 15.36       | 0.95 | 76.80                | 1.89 | 0.0354 |
| 4                    | 13.92       | 0.95 | 77.33                | 2.20 | 0.0188 |
| 5                    | 15.40       | 0.86 | 76.60                | 2.31 | 0.0149 |
| 6                    | 14.08       | 0.95 | 78.22                | 3.04 | 0.0028 |

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า หลังจากผู้เรียนได้เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ จำนวน 6 แผนการจัดการเรียนรู้ ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยในแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชา ระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ของผู้เรียนจำนวน 25 คน

**ตารางที่ 4** ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ

| รายการประเมิน                                                                                             | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-----------|
| 1. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้กับเนื้อหาในรายวิชา                                              | 4.56      | 0.65 | มากที่สุด |
| 2. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นที่ 1 ชั้นสาธิตทักษะหรือการกระทำ                           | 4.48      | 0.58 | มาก       |
| 3. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นที่ 2 ชั้นสาธิตและให้นักเรียนปฏิบัติทักษะย่อย              | 4.52      | 0.50 | มากที่สุด |
| 4. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นที่ 3 ชั้นให้นักศึกษาลงมือปฏิบัติทักษะย่อย                 | 4.56      | 0.65 | มากที่สุด |
| 5. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นที่ 4 ชั้นให้เทคนิควิธีการ                                 | 4.52      | 0.58 | มากที่สุด |
| 6. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นที่ 5 ชั้นให้ผู้เรียนเชื่อมโยงทักษะย่อยเป็นทักษะที่สมบูรณ์ | 4.44      | 0.58 | มาก       |
| 7. ความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของเวลาที่ใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้                                            | 4.64      | 0.48 | มากที่สุด |
| 8. ความพึงพอใจต่อการสอนที่ใช้ประกอบกิจกรรมการเรียนรู้                                                     | 4.60      | 0.50 | มากที่สุด |

**ตารางที่ 4** ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ (ต่อ)

| รายการประเมิน                        | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล     |
|--------------------------------------|-----------|------|-----------|
| 9. ความพอใจต่อการวิธีการวัดประเมินผล | 4.48      | 0.65 | มาก       |
| 10. ความพอใจต่อเกณฑ์การประเมินผล     | 4.56      | 0.58 | มากที่สุด |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>                     | 4.53      | 0.57 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของเวลาที่ใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อสื่อการสอนที่ใช้ประกอบกิจกรรมการเรียนรู้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 ในภาพรวมทุกรายการประเมินมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57

### สรุปผลการวิจัย

หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23.12 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.07 ของคะแนนเต็ม เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม พบว่า ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เนื่องจากก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผู้สอนทำการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแก่ผู้เรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลพร ทองธิยะ (2562) ที่กล่าวว่า กิจกรรมการเรียนรู้ควรมีค่าชี้แจงที่ทำให้ผู้เรียนเข้าใจ ใช้เวลาเหมาะสม ไม่ให้เวลามากหรือน้อยเกินไป จะส่งผลให้ผู้เรียน

มีความกระตือรือร้นและให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น

2. ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถด้านทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณหลังเรียนทั้ง 6 แผนการเรียนรู้ พบว่า คะแนนทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณหลังเรียนในแต่ละแผนการเรียนรู้สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม โดยคะแนนรวมของทุกแผนการจัดการเรียนรู้มีค่าเท่ากับ 82.00 คะแนน จากคะแนนเต็ม 106 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.35 ของคะแนนเต็ม ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < .05$ )

3. ผู้เรียนมีระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ในภาพรวมมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57

### การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายผลดังนี้

1. นักศึกษาที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ ของผู้เรียนจำนวน 25 คน โดยหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 23.12 คะแนน จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 77.07 ของคะแนนเต็ม มีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องมาจากผู้วิจัยจะเริ่มจากการจัดการเรียนการสอนที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้ตามแนวทางของเดวิส ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งกิจกรรมการฝึกปฏิบัติออกเป็นทักษะย่อย ๆ มีการจัดกิจกรรมการเรียนตามขั้นตอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติของเดวิส เป็นการฝึกให้ผู้เรียนสามารถทำทักษะย่อย ๆ เหล่านั้นได้ก่อนแล้วค่อยเชื่อมโยงต่อกันเป็นทักษะใหญ่ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและบรรลุผลสำเร็จ

ได้อย่างรวดเร็ว การที่ผู้เรียนสามารถปฏิบัติโปรแกรมตารางคำนวณได้นั้น ผู้เรียนจะมีกำลังใจและเกิดความภาคภูมิใจในการฝึกปฏิบัติต่อไปเรื่อย ๆ จึงทำให้สามารถที่จะฝึกปฏิบัติในระดับที่ยากขึ้นได้อีก ซึ่งการที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ได้เรียนรู้จากการกระทำของตนเองจะทำให้ผู้เรียนสามารถจดจำและเข้าใจในสิ่งที่เรียน เกิดเป็นการสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตัวเอง ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนผ่านได้ในทุกจุดประสงค์การเรียนรู้ และส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ซึ่งเป็นไปตามการให้คำนิยามเกี่ยวกับทักษะปฏิบัติของซิมป์สัน (Simpson, 1972) ที่กล่าวว่า ทักษะเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางร่างกายของผู้เรียนซึ่งเป็นความสามารถในการประสานการทำงานของกล้ามเนื้อและร่างกาย การทำงานที่มีความซับซ้อนและต้องอาศัยความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อหลายส่วน ซึ่งการทำงานดังกล่าวเกิดขึ้นจากการสั่งงานของสมองจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับความรู้สึที่เกิดขึ้น ทักษะปฏิบัติสามารถพัฒนาได้ด้วยวิธีการฝึกฝน หรือถ้าหากได้รับการฝึกที่ดีแล้ว จะเกิดความคล่องแคล่ว ความเชี่ยวชาญและความคงทน ผลของพฤติกรรมสามารถสังเกตได้จากความรวดเร็วและ ความแม่นยำในการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ พูลสวัสดิ์ มาลา (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง ผลของรูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิสเสริมด้วยแบบฝึกทักษะปฏิบัติต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะปฏิบัติคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ของนักเรียนที่เรียนโดยรูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส เสริมด้วยแบบฝึกทักษะปฏิบัติ หลังเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 24.96 คะแนน เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยกับเกณฑ์ด้วยการทดสอบทีแบบกลุ่มเดียว (One sample t-test) พบว่าคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนหลังเรียนสูงขึ้นไม่น้อยกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ทักษะปฏิบัติโปรแกรมตารางคำนวณของผู้เรียนหลังเรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ครบ 6 แผนการเรียนรู้ พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนแต่ละแผนการเรียนรู้ สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 75 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มาจากการที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนตามกระบวนการและขั้นตอนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส โดยในแต่ละแผนการเรียนรู้จะแบ่งกิจกรรมการฝึกปฏิบัติออกเป็นทักษะย่อย ๆ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติทักษะย่อยเหล่านั้นให้ได้ก่อน จากนั้นจึง

กลายมาเป็นทักษะในภาพรวม ซึ่งการที่ผู้เรียนสามารถฝึกปฏิบัติในทักษะเริ่มต้นไปสู่ทักษะที่สูงขึ้น ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถทำงานที่มอบหมายให้ออกมาเป็นชิ้นงานที่ถูกต้อง ครบถ้วนได้ ซึ่งทักษะปฏิบัติของผู้เรียนจะเกิดขึ้นในขั้นที่ 2 ขั้นสาธิตและให้ผู้เรียนปฏิบัติทักษะย่อยไปจนถึงขั้นที่ 5 ขั้นให้ผู้เรียนเชื่อมโยงทักษะย่อย ๆ เป็นทักษะที่สมบูรณ์ เมื่อผู้เรียนเกิดทักษะเหล่านั้นได้แล้ว นักเรียนจะมีกำลังใจในการฝึกปฏิบัติต่อไปจนสามารถปฏิบัติในขั้นที่ยากขึ้นได้ สอดคล้องกับทฤษฎีการเชื่อมโยงของธอร์นไคค์ ที่เป็นหนึ่งในแนวคิดของการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ คือ กฎแห่งการฝึกหัดที่กล่าวว่า ในการฝึกทักษะใด ๆ แก่ผู้เรียนควรให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนกระทำสิ่งนั้นบ่อย ๆ ก็จะทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะในเรื่องนั้น ๆ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ศิริกนก สุวรรณธาดา (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นทักษะกระบวนการสาระ เทคโนโลยีสารสนเทศเรื่องการใช้ซอฟต์แวร์ประมวลคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่านักเรียนที่เรียนโดยใช้การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นทักษะกระบวนการ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาและเทคโนโลยี เรื่อง การใช้ซอฟต์แวร์ประมวลคำ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจในภาพรวม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติของเดวิสกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง เน้นการเรียนรู้โดยเกิดจากตัวผู้เรียนเป็นสำคัญ ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่นในการฝึกปฏิบัติของตนเอง จากทักษะง่าย ๆ ไปสู่ทักษะที่ยากขึ้นตามลำดับ อีกทั้งการที่ผู้เรียนได้ทำชิ้นงานเสร็จในชั้นเรียน ผู้เรียนเกิดภาคภูมิใจที่ได้ทำงานส่งทันตามกำหนด บรรยากาศในชั้นเรียนไม่น่าเบื่อเพราะผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงจึงเกิดความสุข สนุกสนาน ตื่นเต้น และเกิดความภาคภูมิใจกับชิ้นงานที่ตนเองทำได้สำเร็จ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ เอกศักดิ์ แหะชัยภูมิ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง ผลของรูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิสเสริมด้วยแบบฝึกทักษะปฏิบัติต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะปฏิบัติคอมพิวเตอร์

ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่า ผู้เรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนการสอนของเดวิสผ่านสื่อสังคมเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติโปรแกรมสำเร็จรูปด้านเอกสาร สำหรับนักเรียนชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในภาพรวมมีระดับความพึงพอใจมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุพผา กัตติยัง (2556) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่องผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติตามแนวคิดของเดวิสที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะปฏิบัติการทำงานในท้องถิ่นสงขลาและความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียน เรื่องงานในท้องถิ่นสงขลา โดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิส อยู่ในระดับมากที่สุด

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

- 1) ผู้สอนควรศึกษาและทำความเข้าใจแนวทางการจัดการจัดการเรียนการสอนตามแนวคิดของเดวิสในแต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน เพื่อให้การจัดการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิส รายวิชาระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจ เกิดประสิทธิภาพและ ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) ผู้สอนควรกระตุ้นและเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ซักถามหรือมีส่วนร่วมระหว่างการทำกิจกรรม เนื่องจากผู้เรียนที่มีผลการเรียนระดับปานกลางและอ่อน มักขาดความมั่นใจในตนเองจะไม่ค่อยกล้าที่จะถามข้อสงสัยหรือตอบคำถาม ดังนั้นผู้สอนควรสังเกตพฤติกรรมการทำงานของผู้เรียนแต่ละคนด้วย
- 3) ผู้สอนควรแจ้งผลการทดสอบของแต่ละชิ้นงานให้ผู้เรียนทราบ เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดความกระตือรือร้นและแรงกระตุ้นในการฝึกพัฒนาทักษะปฏิบัติของตนเองให้ดีขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรนำแนวทางการจัดการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติการใช้โปรแกรมตารางคำนวณตามแนวคิดของเดวิสไปปรับใช้ในรายวิชาอื่นที่มีลักษณะของเนื้อหาวิชาใกล้เคียงกันเพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนให้ดีขึ้น
- 2) ควรมีการทำวิจัยเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของการจัดการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิสร่วมกับ

รูปแบบการสอนและเทคนิคการสอนอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้ในการ นำผลการวิจัยมาพัฒนาสร้างรูปแบบการจัดการเรียนการสอน  
พัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านออนไลน์ที่มีเนื้อหาด้านการปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3) ควรนำงานวิจัยนี้ไปปรับใช้กับการจัดการเรียนการ  
สอนแบบออนไลน์ร่วมกับการใช้เทคนิคหรือรูปแบบการสอนแบบ  
อื่น ๆ แล้วศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน เพื่อ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กมลพร ทองธิยะ. (2562). ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีการแบบเปิดและการสอนแนะที่มีต่อความสามารถในการให้เหตุผลแบบอุปนัยทางคณิตศาสตร์ของนักศึกษา สาขาวิชาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 5(1), 118-129.
- [2] กรมวิชาการ. (2545). *การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ. ศูนย์ลาดพร้าว.
- [3] ทิศนา ขัมมณี. (2553). *ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] บุญชม ศรีสะอาด (2558). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ. สุวีริยาสาส์น.
- [5] บุปผา กัตติยง (2556). *ผลการใช้รูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติตามแนวคิดของเดวิสที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทักษะปฏิบัติการทำขนมในท้องถิ่นสงขลาและความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ)*. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ
- [6] พูลสวัสดิ์ มาลา, สมชาย วรภิเกษมสกุล, และ ชาติชาย ม่วงปฐม. (2561). ผลของรูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิสเสริมด้วยแบบฝึกทักษะปฏิบัติต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะปฏิบัติคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 6(1), 87-100.
- [7] วราภรณ์ กิจเครือ. (2556). *การพัฒนาแบบฝึกปฏิบัติ เรื่อง การใช้งานโปรแกรมนำเสนอ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดพระศรีอารย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร
- [8] ศิริกนก สุวรรณธาดา. (2550). *ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นทักษะกระบวนการ สารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ เรื่องการใช้ซอฟต์แวร์ประมวลคำ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม)*. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- [9] เอกศักดิ์ แหะชัยภูมิ, ทรงศักดิ์ สองสนธิ และประวิทย์ สิมมาทัน (2561). ผลของรูปแบบการเรียนการสอนทักษะปฏิบัติของเดวิสเสริมด้วยแบบฝึกทักษะปฏิบัติต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะปฏิบัติคอมพิวเตอร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและสวัตกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 5(2), 20-29.
- [10] Davies, I. K. (1971). *The management of learning*. London: McGraw-Hill.
- [11] Simpson, D. (1972). *Teaching physical education: A system approach*. Boston: Houghton Muffin

## การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อศักยภาพที่พักโฮมสเตย์ หมู่บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี

### COMPARISON OF SATISFACTION WITH THE HOMESTAY POTENTIAL AT KHIRI WONGKOT, UDONTHANI PROVINCE

รัมภาภัก ฤกษ์วีระวัฒนา<sup>1</sup>, สุจิตรา ริมดุษิต<sup>2</sup>, ปานฤทัย เห่งพุ่ม<sup>3</sup>, ชิดชม กันจุฬา<sup>4</sup> และ ฉันทัช วรณณอม<sup>5\*</sup>

RUMPAPAK LUEKVEERAWATTANA<sup>1</sup>, SUCHITRA RIMDUSIT<sup>2</sup>, PANRUTHAI HENGPOOM<sup>3</sup>, CHIDCHOM KANCHULA<sup>4</sup>  
and CHANTOUCH WANNATHANOM<sup>5\*</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์หมู่บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี 2) เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของโฮมสเตย์ชุมชนคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 420 คน และสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากที่พักโฮมสเตย์จำนวน 15 ท่าน เป็นผู้ให้ข้อมูลโดยคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ t-test และ ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t = -2.452$  และ  $P\text{-value} = 0.015$ ) กลุ่มตัวอย่างอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 4.176$  และ  $P\text{-value} = 0.006$ ) กลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 3.404$  และ  $P\text{-value} = 0.034$ ) กลุ่มตัวอย่างอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 3.747$  และ  $P\text{-value} = 0.005$ ) กลุ่มตัวอย่างระดับรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 14.259$  และ  $P\text{-value} = 0.000$ )

ส่วนแนวทางการพัฒนาศักยภาพของโฮมสเตย์ชุมชนคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี จากการศึกษาควมมีการจัดสรรงบประมาณมาสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือขอความร่วมมือจากหน่วยงานให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน ควรมีการส่งเสริมด้านการตลาดที่เหมาะสมให้กับโฮมสเตย์ ควรเพิ่มกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน หน่วยงานต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงสถาบันการศึกษา เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในช่วงระยะเวลาที่ได้รับรองมาตรฐาน ควรมีการติดตามและประเมินผลด้วยชุมชน โดยเริ่มจากการร่วมมือกันปรับปรุงและพัฒนาภายในชุมชนก่อน และจึงขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนแก่ท้องถิ่นของโฮมสเตย์ชุมชนคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

<sup>1-4</sup> อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Bachelor of Arts Tourism Industry and Hospitality Management. College of Hospitality Industry Management. Suan Sunandha Rajabhat University.

<sup>5</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Assistant Professor. Bachelor of Arts Tourism Industry and Hospitality Management. College of Hospitality Industry Management. Suan Sunandha Rajabhat University

\* Corresponding Author, Email: Chantouch.wa@ssru.ac.th

**คำสำคัญ :** การเปรียบเทียบ ; ความพึงพอใจ ; ศักยภาพ ; โฮมสเตย์

## ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the comparison of satisfaction with the homestay potential at Khiri Wongkot, Udonthani Province. 2) advise the guidelines to develop the potential of Khiri Wongkot homestay, Udonthani Province. The research method was the mix method. The samples were 420 Khiri Wongkot community tourists/visitors by simple random sampling method. And by purposive sampling with 15 homestay owners. The tools used for collected the data were questionnaires and structured interviews by content analysis and by using content analysis and the statistics used to test the hypothesis were t-test and ANOVA.

Results of the research were found that male and female samples were different levels of satisfaction with the potential of homestays, statistically significant at the .05 level ( $t = -2.452$  and  $P\text{-value} = 0.015$ ). The samples were of different ages that had different levels of satisfaction with the potential of homestays, statistically significant at the .05 level ( $F = 4.176$  and  $P\text{-value} = 0.006$ ). The sample groups had different educational levels. There is a level of satisfaction with the potential of different homestays statistically significant at the .05 level ( $F = 3.404$  and  $P\text{-value} = 0.034$ ). The sample groups of occupations were different. There are different levels of satisfaction with the potential of homestays, statistically significant at the .05 level ( $F = 3.747$  and  $P\text{-value} = 0.005$ ). The sample groups had different income levels. There are different levels of satisfaction with the potential of homestays, statistically significant at the .05 level ( $F = 14.259$  and  $P\text{-value} = 0.000$ ).

The guidelines for development the homestay potential of Khiri Wongkot Community, Nayoong District, Udonthani Province. From the study should be more efficiency allocated tourism support budget from government and private sectors or that ask for cooperation from them to develop tourism in the community. There should be an appropriate marketing promotion for the homestay. Exotic tourism activities should be added by cooperation between people in the community and sectors such as the Tourism Authority of Thailand, local government organization including educational institutions for sustainable tourism in during the period of standardization. There should be monitor and evaluate by community. Starting from collaborating to improve and develop within the community. And therefore, requesting cooperation from various sectors to create sustainable benefits for the locality of the Kiriwongkot community homestay, Nayoong District, Udonthani Province.

**Keywords:** Comparison ; Satisfaction ; Potential ; Homestay

## บทนำ

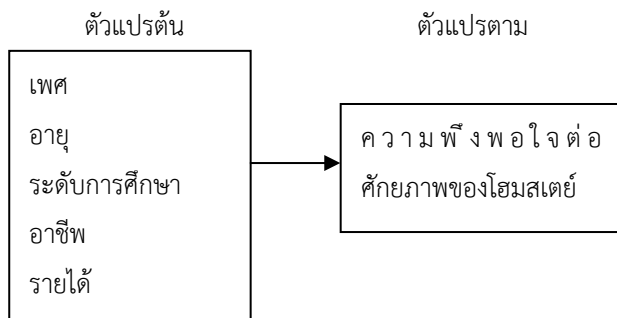
ในปัจจุบันหลายหน่วยงานของประเทศไทยมุ่งเน้นการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเฉพาะจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเพิ่มความมั่นคงและมั่นคงทางเศรษฐกิจ จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มีเนื้อที่ประมาณ 11,730 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7.33 ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 11 ของประเทศ ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงประกอบด้วยทุ่งนา ป่าไม้ และภูเขา พื้นที่เอียงลาดลงสู่แม่น้ำโขงทางจังหวัดหนองคาย ทางทิศตะวันตกมีภูเขาและป่าติดต่อกันเป็นแนวยาว มีทิวเขาสำคัญคือ ทิวเขาภูพาน มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบ แสดงให้เห็นว่าบริเวณที่เป็นจังหวัดอุดรธานีในปัจจุบันนี้ เคยมีชุมชนมนุษย์อยู่อาศัยมา ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ หรือราว 5,000-7,000 ปีมาแล้ว อุดรธานีประกอบไปด้วย 20 อำเภอ ประชากร ในปี 2559 มีจำนวน 1,578,783 คน รายได้ต่อหัวของประชากรในระดับประเทศอยู่ในลำดับที่ 51 จังหวัดอุดรธานีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และอำเภอนาเยีย จังหวัดอุดรธานีก็เป็นอีกพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายประเภทและอำเภอนาเยียยังได้ส่งเสริมให้เกษตรกรทำการปลูกกาแฟอาราบิก้า และพืชเมืองหนาว โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟนาเยีย พร้อมทั้งโรงงานแปรรูปกาแฟ ผลิตภัณฑ์กาแฟอาราบิก้าและโรบัสต้า ในรูปแบบกาแฟแก้วดแบรนด์ “กาแฟนาเยีย Nayung’s Coffee” เพื่อเป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดอุดรธานี ทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่หน่วยงาน สถานศึกษาและผู้สนใจ มาเยี่ยมชมการปลูกและผลิตกาแฟนาเยียในพื้นที่ โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวนาเยีย ในงาน “เทศกาลวันสตรีและกาแฟนาเยีย” ประจำปีในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกชมเลือกซื้อทั้งผลไม้ กาแฟ หรือสินค้าชุมชนเป็นของฝากอีกด้วย นอกจากนี้ หมู่บ้านศิรีวงกต อ.นาเยีย อำเภอเหนือสุดของจังหวัดอุดรธานี ทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอปากชม จังหวัดเลย และทิศตะวันออกเฉียงใต้ติดต่อกับอำเภอสว่าง จังหวัดหนองคาย เป็นหมู่บ้านที่โอบล้อมด้วยทิวเขาเขียวขจีของอุทยานแห่งชาติน้ำโสม-นาเยีย ชุมชนในหมู่บ้านศิรีวงกตร่วมกันดำเนินธุรกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้วิถีของชุมชนศิรีวงกต มีที่พักแบบโฮมสเตย์ และแบบรีสอร์ท การเดินชม

ธรรมชาติที่ล้อมรอบด้วยทิวเขาและม่านหมอก พร้อมรับรุ่งอรุณการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563). การนั่งรถอีแต๊กชมธรรมชาติโดยการลุลำธารที่อยู่ในชุมชนและการรับประทานอาหารเช้า โดยใช้วัสดุจากธรรมชาติมาประกอบอาหารและใช้ในการรับประทานอาหาร เช่น ภาชนะ อุปกรณ์ต่างๆ ช้อน แก้วน้ำ ตามวิถีชีวิตชาวไร่ ชาวนา ชมน้ำตกห้วยช้างพราย ทานข้าวป่า และเก็บภาพจากจุดวิวดมเนินน้ำโขงบนยอดเขา ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวและเดินทางมาเยี่ยมชมและทำกิจกรรม (สาวินีย์ พลเยี่ยม, 2562) และจากการศึกษาพบว่าโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดอุดรธานี มีเพียง 2 แห่งคือชมรมโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี โฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์บ้านเหล่าหมากบัว บ้านเหล่าหมากบัว ตำบลแซแล อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (โฮมสเตย์ไทย) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546) และจากข้อมูลการวิเคราะห์ความต้องการและศักยภาพของประชาชนกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนพบว่า ยังมีความต้องการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทาง การท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน, 2561) ประกอบกับจุดอ่อนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐานเข้าถึงได้ยาก กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีน้อย (แผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 : 12) เพื่อเป็นการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานของชุมชนศิรีวงกต อำเภอนาเยีย จังหวัดอุดรธานี

## วัตถุประสงค์

1. ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์หมู่บ้านศิรีวงกต จังหวัดอุดรธานี
2. เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของโฮมสเตย์ชุมชนศิรีวงกต อำเภอนาเยีย จังหวัดอุดรธานี

## กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างสัมภาษณ์ เจ้าของโฮมสเตย์  
จำนวน 15 คน

## การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และ การทดสอบค่าความแตกต่างแบบที่ (Independent Sample t-Test) และสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95)

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ขอบเขตและประชากรการวิจัย

เชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวจำนวน 420 คน และสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายเชิงคุณภาพสัมภาษณ์เจ้าของที่พักโฮมสเตย์จำนวน 15 ท่าน ผู้ให้ข้อมูลคัดเลือกโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น(Non-Probability Sampling) และคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้หลักเกณฑ์ เลือกดังนี้ 1) เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียได้สื่อสารภาษาไทยเพื่อความเข้าใจในคำถามและสื่อสารกับผู้สัมภาษณ์ได้อย่างชัดเจน 2) เป็นผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป 3) อาศัยในชุมชนศรีวังคมมากกว่า 1 ปีขึ้นไป 4) ดำเนินธุรกิจที่พักโฮมสเตย์

### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อศักยภาพที่พักโฮมสเตย์ และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญทาง การท่องเที่ยวตรวจทานและแก้ไขตามข้อเสนอแนะค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไปเป็นเกณฑ์ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงหรือ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และค่าความเที่ยงของเครื่องมือ Cronbach's alpha คือ .78 โดยเก็บข้อมูลช่วงเดือนมกราคม- มีนาคม 2564 ชุมชนศรีวังคม อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานีและ

## สรุปผลการวิจัย

### 1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของ กลุ่มตัวอย่าง n=420

| ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| เพศ                           |            |        |
| ชาย                           | 199        | 47.4   |
| หญิง                          | 221        | 52.6   |
| อายุ                          |            |        |
| 18-29 ปี                      | 58         | 13.8   |
| 30-39 ปี                      | 107        | 25.5   |
| 40-44 ปี                      | 189        | 45.0   |
| 45 ปีขึ้นไป                   | 66         | 15.7   |
| ระดับการศึกษา                 |            |        |
| อนุปริญญา/ปวส.                | 83         | 19.8   |
| ปริญญาตรี                     | 292        | 69.5   |
| ปริญญาโท                      | 45         | 10.7   |
| อาชีพ                         |            |        |
| นักศึกษา                      | 36         | 8.6    |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ         | 166        | 39.5   |
| นักธุรกิจ/ค้าขาย              | 166        | 39.5   |
| ลูกจ้าง                       | 44         | 10.5   |
| เกษตรกร                       | 8          | 1.9    |
| รายได้ต่อเดือน                |            |        |
| ต่ำกว่า 20,000 บาท            | 91         | 21.7   |

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ) n=420

| ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| 20,001-30,000 บาท             | 274        | 65.2   |
| 30,001-40,000 บาท             | 45         | 10.7   |
| 40,001-50,000 บาท             | 8          | 1.9    |
| มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป      | 2          | 0.5    |

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 คน แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 และเพศชาย จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 40-44 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 อายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และอายุระหว่าง 18-29 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาได้แก่ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และปริญญาโท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักธุรกิจ/ค้าขาย จำนวนเท่ากันคือ 166 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาได้แก่ ลูกจ้าง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 นักศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และเกษตรกร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาได้แก่ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 40,001-50,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

## 2. ความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์

แบ่งระดับการให้คะแนนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

|             |            |                    |
|-------------|------------|--------------------|
| คะแนนเฉลี่ย | 4.21 -5.00 | หมายถึง มากที่สุด  |
| คะแนนเฉลี่ย | 3.41-4.20  | หมายถึง มาก        |
| คะแนนเฉลี่ย | 2.61-3.40  | หมายถึง ปานกลาง    |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.81-2.60  | หมายถึง น้อย       |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.00-1.80  | หมายถึง น้อยที่สุด |

**ตารางที่ 2** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์จำแนกเป็นรายด้าน n=420

| ความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์                         | ค่าเฉลี่ย | ระดับ   | S.D.  |
|----------------------------------------------------------|-----------|---------|-------|
| 1. ด้านที่พัก                                            | 3.33      | ปานกลาง | 0.715 |
| 2. ด้านอาหาร                                             | 3.71      | มาก     | 0.825 |
| 3. ด้านความปลอดภัย                                       | 3.50      | มาก     | 0.839 |
| 4. ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน | 3.38      | ปานกลาง | 0.771 |
| 5. ด้านรายการนำเที่ยว                                    | 3.76      | มาก     | 0.778 |
| ความพึงพอใจรวมต่อศักยภาพของโฮมสเตย์                      | 3.53      | มาก     | 0.357 |

## สมมติฐานที่ 1

$H_0$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์แตกต่างกัน

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อ

| เพศ         |       |              |       | t      | P.     |
|-------------|-------|--------------|-------|--------|--------|
| ชาย (n=199) |       | หญิง (n=221) |       |        |        |
| ค่าเฉลี่ย   | S.D.  | ค่าเฉลี่ย    | S.D.  |        |        |
| 3.26        | 0.037 | 3.39         | 0.036 | -2.452 | 0.015* |

ศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามเพศ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $t = -2.452$  และ  $P\text{-value} = 0.015$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$

## สมมติฐานที่ 2

$H_0$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามอายุ

| อายุ        | N   | อายุ |       | F     | P.     |
|-------------|-----|------|-------|-------|--------|
|             |     | Mean | S.D.  |       |        |
| 18-29 ปี    | 58  | 3.55 | 0.626 | 4.176 | 0.006* |
| 30-39 ปี    | 107 | 3.26 | 0.520 |       |        |
| 40-44 ปี    | 189 | 3.31 | 0.487 |       |        |
| 45 ปีขึ้นไป | 66  | 3.29 | 0.576 |       |        |
| รวม         | 58  | 3.55 | 0.626 |       |        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 4.176$  และ  $P\text{-value} = 0.006$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามอายุ

| อายุ        | ค่าเฉลี่ย | 18-29 ปี | 30-39 ปี              | 40-44 ปี              | 45 ปีขึ้นไป           |
|-------------|-----------|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|             |           | 3.55     | 3.26                  | 3.31                  | 3.29                  |
| 18-29 ปี    | 3.55      | -        | .290*<br>( $P=.001$ ) | .240*<br>( $P=.003$ ) | .264*<br>( $P=.006$ ) |
| 30-39 ปี    | 3.26      |          | -                     | -.050<br>( $P=.432$ ) | -.026<br>( $P=.083$ ) |
| 40-44 ปี    | 3.31      |          |                       | -                     | -.024<br>( $P=.749$ ) |
| 45 ปีขึ้นไป | 3.29      |          |                       |                       | -                     |

## สมมติฐานที่ 3

$H_0$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา  | N   | ระดับการศึกษา |       | F     | P.     |
|----------------|-----|---------------|-------|-------|--------|
|                |     | Mean          | S.D.  |       |        |
| อนุปริญญา/ปวส. | 83  | 3.22          | 0.519 | 3.404 | 0.034* |
| ปริญญาตรี      | 292 | 3.37          | 0.551 |       |        |
| ปริญญาโท       | 45  | 3.24          | 0.435 |       |        |
| รวม            | 420 | 3.33          | 0.537 |       |        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 3.404$  และ  $P\text{-value} = 0.034$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$

ตารางที่ 7 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา  | ค่าเฉลี่ย | อนุปริญญา/ปวส. | ปริญญาตรี              | ปริญญาโท               |
|----------------|-----------|----------------|------------------------|------------------------|
|                |           | 3.22           | 3.37                   | 3.24                   |
| อนุปริญญา/ปวส. | 3.22      | -              | -.156*<br>( $P=.019$ ) | -.028*<br>( $P=.780$ ) |
| ปริญญาตรี      | 3.37      |                | -                      | .129<br>( $P=.132$ )   |
| ปริญญาโท       | 3.24      |                |                        | -                      |

## สมมติฐานที่ 4

$H_0$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                     | N   | ระดับรายได้ |       | F     | P.     |
|---------------------------|-----|-------------|-------|-------|--------|
|                           |     | Mean        | S.D.  |       |        |
| นักศึกษา                  | 36  | 3.36        | 0.543 | 3.747 | 0.005* |
| ข้าราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | 166 | 3.26        | 0.504 |       |        |
| นักธุรกิจ/<br>ค้าขาย      | 166 | 3.44        | 0.587 |       |        |
| ลูกจ้าง                   | 44  | 3.16        | 0.370 |       |        |
| เกษตรกร                   | 8   | 3.25        | 0.463 |       |        |
| รวม                       | 420 | 3.33        | 0.537 |       |        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 3.747$  และ  $P\text{-value} = 0.005$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$

ตารางที่ 9 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามระดับรายได้

| อาชีพ                     | ค่าเฉลี่ย | นัก<br>ศึกษา | ข้าราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | นัก<br>ธุรกิจ/<br>ค้าขาย | ลูกจ้าง                 | เกษตรกร                 |
|---------------------------|-----------|--------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                           |           | 3.36         | 3.26                      | 3.44                     | 3.16                    | 3.25                    |
| นักศึกษา                  | 3.36      | -            | .102<br>( $P = .295$ )    | -.079<br>( $P = .420$ )  | .202<br>( $P = .090$ )  | .111<br>( $P = .532$ )  |
| ข้าราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | 3.26      |              | -                         | -.181*<br>( $P = .002$ ) | .100<br>( $P = .266$ )  | .009<br>( $P = .962$ )  |
| นักธุรกิจ/<br>ค้าขาย      | 3.44      |              |                           | -                        | .281*<br>( $P = .002$ ) | 0.190<br>( $P = .323$ ) |
| ลูกจ้าง                   | 3.16      |              |                           |                          | -                       | -.091<br>( $P = .655$ ) |
| เกษตรกร                   | 3.25      |              |                           |                          |                         | -                       |

สมมติฐานที่ 5

$H_0$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ เมื่อจำแนกตามระดับรายได้

| ระดับรายได้           | N   | ระดับรายได้ |       | F      | P.     |
|-----------------------|-----|-------------|-------|--------|--------|
|                       |     | Mean        | S.D.  |        |        |
| ต่ำกว่า<br>20,000 บาท | 91  | 3.26        | 0.468 | 14.259 | 0.000* |
| 20,001-<br>30,000 บาท | 274 | 3.30        | 0.503 |        |        |
| 30,001-<br>40,000 บาท | 45  | 3.42        | 0.543 |        |        |
| 40,001-<br>50,000 บาท | 8   | 4.63        | 0.744 |        |        |
| มากกว่า<br>50,000 บาท | 2   | 3.50        | 0.707 |        |        |
| รวม                   | 420 | 3.33        | 0.537 |        |        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างระดับรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F = 14.259$  และ  $P\text{-value} = 0.000$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  และปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$

จากการสัมภาษณ์ เจ้าของที่พักโฮมสเตย์ สามารถสรุปประเด็นในแต่ละด้านได้ดังนี้

1. ด้านที่พัก ห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวมีทั้งอยู่ในตัวบ้านและตั้งอยู่บริเวณเดียวกันกับที่พักของเจ้าของบ้าน ที่พักโฮมสเตย์มีหลากหลายขนาด รองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่หลักสิบคนได้ และบางหลังนักท่องเที่ยวสามารถกางเต็นท์ได้ โดยส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียง เครื่องนอน โทรทัศน์ พัดลม เครื่องปรับอากาศ รวมถึงมีบริการอาหารเช้าสำหรับนักท่องเที่ยวที่พักด้วย ซึ่งเจ้าของที่พักโฮมสเตย์เป็นชาวบ้านดั้งเดิมในพื้นที่

2. ด้านอาหาร เป็นอาหารพื้นถิ่นของชุมชน ประจําจากวัตถุดิบง่าย ๆ ที่หาได้จากในพื้นที่ เช่น แกงอ่อมไก่ ผักลวก น้ำพริก ผัดผักกูด ปลานึ่ง จิ้มแจ่ว แกงหน่อไม้ รวมทั้งมีชุดอาหารที่ออกแบบให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและเป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยวคือ แกงส้มหยวกกล้วย ไก่ย่าง ข้าวสวยหุงจาก กระบอไม้ไผ่ ซึ่งทุกๆ รายการจะเสิร์ฟมาในภาชนะกระบอไม้ไผ่ที่ตัดจากในพื้นที่ โดยชุดอาหารดังกล่าวนักท่องเที่ยวจะได้รับประทานในมือกลางวันระหว่างทำกิจกรรมท่องเที่ยว

3. ด้านความปลอดภัย ตัวบ้านคอนกรีตมิดชิดเป็นส่วนตัวห้องพักแน่นหนาปลอดภัย โดยที่พักระบุอยู่ในรั้วเดียวกันกับที่เจ้าบ้านอาศัยอยู่ และบ้านตั้งอยู่ในเขตชุมชน ชาวบ้านต่างรู้จักกันเป็นอย่างดี มีร้านค้า โรงเรียน ศูนย์ประชุมของชุมชน

4. ด้านอภัยภัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน เจ้าบ้านมีอภัยภัยไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว มีความเป็นกันเองเหมือนการมาพักกับคนในครอบครัวมากกว่าการเป็นแขกที่มาใช้บริการ นักท่องเที่ยวจะได้รับความเอาใจใส่ ดูแลถามไถ่บอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ของชุมชน นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามและพูดคุยกับเจ้าของบ้านได้

5. ด้านรายการนำเที่ยว ส่วนใหญ่แล้วที่พักรับบริการรายการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืน หรือสามารถประสานให้กับนักท่องเที่ยวได้ รายการนำเที่ยวของชุมชนจะเป็นกิจกรรมที่ทำจบใน 1 วัน ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องพักค้างคืนก็สามารถใช้บริการรายการนำเที่ยวได้ กิจกรรมเริ่มจากการรับฟังเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน จากนั้นนั่ง “รถอีแต็ก” ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของชุมชนเที่ยวชมหมู่บ้าน ชุมชนชาติ พุงนา สวนยาง พืชทางการเกษตร ขับลัดผ่านห้วยน้ำ ผ่านเส้นทางธรรมชาติเพื่อไปชม น้ำตกห้วยช้างพราย รับประทานอาหารกลางวันและพักผ่อนตามอภัยภัยท่ามกลางธรรมชาติ ซึ่งหากเป็นนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน รายการตอนเย็นจะมีการบายศรีสู่ขวัญ โสมพาลง เป็นการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยผู้เฒ่าของชุมชนเป็นผู้ทำบายศรี รวมถึงรับชมการแสดงรำจากนักเรียน เยาวชนในชุมชน และการตกบาตรในตอนเช้าปิดรายการนำเที่ยว ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยวมีรายละเอียดที่แตกต่างกันเล็กน้อยในแต่ละเจ้า

### **แนวทางการพัฒนาศักยภาพของโฮมสเตย์ชุมชน ศรีวังเกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี**

จากการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ชุมชนศรีวังเกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี เห็นว่าการ

พัฒนาศักยภาพของโฮมสเตย์ควรมีการจัดสรรงบประมาณมาสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการสนับสนุนทางด้านงบประมาณทางการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน หรือขอความร่วมมือจากหน่วยงานให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน เช่น การบำรุงรักษาบ้านพักโฮมสเตย์ การดูแลภายในชุมชนให้สวยงาม น่าอยู่ อีกทั้งในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด ในชุมชนควรศึกษาการส่งเสริมด้านการตลาดที่เหมาะสมกับโฮมสเตย์และสอดคล้องกับบริบทของชุมชนของตน เนื่องจากโฮมสเตย์ในแต่ละแห่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากให้มีความน่าสนใจ เป็นต้น เพื่อรักษามาตรฐานของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และเกิดความยั่งยืน และในส่วนของพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ของโฮมสเตย์ชุมชนศรีวังเกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี นั้น ควรเพิ่มกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ โดยจัดจุดที่เป็นเอกลักษณ์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวออกมาแนะนำเสนอ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน หน่วยงานต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงสถาบันการศึกษา เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และในด้านการพัฒนาและรักษามาตรฐานของโฮมสเตย์ไว้อย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาที่ได้รับรองมาตรฐาน ควรมีการติดตามและประเมินผลด้วยชุมชนเอง ว่ายังต้องมีการปรับปรุงพัฒนาส่วนไหนบ้าง โดยเริ่มจากการร่วมมือกันปรับปรุงและพัฒนาภายในชุมชนก่อน และจึงขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนแก่ท้องถิ่นของโฮมสเตย์ชุมชน ศรีวังเกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

### **อภิปรายผล**

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนามาตรฐานที่พักโฮมสเตย์อย่างยั่งยืน หมู่บ้านศรีวังเกต จังหวัดอุดรธานี พบว่าโฮมสเตย์มีศักยภาพในด้านต่างๆ ที่หลากหลาย ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้มีผลต่อความพึงพอใจต่อศักยภาพของโฮมสเตย์ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของประวิทย์ ลิขิตศรีธัญ (2561) ที่ได้ทำการวิจัยระดับความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวต่อการใช้จ่ายส่วนประสมทางการตลาด ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตรและพบว่า มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับความเหมาะสมด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดพิจิตรตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ในด้านวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่นของคนในชุมชน ทั้งบ้านเรือน อาหาร การทำเกษตร ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวและการพูดคุยบอกเล่าของคนในชุมชน อีกทั้งได้เข้าร่วมประเพณีบายศรีสู่ขวัญ เป็นการต้อนรับคนต่างถิ่นที่เข้ามาเยี่ยมเยือนชุมชนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภา สังขสุวรรณ (2560) ที่ได้วิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ที่พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ยึดหลักยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาจังหวัดสมุทรสงครามส่งเสริมและพัฒนาให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สอดคล้องกับวิถีวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม กำหนดกลยุทธ์ประเด็นยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม เพิ่มพูนความรู้ ความประทับใจ รวมทั้งบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ธาริดา สกุลรัตน์ (2559) เรื่อง การศึกษาเอกลักษณ์เพื่อหาแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่าชุมชนที่มีการจัดที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทจะมีศักยภาพภาพในชุมชนและมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยวการเกษตรวิถีชีวิตตามท้องถิ่น คนในชุมชนต้องมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ในการประชาสัมพันธ์ที่ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนศิริวงศได้พึ่งพาการประชาสัมพันธ์โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ได้แก่ Facebook Website ทั้งที่ตนเองและได้รับการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ททท. จังหวัดอุดรธานี หรือจากนักท่องเที่ยวที่เคยเข้ามาท่องเที่ยวและบอกเล่าเรื่องราวผ่าน Blog ท่องเที่ยว เครือข่ายสังคมออนไลน์ รายการท่องเที่ยว YouTube เป็นต้น ส่วนผลวิจัยในการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ชุมชนพบว่า ชุมชนไม่ได้มีผู้นำในการ

จัดการเรื่องการท่องเที่ยวและโฮมสเตย์เพียงใครคนใดคนหนึ่ง แต่มีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มย่อยภายในชุมชน และในกลุ่มย่อยนั้นต่างมีผู้นำประสานงาน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ครู ซึ่งแต่ละกลุ่มย่อยนั้นต่างก็มีการเอื้อเฟื้อ ประสานงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีการเข้าร่วมประชุมจากหน่วยงานทางการอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตนา กงเพชรและคณะ (2558) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบหมู่บ้านโฮมสเตย์เพื่อการบริหารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดหนองบัวลำภู ที่พบว่า หนึ่งในรูปแบบการพัฒนาหมู่บ้านโฮมสเตย์ เพื่อการบริหารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การจัดให้มีการจัดตั้งองค์กรในชุมชน ซึ่งเปรียบเสมือนการรวมกลุ่มย่อยภายในชุมชนโฮมสเตย์ศรีวังคต เพื่อประสานงานรองรับนักท่องเที่ยว โดยพบว่าหนึ่งในรูปแบบหมู่บ้านโฮมสเตย์เพื่อการบริหารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีองค์ประกอบสำคัญ 6 ด้าน คือ 1) การสำรวจ (Survey) 2) การดำเนินงาน (Operations) 3) การจัดตั้งองค์กรในชุมชน (Organization) 4) การประชาสัมพันธ์ (Relations) 5) การให้บริการ (Service) 6) การประเมิน (Evaluation) ประชาชนโดยรวมและจำแนกตามประสบการณ์ในการให้บริการโฮมสเตย์ที่เข้าร่วมการอบรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการปฏิบัติการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสูงกว่าก่อนเข้ารับการฝึกอบรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ประชาชนที่มีประสบการณ์ในการให้บริการโฮมสเตย์ 1-3 ปี หลังการอบรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีพฤติกรรมการปฏิบัติการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่าประชาชนที่มีประสบการณ์ในการบริการโฮมสเตย์ 4-6 ปี ( $p < .017$ ) แต่ประชาชนทั้งกลุ่มมีความรู้และเจตคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน ( $p > .05$ )

ในการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ นั้นที่ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวสามารถอุดหนุนสินค้าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่นำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูป อาทิ ถั่วแปรรูป ปลาแร่แจ่วบอง ไม้กวาด ผ้าทอมือโดยซื้ออุดหนุนเป็นของที่ระลึกกลับไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา สุคันธศิริกุล (2558) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา โดยพบว่า โฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีศักยภาพการตลาดบริการ ครอบคลุมทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ ตามกรอบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ในด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ พบว่าชุมชนไม่มีผู้นำในการจัดการ แต่จะให้ความสำคัญในการรวมกลุ่มโดยแยกเป็นกลุ่มย่อยภายในชุมชน และมีผู้ที่คอยประสานงาน ในการเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาวุธ วงศ์สว่าง (2564) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกลุ่มธุรกิจทอผ้า วิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านสามทอ ตำบลแสงสว่าง อำเภอนองแสง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ )

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. สมาชิกโฮมสเตย์ควรนำจุดเด่น เช่น นารายการอาหารพื้นถิ่นของชุมชน หรือสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกรรรมชุมชนให้อยู่ในรายการท่องเที่ยวมากกว่ารายการนำเที่ยวปกติ

2. จากการที่ชุมชนที่พักโฮมสเตย์ชุมชนศิริวงกตมีศักยภาพที่หลากหลาย แต่ดูเหมือนยังเป็น โฮมสเตย์ที่นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักในวงกว้างจึงจำเป็นต้องเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เช่น ให้อปท.เข้ามามีส่วนแนะนำช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรนำผลวิจัยที่ได้ครั้งนี้ไปทำการวิจัยเปรียบเทียบกับโฮมสเตย์ที่ประสบความสำเร็จมีชื่อเสียงในครั้งถัดไป

2. การเพิ่มเติมในส่วนของการทำวิจัยเชิง SWOT เพื่อที่จะได้ทราบ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสในการพัฒนา อุปสรรคเพื่อการพัฒนาต่อยอดโฮมสเตย์ศิริวงกตให้มีศักยภาพ มีความพร้อมในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2546). *เกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเบื้องต้น*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564. จาก website: [www.tourism.go.th](http://www.tourism.go.th).
- [2] กาญจนา สุกันธสิริกุล. (2558). *การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา*. รายงานการวิจัย. สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- [3] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *หมู่บ้านศิริวงกต*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564. จาก <https://thai.tourismthailand.org>.
- [4] จินตนา กงเพชรและคณะ. (2558). การพัฒนารูปแบบหมู่บ้านโฮมสเตย์เพื่อการบริหารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, (9)3, 167-184.
- [5] เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา
- [6] ธาริดา สุกุลรัตน์. (2559). *การศึกษาเอกลักษณ์เพื่อหาแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท(โฮมสเตย์) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. รายงานการวิจัย. คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- [7] นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์ (2561) ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการใช้จ่ายส่วนประสมทางการตลาด ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*. 13(2), 25-36
- [8] *แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ปี พ.ศ.2561-2564 ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562* จาก [https://www.udonthani.go.th/2014/download/datacenter/Development\\_Plan61-65\(Recover65\).pdf](https://www.udonthani.go.th/2014/download/datacenter/Development_Plan61-65(Recover65).pdf)

- [9] แผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). จาก [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7526](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7526)
- [10] สาวิณีย์ พลเยี่ยม. (2562). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย หมู่บ้านคีรีวงกต จังหวัดอุดรธานี. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- [11] สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. (2561). แผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564. จาก [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7526](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7526).
- [12] สุภา สังขวรรณ. (2560). กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม, *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 4(1), 1-9.
- [13] อาวุธ วงศ์สว่าง. (2564). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกลุ่มธุรกิจทอผ้าวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านสามทอ ตำบลแสงสว่าง อำเภอนองแสง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, (7)2, 189-196.

## ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 : กรณีศึกษาบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ

### THE POTENTIAL OF ADAPTABILITY IN COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT TO THE NEW NORMAL DURING THE CORONAVIRUS DISEASE 2019 PANDEMIC: A CASE STUDY OF MUEANG CHAN COMMUNITY, MUEANG CHAN DISTRICT, SISAKEK PROVINCE

อรรถพล ศิริเวชพันธุ์<sup>1\*</sup>

AUTTHAPON SIRVEJJABHANDU<sup>1\*</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ 2) ศึกษาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และความต้องการปรับตัวของชุมชน และ 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ โดยกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้นำชุมชน 5 คน 2) กลุ่มผู้นำจากสถาบันศาสนา 2 คน 3) กลุ่มผู้นำจากภาครัฐ 2 คน และ 4) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 18 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 27 คน เครื่องมือที่ใช้คือการระดมความคิดเห็น ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนเมษายน - สิงหาคม พ.ศ. 2564

ผลการศึกษาพบว่า 1) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องระหว่างการท่องเที่ยวชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ 2) กรณีผลกระทบด้านการท่องเที่ยว พบว่าระหว่างเดือนเมษายน - สิงหาคม พ.ศ. 2564 ไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้ ทว่าคนในชุมชนต้องการที่จะปรับตัวเพื่อหารายได้ทดแทน โดยการผลิตสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่นออกจำหน่าย และ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน คนในชุมชนเห็นว่ามาตรฐาน SHA ควรมีการนำมาใช้เร่งด่วนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวหลังโควิด 19 โดยให้มีการจัดโครงสร้าง 3 ด้าน คือ ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ซึ่งจะปฏิบัติหน้าที่ใน 3 ระยะ ได้แก่ 1) การต้อนรับนักท่องเที่ยว มีการกำหนดจุดคัดกรอง เช็กอิน โดย อสม. มีส่วนร่วม 2) การให้บริการนักท่องเที่ยว มีการปรับรูปแบบการบริการอาหาร ที่พักรับชำระสินค้าด้วยรูปแบบไร้เงินสด การใช้ฉากกั้นตามจุดต่าง ๆ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ และ 3) การส่งนักท่องเที่ยว มีการให้เช็กเอาท์ และติดตามภาวะสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับไปแล้ว อย่างน้อย 14 วัน

**คำสำคัญ :** การปรับตัว ; การท่องเที่ยวชุมชน ; โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

<sup>1</sup> อาจารย์คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, Lecturer, Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University

\* Corresponding Author, Email: misterangkor@hotmail.com

Received: Sep 1, 2021, Revised: Oct 31, 2021, Accepted: Nov 26, 2021

## ABSTRACT

This present study aims to 1) study the tourism potential of Mueang Chan Community, Sisaket Province, 2) explore the impacts of the COVID-19 pandemic on tourism and the community's adaptation needs, and 3) investigate strategies for the development of community tourism in the new normal. The study was conducted between April and August 2021. Verbal brainstorming sessions were carried out with 27 key informants: 5 community leaders, 2 religious leaders, 2 local government representatives, and 18 villagers. The findings revealed that the tourism potential can be identified and promoted through ethnic tourism. As to the impacts of the crisis, it drove the tourism businesses in the community into recession during April - August 2021; thus, the local people made the adjustment for the survival of businesses by producing and selling identity-based products. Regarding the tourism development responding to the situation, the Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) scheme should be readily used as a key strategy. In doing so, the safety protocols are undertaken in 3 aspects, i.e., tourism entrepreneurs, service persons, and customers, covering 3 steps of travel activities. Firstly, on arrival, check-in before entering and temperature check as a preventive measure are performed in collaboration with the Village Health Volunteers (VHV). Secondly, it's important to put hygiene policies and practices in place to help keep both staffs and customers safe while providing and receiving services, e.g., maintaining physical distancing, providing mobile banking as a payment option, setting up protective partition walls in shared area, and limiting seating capacity for restaurants and the maximum number of occupants for accommodations. Thirdly, when leaving, the visitors are required to perform check-out, and follow-up care checks should be performed for 14 days after the departure day, in order to help make contact tracing quick and efficient.

**Keywords:** Adaptation ; Community Tourism ; Corona Virus 2019

## บทนำ

จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในปี พ.ศ. 2563 - 2564 ได้สร้างผลกระทบอย่างน้อย 3 มิติ ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดภาวะถดถอยทางการค้า การลงทุน 2) ด้านสังคม เกิดการว่างงาน ทำให้แรงงานจำนวนมากเดินทางกลับภูมิลำเนา ตลอดจนการเว้นระยะห่างทางสังคม และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม นับเป็นผลกระทบในด้านบวกเพียงด้านเดียว ซึ่งมีการฟื้นฟูหลังจากกิจกรรมการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ ลดน้อยลง อย่างไรก็ตามผลกระทบจากการระบาดดังกล่าว ทำให้เศรษฐกิจของประเทศได้รับผลกระทบหนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการท่องเที่ยว ซึ่งกองทุนการเงินระหว่างประเทศกล่าวว่า ในปี พ.ศ. 2563 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทยจะลดลงร้อยละ 6.7 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ทั้งนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเริ่มเข้าสู่สภาวะหยุดชะงัก

นับตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 หลังจากที่รัฐบาลได้มีการสั่งปิดสถานที่สาธารณะ ห้างร้าน ตลอดจนห้ามออกนอกเคหะสถานยามวิกาล ตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2563 อีกทั้งพระราชกำหนดสถานการณ์ฉุกเฉิน มีผลให้ประชาชนชะลอการเดินทางข้ามจังหวัด เนื่องจากพบผู้ติดเชื้อภายในประเทศ (ศูนย์แห่งความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2563) ทำให้การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ เช่น การปิดสถานที่ท่องเที่ยว การปิดให้บริการที่พัก การระงับการให้บริการของสายการบิน การยกเลิกกิจกรรมการท่องเที่ยว นิทรรศการ และการแสดงสินค้า และการปิดพรมแดนระหว่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ผลกระทบดังกล่าวนอกจากจะเกิดขึ้นโดยภาพรวมระดับประเทศแล้ว ยังส่งผลลงมาถึงภาคการท่องเที่ยวระดับชุมชนด้วย ทั้งนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนที่ส่วนใหญ่ใช้คนเป็นจำนวนมาก เช่น การแสดงทางวัฒนธรรม หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสัมผัส เช่น บายศรีสู่ขวัญ หรือการนวดแผนไทย ล้วนเป็นกิจกรรม

หลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนต้องถูกระงับ ตลอดจนมาตรการชะลอการเดินทางข้ามจังหวัด ทั้งนี้สถานการณ์ได้ทวีความรุนแรงขึ้นในปี พ.ศ. 2564 ทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อน บรรยากาศทางการท่องเที่ยวทรุดตัว อย่างไรก็ตามประเทศไทยได้เริ่มฉีดวัคซีนอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 (ปีปีซี, 2564) ประกอบกับจำนวนตัวเลขผู้ติดเชื้อเริ่มลดลง จากเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ที่มีผู้ป่วยรายใหม่กว่า 20,000 คน เหลือต่ำกว่า 10,000 คน ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม พ.ศ. 2564 จากสัญญาณที่ดีขึ้นดังกล่าว เป็นช่วงเดียวกับรัฐบาลได้เริ่มบังคับใช้มาตรการผ่อนปรนให้ประชาชนสามารถเคลื่อนย้ายข้ามจังหวัดได้ นับตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2564 โดยมีผลบังคับให้สามารถเปิดที่พัก ร้านอาหาร และเดินอากาศได้ (คมชัดลึก, 2564) จึงนับเป็นหมุดหมายที่ดี ที่การท่องเที่ยวชุมชนจะกลับมาสร้างรายได้อีกครั้ง ในมิติของการท่องเที่ยวชุมชนสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้บ้านเมืองจันทร์ ตำบลเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากเป็นชุมชนชาติพันธุ์กูย มีประชากรราว 7,793 คน จำนวน 1,777 ครัวเรือน (ข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2564) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักทางการเกษตร คือ การทำนา ปลูกพริก ปลูกสัปปะรด และประมงพื้นบ้าน อีกทั้งมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวชุมชน (เทศบาลตำบลเมืองจันทร์, 2564) ทว่าเมื่อบ้านเมืองจันทร์ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นผลให้ชุมชนได้มีการทบทวนบทบาทด้านการท่องเที่ยวเพื่อปรับตัวและพยายามที่จะสร้างรายได้ทดแทน สอดคล้องกับสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (2563) ที่กล่าวว่าหลังเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รูปแบบการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไป โดยนักท่องเที่ยวจะหันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น อีกทั้งองค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ World Tourism Organization (2020) ยังได้พยากรณ์ว่าในอนาคต การท่องเที่ยวชุมชนจะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากความสำคัญดังกล่าวจึงเป็นโอกาสที่ชุมชนของไทยจะร่วมกันพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าว หลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ

2. ศึกษาผลกระทบด้านการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และความต้องการในการปรับตัวของการท่องเที่ยวชุมชน

3. เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ ที่สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัยของภาครัฐบาล

### การทบทวนวรรณกรรม

1. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว (นิสา ชัชกุล, 2550) ทั้งนี้พจนานุกรม (2546) กล่าวว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์กรชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้

2. กระบวนการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงทางบวกและทางลบที่เกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการช่วง COVID-19 (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2564) ทั้งนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในมิติท่องเที่ยวมี 4 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

3. มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) คือ โครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เป็นโครงการความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ฯลฯ โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ผสมกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวว่าทุกคนจะได้รับประสบการณ์ความสุข และความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้า ที่เกี่ยวข้องกับคน 3 กลุ่ม คือ ด้านผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

## วิธีดำเนินการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การระดมความคิดเห็น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้สรุปและอภิปราย 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1) ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์การชุมชน การจัดการและการเรียนรู้ (พจนานุกรม, 2546) 2) ผลกระทบการท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563 ; ASEAN Tourism Association, 2020) และ 3) มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) 3 ด้าน คือ ด้านผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

### กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ โดยจากการสุ่มตัวอย่างดังกล่าว สามารถสรุปเป็นกลุ่มเป้าหมายและจำนวนได้ดังนี้ คือ 1) กลุ่มผู้นำชุมชน 5 คน 2) กลุ่มผู้นำจากสถาบันศาสนา 2 คน 3) กลุ่มผู้นำจากภาครัฐ 2 คน และ 4) กลุ่มชาวบ้านทั่วไป 18 คน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 27 คน

### การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการระดมความคิดเห็น ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 กับกลุ่มเป้าหมาย 27 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 3 ประเด็น ตามที่กำหนดไว้ในเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ให้แต่ละกลุ่มได้สรุปและอภิปรายในแต่ละข้อ แล้วจัดกลุ่มข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหาซึ่งใช้เทคนิคการวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction)

## สรุปผลการวิจัย

### 1. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ

1.1 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม กลุ่มผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นมีแหล่งธรรมชาติ คือ หนองเมืองจันทร์ มีป่าชุมชนขนาดเล็กบริเวณใกล้เคียง ส่วนแหล่งวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการนำเสนอวิถีชีวิตของชาติพันธุ์ไทยเป็นหลัก สอดคล้องกับกลุ่ม

ชาวบ้านทั่วไป (หมู่ 1) ซึ่งได้กล่าวว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทย (ญะมะฮะ) ดังนั้นชาวบ้านจึงนำเอาวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์มาใช้เป็นจุดขาย ในขณะที่ กลุ่มผู้นำจากสถาบันศาสนา (เจ้าอาวาสวัดเมืองจันทร์) ได้เพิ่มเติมว่าประเพณี ความเชื่อต่าง ๆ ก็ล้วนเป็นสิ่งสนับสนุนให้เกิดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทางวัดเองก็มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนชุมชน เช่น ประเพณีไหว้พระธาตุเมืองจันทร์ ทั้งนี้กลุ่มผู้นำจากภาครัฐ (ปลัดเทศบาลตำบลเมืองจันทร์) กล่าวว่า หากจะจัดการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมนั้น อาจจะต้องจัดการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่นที่อยู่ใกล้เคียง โดยเฉพาะบ้านหนองฮะ ตำบลปราสาท อำเภอยะหา จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งเป็นเครือญาติและเป็นชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบกลุ่มชาติพันธุ์ลาว ที่สามารถเชื่อมโยงทรัพยากรและมีการเรียนรู้ร่วมกันได้

1.2 ด้านองค์การชุมชน โดยกลุ่มผู้นำชุมชน (ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) กล่าวว่า บ้านเมืองจันทร์แม้ยังไม่มีกรรวมกลุ่มการผลิตอย่างเป็นรูปธรรม แต่ก็ได้มีการคิดริเริ่มดำเนินการของดีของชุมชน เช่น การทอผ้า การปักผ้า และการทอเสื่อกก ซึ่งถือว่าช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวทางอ้อมในฐานะฐานการเรียนรู้ของชุมชน อย่างไรก็ตามสำหรับด้านการท่องเที่ยวนี้ กลุ่มผู้นำชุมชน (ประธานกลุ่มท่องเที่ยว) กล่าวว่า มีการรวมกลุ่มจัดตั้งภายใต้ชื่อ “ชุมชนท่องเที่ยวบ้านเมืองจันทร์” เพื่อวัตถุประสงค์ในการรองรับการท่องเที่ยว จากความสนใจของสมาชิกราว 20 คน (พ.ศ. 2564) อีกทั้งได้ชุมชนต้นแบบ คือ บ้านหนองฮะ อำเภอยะหา จังหวัดศรีสะเกษ มาเป็นพี่เลี้ยง เพื่อดำเนินงานครอบคลุม 3 ด้าน คือ ที่พัก อาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก พัฒนาชุมชน และธนาคารออมสิน ภาค 12

1.3 ด้านการจัดการ ในด้านการจัดการนั้น กลุ่มผู้นำชุมชน (เหรัญญิกกลุ่มท่องเที่ยว) กล่าวว่าปัจจุบันมีการจัดโครงสร้างการบริหารตามโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน จำแนกเป็นประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก หัวหน้ากลุ่มย่อยต่าง ๆ และสมาชิกในกลุ่ม งบประมาณในการจัดการ จำแนกออกเป็น 2 ส่วน คือ งบประมาณที่ได้รับจากการสนับสนุนจากภาครัฐบาล งบประมาณที่มาจากรายได้จากการให้บริการที่พัก อาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีการหักเข้าส่วนกลาง อย่างน้อยร้อยละ 5 สำหรับใช้เป็นค่ายานพาหนะ น้ำมันเชื้อเพลิง และเบี้ยเลี้ยง กรณีที่ผู้แทนชุมชนต้องเดินทางเข้าร่วมประชุมหรือ

เข้าร่วมโครงการของอำเภอและจังหวัด ตลอดจนนำรายได้ดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนา ซ่อมแซม ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสร้างป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย ปรับปรุงสุขา ระบบไฟฟ้า ประปา ซ่อมแซมศูนย์การเรียนรู้ ซึ่งมีต้นแบบมาจากบ้านหนองฮะ อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ

1.4 ด้านการเรียนรู้ ณ ที่นี้หมายถึงฐานการเรียนรู้ (กิจกรรมการท่องเที่ยว) กลุ่มผู้นำจากภาครัฐ (นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ) กล่าวว่า บ้านเมืองจันทร์มีการกำหนดฐานการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมทั้งหมด เนื่องจากเป็นชุมชนชาติพันธุ์กูย จึงกำหนดฐานกิจกรรมตามวิถีชีวิตโดยไม่ประดิษฐ์อะไรขึ้นมาใหม่ เช่น ฐานรำกล่อม (พิธีกรรมแห่งการทำนายและการรักษาโรค) และฐานอาหารพื้นบ้าน ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ เช่น แกงกล้วย (ขันลอว์เจ็ก) ซุปหน่อไม้ (กำเปียงดู) และแกงขี้เหล็ก (สลอฮักกัน) เป็นต้น ล้วนเป็นอาหารที่ชาวบ้านรับประทานอยู่แล้ว แต่มีการปรับรสชาติให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนรับประทานง่ายขึ้น ซึ่งได้รับการสนับสนุนโดยสาขาวิชาการท่องเที่ยวฯ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เพื่อยกระดับอาหารท้องถิ่น ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบ “เซฟชุมชน” ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จากการระดมความคิดเห็น ประเด็นศักยภาพด้านการท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกันสรุปว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ มีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานด้านการเกษตร การแปรรูป และนำมาสู่การท่องเที่ยว ทั้งนี้เมื่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น ได้มีการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบขององค์กรชุมชน เมื่อการดำเนินงานเป็นที่ยอมรับ จึงมีหน่วยงานและองค์กรภาครัฐบาลเข้ามาสนับสนุน ในรูปแบบของบุคลากรและงบประมาณ ทั้งนี้เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบ จึงพบว่าบ้านเมืองจันทร์มีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยว 2 มิติ คือ 1) การท่องเที่ยวชุมชน และ 2) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ โดยมีรูปแบบการจัดการที่ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารทรัพยากรเอง ได้รับประโยชน์ทั้งที่เป็นตัวเงินและโอกาส มีฐานการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวกูยดั้งเดิม โดยมิได้ปรุงแต่งเพื่อเอานักท่องเที่ยว ทว่านักท่องเที่ยวจะเป็นฝ่ายปรับตัวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมเอง

## 2. ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และความต้องการในการปรับตัวของการท่องเที่ยวชุมชน

2.1 ด้านเศรษฐกิจ กลุ่มผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน) กล่าวว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้น มีทั้งที่เป็นผลกระทบทางตรงและผลกระทบทางอ้อม ทั้งนี้ในส่วนของผลกระทบทางตรงนั้น มีการยกเลิกการเข้ามาของกลุ่มศึกษาดูงาน เป็นผลให้ชาวบ้านขาดรายได้จากภาคการท่องเที่ยว แม้ภาคการท่องเที่ยวจะเป็นรายได้เสริม และด้วยจำนวนของผู้ที่จะเข้าศึกษาดูงานมีเป็นจำนวนมาก และหลายกลุ่ม นับตั้งแต่เดือนเมษายน-สิงหาคม พ.ศ. 2564 ทำให้ชุมชนสูญเสียรายได้เป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกันผลกระทบทางตรงอีกประเภท คือ การว่างงาน เมื่อรัฐบาลมีนโยบาย ล็อกดาวน์ จึงเป็นสาเหตุให้คนในชุมชนที่ประกอบอาชีพ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครได้รับผลกระทบ บางส่วนเดินทางกลับมารักษาตัว และบางส่วนทำการกักตัวในบ้าน ตามนโยบายรัฐบาล ไม่มีรายได้ ทว่ากลับมีรายจ่ายที่เพิ่มมากขึ้น ส่วนในการปรับตัวนั้น กลุ่มชาวบ้านทั่วไป (หมู่ 15) กล่าวว่าในเรื่องการท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องร่อนนโยบายผ่อนคลายจากรัฐบาล ซึ่งไม่ควรรีบร้อน ควรให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยมากกว่า โดยระหว่างนี้ชาวบ้านเอง ก็ถือโอกาสพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในชุมชน เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาภายหลังการระบาดคลี่คลาย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้ทดแทนไปก่อน

2.2 ด้านสังคม กลุ่มชาวบ้านทั่วไป (หมู่ 8) กล่าวว่า ผลกระทบด้านสังคมอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้น บ้านเมืองจันทร์ได้รับผลกระทบอย่างหนัก โดยเฉพาะวัยแรงงานที่กลับมาอยู่ที่บ้านเพื่อรอให้สถานการณ์คลี่คลาย ส่วนหนึ่งเปลี่ยนมาประกอบอาชีพในชุมชน เช่น การเกษตร ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้นำชุมชน (หัวหน้ากลุ่มเกษตรอินทรีย์) ได้กล่าวเสริมว่าในด้านสังคมว่า ระยะแรกเริ่มชาวบ้านเกิดความวิตกกังวลค่อนข้างมาก เนื่องจากชุมชนเป็นพื้นที่ระบาดหรือคลัสเตอร์กลุ่มแรก ๆ ของจังหวัด อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดความรู้ความเข้าใจมากขึ้น ชาวบ้านก็ลดความวิตกกังวลในส่วนนี้ลง และใช้ชีวิตตามวิถีปกติ ในส่วนของการปรับตัว กลุ่มผู้นำชุมชน (ประธานกลุ่มท่องเที่ยว) ได้มีการกำชับให้สมาชิกปฏิบัติตามข้อแนะนำของกระทรวงสาธารณสุข และการเข้าร่วมอบรมมาตรฐานความปลอดภัย

ด้านสุขอนามัย (SHA) กับสถาบันการศึกษาเพื่อวางแผนการ  
ท่องเที่ยวต่อไป

2.3 ด้านวัฒนธรรม ผู้กลุ่มผู้นำจากสถาบันศาสนา  
(ไวยาวัจกรวัดเมืองจันทร์) กล่าวว่าผลกระทบด้านวัฒนธรรมอัน  
เนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019  
ประกอบด้วย การยกเลิกงานไหว้พระธาตุ ชาวบ้านมาทำบุญที่วัด  
น้อยลง อีกทั้งนโยบายของรัฐบาล มีประกาศให้ปิดสถานที่สำคัญ  
ทางศาสนา (วัด) ชั่วคราวเพื่อลดการรวมตัว ซึ่งมีผลกระทบต่อวิถี  
ชีวิตของชาวบ้านอยู่มาก ทั้งนี้ในส่วนของ การดำรงชีวิตนั้น เมื่อมี  
มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม เป็นเหตุให้ชาวบ้านต้องมีการ  
ปรับตัวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ยกตัวอย่างเช่น เดิม  
ชาวบ้านมีความเชื่อว่าการรับประทานอาหาร จากภัตตาคารของ  
พระสงฆ์ที่รับประทานเหลือไว้ จะได้บุญกุศล แต่จากการแพร่  
ระบาดของโควิด จึงทำให้ค่านิยมนี้ลดน้อยลง เฉกเช่นเดียวกับการ  
รับประทานอาหารในครัวเรือน ซึ่งเดิมทีเคยไม่นิยมใช้ช้อน  
กลาง เนื่องจากไม่สะดวก และถือว่าไม่ไว้น้ำใจซึ่งกันและกัน  
แต่ต่อมาได้มีการใช้ช้อนกลางมากขึ้น รวมถึงการรับประทานแยก  
สำหรับส่วนบุคคล ซึ่งจากพฤติกรรมตรงนี้ นำไปสู่การปฏิบัติที่เป็น  
มารยาทสากล ทางกลุ่มแม่บ้านได้นำมาปรับใช้ในการให้บริการ  
อาหาร ของว่าง และเครื่องดื่มเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้ง  
สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวในรูปแบบขันโตก และ  
พาแลงแบบอีสาน เป็นต้น

2.4 ด้านสิ่งแวดล้อม ในด้านสิ่งแวดล้อมนั้น กลุ่มผู้นำ  
ชุมชน (อสม.) กล่าวว่า ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจาก  
สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้น เป็นไปในทิศทางที่  
เป็นด้านบวก โดยไม่ปรากฏผลกระทบทางลบ กล่าวคือมลพิษทาง  
อากาศของชุมชนน้อยลง ดังจะเห็นได้จากฝุ่น คิววัน ละอองตาม  
สถานที่ต่าง ๆ ลดลงได้ชัด อย่างไรก็ตาม กลุ่มชาวบ้านทั่วไป (หมู่  
5) ได้กล่าวเสริมว่า ช่วงที่มีการระบาดของโควิดนั้น สิ่งแวดล้อม  
ซึ่งเป็นมลภาวะทางเสียงก็น้อยลง โดยเฉพาะเสียงแข่ง  
รถจักรยานยนต์ของกลุ่มวัยรุ่นที่คึกคักนั้น ทั้งนี้เป็นผลมา  
ประกาศห้ามออกจากเคหสถาน ซึ่งมีผลต่อชุมชนทั้งมลภาวะ  
ทางอากาศและมลภาวะทางเสียง ส่วนการปรับตัวนั้น คงไม่มีผล  
อะไรมาก เนื่องจากชุมชนอยู่ในพื้นที่โล่ง และการดำรงชีวิต  
ตามปกติก็มีระยะห่างกันมาอยู่แล้ว ด้านสิ่งแวดล้อมชาวบ้าน  
ส่วนใหญ่ก็เคารพกฎระเบียบในการใช้ประโยชน์ร่วมกัน ดังนั้น  
ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อ  
ไวรัสโคโรนา 2019 จึงถือว่าไม่มีเสียก็ได้

จากการระดมความคิดเห็น กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกัน  
สรุปว่า ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสถานการณ์  
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือการหยุดดำเนินกิจกรรมการ  
ท่องเที่ยวโดยสิ้นเชิง แม้ชาวบ้านมีรายได้หลักจากการเกษตร แต่  
รายได้หลักก็น้อยลง เนื่องจากสินค้าการเกษตรบางรายการที่  
ชุมชนผลิตได้ ก็เป็นวัตถุดิบสำหรับร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว  
ทั้งนี้แรงงานที่ว่างงานบางส่วนเมื่อกลับภูมิลำเนา ส่วนหนึ่งได้รับ  
การจ้างจากภาครัฐบาล เช่น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง  
มหาวิทยาลัย (U2T) เพื่อทำหน้าที่ในการสำรวจ เก็บข้อมูล เป็น  
นักวิจัยชุมชน โดยสิ่งที่ก่อเกิดความเปลี่ยนแปลงไปสู่ความปกติ  
ใหม่ที่ชัดเจนคือเรื่องของสุขอนามัย เช่น การเข้าไปใช้ประโยชน์  
พื้นที่สาธารณะ อาคาร สถานที่ ตลอดจนการรับประทานอาหาร  
ร่วมกัน ซึ่งเป็นการยกระดับสุขภาวะ จากความเคยชินไปสู่  
แนวทางปฏิบัติที่ดี มีความปลอดภัย เป็นสากลมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ใน  
ด้านสิ่งแวดล้อมนั้นถือว่าสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา  
2019 เป็นผลให้กิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชนลดน้อยลง สภาพ  
ธรรมชาติและแหล่งน้ำมีการฟื้นฟูตนเอง ปัญหาฝุ่นละอองลด  
น้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ๆ สำหรับความต้องการในการ  
ปรับตัวของการท่องเที่ยวคือการผลักดันชุมชนให้เข้าสู่มาตรฐาน  
ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

### 3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความ ปกติใหม่ ที่สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัยของ ภาครัฐบาล

จากการระดมความคิดเห็น เพื่อเสนอแนะแนวทางในการ  
พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ที่สอดคล้อง  
มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) กลุ่มเป้าหมาย ได้  
ทำการสรุป 3 ประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

3.1 ด้านผู้ประกอบการ จากการระดมความคิดเห็น  
กลุ่มเป้าหมายพิจารณาว่า ผู้ประกอบการ หมายถึงชุมชน นั่นคือ  
“กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวบ้านเมืองจันทร์” โดยแนวทางการ  
พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่นั้น  
กลุ่มเป้าหมายได้สรุปร่วมกันว่า จะกำหนดมาตรการด้านการ  
ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและมาตรการของ  
กระทรวงสาธารณสุขเป็นหลัก ในภาพรวมนั้นเมื่อมีการผ่อนคลาย  
มาตรการและให้ชุมชนสามารถเปิดรับการท่องเที่ยวได้ จะต้องม  
ีการวางแผนในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้ 1) ระดับ  
ต้นน้ำ มีการรับนักท่องเที่ยวเฉพาะที่ทำการสำรวจล่วงหน้า

เท่านั้น ควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว และมีการตรวจสอบที่มาของนักท่องเที่ยวว่ามาจากพื้นที่ควบคุมหรือพื้นที่เสี่ยงหรือไม่ จากนั้นจะต้องมีการลงทะเบียน โดยไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นที่มีได้มีรายชื่อเข้าร่วม แม้จะเดินทางมากับกลุ่มที่สำรองมาแล้วล่วงหน้าก็ตาม 2) ระดับกลางน้ำ คือการปรับปรุงแบบการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะของชุมชนด้านการท่องเที่ยวให้แคบและกระชับมากขึ้น โดยมีการกำหนดหรือจำแนกพื้นที่ เพื่อควบคุมให้กิจกรรมการท่องเที่ยวในภาวะที่มีความอ่อนไหวเปราะบาง ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนภาพรวม และ 3) ระดับปลายน้ำ คือการประเมินผลภายหลังจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเดิมนั้นประเมินในเรื่องของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ต่อไปจะต้องมีการเพิ่มเติมในส่วนของการประเมินด้านสุขภาพ และสุขภาพ เพื่อเกิดความปลอดภัยให้ชาวบ้านที่มีส่วนในการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.2 ด้านผู้ให้บริการ จากการระดมความคิดเห็น กลุ่มเป้าหมายพิจารณาว่า ผู้ให้บริการ หมายถึง กลุ่มย่อยต่าง ๆ ภายใต้กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวบ้านเมืองจันทร์ ประกอบไปด้วย กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มโฮมสเตย์ และกลุ่มฐานการท่องเที่ยว โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปึกติใหม่นั้น กลุ่มผู้นำชุมชน (ประธานกลุ่มท่องเที่ยว) กล่าวว่า การบริการอาหารและเครื่องดื่มในวัฒนธรรมชาวกูย จะเน้นการรับประทานอาหารร่วมกัน แต่เพื่อให้เกิดความปลอดภัย ทางกลุ่มได้จัดอาหารสำหรับเป็นรายบุคคล ส่วนอาหารอีสานบางประเภท เดิมเป็นอาหารดิบ ทางกลุ่มได้เปลี่ยนมาเป็นการปรุงสุกทั้งหมด รวมถึงภาชนะที่บรรจุอาหาร ของว่าง เครื่องดื่มจะปรับเปลี่ยนเป็นวัสดุธรรมชาติที่สามารถใช้แล้วทิ้ง ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและลดต้นทุนไปในตัว สำหรับกลุ่มโฮมสเตย์ จะต้องมีการปรับปรุงแบบคือการกำหนดจำนวนแขกหรือผู้เข้าพักต่อหลังคาเรือนให้น้อยลง ใช้ฉากกั้นระหว่างที่นอน การทำความสะอาดลูกบิดทุก 3 ชั่วโมง แยกสิ่งอำนวยความสะดวกให้ใช้เป็นรายบุคคล บรรจุในถุงผ้าขนาดย่อมเพื่อใช้ประโยชน์ หรือหากนักท่องเที่ยวประทับใจก็สามารถซื้อกลับไปเป็นของที่ระลึกในรูปแบบของสินค้าอัตลักษณ์ชุมชนได้อีกด้วย รวมถึงสินค้าอัตลักษณ์ชุมชน เช่น ไข่เค็มกระเจียว (ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับจังหวัด) และแฮมพุทธรักษา เป็นต้น ทั้งนี้สำหรับกลุ่มฐานการท่องเที่ยว จะต้องมีการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการรวมกลุ่มให้ลดน้อยลง เพื่อเว้นระยะห่าง เช่น ให้อาหารหมู ร้าแกมมอ ปรับรูปแบบกิจกรรมที่อยู่ในอาคาร ให้มา

อยู่ในพื้นที่โล่ง ปรับเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นวงรอบ ให้เป็นเส้นทางที่มีทางเข้า - ออกทางเดียว เพื่อลดความเสี่ยง

3.3 ด้านผู้รับบริการ จากการระดมความคิดเห็น กลุ่มเป้าหมายพิจารณาว่า ผู้รับบริการ หมายถึง นักท่องเที่ยว โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปึกติใหม่นั้น ทางชุมชนได้มีการปรับปรุงแบบของนักท่องเที่ยว คือ การลดขนาดของกลุ่มที่จะเข้ามาศึกษาดูงานพิจารณาแหล่งที่มาหรือต้นทางของนักท่องเที่ยว (พื้นที่สีแดงต่าง ๆ) ซึ่งสงวนสิทธิ์รับเฉพาะนักท่องเที่ยวที่สำรองมาก่อนล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน และงดรับประเภทเดินทางมาด้วยตนเอง (Walk-in) โดยนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของชุมชนและกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด เช่น การอนุญาตให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านตรวจและทำการคัดกรองสุขภาพเบื้องต้น การลงทะเบียนผ่านระบบไทยชนะ วัดอุณหภูมิ การสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา การล้างมือในทุกฐานกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของนักท่องเที่ยวในฐานะผู้รับบริการเอง และชาวบ้านในฐานะผู้ให้บริการด้วย โดยอาศัยมาตรการด้านสาธารณสุขเป็นการจัดการ เพื่อความปลอดภัยที่สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ตลอดจนการชำระสินค้าและบริการด้วยช่องทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย ได้แก่ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการ ม.33 เรารักกัน และโครงการคนละครึ่ง ของภาครัฐบาล ที่ต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดขึ้น



ภาพที่ 1-2 รูปแบบการให้บริการที่พักและอาหารวิถีใหม่ของบ้านเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ

## อภิปรายผลการวิจัย

### ประเด็นที่ 1 ด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ

จากการศึกษาพบว่าศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษนั้น

มีลักษณะที่คาบเกี่ยวระหว่าง 1) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เนื่องจากไม่ปรากฏทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่น ทว่ามีความสำคัญในมิติชาติพันธุ์สูง มุ่งเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นภาพแทนและการสื่อความหมายในความเป็นวัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนกิจกรรมที่แสดงออกถึงความเป็นพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นหลัก และ 2) การท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ คือ มีการจัดการทรัพยากร องค์กร การจัดสรรรายได้ของตนเอง เป็นต้น ดังนั้นศักยภาพการท่องเที่ยวจึงมีลักษณะผสมผสานที่นำเอาเรื่องวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ อรรถพรณ ปถมเล็ก (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องธรรมชาติเชิงวิพากษ์ : การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทย : ผลกระทบและการฟื้นฟูจากการระบาดของโรค COVID-19 ที่พบว่าการท่องเที่ยวชุมชนนั้น เป็นโครงสร้างที่แยกแยะจากองค์กรชุมชนไม่ออก หากมีการผสมผสานองค์ร่วมนำไปสู่การผสมผสานก่อให้เกิดการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เช่น กรณีของชุมชนมีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านอยู่แล้ว ก็สามารถดึงเข้ามามีส่วนร่วมได้ทันที รวมถึงการจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นพื้นที่สาธารณะซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีมาตรการป้องกันและรักษาสุขอนามัยอยู่แล้ว จึงทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนนั้นเกี่ยวข้องกัน

## ประเด็นที่ 2 ด้านผลกระทบด้านการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และความต้องการในการปรับตัวของการท่องเที่ยวชุมชน

ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชุมชนนั้น พบว่าบ้านเมืองจันทร์ได้รับทั้งผลกระทบทางตรงและผลกระทบทางอ้อม ทั้งทางบวกและทางลบ โดยทั้งนี้แม้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จะถูกมองว่าเกิดผลกระทบทางลบเป็นส่วนใหญ่ แต่ชาวบ้านเมืองจันทร์กลับมองว่า มีข้อดีจากเหตุการณ์นี้อยู่บ้าง ยกตัวอย่างเช่น ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เมื่อมีนโยบายการจำกัดเวลา (เคอร์ฟิว) สภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น เนื่องจากการเดินทางน้อยลง ทำให้มลพิษทางอากาศลดลงอย่างเห็นได้ชัด การรักษาสุขภาพในระดับปัจเจก ครีวเรือน และสังคม การปรับรูปแบบการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะที่เน้นความสะอาด ถูกหลักอนามัยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะตลาดสด และตลาดนัด อีกทั้งการรักษามารยาททางสังคม เช่น การใช้ช้อนกลางที่มี

มากขึ้น ตลอดจนการที่วัยแรงงานได้มีโอกาสกลับบ้าน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างญาติพี่น้อง อย่างไรก็ตามสามารถสรุปได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการพัฒนายั่งยืน พบว่าผลกระทบด้านลบนั้นมีอยู่ 2 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมบางประการ ส่วนด้านที่เป็นบวกคือด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้บ้านเมืองจันทร์ได้รับผลกระทบทั้งทางตรง คือ การงดจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ในขณะที่ทางอ้อมคือ สินค้าเกษตรที่ชุมชนผลิตได้นั้นไม่มีตลาดรองรับ สอดคล้องกับการศึกษาของ นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019) ในประเทศไทย ซึ่งพบว่าแม้ชุมชนท้องถิ่นจะได้รับผลกระทบ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งผลต่อการพัฒนาในภาพรวม แต่ก็ได้มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับวิถีปกติใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และขยายโอกาส ซึ่งเป็นช่องทางที่เกิดจากกระแสวัฒนธรรมวิถีใหม่ ทั้งนี้กรณีของบ้านเมืองจันทร์ การเผชิญกับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ก่อให้เกิดผลดีทางสังคม คือ ชาวบ้านปรับตัวและร่วมคิดวางแผนในการสร้างรายได้ เพื่อทดแทนผลผลิตทางการเกษตรที่จำหน่ายได้น้อยลง ซึ่งนำไปสู่การแปรรูปพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์ชุมชนรองรับรูปแบบการอุปโภคบริโภคของกลุ่มผู้บริโภคที่จะต้องอยู่บ้าน (หยุดเชื้อ เพื่อชาติ) เช่น ไข่เค็มกระเจียว แยมพุด คุกกี้ผลไม้ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีพื้นฐานมาจากผลิตผลทางเกษตร

## ประเด็นที่ 3 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ ที่สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัยของภาครัฐบาล

ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ ที่สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัยของภาครัฐบาล พบว่าการดำเนินการของบ้านเมืองจันทร์นั้น ได้นำมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) มาประยุกต์ใช้ มีการเข้าอบรมกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งชุมชนวางรูปแบบในการจัดการตนเอง ที่มุ่งเน้นองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านผู้ประกอบการ ด้านผู้ให้บริการ และด้านผู้รับบริการ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน SHA สอดคล้องกับ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก หรือ Pacific Asia Travel Association (2020) ที่ได้ศึกษาเรื่องอนาคตการท่องเที่ยวและ

การฟื้นฟูภายหลัง COVID-19 โดยมีสาระสำคัญคือการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในการทำหน้าที่เฝ้าระวังตนเอง ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการท่องเที่ยว กล่าวคือ จะต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และประชากรโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านสุขภาวะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ธรรมนูญวิรัตน์เกษม (2564) ที่ได้กล่าวว่า การติดตามประเมินผลในยุคปกติใหม่ (New Normal) ควรมีการประเมินก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาแล้ว ซึ่งการวิจัยนี้พบว่าบ้านเมืองจันทร์มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของตนเองในห่วงโซ่อุปทาน แนวทางปฏิบัติร่วมกัน (Code of Conduct) ที่บูรณาการความร่วมมือทั้งจากคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ) ตลอดจนสถาบันทางการเงิน (ธนาคารออมสิน ภาค 12) เพื่อกำหนดมาตรฐานสุขภาวะให้แก่ชาวบ้านที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว อันเป็นบรรทัดฐานใหม่สำหรับการท่องเที่ยวหลังโควิด 19 (post COVID-19 era) ของชุมชนในอนาคตต่อไป

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. ด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ ควรมีการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนอื่น ๆ ที่อยู่ข้างเคียง เช่น บ้านหนองฮะ อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ (ชาติพันธุ์ลาว) เพื่อให้เกิดความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิด “โฮมสเตย์สองชาติพันธุ์ สมานฉันท์ลาว-กวย” โดยมีการจัดการแบบเครือข่ายที่รับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งในเบื้องต้นควรมีการดำเนินการในลักษณะกลุ่ม หากได้รับความนิยมน่าจะอาจจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวร่วมกันในอนาคตต่อไป

2. ด้านผลกระทบด้านการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ชุมชนควรมีการศึกษาผลกระทบและการติดตามตรวจสอบเพิ่มเติมจากเดิม คือ ผลกระทบ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งควรมีการติดตามประเมินผลความต่อเนื่องเป็นไตรมาส หรือตามประกาศของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กระทรวงมหาดไทย (ศบค.มท.) เพื่อสร้าง

ความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว มีความมั่นใจที่จะเข้ามาใช้บริการ กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน นอกจากนี้ในด้านความต้องการในการปรับตัวของการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ควรมีการนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยวที่ภาคีรัฐบาลให้การสนับสนุน เช่น โครงการกำลังใจ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน (สำหรับสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน) และโครงการคนละครึ่ง (สำหรับจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์) เพื่อสร้างช่องทางการสร้างรายได้ทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนต่อไป

3. ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) ที่สอดคล้องกับมาตรการความปลอดภัยของภาครัฐบาล ชุมชนควรมีการขอรับการประเมินมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจรวมไปถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยอาจมีการเปิดโอกาสให้ชุมชนที่ผ่านมาตรฐาน หรืออยู่ในระหว่างรับการประเมินเป็นพี่เลี้ยง

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะในช่วงเดือน มิถุนายน – สิงหาคม พ.ศ. 2564 (ฤดูมรสุม) จึงสะท้อนบริบทชุมชนด้านการท่องเที่ยวได้เพียงช่วงระยะเวลาหนึ่ง ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในช่วงเดือนอื่น ๆ หรือทั้ง 12 เดือน เพื่อให้ได้องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

2. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะบ้านเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งเป็น 1 ใน 4 กลุ่มชาติพันธุ์ของจังหวัดศรีสะเกษ คือ เขมร กูย ลาว และเยอ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาชุมชนชาติพันธุ์อื่น ๆ เพื่อสะท้อนภาพรวมการท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษแบบบูรณาการมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *โควิด-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย*. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- [2] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563*. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- [3] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *แผนดำเนินงานโครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration: SHA)*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- [4] คมชัดลึก. (2564). 1 กันยายน คลายล็อกดาวนั้ วันแรก ทบพจนมาตรการผ่อนคลาย. กรุงเทพฯ : คมชัดลึก.
- [5] เทศบาลตำบลเมืองจันทร์. (2564). *สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลตำบลเมืองจันทร์*. ศรีสะเกษ : เทศบาลตำบลเมืองจันทร์.
- [6] ัญญณัฏฐ วิรัตน์เกษม. (2564). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมด้านพฤติกรรมคุณธรรมจริยธรรมในวิถีชีวิตความปกติใหม่ (New Normal) ของนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดโพธิ์ จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการสันตพล*, 7(2), 114-127.
- [7] นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). *การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด 19 ในประเทศไทย*. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- [8] นิศา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- [9] บีบีซี. (2564). *วัคซีนโควิด อนุทิน นำ 3 รัฐมนตรีอายุไม่เกิน 60 ปี ฉีดวัคซีนโควิด – 19 เข็มแรก*. กรุงเทพฯ : บีบีซี.
- [10] พจนา สวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์.
- [11] ศูนย์แห่งความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2563). *คู่มือเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจและแรงงานผ่านการท่องเที่ยวแนวปฏิบัติในการเยียวยาสังคมและเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมถึงการฟื้นฟูการท่องเที่ยวให้กลับคืนอย่างเร่งด่วน*. กรุงเทพฯ : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- [12] สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). *วิเคราะห์ผลกระทบของของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- [13] สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในวิกฤต COVID-19*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- [14] สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). *อนาคตของการท่องเที่ยวอยู่ตรงไหนในยุคโควิด-19*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- [15] สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2563). *แนวทางป้องกันโควิด-19 สำหรับชุมชนท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี.
- [16] อรพรรณ ปถมเล็ก. (2563). *ธรรมชาติเชิงวิพากษ์ : การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทย: ผลกระทบและการฟื้นฟูจากการระบาดของโรค COVID-19*. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [17] ASEAN Tourism Association. (2020). *Stabilising Cost of Travel Key to Minimising COVID-19 Impact*. Putrajaya: ASEANTA.
- [18] Pacific Asia Travel Association. (2020). *PATA Conducts “The Future of Tourism” Interview Series to Provide COVID-19 Recovery Insights*. Bangkok: PATA.
- [19] World Tourism Organization. (2020). *COVID-19 Related Travel Restrictions*. Madrid: UNWTO.
- [20] World Tourism Organization. (2020). *Covid-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package*. Madrid: UNWTO.

## การเปิดรับข่าวสารและวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### NEWS EXPOSURE AND METHODS FOR PREVENTING THE SPREAD OF CORONAVIRUS DISEASE (COVID-19) OF KHON KAEN UNIVERSITY STUDENTS

ธิตกร หิรัญรัตน์<sup>1\*</sup>, สุพัตรา สมปัญญา<sup>2</sup>, ลลภา หลักทรัพย์<sup>3</sup>, ฐิติมา คำเมืองคุณ<sup>4</sup> และ ศศิวิมล วินทะไชย<sup>5</sup>

THITIKORN HIRANRAT<sup>1\*</sup>, SUPATTRA SOMpanya<sup>2</sup>, LALADA LAKSUP<sup>3</sup>, THITIMA KUMMUANGKUN<sup>4</sup>

and SASIWIMOL WINTHACHAI<sup>5</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร 2) เพื่อศึกษาวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) และ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น 400 คน ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เท่ากับ 0.81 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารผ่านโทรทัศน์ 2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในระดับปฏิบัติเป็นประจำคือการสวมหน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิด และ 3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่างกัน มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่างกัน มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) เกี่ยวกับรับวัคซีนเมื่อได้รับสิทธิ์และการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** การเปิดรับข่าวสาร ; วิธีป้องกันการแพร่ระบาด ; โรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

<sup>1-5</sup> นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการการคลัง วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, Undergraduate of Public Administration Program, Fiscal Management, College of local Administration, Khon Kaen University.

\* Corresponding Author, Email: Kornasasi@kkumail.com

Received: Sep 21, 2021, Revised: Nov 21, 2021, Accepted: Nov 21, 2021

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study information exposure 2) to study prevention of the spread of coronavirus disease (COVID-19) and 3) to compare the differences between information exposure and methods of preventing the spread of the coronavirus disease (COVID-19). The sample was 400 students of Khon Kaen University. The tool's reliability is 0.81. The statistics used were frequency, mean, percentage, standard deviation and one-way analysis of variance.

The results showed that 1) most of the respondents were exposed to news through television 2) most of the respondents had a practical way of preventing the spread of coronavirus (COVID-19) at a practical level, by wearing a mask in public especially when in closed areas or unable to keep distance and 3) the respondents who had different exposure to coronavirus disease (COVID-19) had no different ways to prevent the spread of the coronavirus disease (COVID-19) overall. When considering each item, it was found that Respondents with different exposure to coronavirus disease (COVID-19) have ways to prevent the spread of the coronavirus (COVID-19) regarding vaccination when eligibility and compliance with local guidelines regarding vaccination was a statistically significant difference at the .05 level.

**Keywords:** news exposure ; how to prevent the spread ; Coronavirus disease (COVID-19)

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย ผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งทางด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงวิกฤตโรคระบาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นับได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่มีใครคาดคิดมาก่อน ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต การทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้วิกฤตโรคระบาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นับได้ว่าเป็นสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้น เป็นสถานการณ์ที่เข้าสู่ภาวะที่จำเป็นต้องเข้าจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงหรือแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้น (Zhong et.al, 2020) หรือวิกฤตทางด้านความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และสุขภาพ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้าที่จะก่อให้เกิดภาวะคุกคามโดยไม่ว่าจะเป็นความจริง หรือ ทำให้รับรู้ว่าจะเกิดความไม่ปลอดภัยในด้านต่าง ๆ จะเห็นได้จากวิกฤตโรคระบาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน กรณีของ COVID-19 หรือที่รู้จักชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่” เป็นไวรัสที่แพร่กระจายจากคนสู่คนและมีการระบาดในวงกว้าง เป็นตระกูลของไวรัสที่ก่อให้เกิดอาการป่วย ตั้งแต่โรคไข้หวัดธรรมดา ไปจนถึงโรคที่มีความรุนแรงมาก เช่น โรคระบบทางเดินหายใจในตะวันออกกลาง (MERS-CoVCoV) โรคระบบ

ทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS-CoVCoV) เป็นต้น ซึ่งเป็นสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อนในมนุษย์ ก่อให้เกิดอาการป่วยระบบทางเดินหายใจในคน และสามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ โดยเชื้อไวรัสนี้พบการระบาด ครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) องค์การอนามัยโลก (WHO) ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เป็น "การระบาดใหญ่" หรือ pandemic หลังจากเชื้อลุกลามไปอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคของโลก โดยเมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลกได้ประเมินสถานการณ์และประกาศให้โรค COVID-19 เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern) โดยแนะนำให้ทุกประเทศเฝ้าระวังและป้องกันความเสี่ยงจากเชื้อ COVID-19 (กรมควบคุมโรค, 2563)

สถานการณ์การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในหลายประเทศทั่วโลก จึงนับเป็นภัยคุกคามที่สร้างความหวาดวิตกแก่ประชาชนอย่างมากซึ่งการระบาดยังไม่มีทีท่าว่าจะยุติลงง่าย ๆ ประกอบกับข่าวลือและข่าวลวงที่ถาโถมบนโลกออนไลน์ ยิ่งสร้างข้อสงสัยและความตื่นตระหนกให้แก่ผู้คนจำนวนมาก ทั้งนี้ สถานการณ์การระบาดของโรคยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลบิดเบือนต่าง ๆ เกี่ยวกับโรคก็แพร่กระจายอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยผู้อำนวยการองค์การอนามัยโลก ระบุว่า “เราไม่เพียงแต่ต่อสู้กับโรคระบาด (Epidemic) เท่านั้น เรากำลังต่อสู้กับการแพร่ระบาดของข้อมูลที่บิดเบือนเกี่ยวกับโรค (Infodemic) ด้วย” (Dong, Du & Gardner, 2020)

การระบาดของโรคโควิด-19 ของประเทศไทย ในระลอกแรกในช่วงพ.ศ. 2563 จนกระทั่งเกิดระบาดระลอกใหม่ในช่วงพ.ศ. 2564 พบว่ารูปแบบของการระบาดในระลอกใหม่ เริ่มเปลี่ยนแปลงจากการระบาดเป็นกลุ่มก้อน (cluster) ได้แก่ สถาบันเชิง ตลาด ห้างสรรพสินค้า มาเป็นการติดเชื้อภายในครัวเรือน หรือผู้สัมผัสใกล้ชิด ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการสัมผัสผู้ติดเชื้อที่ไม่มีอาการ (กรมควบคุมโรค, 2564) สามารถแพร่เชื้อติดต่อจากคนสู่คนได้โดยติดต่อผ่านทาง การไปสัมผัสสารคัดหลั่งของผู้ติดเชื้อ เช่น จากการไอ หรือจามแล้วหายใจเอาเชื้อเข้าสู่ปอด การป้องกันตนเองขั้นต้นจึงมีความสำคัญต่อการลดการแพร่ระบาดของโรคได้เป็นอย่างมาก

ในยุคสังคมข่าวสารข้อมูล ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น การที่บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย, 2560) ดังนั้นข่าวสารด้านการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงมีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่ประชาชนจะต้องติดตาม เปิดรับข่าวสาร เพื่อหาแนวทางป้องกันอย่างเร่งด่วน โดยกรมควบคุมโรค (2564) ได้ระบุแนวทางปฏิบัติเพื่อการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโควิด 19 สำหรับประชาชนทั่วไปและกลุ่มเสี่ยง ซึ่งมีโอกาสเสียชีวิตมากกว่าคนทั่วไปหากมีการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เพื่อป้องกันตนเองจากการเจ็บป่วยและลดความเสี่ยงต่อการเสียชีวิต ได้แก่ 1) ออกจากบ้านเมื่อจำเป็นเท่านั้น หากออกนอกบ้านให้เว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1-2 เมตร หลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีคนหนาแน่น แออัด หรือพื้นที่ปิด 2) สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลา เมื่ออยู่นอกบ้าน 3) ใช้กระดาษชำระเมื่อจำเป็นเท่านั้น และหลีกเลี่ยงชั่วโมงเร่งด่วน หากต้องช้อนมอเตอร์ไซด์ควรนั่งหันข้าง 4) ล้างมือบ่อย ๆ ด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้ง ก่อนรับประทานอาหาร หลังใช้ส้วม หรือหลังจากไอ จาม หรือหลังสัมผัสจุดเสี่ยงที่มีผู้ใช้งาน

ร่วมกันในที่สาธารณะ เช่น กลอนหรือลูกบิดประตู ราวจับหรือราวบันได เป็นต้น 5) หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น 6) ผู้ที่เป็นกลุ่มเสี่ยง ผู้สูงอายุที่อายุมากกว่า 70 ปี ผู้มีโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวาน โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคปอด และเด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี ให้เลี่ยงการออกนอกบ้าน เว้นแต่จำเป็น ให้ออกนอกบ้านน้อยที่สุด ในระยะเวลาสั้นที่สุด 7) แยกของใช้ส่วนตัว ไม่ควรใช้ของร่วมกับผู้อื่น 8) เลือktanอาหารที่ร้อนหรือปรุงสุกใหม่ๆ ควรทานอาหารแยกสำหรับ หรือหากทานอาหารร่วมกันให้ใช้ช้อนกลางส่วนตัว ออกกำลังกายสม่ำเสมอ และพักผ่อนให้เพียงพอ 9) หากเดินทางกลับจากประเทศหรือพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ควรกักตัวเองที่บ้าน 14 วัน และปฏิบัติตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข และ 10) หมั่นสังเกตอาการตนเอง หากมีอาการไอ เจ็บคอ มีน้ำมูก จมูกไม่ได้กลิ่น ลิ้นไม่รับรส ให้ไปรับ การตรวจรักษาที่โรงพยาบาลใกล้บ้านทันที

สำหรับสถานการณ์การระบาดและการติดเชื้อโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในจังหวัดขอนแก่นนั้น จังหวัดขอนแก่นได้มีมาตรการในการเฝ้าระวังติดตามผู้ที่เดินทางกลับมาจากประเทศ กลุ่มเสี่ยงที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยความร่วมมือทั้งจากฝ่ายปกครอง สาธารณสุข กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) เฝ้าระวังในพื้นที่อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง และเนื่องจากมีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มจะแพร่ระบาดเพิ่มขึ้นอีก เพื่อให้การป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ให้เป็นไปตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงกำหนดให้พื้นที่เสี่ยงที่จำเป็นจะต้องยกระดับมาตรการในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 ที่เข้มข้นขึ้น ส่งผลให้ประชาชนเริ่มตื่นตัว เปิดรับข้อมูลข่าวสาร และปฏิบัติตามการประกาศของกระทรวงสาธารณสุข

ในฐานะที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาที่มหาวิทยาลัย ขอนแก่น จึงมีความตระหนักถึงภาวะการณ์ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารและวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำไปเสนอต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการหาทางเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการ และวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ให้ครอบคลุมและตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันจะช่วย

ป้องกันและลดความเสี่ยงในการเกิดโรค รวมถึงลดการ  
แพร่กระจายเชื้อทั้งต่อตัวเอง ครอบครัว คนรอบข้าง และสังคม

2. เพื่อศึกษาวิธีป้องกันการแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา  
(COVID-19) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

### วัตถุประสงค์

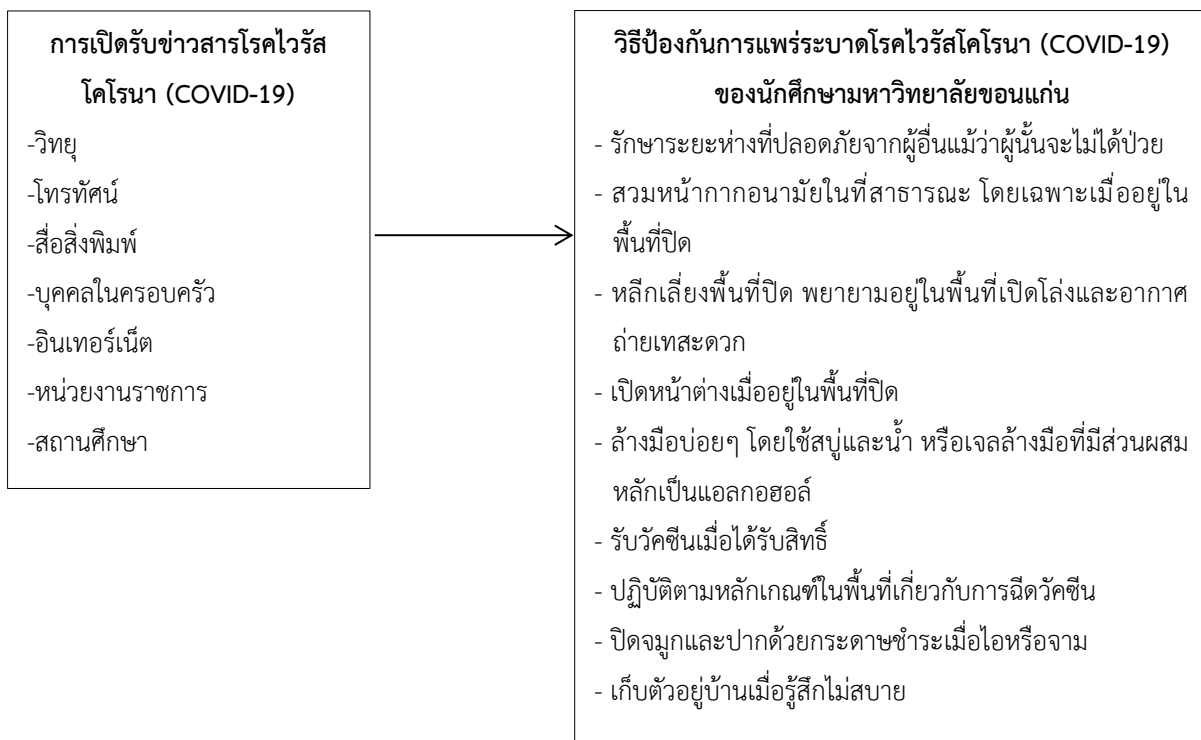
1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา  
(COVID-19) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับ  
ข่าวสารกับวิธีป้องกันการแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา (COVID-  
19) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีการเปิดรับข่าวสาร  
ต่างกัน จะมีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา (COVID-  
19) แตกต่างกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษา  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2564 จำนวน 39,684  
คน (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2564)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ที่ใช้ในการวิจัย  
เป็นหน่วยของประชากรคือนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ประจำปีการศึกษา 2564 จำนวน 39,684 คน โดยผู้วิจัยกำหนด  
ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามานะ คำนวณได้ 396 คน

และเพื่อความสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ได้เพียงข้อเดียว ได้แก่

1. เพศ มาตราวัดมาตรฐานนามบัญญัติ (nominal scale) 2 ตัวเลือก ได้แก่

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ มาตราวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) 4 ตัวเลือก ได้แก่

2.1 อายุ 18-19 ปี

2.2 อายุ 20-21 ปี

2.3 อายุ 22-23 ปี

2.4 อายุมากกว่า 23 ปี

3. ระดับที่ศึกษา มาตราวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) 3 ตัวเลือก ได้แก่

3.1 ปริญญาตรี

3.2 ปริญญาโท

3.3 ปริญญาเอก

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ได้เพียงข้อเดียว เป็นมาตราวัดมาตรฐานนามบัญญัติ (nominal scale) 7 ตัวเลือก ได้แก่

1.1 วิทย์

1.2 โทรทัศน์

1.3 สื่อสิ่งพิมพ์

1.4 บุคคลในครอบครัว

1.5 อินเทอร์เน็ต

1.6 หน่วยงานราชการ

1.7 สถานศึกษา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มาตราวัดตัวแปรแบบมาตราอันดับ (Interval Scale) 9 ตัวเลือก รักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้อื่น แม้ว่าผู้อื่นจะไม่ได้ป่วยก็ตาม การสวมหน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิด การหลีกเลี่ยงพื้นที่ปิด พยายามอยู่ในพื้นที่เปิดโล่งและอากาศถ่ายเทสะดวก การเปิดหน้าต่างเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิด การล้างมือบ่อย ๆ โดยใช้สบู่และน้ำ หรือเจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์การรับวัคซีนเมื่อได้รับสิทธิ์ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน การปิดจมูกและปากด้วยกระดาษชำระเมื่อไอหรือจาม และการเก็บตัวอยู่บ้านเมื่อรู้สึกไม่สบาย

โดยวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ใน 3 ระดับ คือ

ปฏิบัติเป็นประจำ มีคะแนนเท่ากับ 3

ปฏิบัติบางครั้ง มีคะแนนเท่ากับ 2

ไม่ปฏิบัติเลย มีคะแนนเท่ากับ 1

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ ดังนี้

2.34-3.00 หมายถึง ปฏิบัติเป็นประจำ

1.67-2.33 หมายถึง ปฏิบัติบางครั้ง

1.00-1.66 หมายถึง ไม่ปฏิบัติเลย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ทำการศึกษาแนวคิดพฤติกรรม的开รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของกรมควบคุมโรค (2564) ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นผู้วิจัยนำมาจากแนวทางปฏิบัติเพื่อการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโควิด 19 สำหรับประชาชนทั่วไป ซึ่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และกลุ่มตัวอย่าง

3. นำแบบสอบถามที่สร้างไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำ เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภคมที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ( $\alpha$ -Coefficient) ซึ่งจะต้องได้ค่าดัชนีมากกว่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะนำไปใช้ในการวิจัย (บุญธรรม กิจปรีดาภิรุต, 2549) ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.81 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นตามเกณฑ์

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data)

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวิชาการจากแหล่งข้อมูล และสิ่งพิมพ์ เช่นเอกสารทางวิชาการ เอกสารการประชุมวารสาร นิตยสาร บทความในหนังสือพิมพ์ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data) โดยการแจกแบบสอบถามกับนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ ผ่าน Google FORM

### การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุด และนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ซึ่งเป็นมาตรวัดตัวแปรในลักษณะมาตรนามบัญญัติ (nominal

scale) อายุและระดับที่ศึกษา เป็นมาตรวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ประกอบด้วย วิทยุ โทรศัพท์ สื่อสิ่งพิมพ์ บุคคลในครอบครัว อินเทอร์เน็ต หน่วยงานราชการ และสถานศึกษา ซึ่งเป็นมาตรวัดตัวแปรในลักษณะมาตรนามบัญญัติ (nominal scale) วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 การวิเคราะห์วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) เป็นมาตรวัดตัวแปรแบบมาตรอันตรภาค (Interval Scale) ได้แก่ รักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้อื่น แม้ว่าผู้หนึ่งจะไม่ได้ป่วยก็ตาม การสวมหน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิด การหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่ปิดพยายายอยู่ในพื้นที่เปิดโล่งและอากาศถ่ายเทสะดวก การเปิดหน้าต่างเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิด การล้างมือบ่อย ๆ โดยใช้สบู่และน้ำ หรือเจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์การรับวัคซีนเมื่อได้รับสิทธิ์ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน การปิดจมูกและปากด้วยกระดาษชำระเมื่อไอหรือจาม และการเก็บตัวอยู่บ้านเมื่อรู้สึกไม่สบาย วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

### สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-19 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

2. การเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผ่านโทรศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต บุคคลในครอบครัว วิทยุ หน่วยงานราชการ สถานศึกษา และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ

3. วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดโรค

ไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับปฏิบัติ บางครั้ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ส่วนหน้าากอนามัยในที่สาธารณะ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิดหรือเว้นระยะห่างไม่ได้ ปฏิบัติเป็นประจำ รองลงมาคือล้างมือบ่อย ๆ โดยใช้สบู่และน้ำ หรือเจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์ ปฏิบัติเป็นประจำ,รักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้อื่น แม้ว่าผู้นั้นจะไม่ได้ป่วยก็ตาม ปฏิบัติเป็นประจำ รับผิดชอบต่อชีวิตผู้อื่นเมื่อได้รับสิทธิ์ ปฏิบัติเป็นประจำ เก็บตัวอยู่บ้านเมื่อรู้สึกไม่สบาย ปฏิบัติเป็นประจำ ปิดจมูกและปากด้วยกระดาษชำระเมื่อไอหรือจาม ปฏิบัติบางครั้ง ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน ปฏิบัติบางครั้ง หลีกเลี่ยงพื้นที่ที่ปิด พยายาม

อยู่ในพื้นที่เปิดโล่งและอากาศถ่ายเทสะดวก ปฏิบัติบางครั้ง และเปิดหน้าต่างเมื่ออยู่ในพื้นที่ที่ปิด ไม่ปฏิบัติเลย ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างในตัวแปรอิสระที่มีจำนวนมากกว่า 2 กลุ่ม โดยตัวแปรอิสระที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ได้เพียงข้อเดียว จำนวน 7 ตัวเลือก เป็นมาตรวัดนามบัญญัติ (nominal scale) และตัวแปรตาม คือ วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) เป็นมาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 9 ข้อ (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) กับวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

| วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)                                    |              | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | p     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| 1. รักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้อื่น แม้ว่าผู้นั้นจะไม่ได้ป่วยก็ตาม                    | ระหว่างกลุ่ม | 0.875          | 6   | 0.146       | 0.585 | 0.74  |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 98.022         | 393 | 0.249       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 98.898         | 399 |             |       |       |
| 2. การสวมหน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิดหรือเว้นระยะห่างไม่ได้ | ระหว่างกลุ่ม | 1.961          | 6   | 0.327       | 1.510 | 0.17  |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 85.039         | 393 | 0.216       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 87.000         | 399 |             |       |       |
| 3. หลีกเลี่ยงพื้นที่ที่ปิด พยายามอยู่ในพื้นที่เปิดโล่งและอากาศถ่ายเทสะดวก              | ระหว่างกลุ่ม | 1.593          | 6   | 0.266       | 0.557 | 0.76  |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 187.367        | 393 | 0.477       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 188.960        | 399 |             |       |       |
| 4. เปิดหน้าต่างเมื่ออยู่ในพื้นที่ปิด                                                   | ระหว่างกลุ่ม | 0.839          | 6   | 0.140       | 0.411 | 0.87  |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 133.858        | 393 | 0.341       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 134.698        | 399 |             |       |       |
| 5. ล้างมือบ่อย ๆ โดยใช้สบู่และน้ำ หรือเจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์          | ระหว่างกลุ่ม | .521           | 6   | 0.087       | 0.303 | 0.93  |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 112.439        | 393 | 0.286       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 112.960        | 399 |             |       |       |
| 6. รับผิดชอบต่อชีวิตผู้อื่นเมื่อได้รับสิทธิ์                                           | ระหว่างกลุ่ม | 0.483          | 6   | 0.081       | 0.230 | 0.03* |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 137.507        | 393 | 0.350       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 137.990        | 399 |             |       |       |
| 7. ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน                                   | ระหว่างกลุ่ม | 0.674          | 6   | 0.112       | 0.357 | 0.05* |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 123.716        | 393 | 0.315       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 124.390        | 399 |             |       |       |
| 8. ปิดจมูกและปากด้วยกระดาษชำระเมื่อไอหรือจาม                                           | ระหว่างกลุ่ม | 1.224          | 6   | 0.204       | 0.591 | 0.73  |
|                                                                                        | ภายในกลุ่ม   | 135.713        | 393 | 0.345       |       |       |
|                                                                                        | รวม          | 136.938        | 399 |             |       |       |

**ตารางที่ 1** เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) กับวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) (ต่อ)

| วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) |              | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | p    |
|-----------------------------------------------------|--------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| 9. เก็บตัวอยู่บ้านเมื่อรู้สึกไม่สบาย                | ระหว่างกลุ่ม | 0.531          | 6   | 0.088       | 0.262 | 0.95 |
|                                                     | ภายในกลุ่ม   | 132.579        | 393 | 0.337       |       |      |
|                                                     | รวม          | 133.110        | 399 |             |       |      |
| รวม                                                 | ระหว่างกลุ่ม | 0.011          | 6   | 0.002       | 0.046 | 1.00 |
|                                                     | ภายในกลุ่ม   | 15.567         | 393 | 0.040       |       |      |
|                                                     | รวม          | 15.578         | 399 |             |       |      |

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่างกัน มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่างกัน มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) เกี่ยวกับรับวัคซีนเมื่อได้รับสิทธิ์และการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

### 1. การเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผ่านโทรทัศน์มากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยอื่น แต่การที่จะให้ได้ว่าปัจจัยที่เหล่านี้นั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลได้อย่างทั่วถึง ทำให้มนุษย์ได้รับข้อมูลในด้านต่าง ๆ มากขึ้น โดยรับผ่านทั้งภาพและเสียงเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพประเภทหนึ่งของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น นำมา

ซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ ของข้อมูลข่าวสาร จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังที่ John (2017) กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสาร มีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงนิสสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป ผลการวิจัยสอดคล้องกับวรทัยราวิจิ (2564) ทำการศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขและการรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสาร ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุดคือสื่อของกรมควบคุมโรคผ่านสื่อโทรทัศน์

### 2. วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับปฏิบัติ บางครั้ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สวมหน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ เมื่ออยู่ในพื้นที่ปิด โดยปฏิบัติเป็นประจำ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า จากการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ไวรัสติดต่อผ่าน ‘สารคัดหลั่งทางเดินหายใจ’ โดยสารคัดหลั่งทางเดินหายใจ (Respiratory Fluids) นี้จะถูกปล่อยออกมาระหว่างหายใจออก เช่น การหายใจตามปกติ การพูดการร้องเพลง การออกกำลังกาย การไอหรือจามเป็นละอองขนาดเล็ก-ใหญ่แตกต่างกัน และละอองเหล่านี้เป็นตัวพา

ไวรัสไปติดเชื้อให้กับผู้อื่น แต่จะสามารถแพร่ไปได้ไกลเท่าไร ขึ้นกับขนาดของละอองและสิ่งแวดล้อม ในขณะนั้น ดังที่กรมควบคุมโรค (2563) ได้จัดทำแนวทางการปฏิบัติสำหรับบุคคลทั้งประชาชนทั่วไปและประชาชนกลุ่มเสี่ยงสูงต่อการติดเชื้อโรคโควิด-19 โดยระบุว่า ควรสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลา เมื่ออยู่นอกบ้าน ผลการวิจัยสอดคล้องกับเสกสรร สายสีต (2564) ศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความตระหนักรู้ของนักเรียนนักศึกษา จังหวัดอุดรธานี ในช่วงไวรัสโควิด-19 ระบาด ผลการวิจัยพบว่า นักเรียน นักศึกษา มีความตระหนักรู้ในระดับมากที่สุด คือการออกจากบ้านต้องสวมหน้ากากทุกครั้ง เช่นเดียวกับณัฐวรรณ คำแสน (2564) ทำการศึกษาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของประชาชนในเขตอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.80 สวมหน้ากากอนามัยเมื่อออกจากบ้าน รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhong และคณะ (2020) ที่ศึกษาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของชาวจีน ในช่วงการระบาดใหญ่ของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 98 สวมหน้ากากอนามัยเมื่อออกนอกบ้าน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญ์ณภัส วิรัตน์เกษม (2564) ทำการศึกษาการพัฒนาารูปแบบการมีส่วนร่วมด้านพฤติกรรมคุณธรรมจริยธรรมในวิถีชีวิตความปกติใหม่ (New Normal) ของนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดโพธิ์ จังหวัดชลบุรี โดยค้นพบว่า การระบาดของไวรัสโควิด พ.ศ. 2562-2563 ส่งผลต่อวิถีชีวิตคนไทย ทั้งระดับครอบครัว ชุมชน และประเทศ ทำให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต ในบริบทสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ความปกติใหม่ เป็นการปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้อยู่รอดปลอดภัยจากการติดเชื้อ เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม หรือการหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การสร้างสรรคเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ และเมื่อเวลาผ่านไป ผู้คนในสังคมจะเกิดความคุ้นชินกับพฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบใหม่ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติไปในที่สุด

### 3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่างกัน มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) เกี่ยวกับรับวัคซีนเมื่อได้รับสิทธิ์และการปฏิบัติ

ตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการได้รับสิทธิ์และการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่เกี่ยวกับการฉีดวัคซีนในแต่ละสื่อ อาจไม่มีความละเอียดและครบถ้วนเพียงพอ ประกอบกับแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการวัคซีนอาจไม่มีทิศทางที่ชัดเจน เนื่องจากเป็นโรคระบาดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในแต่ละสื่อมีความครบถ้วนแตกต่างกัน ตามประสิทธิภาพของสื่อด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cruz (2020) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ในด้านสภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ และข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร รวมทั้งเป้าหมาย (Goal) ในการเลือกรับข่าวสารที่กำหนดจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผ่านโทรทัศน์ รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ดังนั้น หากจะสื่อสาร รณรงค์ให้กับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาในโอกาสต่อไป สื่อที่ต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบบูรณาการ ควบคู่กันไป ได้แก่ สื่อเฟซบุ๊ก และโซเชียลมีเดียอื่น ๆ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน รวดเร็ว

1.2 จากปัญหาที่พบจากข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งนี้ คือ หน้ากากอนามัยไม่สามารถหาซื้อได้ตามที่รัฐกำหนด และมีราคาสูง รัฐจะต้องมีมาตรการในการช่วยเหลือประชาชน และจัดหาให้อย่างเพียงพอ นอกจากนี้นักเรียน นักศึกษายังเห็นว่ารัฐเยียวยาอาชีพที่ประสบปัญหาในช่วงโควิดไม่ทั่วถึง รัฐจะต้องดำเนินการให้ทั่วถึง เพื่อคลายความเดือดร้อนของประชาชนในช่วงการระบาดของไวรัส โคโรนา (COVID-19)

1.3 จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเปิดรับข่าวสารโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ต่างกัน มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) เกี่ยวกับการรับวัคซีนเมื่อได้รับสิทธิ์ และการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในพื้นที่

เกี่ยวกับการฉีดวัคซีน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสื่อทุกแขนง ไม่ว่าจะเป็นสื่อรูปแบบดั้งเดิมหรือสื่อใหม่ ควรทำการสื่อสาร รมรงค์ให้กับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ได้รับทราบถึงประโยชน์และข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับการฉีดวัคซีนให้ชัดเจนและครบถ้วน เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ก่อนและ

หลังเข้ารับการฉีดวัคซีน COVID-19 และเพื่อจะได้คลายความกังวลและปฏิบัติตัวอย่างถูกต้อง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ควรศึกษาถึงการรู้เท่าทันสื่อ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านไวรัสโควิด-19 ความตระหนักรู้ของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่น ๆ เช่น ประชาชนทั่วไป และให้ครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมควบคุมโรค. (2563). *โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.
- [2] กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *คำแนะนำการป้องกันตนเองและการปฏิบัติด้านสุขอนามัยในสถานศึกษาในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19)*. กรุงเทพฯ: กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.
- [3] กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (2560). *กระบวนการวิจัยสื่อสารมวลชน : เชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และผสมวิธี*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] ญัฐวรรณ คำแสน (2564). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของประชาชนในเขตอำเภออุ้มผาง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี*, 4(1), 33-48.
- [5] ธัญญ์ณภัส วิรัตน์เกษม. (2564). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมด้านพฤติกรรมคุณธรรมจริยธรรมในวิถีชีวิตความปกติใหม่ (New Normal) ของนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดโพธิ์ จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(2), 114-127.
- [6] บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์. (2559). *สถิติเพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- [7] วรทัย ราวีนิจ. (2564). การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขและการรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสาร. *งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัย รังสิต ประจำปี 2564*.
- [8] เสกสรร สายสีสด. (2564). พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความตระหนักรู้ของนักเรียนนักศึกษา จังหวัดอุดรธานี ในช่วงไวรัสโควิด-19 ระบาด. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(1), 13-25.
- [9] Cruz, J. (2020). Debunking Eurocentrism in Organizational Communication Theory: Marginality and Liquidities in Postcolonial Contexts. *Communication Theory*, (2020), 1-21.
- [10] Dong, E., Du, H., & Gardner, L. (2020). An interactive web-based dashboard to track COVID-19 in real time. *The Lancet Infectious Diseases*, 20(5), 533–534.
- [11] John, M. (2017). Turn-taking in Con versations. *Journal of Communication*, 75-92.
- [12] Zhong, B. L., Luo, W., Li, H. M., Zhang, Q. Q., Liu, X. G., Li, W. T., & Li, Y. (2020). Knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19 among Chinese residents during the rapid rise period of the COVID-19 outbreak: A quick online cross-sectional survey. *International Journal of Biological Sciences*, 16(10), 1745–1752.

## การออกแบบการตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

### MASCOT DESIGN FOR PROMOTING THE IMAGE OF LOTUS SEA IN NONG HAN LAKE KUMPHAWAPI UDON THANI

จีระเดช เจริญชนม์<sup>1\*</sup>

JEERADAT CHAROENCHON<sup>1\*</sup>

#### บทคัดย่อ

ทะเลบัวแดง ตั้งอยู่ในบึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นแหล่งน้ำจืดขนาดใหญ่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วย พันธุ์นก พันธุ์ปลา และพืชน้ำ เป็นจำนวนมาก ซึ่งในทุกปีเริ่มตั้งแต่ต้นเดือนธันวาคม ไปจนถึงสิ้นเดือนกุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางมานั่งเรือเพื่อชื่นชมความงดงามของดอกบัวแดงที่ผลิบานอยู่เต็มท้องน้ำ จึงเป็นที่มาของคำว่า “ทะเลบัวแดง” และยังมี “เทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหานกุมภวาปี” ที่ถูกจัดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีเป็นอย่างมาก หากแต่ยังขาดสัญลักษณ์หรือตัวแทนที่จะช่วยเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นความสนใจให้แก่ผู้คน ได้รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มากยิ่งขึ้น

โดยในปัจจุบันมาสคอต (mascot) หรือการตูนสัญลักษณ์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในการเข้ามาช่วยปรับภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย หรือเพิ่มเสน่ห์ในการดึงดูดใจ และสร้างภาพจำให้กับสินค้า จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนามาสคอต เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ผ่านการตูนสัญลักษณ์ที่มีรูปแบบเฉพาะตัวโดยมีที่มาจากเอกลักษณ์สำคัญที่มีอยู่ในท้องถิ่น และเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรธานี

ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นให้เห็นถึงขั้นตอน และวิธีการออกแบบการตูนสัญลักษณ์ ที่ได้จากการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น รวมถึงเพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนที่มีต่อการตูนสัญลักษณ์ โดยการอภิปรายผลการวิจัยพบว่า ตัวแทนคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเดียม มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ดอกบัวสาย และนกกระยาง มีความเหมาะสมในการเป็นารตูนสัญลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เนื่องจากเป็นสายพันธุ์พืช และสัตว์ที่มีมากในบึงหนองหาน และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ว่าจะเป็นรูปร่างหรือสีสันที่มีความสวยงาม ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจต่อการตูนสัญลักษณ์ โดยกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ด้านความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความน่าจดจำ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านมีลักษณะเฉพาะ มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด

**คำสำคัญ :** การตูนสัญลักษณ์ ; อัตลักษณ์ ; ทะเลบัวแดง

<sup>1</sup> อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยสันตพล, Lecturer, Faculty of Science and Technology, Santapol College.

\* Corresponding Author, Email: Jeeradat@stu.ac.th

## ABSTRACT

Red Lotus Sea has been located in Nong Han lake, Kumpawapi district, Udonthani province. This place is a large abundant lake which are full of fish species, many kinds of birds and a lot of plants. Every year starting from December to the end of February, the tourists prefer to have scenic boat ride to see a lot of beautiful bloomed red lotuses in this lake. This is the origin of “Red Lotus Sea” or “Bloomed red lotus sea festival, Nong Han lake Kumpawapi”. And this festival has taken place during the time of bloom lotus which is essential to tourism industry in Udonthani. However, there is lack of a symbol or an agent to motivate the tourists more perceiving.

Nowadays, Mascot or Gartoon symbol has a powerful role in tourism business. It could be helpful to adapt the modern image or increase motivation as a brand. According to the reasons above, the researcher realizes the importance of Mascot developing to promote the good image of red sea lotus tourist by using unique gartoon integrating identity of Udonthani province.

This study aims to study the steps and strategies of Gartoon symbols which has been participated by local persons in community and to demonstrate the samples of public relations media. The results of this study could be helpful the entrepreneurs to increase value-added of goods or souvenirs, services and good images or good memory towards public.

**Keywords:** Mascot ; Identity ; Red Lotus Sea

## บทนำ

“ทะเลบัวแดง” มีที่มาจากครั้งที่ นายรักเกียรติ ศรีลาวงค์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเดียม ซึ่งย้ายมาดำรงตำแหน่งที่โรงเรียนบ้านเดียม ในปี 2547 ได้ลงพื้นที่ไปศึกษาหนองหานกุมภวาปี พร้อมกับกลุ่มผู้นำชุมชน และชาวประมงบ้านเดียม ซึ่งพบว่า มีบัวแดงจำนวนมากเกิดขึ้นเต็มท้องน้ำหนองหาน ตั้งแต่ราวๆ เดือนตุลาคม - เดือนมีนาคมทุกปี จึงได้มีการระดมความคิดเห็นว่าจะเชิญชวนคนมาดู มาเที่ยวชมความงาม ความยิ่งใหญ่ของบัวแดง ตลอดจนวิถีชีวิตผู้คน สัตว์ต่าง ๆ และธรรมชาติอันงดงามของหนองหานกุมภวาปี เพื่อเพิ่มรายได้ สร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชน และมุ่งให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของทุกคน จึงได้เกิดคำว่า “ทะเลบัวแดงหมื่นไร่” ตั้งแต่นั้นมา โดยมีหน่วยงานเอกชน หน่วยงานของรัฐที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวมาขอข้อมูลมากมายไปเผยแพร่ จึงทำให้ทะเลบัวแดงรู้จักกันทั่วไป การจัดงานทะเลบัวแดงบ้านเดียม ได้เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 14 - 18 พฤศจิกายน 2548 โดยใช้ชื่อว่า “งานชมทะเลบัวแดงหมื่นไร่ กราบไหว้พระศักดิ์สิทธิ์ แดนเนรมิตหนองหาน ดำนาผาแดงนางไอ่” โดยการร่วมมือร่วมใจของผู้นำชุมชน และกลุ่มชุมชน

ชาวบ้านเดียมทั้งสองหมู่บ้าน ประกอบด้วยประธานกลุ่มโฮมสเตย์บ้านเดียม หัวหน้ากลุ่มแม่บ้าน ประธานกลุ่มเรือประมงบ้านเดียม และคณะครูโรงเรียนบ้านเดียมทุกคน โดยมีผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเดียมทำหน้าที่ประสานงาน และที่ปรึกษา ได้ร่วมกันระดมความคิดในการจัดงานขึ้น โดยได้นำแนวทางการสนับสนุนให้เกิดแหล่งท่องเที่ยว จาก “กลุ่มเครือข่ายอนุรักษ์ลุ่มน้ำหนองหาน” ที่ได้มาดำเนินการไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ด้วยเหตุนี้จึงเกิดรูปแบบของ “คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเดียม” เป็นหลักในการบริหารงานท่องเที่ยวในหมู่บ้าน จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนรู้จักในวงกว้างมากขึ้น (รักเกียรติ ศรีลาวงค์. 2560)

ในการจัดงานชมทะเลบัวแดงจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ผู้ที่มีแนวคิดริเริ่มการจัดงาน คือ นายรักเกียรติ ศรีลาวงค์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเดียม ได้ย้ำเสมอว่า จะต้องเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม และเปิดโอกาสให้เยาวชนจากทุกโรงเรียนได้เข้ามาศึกษาเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้บึงหนองหานกุมภวาปี และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง อยู่อย่างมั่นคง และยังยืน จากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการลงพื้นที่ร่วมกับชุมชนเพื่อทำงานวิจัยออกแบบและพัฒนามาสคอตเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วประเทศ

เนื่องด้วยในปัจจุบันการสร้างการรับรู้สัญลักษณ์ ถือเป็นกลยุทธ์ใหม่สำหรับใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติ. 2558) เพื่อใช้เป็นตัวหลักในการนำเสนอจุดดึงดูดเด่น ของแต่ละพื้นที่ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น โดยอาศัยบุคลิกลักษณะที่น่ารักของตัวการ์ตูนเป็นสื่อกลาง โดยที่ผ่านมามีตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ เช่น คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเตียม ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์มาโดยตลอด เช่น จัดทำแสดงข้อมูลต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ [www.banduim.th](http://www.banduim.th) และติดตั้งป้ายบิลบอร์ด (Billboard) เพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมามีจังหวัดอุดรธานีได้เคยทำการเปิดตัวมาสคอตของโครงการปลูกสุนัขชื่อ “คุณทองโบราณ” ที่ถูกยกให้เป็นมาสคอตประจำจังหวัดอุดรธานี เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายใต้โครงการ “เที่ยวสบายใจ ไปเที่ยวสบายดี” นอกจากนี้ ดังตามาสคอตและสินค้าของที่ระลึกคุณทองโบราณ ยังช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดอุดรธานี เพราะได้มียอดขายที่ตั้งแต่เริ่มเปิดร้านเป็นต้นมา (home cable tv 2562: ออนไลน์)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงประโยชน์ในการนำเอาการ์ตูนสัญลักษณ์ มาใช้เป็นสื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี และเป็นโอกาสส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามนโยบายยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ประจำปี พ.ศ. 2561 – 2565 ที่ให้ความสำคัญต่อการ “พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การบริการและการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น” (แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี. 2563)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาถึงอัตลักษณ์ของเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
2. ออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

### กรอบแนวคิดงานวิจัย

1. ศึกษาและการ์ตูนสัญลักษณ์สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และอัต

ลักษณ์ประจำจังหวัดที่แสดงถึงความงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นจุดขายทางด้านการท่องเที่ยวของบึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

2. พัฒนาแนวคิดในการออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ให้เหมาะสมตามความต้องการของท้องถิ่น ด้วยการมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า และบริการ ในแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างดังนี้  
ประชากรได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน  
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน  
จำนวน 30 คน
2. กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการประเมินรูปแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ดังนี้  
ประชากรได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก  
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก  
จำนวน 3 ท่าน
3. รวบรวมแนวความคิดทั้งหมดที่ได้รับนำมาสรุป เพื่อพัฒนาแบบร่างโดยการถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของเรขาคณิตที่เหมาะสมกับการออกแบบมาสคอต เช่นการใช้สัญลักษณ์จากรูปทรงเรขาคณิตเพื่อบอกถึงลักษณะนิสัยของตัวละคร และใช้หลักทฤษฎีสี่ในการออกแบบ
4. ออกแบบและวาดภาพการ์ตูนสัญลักษณ์ในรูปแบบ “ดิจิทัลอาร์ต” ดังนี้
  - 4.1. ร่างภาพของตัวการ์ตูนในมุมมองต่างๆ บนแผ่นกระดาษ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องตามแบบ
  - 4.2. ถ่ายภาพร่างเป็นไฟล์ดิจิทัล จากนั้นจึงส่งไฟล์ภาพไปเก็บไว้ยังเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นต้นแบบการวาดภาพในขั้นตอนต่อไป
  - 4.3. วาดภาพด้วยโปรแกรม โปรครีเอท (Procreate) ในอุปกรณ์ ไอแพด โปร (iPad Pro) โดยใช้ต้นแบบจากภาพร่างที่บันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์
  - 4.4. สรุปผลจากข้อเสนอแนะที่ผ่านการพิจารณาโดยคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเตียม เพื่อให้ได้แบบมาส

คอตที่เหมาะสมกับความต้องการของชุมชน เพื่อนำมาใช้เป็น  
สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ และป้ายโฆษณาการท่องเที่ยวทะเล  
บัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาข้อมูลปฐมและทุติยภูมิ เพื่อเป็นแนวทางของการ  
ออกแบบการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว  
ทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
2. ออกแบบเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือการ  
สนทนากลุ่ม เครื่องมือการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการ  
ออกแบบกราฟิกและเครื่องมือการประเมินพึงพอใจตัวแทน  
ผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน ที่มีต่อการดำเนินงาน  
ผู้ประกอบการร้านค้า
3. สรุปลข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยทำการวิเคราะห์  
ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ใน  
การรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาปฏิบัติการออกแบบการดำเนินงาน  
สัญลักษณ์
4. เสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ และปรับปรุงรูปแบบ  
ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
5. ดำเนินการนำรูปแบบการดำเนินงานเพื่อส่งเสริม  
ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุม  
ภวาปี จังหวัดอุดรธานี ไปใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์
6. ประเมินความพึงพอใจโดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา  
ชมความงามของทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี  
จังหวัดอุดรธานี
7. วิเคราะห์ผลและสรุปผลการวิจัย โดยผู้ศึกษาได้  
ดำเนินการสอบถาม และวิเคราะห์สรุปผลโดยใช้การหาค่าเฉลี่ย  
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $\bar{X}$  และ S.D.
8. สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยใน  
ครั้งต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความ  
พึงพอใจ เป็นการวิเคราะห์โดยใช้หลักทางสถิติแบบคิดค่าร้อยละ  
ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลโดยการบรรยาย  
การเก็บรวบรวมข้อมูลในการประเมินนั้นจะใช้คะแนนเฉลี่ย  
ความคิดแต่ละช่วง เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจจากการใช้แบบ  
ประเมินรูปแบบ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ผลการประเมิน  
อยู่ในระดับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ผลการประเมิน  
อยู่ในระดับ มาก

ระดับคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ผลการประเมิน  
อยู่ในระดับ ปานกลาง

ระดับคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ผลการประเมิน  
อยู่ในระดับ น้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ผลการประเมิน  
อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของการดำเนินงาน  
เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน  
อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ได้ออกมาดังนี้ โดยกลุ่ม  
ผู้ประกอบการร้านค้า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก  
( $\bar{X}$  = 4.19) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.67) ด้านความ  
สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ  
มากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.65) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.48)  
ด้านความน่าจดจำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.57)  
ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.50) ด้านมีลักษณะเฉพาะ  
มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.88) ส่วนค่าเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน (S.D. = 0.66) ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน  
มีความพึงพอใจในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.93) ส่วนค่าเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน (S.D. = 0.62)



ภาพที่ 1 “คุณทองโบราณ” มาสคอตประจำจังหวัดอุดรธานี

### แนวคิดและทฤษฎีในการออกแบบ

ผู้วิจัยได้นำหลักทฤษฎีการออกแบบมาประยุกต์ให้การ  
สร้างสรรค์ผลงานมีความเหมาะสมตรงตามหลักศิลปะ เพื่อจะ

สะท้อนภาพอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการใช้แนวคิดและทฤษฎีเรื่องสัญลักษณ์จากรูปทรงเรขาคณิต เพื่อบอกถึงลักษณะนิสัยของตัวละคร และใช้หลักทฤษฎีสีร่วมในการออกแบบทำให้การตื้นสัญลักษณ์ ที่ผ่านการออกแบบด้วยกระบวนการนี้สามารถแสดงออกถึงบุคลิกภาพในเชิงบวก และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ชัดเจน (ศิริพร ปีเตอร์. 2560)

### รูปแบบและประเภทของมาสคอตที่นำมาใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลตัวอย่างของการตื้นสัญลักษณ์ ในรูปแบบต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นที่มาสคอตได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเพื่อการโฆษณาท้องถิ่น หรือเป็นสัญลักษณ์ตัวแทนองค์กร หน่วยงาน แบนด์สินค้า งานกิจกรรม งานแข่งขันกีฬา (ไพโรจน์ อธิระประภา, 2558) โดยสามารถสรุปเป็นรูปแบบมาสคอตที่สอดคล้องกับงานวิจัยได้ 3 รูปแบบดังนี้

1. รูปแบบที่มาจากบุคคล กล่าวคือเป็นการตื้นสัญลักษณ์ที่มีต้นแบบมาจากบุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียง เช่น ศิลปิน นักร้อง นักแสดง นักกีฬา หรือบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ มักจะถูกนำไปใช้เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก



ภาพที่ 2 การตื้นสัญลักษณ์ ที่มีรูปแบบมาจากบุคคล

2. รูปแบบที่มาจากสัตว์ กล่าวคือเป็นการตื้นสัญลักษณ์ที่มีต้นแบบมาจากสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติ ประจำถิ่น หรือสัตว์ที่เป็นมงคลในอุดมคติส่วนใหญ่มักถูกใช้เป็น “สัตว์นำโชค”

ในการจัดการแข่งขันกีฬาในทุกระดับ และเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำจังหวัด หรือประจำอำเภอ



ภาพที่ 3 การตื้นสัญลักษณ์ ที่มีรูปแบบมาจากสัตว์

3. รูปแบบที่มาจากพืชผัก ดอกไม้ และผลไม้ กล่าวคือเป็นมาสคอตที่มีต้นแบบมาจากพืชผักผลไม้ประจำถิ่น หรือดอกไม้ประจำชาติ, ประจำจังหวัด โดยมักจะออกแบบมาเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงาน หรือเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดด้วยเช่นกัน (ประไพพรรณ เป็รื่องพงษ์. 2558)



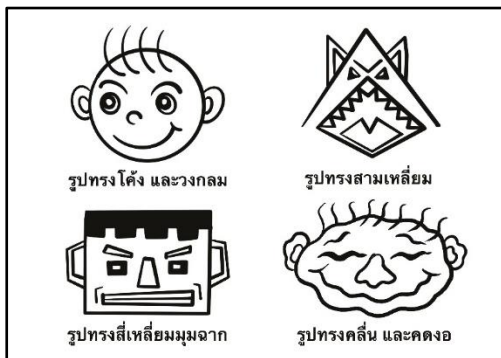
ภาพที่ 4 การตื้นสัญลักษณ์ ที่มาจากพืชผัก ดอกไม้ และผลไม้

### รูปทรงที่แสดงออกถึงบุคลิกของตัวละคร

รูปทรงเรขาคณิตมีความสำคัญต่องานออกแบบหรืองานศิลปะทุกประเภท ซึ่งรูปทรงเรขาคณิตต่างๆ นั้นเกิดจากการลากเส้นไปยังทิศทางต่างๆ เช่น เส้นโค้ง เส้นตั้ง เส้นตรง เส้นเฉียง

ฯลฯ ทำให้เกิดรูปร่าง รูปทรง ซึ่งเป็นแกนหลักสำคัญในการออกแบบมาสคอตโดยสามารถให้ความหมาย หรือแสดงความรู้สึกและอารมณ์ที่มีความแตกต่างกันออกไปดังนี้

1. รูปทรงโค้ง และวงกลม ให้ความรู้สึกโค้งมน อ่อนนุ่ม สบายตา เหมาะกับตัวละครที่มีจิตใจดี อ่อนโยน ไม่มีพิษภัย
2. รูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉาก ให้ความรู้สึกถึงความแข็งแรง มีพลังในตัวเอง เหมาะกับตัวละครที่มีจิตใจเข้มแข็ง
3. รูปทรงสามเหลี่ยม ให้ความรู้สึกอันตรายและน่ากลัว เหมาะกับตัวละครที่มีอารมณ์รุนแรงไม่น่าไว้วางใจ
4. รูปทรงคลื่น และคดงอ ให้ความรู้สึกอ่อนไหว ไม่แน่นอน เหมาะกับตัวละครที่มีจิตใจอ่อนแอ ลื่นไหลไม่น่าเชื่อถือ



ภาพที่ 5 รูปทรงที่แสดงออกถึงบุคลิกของตัวละคร

### ทฤษฎีสีคู่ตรงข้ามในงานออกแบบการตูนสัญลักษณ์

ทฤษฎีสี (Theory of Color) หมายถึงหลักของการผสมสี เพื่อให้เกิดสีที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะแขนงต่างๆ เช่น โลโก้ โปสเตอร์ แปรนเนอร์ หรืองานออกแบบกราฟิก โดยเฉพาะทฤษฎีสีคู่ตรงข้าม (Complementary Colour) ที่มีความสำคัญมากในงานออกแบบมาสคอต เนื่องจากสีมีส่วนช่วยในการสร้างตัวตน (Identity) ของตัวละครให้น่าจดจำและมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร แต่การใช้สีคู่ตรงข้ามที่ตัดกันอย่างรุนแรงในงานศิลปะนั้นต้องอาศัยหลักการ และสัดส่วนที่เหมาะสมดังนี้

|             |  |                |
|-------------|--|----------------|
| สีเหลือง    |  | สีม่วง         |
| สีส้มเหลือง |  | สีม่วงน้ำเงิน  |
| สีส้ม       |  | สีน้ำเงิน      |
| สีแสด       |  | สีเขียวน้ำเงิน |
| สีแดง       |  | สีเขียว        |
| สีม่วงแดง   |  | สีเขียวเหลือง  |



ภาพที่ 6 เฉดสีที่ใช้ในงานออกแบบการตูนสัญลักษณ์

### การใช้สีในสัดส่วน 80/20

คือหลักการใช้สีที่หนึ่งประมาณร้อยละ 80 อีกสีหนึ่งร้อยละ 20 ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญของการใช้คู่สีตรงข้าม เพราะหากมากเกินไปจะทำให้ผลงานดูสับสนวุ่นวายไม่โดดเด่น หรือกลายเป็นงานที่ดูรกตาไม่น่าสนใจ

### การใช้สีคู่ตรงข้ามที่มีสัดส่วนเท่ากัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นคือสีคู่ตรงข้ามต้องมีสัดส่วนประมาณ 80/20 จึงจะเหมาะสมนั้น หากเราต้องการให้มาสคอตใช้คู่สีที่มีสัดส่วนที่เท่ากันพอดีคือ 50/50 เราควรใช้เทคนิคการเพิ่มสีขาวหรือเทาเข้าไปในแต่ละสี เพื่อให้ได้โทนสีที่มีความอ่อนนุ่ม (soft) ไม่ดูตัดกันอย่างรุนแรงจนเกินไป

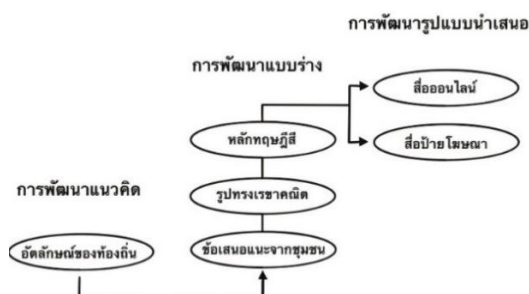
### การใช้สีคู่ตรงข้าม 6 คู่

สีคู่ตรงข้ามที่ตัดกันอย่างรุนแรงนั้น จะมีอยู่ด้วยกัน 6 คู่สามารถนำไปผสมกับสีอื่นๆ เพื่อเพิ่มความเข้ม-อ่อนของแต่ละสี หรือเพื่อลดความรุนแรงของสีที่ตัดกันให้ดูนิ่มนวลลงได้ โดยสีคู่ตรงข้ามทั้ง 6 คู่มีดังนี้

- 1) เหลือง – ม่วง
- 2) แดง – เขียว
- 3) น้ำเงิน – ส้ม
- 4) ส้มเหลือง – ม่วงน้ำเงิน
- 5) ส้มแดง – เขียวน้ำเงิน
- 6) เขียวเหลือง – ม่วงแดง

การใช้ทฤษฎีสี่คู่ตรงข้ามในงานออกแบบนั้น มีส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความน่าสนใจ และสร้างความโดดเด่นให้กับมาสคอตเป็นอย่างมาก แต่บางกรณี สีพื้นฐานอย่างเช่น ขาว เทา ดำ ก็สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับตัวละครได้เช่นเดียวกัน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ศึกษาและค้นคว้ามาข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนากระบวนการสร้างสรรค์ และออกแบบมาสคอตเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ซึ่งมีกระบวนการตามขั้นตอนการออกแบบดังนี้



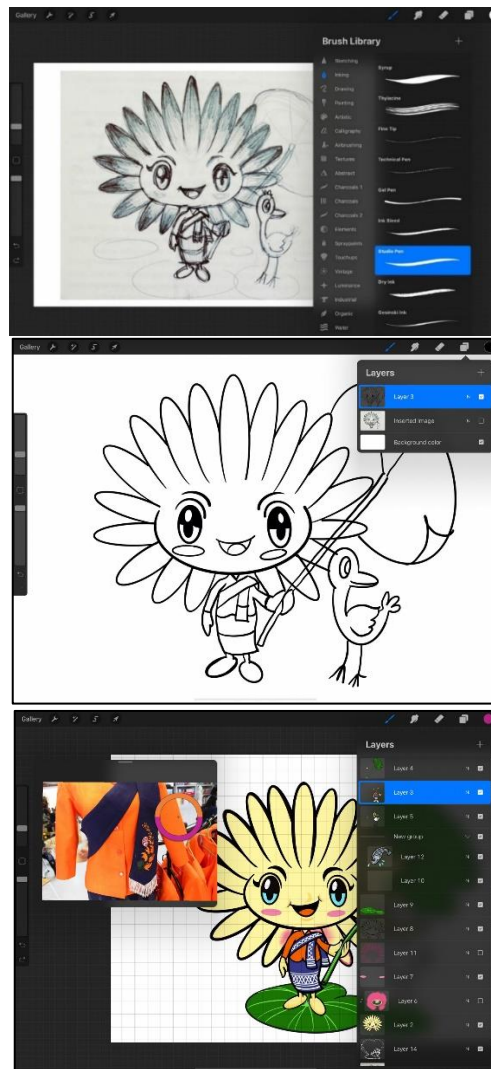
ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดการวิจัย

### ผลสัมฤทธิ์ของงานสร้างสรรค์/ผลการวิจัย

การประเมินผลการออกแบบมาสคอตเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี นักวิจัยได้พบว่ามาสคอตที่ออกแบบมานั้น ได้สร้างความพึงพอใจให้กับคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเดียม ซึ่งเป็นตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้าและบริการในชุมชน ที่ได้มีส่วนร่วมในการปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหานกุมภวาปี ให้มีเสน่ห์ในการดึงดูดใจผู้คนมากขึ้น โดยนักวิจัยได้นำเอาเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง, สีเส้นของดอกบัวสาย และนกยางโทนใหญ่ ซึ่งเป็นสายพันธุ์พืช และสัตว์ที่มีมากในบึงหนองหาน มาเป็นฐานในการออกแบบเพื่อให้ได้มาสคอตที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และสื่อถึงเทศกาลทะเลบัวแดงให้ได้มากที่สุด เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบ ดิจิทัลอาร์ต (Digital Arts) ตามทฤษฎีการออกแบบตัวละคร (Character Design) โดยการใช้โปรแกรมวาดภาพ โปรครีเอท (Procreate) ในอุปกรณ์ไอแพดโปร (iPad Pro) เป็นเครื่องมือในการวาดภาพ

โดยในแบบร่างสุดท้ายผู้วิจัยได้ถ่ายทอดออกมาเป็นมาสคอตจำนวน 2 ตัวคือ “น้องบัวแดง และน้องนกยาง”

ซึ่งเป็นเพื่อนรักกันที่ต่างมีบุคลิกภาพที่มีเสน่ห์ อ่อนโยนน่ารัก และใจดี พร้อมสำหรับเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งในสื่อโฆษณาออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่อไป



ภาพที่ 8 ภาพร่างในแอปพลิเคชัน โปรครีเอท (Procreate) ในอุปกรณ์ไอแพดโปร (iPad Pro)

การตูนสัญลักษณ์ แบบ SD (Super Deformed) หมายถึง ตัวการ์ตูนที่มีลักษณะร่างกายผิดสัดส่วนแบบคนรูปร่างเล็กแต่ศีรษะโตกว่าความเป็นจริง เป็นตัวการ์ตูนที่ดูเรียบง่าย และน่ารัก ซึ่งเป็นแนวทางที่ผู้วิจัยเลือกใช้สำหรับการออกแบบ มาสคอตประจำเทศกาลทะเลบัวแดงบาน ในครั้งนี้ เพราะเป็นรูปแบบที่สามารถถ่ายทอดลักษณะเด่นของพันธุ์พืช และพันธุ์สัตว์ ประจำถิ่นใน “บึงหนองหาน” ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยลักษณะของการแต่งกายของ “น้องบัวแดง” นั้นจะอยู่ในชุดผ้า

ไทยพื้นเมืองประจำจังหวัดอุดรธานี ซึ่งช่วยให้มาสตอตแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และอัตลักษณ์ของจังหวัด ได้อย่างเด่นชัด โดยผู้วิจัยได้วางความสัมพันธ์ของตัวละครชุดนี้ให้เป็น “เพื่อนที่ดีต่อกัน” เพื่อแสดงออกถึงการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างผู้คนกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม พร้อมกับบุคลิกที่สนุกสนาน แลดูเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้พบเห็นต่างเกิดความประทับใจและสามารถจดจำมาสคอตได้อย่างรวดเร็ว



ภาพที่ 9 การ์ตูนสัญลักษณ์ น้องบัวแดง และน้องนกกาง



ภาพที่ 11 การนำภาพการ์ตูนสัญลักษณ์ มาใช้งานในรูปแบบต่างๆ

## สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยพบว่าจากการออกแบบ และพัฒนาการ์ตูนสัญลักษณ์ สำหรับงานเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จ.อุดรธานี ด้วยการนำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มาประยุกต์ใช้นั้น ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และอัตลักษณ์ประจำจังหวัด ได้อย่างชัดเจน และยังก่อให้เกิดทัศนคติในเชิงบวกกับการ์ตูนสัญลักษณ์ ด้วยรูปแบบของสีสันที่ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน ประกอบด้วยรูปร่าง รูปทรงที่แสดงออกถึงบุคลิกที่ดูเป็นมิตร และง่ายต่อการจดจำ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวได้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ และแนวคิดทฤษฎีในการออกแบบ ที่สามารถใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบมาสคอตให้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

สรุปได้ว่าการพัฒนาการ์ตูนสัญลักษณ์ สามารถช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว และยังสร้างภาพลักษณ์ที่จดจำได้ง่าย ด้วยการนำจุดเด่นหลายอย่างมารวมกันไว้ในสิ่งเดียว ซึ่งจากการวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่า ความสำเร็จในการ



ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพ ดิจิทัลอาร์ต (Digital Arts) เพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์

ออกแบบ มาสคอตนั้น ไม่สามารถมาจากความคิดเห็นส่วนบุคคลได้เพียงอย่างเดียว แต่ต้องมาจากการผสมผสานกับเอกลักษณ์ของชุมชน และการระดมความคิดของทุกภาคส่วนที่ช่วยส่งเสริมกันอย่างแท้จริง



ภาพที่ 12 การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ของตัวแทนผู้ประกอบการในชุมชน ในการออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์



ภาพที่ 13 วิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านเดียมอ.กุ่มภาวปี จ.อุดรธานี ได้รับ “รางวัลชนะเลิศ” การประกวดวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด ปี 2564

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ให้กับชุมชน เพื่อใช้สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั้น ผู้คนในชุมชนควรมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น เช่น การสนทนากลุ่มร่วมกับตัวแทนคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยว หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ได้ฉันทามติร่วมกันก่อนที่นักวิจัยจะทำการออกแบบและพัฒนามาสคอต เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

2. การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม นอกเหนือจากการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นแล้ว รูปแบบของมาสคอตควรจะมีความทันสมัยเป็นสากล เพื่อเพิ่ม

ความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจในเวทีระดับโลกต่อไปในอนาคต

ด้วยภาพการ์ตูน ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากผู้คนในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยทำให้เทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านตัวการ์ตูนที่น่ารัก และน่าจดจำ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. นอกเหนือจากการออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ สำหรับการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ หรือติดตั้งแผ่นป้ายตามจุดต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ในอนาคตควรมีการพัฒนามาสคอตให้อยู่ในรูปแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ เพื่อใช้เป็นตัวแทนการสื่อสาร

2. ควรพัฒนากาตูนสัญลักษณ์ ให้อยู่ในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหวหรือภาพแอนิเมชัน (Animation) ทั้งแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อดิจิทัล (Digital media) ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็ว

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติ. (2558). *กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติการโยบายการท่องเที่ยว*. วันที่สืบค้นข้อมูล 15 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.daco-thai.com>.
- [2] คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ จังหวัดอุดรธานี. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ประจำปี พ.ศ. 2561 – 2565 (ทบทวนปี 2563)*. วันที่สืบค้นข้อมูล 18 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.udonthani.go.th/main/strategy>.
- [3] ประไพพรรณ เป็รื่องพงษ์ และ เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ ออยุธยา (2558). *การออกแบบมาสคอตสำหรับงานอีเว้นท์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่*. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2(2), 59-68.
- [4] ไพโรจน์ ธีระประภา. (2558). *อัตลักษณ์ของที่ระลึกและกราฟิกดีไซน์สะท้อนพื้นถิ่น*. นิตยสาร in design ฉบับที่ 148 ตุลาคม - พฤศจิกายน 2558. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ industrial network จำกัด.
- [5] รักเกียรติ ศรีลาวงค์. (2560). *ประวัติการจัดงานทะเลบัวแดงบ้านเดียม อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี*. วันที่สืบค้นข้อมูล 23 พฤษภาคม 2563. จาก <https://sites.google.com/site/clashsarunya/prawati-thale-baw-daeng>.
- [6] ศิริพร ปีเตอร์. (2560). *การออกแบบกราฟิก*. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์ประเทศไทย.
- [7] Home Cable TV. (2562). *มาสคอตประจำจังหวัดอุดรธานี*. โฮมเคเบิลออนไลน์. วันที่สืบค้นข้อมูล 19 มิถุนายน 2563. จาก <http://nwnt.prd.go.th/CenterWeb/News>.

## รูปแบบการลงโทษนักเรียนและแนวทางในการควบคุมให้เกิดการลงโทษนักเรียนที่เหมาะสม ในสถานศึกษา

### STUDENTS PUNISHMENT MODEL AND GUIDELINES FOR APPROPRIATE STUDENTS PUNISHMENT CONTROL IN SCHOOL

ภาณุฤทธิ์ พิธิษฐ์สกุลชัย<sup>1\*</sup>, เสกสัน เครือคำ<sup>2</sup> และ โสรรัตน์ กลับลีลา<sup>3</sup>

PHANUKRIT PHISITSAKUNCHAI<sup>1\*</sup>, SEKSAN KHRUAKHAM<sup>2</sup> and SORAT GLUBWILA<sup>3</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาารูปแบบการลงโทษของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 2) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของครูกับการเลือกรูปแบบการลงโทษในสถานศึกษา 3) ศึกษาเงื่อนไขสำคัญในการเลือกรูปแบบการลงโทษของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 และ 4) หาแนวทางการควบคุมในการลงโทษนักเรียนตามกรอบของกระทรวงศึกษาธิการ ประชากร คือ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 843 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร่ ยามาเน่ จำนวน 271 คน ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ จำนวน 10 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ การหาค่าความถี่ (frequency distribution) ค่าร้อยละ (percentage) สถิติ Chi-square และสถิติ Cross tabulation

ผลการวิจัยปรากฏว่า 1) ครูส่วนใหญ่เลือกรูปแบบการลงโทษตามระเบียบที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด คือ การทำทัณฑ์บน ว่ากล่าวตักเตือน ตัดคะแนนความประพฤติ และให้ทำกิจกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและการมีบุตรหรือเด็กในการอุปการะกับไม่มีบุตรหรือเด็กในการอุปการะ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกรูปแบบการลงโทษนักเรียน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่ง อายุราชการ วิทยฐานะ ระดับการศึกษา และสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกรูปแบบการลงโทษนักเรียน ในบางฐานการกระทำผิดเท่านั้น 3) เงื่อนไขสำคัญในการเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการเขียนดี ให้พักการเรียน ให้ย้ายสถานศึกษา ว่างรอบสนาม/ต้นพื้น/ลูกนั่ง ให้พ้นสภาพการเป็นนักเรียน และนำมาเป็นกรณีตัวอย่างหน้าเสาธง เป็นการลงโทษตามการกระทำผิดที่เป็นการกระทำความผิดซ้ำตั้งแต่สถานเบาจนถึงสถานหนัก 4) แนวทางการควบคุมในการลงโทษนักเรียนตามกรอบของกระทรวงศึกษาธิการ คือ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผู้บริหาร หรือครูผู้สอน ควรนำระเบียบการลงโทษนักเรียนภายใต้กรอบการลงโทษของกระทรวงศึกษาธิการมาใช้เพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน

**คำสำคัญ :** การลงโทษ ; รูปแบบการลงโทษ ; การควบคุมการลงโทษ

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาอาชีวศึกษาและการบังคับใช้กฎหมาย คณะสังคมศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ. Degree of Master of Arts in Criminology and Law Enforcement, Faculty of Social Sciences, Royal Police Cadet Academy.

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษา โรงเรียนนายร้อยตำรวจ. Associate Professor Master of Arts in Criminology and Law Enforcement Faculty of Social Sciences, Royal Police Cadet Academy.

<sup>3</sup> รองศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม โรงเรียนนายร้อยตำรวจ Associate Professor Master of Arts in Criminology and Law Enforcement Faculty of Social Sciences, Royal Police Cadet Academy.

\* Corresponding Author, Email: phanukrit7998@gmail.com

## ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the punishment patterns of teachers in educational institutions under the Office of Nongkhai Primary Educational Service Area 2; 2) find the relationship between teachers' personal factors and the choice of punishment styles in the schools; 3) study the key conditions in teachers' choices of punishment styles in schools under the Office of Nongkhai Primary Educational Service Area 2 and 4) find an approach to control the punishment of students according to the framework of the Ministry of Education. The population in the research was 843 government teachers and educational personnel. A questionnaire was the research tool used with the quantitative sample of 271 people that were selected by using Taro Yamane's tables. Purposive sampling was used to choose the qualitative sample of 10 people and interviews were used as the tool. In addition, the statistics used in the research were determination of frequency distribution, percentage, chi-square statistics and cross tabulation statistics.

The following are the results of the research. 1) Most teachers chose the form of punishment according to the regulations prescribed by the Ministry of Education such as parole, reprimand, behavior score reduction and activities to change behavior. 2) There was no relationship with the choice of student punishment style that related to the personal factors of teachers in terms of gender and having a child or taking care of a child in foster care. However, the personal factors in terms of position, length of government service, academic standing, educational level and status were correlated to the choice of punishment for students who do something wrong. 3) Frequency and fault level were the important conditions for choosing the forms of punishment that include beating, student suspension, school transfer, penalty, expulsion and punishment as an example in front of the flagpole. 4) For guidelines for student punishment under the framework of the Ministry of Education, all of the Educational Service Area offices, administrators or teachers ought to follow the same standard under the Ministry of Education's punishment framework.

**Keywords:** Punishment ; Form of Punishment ; Punishment Control

## บทนำ

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศ ที่มีครูและ  
ผู้รับผิดชอบในการเรียนการสอนของนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้น  
อนุบาลในโรงเรียนที่มีชื่อเสียง มีการกระทำที่รุนแรงและการ  
ลงโทษนักเรียนด้วยการทำโทษที่รุนแรง อันเป็นที่สนใจของบุคคล  
ทั่วไปในสังคม และเป็นการบั่นทอนความรู้สึกที่ดีของผู้ปกครอง  
และผู้เรียนที่มีต่อครูอาจารย์และสถานศึกษาออกไปในวงกว้าง  
เมื่อพิจารณาว่าสถานศึกษาควรมีระเบียบกฎเกณฑ์หรือไม่นั้น  
โดยปกติในการอยู่ร่วมกันของคนในทุกองค์กรจำเป็นต้องมีทั้ง 3  
ระดับ คือ 1) ระเบียบกฎเกณฑ์ ข้อกำหนดในการอยู่ร่วมกัน โดย  
มี 2) ข้อกฎหมายเฉพาะในระดับชาติ และ 3) ข้อกฎหมายที่ใช้

สำหรับบุคคลทั่วไปในชาติเป็นกฎหมายใหญ่ที่เป็นบรรทัดฐานอยู่  
แล้ว ในข้อแรกนั้นก็จะเป็นระเบียบของโรงเรียน ข้อที่ 2 ก็จะเป็น  
ระเบียบการลงโทษนักเรียนตามระเบียบในระดับกระทรวง  
ส่วนในข้อที่ 3 ก็จะเป็นกฎหมายอาญา แพ่ง ปกครอง กฎหมาย  
อื่นๆของประเทศ รวมถึงรัฐธรรมนูญด้วย

สาเหตุที่ครูใช้ความรุนแรง เกิดจากปัญหาอารมณ์จิตใจ  
ขาดทักษะการแก้ปัญหา อำนาจนิยมศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก  
วิเคราะห์สาเหตุที่ครูทำโทษด้วยความรุนแรง มี 2 สาเหตุ สาเหตุ  
แรกคือผิดกติาด้านจิตใจและอารมณ์เมื่อเกิดความเครียดอาจ  
ระบายอารมณ์กับเด็กด้วยการตี หรือต่อว่า สาเหตุที่สองครูขาด  
ทักษะการจัดการปัญหาเด็กครูจำนวนมากยังเชื่อว่าการลงโทษ  
ด้วยการตีเป็นวิธีที่ได้ผล นอกจากนี้มีความคิดเห็นจากผู้ที่ทำงาน

ด้านเด็ก มองว่า โรงเรียนส่วนใหญ่มีโครงสร้างแบบอำนาจนิยม ส่งผลให้ครูจำนวนมากมีพฤติกรรมใช้อำนาจกับเด็ก ประกอบกับการเรียนการสอนเป็นการสื่อสารทางเดียว จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ครูขาดทักษะการฟัง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าใจผู้เรียน แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในระบบออนไลน์ ก็ยังพบว่ายังมีนักเรียนถูกครูผู้สอนตำหนิด้วยถ้อยคำรุนแรง ขณะทำการสอนออนไลน์ การลงโทษด้วยวิธีการรุนแรง ยังมีความคิดเห็นแตกแยกเป็นหลายฝ่าย คือ ควรใช้และไม่ควรใช้ในบางโอกาส และบางกรณี วิธีการลงโทษทางกายที่ปรากฏในเอกสารเกี่ยวกับการศึกษาแต่โบราณ มีวิธี เช่น การตีด้วยไม้เรียว หรือไม้บรรทัด เป็นต้น ควรเน้นให้นักเรียนเชื่อฟังครู มิใช่เป็นการเชื่อฟังด้วยความกลัว ต้องแน่ใจว่านักเรียนเข้าใจและยอมรับข้อตกลงในโทษที่ต้องได้รับนั้นๆ ถือเป็นการเชื่อฟังด้วยความรัก ซึ่งหมายความว่าครูจะต้องเป็นผู้มีเหตุผล มีความเมตตา ความรักและความปรารถนาดีต่อเด็ก นับเป็นหลักที่สมควรนำมาใช้ต่อไป ซึ่งการฝึกฝนไม่ให้นักเรียนมีนิสัยต่อต้าน ไม่โอ้อวดเย่อหยิ่งและให้รู้จักถ่อมตน ไม่เป็นการทำให้เด็กขาดความมั่นใจในตนเอง แต่เป็นการฝึกมารยาทที่ดีในการให้เกียรติและเคารพผู้อื่น ไม่ข่มขู่ผู้อื่น ซึ่งเป็นมารยาทที่ช่วยให้เด็กเป็นที่รักของคนทั่วไป นับเป็นคุณสมบัติที่ควรฝึกฝนให้แก่เด็กนักเรียนในปัจจุบัน

จากที่มาและความสำคัญของปัญหา ผู้ศึกษาเห็นว่าการลงโทษนักเรียนด้วยวิธีการที่รุนแรงในปัจจุบันของครูในประเทศไทยยังคงถือเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักเรียนที่ยังคงมีอยู่ แม้จะขัดต่อระเบียบของกระทรวง ศึกษาธิการ จึงได้สนใจในการศึกษาและเพื่อเป็นการนำเสนอแนวทางส่งเสริมให้นักเรียนประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในกรอบ กฎ ระเบียบของสถานศึกษา ภายใต้กฎหมาย และเป็นการส่งเสริมสังคมให้มีส่วนร่วมช่วยกันสอดส่องดูแลช่วยกัน ทั้งครู และผู้ปกครอง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ร่วมมือร่วมแรงร่วมใจในการสร้างแนวทางส่งเสริมร่วมแก้ปัญหาพฤติกรรมของนักเรียน และค้นหาแนวทางในการควบคุมให้เกิดการลงโทษที่เหมาะสมในสถานศึกษา เพื่อเป็นข้อเสนอแนะต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

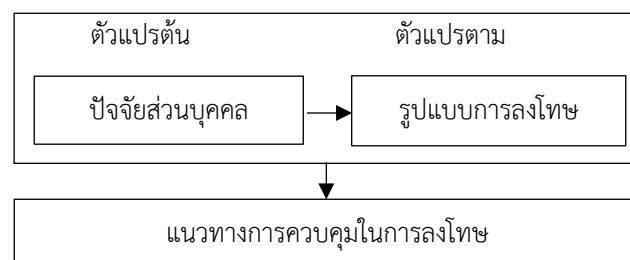
1. เพื่อศึกษารูปแบบการลงโทษนักเรียนของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม ศึกษา หนองคาย เขต 2

2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของครูกับการเลือกรูปแบบการลงโทษนักเรียนในสถานศึกษา

3. เพื่อศึกษาเงื่อนไขสำคัญในการเลือกรูปแบบการลงโทษนักเรียนของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม ศึกษาหนองคาย เขต 2

4. เพื่อหาแนวทางการควบคุมในการลงโทษนักเรียนตามกรอบของกระทรวงศึกษาธิการ

### กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานงานวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ได้แก่ เพศ ตำแหน่ง อายุราชการ วิทย์ฐานะ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และมีบุตรหรือเด็กในการอุปการะ กับไม่มีบุตรหรือเด็กในการอุปการะ มีความสัมพันธ์กับการเลือกรูปแบบการลงโทษนักเรียนในสถาน ศึกษาในแต่ละประเภทความผิด

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม ศึกษาหนองคาย เขต 2 จำนวน 843 คน

2. กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม ศึกษาหนองคาย เขต 2 จำนวน 271 คน จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane

3. กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ จำนวน 10 คน ได้แก่ 1) กลุ่มนักเรียนผู้เคยกระทำความผิด จำนวน 4 คน 2) กลุ่มข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สายการสอน จำนวน 5

คน 3) กลุ่มข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สายบริหาร  
สถานศึกษา จำนวน 1 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง รูปแบบการลงโทษและ  
แนวทางในการควบคุมให้เกิดการลงโทษที่เหมาะสมใน  
สถานศึกษา จำนวน 40 ข้อ ค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.98

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบ  
สัมภาษณ์ (Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง  
(Semi-structured Interview) จำนวน 10 ชุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม  
มีวิธีการดังนี้

1) ทำการขออนุญาตผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่  
การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 ผ่านทางคณะ  
สังคมศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ เพื่อเข้าทำการเก็บข้อมูล  
แบบสอบถาม

2) หลังจากได้รับอนุญาตจากผู้อำนวยการสำนักงาน  
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 แล้ว ผู้วิจัยจะ  
ทำการเข้าไปทำการแจกแบบสอบถามตามสถานศึกษาต่างๆ โดย  
ทำการแนะนำตัวกับกลุ่มตัวอย่าง ชี้แจงให้ผู้ต้องขังทราบถึง  
วัตถุประสงค์ของการศึกษา พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ในการ  
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละราย

3) ชี้แจงให้ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา  
ทราบว่าข้อมูลที่รวบรวมได้จากแต่ละรายจะถูกเก็บเป็นความลับ  
และผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการสรุปภาพรวม  
เท่านั้น

4) ทำการสอบถามข้าราชการครูและบุคลากรทางการ  
ศึกษาตามประเด็นที่ต้องการรวบรวมข้อมูลในแบบสอบถามจน  
ครบทุกข้อ

2. การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสัมภาษณ์  
มีวิธีการดังนี้

1) ทำการขออนุญาตผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่  
การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 ผ่านทางคณะ  
สังคมศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ เพื่อเข้าทำการสัมภาษณ์  
ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา

2) ดำเนินการจัดทำบันทึกเพื่อขอความอนุเคราะห์  
ข้อมูลที่ผ่านมาการรับรองของหัวหน้าภาควิชาที่ดูแลหลักสูตร  
เพื่อมอบแก่ผู้ให้ข้อมูลเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์

3) ทำการสัมภาษณ์โดยมีรูปแบบเป็นการสัมภาษณ์  
เชิงลึก (In-depth Interview) คือ การพูดคุย สัมภาษณ์ ซักถาม  
เพื่อให้ได้คำตอบ

4) ผู้สัมภาษณ์ทำการจดประเด็นคำตอบที่สำคัญ  
เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์สรุป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ที่สมบูรณ์  
ทั้งหมดมาลงรหัส (Coding) เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยแบ่ง  
การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (frequency distribution) และค่าร้อยละ (percentage) และข้อเสนอแนะ วิเคราะห์เชิง  
เนื้อหาและสรุปข้อความเชิงพรรณนาเป็นรายข้อ

2) สถิติเชิงอนุมาน ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ  
วิเคราะห์ คือ สถิติ Chi-square ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์  
ของข้อมูลเชิงคุณภาพที่แบ่งออกเป็นกลุ่ม และ สถิติ Cross  
tabulation ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัย  
นำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content  
Analysis) โดยมีขั้นตอนคือ

1) การแยกแยะและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้ มา  
วิเคราะห์ ตีความ เรียบเรียงและอภิปรายตามกรอบแนวคิดและ  
ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

2) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของร้อยแก้ว และการเน้น  
นำเสนอปรากฏการณ์สำคัญที่ค้นพบ (Quotations)

### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย ที่แสดงผลการศึกษาข้อมูล  
ต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่ม  
ตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล  
ของกลุ่มตัวอย่างกับการเลือกรูปแบบการลงโทษ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เงื่อนไขและแนวทางในการ  
ลงโทษของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา  
หนองคาย เขต 2

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของ  
กลุ่มตัวอย่าง

| ข้อมูล                              | ความถี่ | ร้อยละ |
|-------------------------------------|---------|--------|
| <b>1. เพศ</b>                       |         |        |
| ชาย                                 | 120     | 44.28  |
| หญิง                                | 151     | 55.72  |
| <b>2. ตำแหน่ง</b>                   |         |        |
| ครู                                 | 246     | 90.77  |
| ผู้อำนวยการสถานศึกษา                | 25      | 9.23   |
| <b>3. อายุราชการ</b>                |         |        |
| 0 – 5 ปี                            | 78      | 28.78  |
| 6 – 10 ปี                           | 77      | 28.41  |
| 11 – 15 ปี                          | 50      | 18.45  |
| 16 ปี ขึ้นไป                        | 66      | 24.35  |
| <b>4. วิทยฐานะ</b>                  |         |        |
| ครูผู้ช่วย/ครู                      | 95      | 35.06  |
| ชำนาญการ                            | 95      | 35.06  |
| ชำนาญการพิเศษ                       | 58      | 21.40  |
| เชี่ยวชาญ                           | 1       | 0.37   |
| เชี่ยวชาญพิเศษ                      | 0       | 0      |
| อื่นๆ (อัตราจ้าง/<br>พนักงานราชการ) | 22      | 8.12   |
| <b>5. ระดับการศึกษา</b>             |         |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี                    | 0       | 0      |
| ปริญญาตรี                           | 143     | 52.77  |
| ปริญญาโท                            | 126     | 46.49  |
| ปริญญาเอก                           | 2       | 0.74   |
| <b>6.สถานภาพ</b>                    |         |        |
| โสด                                 | 148     | 54.61  |
| สมรส                                | 112     | 41.33  |
| หย่า                                | 3       | 1.11   |
| หม้าย                               | 8       | 2.95   |

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของ  
กลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

| ข้อมูล                                                                     | ความถี่ | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------------------------|---------|--------|
| <b>7. มีบุตรหรือเด็กในการอุปการะ กับไม่มีบุตร<br/>หรือเด็กในการอุปการะ</b> |         |        |
| มีบุตรหรือเด็กใน<br>การอุปการะ                                             | 151     | 55.72  |
| ไม่มีบุตรหรือเด็ก<br>ในการอุปการะ                                          | 120     | 44.28  |

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.72  
ตำแหน่งครู ร้อยละ 90.77 มีอายุราชการ 6 – 10 ปี วิทยฐานะ  
ชำนาญการและครูผู้ช่วย/ครู ร้อยละ 35.06 ระดับการศึกษา  
ปริญญาตรี ร้อยละ 52.77 สถานภาพโสด ร้อยละ 54.61 และ  
มีบุตรหรือเด็กในการอุปการะ ร้อยละ 52.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง  
กับการเลือกรูปแบบการลงโทษ

| ประเภทการกระทำผิดร้ายด้าน | ร้อยละของบทลงโทษ |           |             |                  |                  |                     |                            |                           |                               |                                      |
|---------------------------|------------------|-----------|-------------|------------------|------------------|---------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
|                           | เตือนสติ         | ทำทัณฑ์บน | พักการเรียน | ว่ากล่าวตักเตือน | ให้ย้ายสถานศึกษา | ตัดคะแนนความประพฤติ | ริ้งรอบสนาม/ต้นพัน/ลูกนั่ง | ให้พ้นสภาพการเป็นนักเรียน | นำมาเป็นกรณีตัวอย่างหน้าเสาธง | ทำกิจกรรมเพื่อให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม |
| 1                         | 1.23             | 6.86      | 1.75        | 62.14            | 0.37             | 7.89                | 0.74                       | 0                         | 0.74                          | 20.29                                |
| 2                         | 1.47             | 6.49      | 1.04        | 75.03            | 0.74             | 7.43                | 1.17                       | 0.37                      | 0.80                          | 6.27                                 |
| 3                         | 1.90             | 40.08     | 17.87       | 14.04            | 4.37             | 7.40                | 1.11                       | 5.72                      | 0.87                          | 8.11                                 |
| 4                         | 0.74             | 10.14     | 3.87        | 64.66            | 1.48             | 8.76                | 0.74                       | 0.37                      | 1.75                          | 7.93                                 |
| 5                         | 2.95             | 2.58      | 2.21        | 60.33            | 0                | 8.67                | 2.03                       | 0                         | 71.29                         | 19.92                                |
| 6                         | 1.42             | 22.46     | 4.26        | 50.35            | 1.68             | 8.52                | 0.64                       | 0.66                      | 1.16                          | 10.45                                |

หมายเหตุ 1) การเรียน 2) การแต่งกาย 3) ความประพฤติ  
4) จรรยา 5) การดูแลรักษาความสะอาด 6) เบ็ดเตล็ดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านของกลุ่มตัวอย่างกับการ  
เลือกรูปแบบการลงโทษ พบว่า ประเภทการกระทำผิดร้ายด้าน  
ด้าน ด้านการเรียนส่วนใหญ่เลือกแบบการลงโทษโดยการว่ากล่าว

ดักเตือน ร้อยละ 62.14 ด้านการแต่งกาย ส่วนใหญ่เลือกแบบการลงโทษโดยการว่ากล่าวตักเตือน ร้อยละ 75.03 ด้านความประพฤติ ส่วนใหญ่เลือกแบบการลงโทษโดยการทำทัณฑ์บน ร้อยละ 40.08 ด้านจรรยาบรรณ ส่วนใหญ่เลือกแบบการลงโทษโดยการทำทัณฑ์บน ร้อยละ 64.66 ด้านการดูแลรักษาความสะอาด ส่วนใหญ่เลือกแบบการลงโทษโดยการทำทัณฑ์บน ร้อยละ 60.33 และเบ็ดเตล็ดอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกแบบการลงโทษโดยการทำทัณฑ์บน ร้อยละ 50.35 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เงื่อนไขและแนวทางในการลงโทษของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 พบว่า

1) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการเขียนดี จากกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นว่า การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เป็นการลงโทษที่เห็นผล ชัดเจน และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักเรียนได้ดีกว่าวิธีอื่น เริ่มจากความผิดเล็กน้อยของนักเรียน ไปจนถึงการกระทำผิดสถานหนัก ครูจะลงโทษด้วยไม้เรียวก่อน แล้วจึงส่งต่อไปปรับโทษตามระเบียบของกระทรวง ศึกษาธิการต่อไป

2) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการให้พักการเรียน เกิดจากการกระทำผิดในสถานหนักของระเบียบสถานศึกษา เช่น เสพสารเสพติด เป็นต้น โดยสถานศึกษาจะประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก เพื่อเข้ามาสำรวจและส่งตัวนักเรียนไปบำบัดรักษาตามขั้นตอนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถานศึกษาจึงต้องเลือกการลงโทษด้วยการให้นักเรียนพักการเรียน โดยความยินยอมของผู้ปกครองนักเรียน

3) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการให้ย้ายสถานศึกษา การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เกิดจากการกระทำผิดซ้ำของนักเรียนในฐานความผิดเดิม ตั้งแต่โทษสถานเบาไปจนถึงโทษสถานหนัก โดยนักเรียนกลุ่มนี้ จะถูกลงโทษตามระเบียบของสถานศึกษามาก่อน คือ ว่ากล่าวตักเตือน ทำทัณฑ์บน ตัดคะแนนความประพฤติ และทำกิจกรรมเพื่อให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม แต่นักเรียนยังคงกระทำผิดซ้ำ การลงโทษด้วยรูปแบบนี้สถานศึกษาจะเชิญผู้ปกครองเข้ามาพบเพื่อรับทราบความผิดของนักเรียน และทำความเข้าใจกับผู้ปกครองเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

4) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการให้วิ่งรอบสนาม/ ดันพื้น/ ลูกลูก การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เป็นการลงโทษแบบทันทีที่นักเรียนกระทำผิดซึ่งหน้า ถือเป็นการลงโทษสถานเบา ครูซึ่งอยู่

ในสถานการณ์ที่เด็กกระทำผิด จะสั่งลงโทษทันที หากนักเรียนแสดงพฤติกรรมต่อต้าน ก็จะถูกลงโทษในสถานอื่นต่อไป

5) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการให้พ้นสภาพการเป็นนักเรียน การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ ถือเป็นการลงโทษสถานหนักที่สุดของสถานศึกษาและระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ เนื่องจากการลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เป็นการลงโทษในฐานะกระทำผิดกฎหมายทางอาญา สถานศึกษาจะทำการลงโทษในรูปแบบของคณะกรรมการ โดยผู้ปกครองให้การยินยอม

6) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการนำมาเป็นกรณีตัวอย่างหน้าเสาธง การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เป็นการลงโทษในสถานเบา เป็นการลงโทษที่นักเรียนทั้งหมดต้องรับรู้ความผิดที่มีนักเรียนกระทำผิดเป็นตัวอย่างด้วยกัน เช่น ทรงผมไม่เรียบร้อย แต่งกายไม่ถูกระเบียบ เป็นต้น

7) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการว่ากล่าวตักเตือน การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เป็นการลงโทษสถานเบา ซึ่งมีความผิดครั้งแรก จะถูกลงโทษด้วยรูปแบบนี้

8) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการทำทัณฑ์บน การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เป็นการลงโทษเพราะนักเรียนกระทำผิดซ้ำในสถานเบา เช่น มาสาย ไม่เข้าเรียน แต่งกายผิดระเบียบ เป็นต้น

9) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการตัดคะแนนความประพฤติ การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ เป็นการลงโทษต่อเนื่องจากการทำทัณฑ์บน ซึ่งนักเรียนที่กระทำผิดโดยถูกทำทัณฑ์บนอาจถูกลงโทษโดย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการกระทำผิดว่าเป็นการกระทำผิดสถานเบาหรือสถานหนัก

10) การเลือกรูปแบบการลงโทษโดยการทำกิจกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การลงโทษด้วยรูปแบบนี้ นี้ เป็นการลงโทษต่อเนื่องจากการทำทัณฑ์บนและการตัดคะแนนความประพฤติ ดังนั้น นักเรียนหนึ่งคนที่กระทำผิดหนึ่งฐานความผิดอาจถูกลงโทษถึงสามสถานด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการกระทำผิดว่าเป็นการกระทำผิดสถานเบาหรือสถานหนัก

ผลการวิเคราะห์แนวทางการควบคุมในการลงโทษนักเรียนตามกรอบของกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า

1) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต้องนำระเบียบการลงโทษของสถานศึกษามาใช้อย่างแท้จริง และเป็นมาตรฐานเดียวกัน และควรให้ผู้บริหารกำกับ ติดตาม ดูแล

2) ผู้บริหารอาจจะต้องมีบทบาทในกระบวนการลงโทษมากขึ้น เพื่อป้องกันการลงโทษที่เกินกว่าเหตุ ผู้บริหาร

สถานศึกษาจึงต้องทบทวนแนวทางในการปฏิบัติของครูให้อยู่ในกรอบการลงโทษของกระทรวงศึกษาธิการ

3) ครูผู้สอนต้องเลือกใช้รูปแบบการลงโทษให้เหมาะสมกับการกระทำผิดของนักเรียน และต้องตระหนักอยู่เสมอว่าการลงโทษนักเรียนนั้นควรใช้เฉพาะเมื่อสามารถหาสาเหตุที่แน่นอนและสามารถแก้ไขสาเหตุนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วเท่านั้น

### อภิปรายผล

จากการศึกษารูปแบบการลงโทษของครูในสถานศึกษา ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 มีรูปแบบการลงโทษนักเรียนหลายรูปแบบ ส่วนใหญ่จะเลือกรูปแบบการลงโทษตามระเบียบของกระทรวงศึกษากำหนด โดยลงโทษด้วยการกล่าวตักเตือนมากที่สุด คือการกระทำผิดด้านการเรียน การแต่งกาย การจรรยาบรรณ การดูแลรักษาความสะอาด และด้านเบ็ดเตล็ดอื่นๆ มีการลงโทษด้วยการทำทัณฑ์บนมากที่สุดคือการกระทำผิดด้านความประพฤติ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของครูกับการเลือกรูปแบบการลงโทษในสถานศึกษา นั้นด้านเพศและด้านการมีบุตรหรือเด็กในการอุปการะ กับไม่มีบุตรหรือเด็กในการอุปการะ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกรูปแบบการลงโทษนักเรียน ส่วนด้านตำแหน่ง อายุราชการ วิทยฐานะ ระดับการศึกษา และสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกรูปแบบการลงโทษนักเรียนในบางหัวข้อการกระทำผิดและไม่มีความสัมพันธ์กัน

เงื่อนไขสำคัญในการเลือกรูปแบบการลงโทษของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 2 นั้น รูปแบบการลงโทษที่ครูเลือก ยังไม่มีมาตรฐานชัดเจนในแนวทางการถือปฏิบัติ แม้ว่าในระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการจะได้วางระเบียบไว้ให้เป็นแนวทางเดียวกันก็ตาม

แนวทางการควบคุมในการลงโทษนักเรียนตามกรอบของกระทรวงศึกษาธิการนั้น ทุกภาคส่วนควรมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามมาตรการของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน

สรุป งานวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบใหม่ คือ แนวทางในการควบคุมการลงโทษที่รุนแรงของครู หากสถานศึกษามีการบันทึกข้อมูลการลงโทษนักเรียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ข้อมูลการกระทำผิดของนักเรียน ข้อมูลการเลือกรูปแบบวิธีการลงโทษของครู โดยมีการรายงานไปยังหน่วยงานต้นสังกัด คือ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เพื่อเก็บข้อมูลไว้ประกอบการพิจารณา หากมีข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ใช้รูปแบบวิธีการลงโทษที่รุนแรง เพื่อเป็นการควบคุมความรุนแรงที่เกิดขึ้นในสถานศึกษาได้

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1) กระทรวงศึกษาธิการ ควรมีการปรับปรุงระเบียบการลงโทษนักเรียน เพราะระเบียบการลงโทษนักเรียน พ.ศ. 2548 ฉบับดังกล่าวมีการใช้มานาน จึงควรมีการปรับแก้ไขระเบียบกระทรวง ศึกษาธิการว่าด้วยเรื่องการลงโทษนักเรียน พ.ศ. 2548 ให้มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบันและมีความสมบูรณ์มากขึ้น

2) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ควรกำกับดูแลเกี่ยวกับเรื่องการลงโทษนักเรียน โดยให้สถานศึกษาทุกแห่งถือปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการลงโทษนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ. 2548 ตามแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการลงโทษนักเรียนโดยเคร่งครัด

3) ผู้อำนวยการสถานศึกษา ควรทราบเมื่อมีกรณีครูลงโทษนักเรียนด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสม และไม่ปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการลงโทษนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ. 2548

4) ครู ต้องเลือกใช้การลงโทษ ให้เหมาะสมกับความผิดของนักเรียน

5) ผู้ปกครอง ควรติดต่อสื่อสารกับสถาน ศึกษา เพื่อรับทราบข้อมูลการกระทำผิดทุกฐานความผิดของนักเรียนเป็นการเบื้องต้น

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่ไม่ได้ทำหน้าที่พิเศษในงานด้านปกครองนักเรียน จึงไม่มีข้อมูลเชิงลึกต่อพฤติกรรมที่เด็กแสดงออกรุนแรงในบางกรณี พบได้เพียงพฤติกรรมการกระทำผิดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ถ้า

การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่ทำหน้าที่งานด้านการลงโทษนักเรียนโดยตรง เช่น งานด้านปกครอง เป็นต้น

ประถมศึกษา จึงไม่ค่อยพบการกระทำผิดที่รุนแรงมากนัก หากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยสถานศึกษาที่สังกัดโรงเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาหรือระดับอาชีวศึกษา เป็นต้น

2) กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่ทำการเรียนการสอนอยู่ในสถานศึกษาระดับ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ถวิล อรัญเวศ. (2561) .ลงโทษนักเรียน นักศึกษาอย่างไร จึงจะไม่ถูกผู้ปกครองฟ้องร้องความผิด. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564. จาก <https://www.obec.go.th/archives/677>.
- [2] ธัญญ์ณภัส วิรัตน์เกษม. การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมด้านพฤติกรรมคุณธรรมจริยธรรมในวิถีชีวิตความปกติใหม่ (New Normal) ของนักเรียนโรงเรียนเทศบาลวัดโพธิ์ จังหวัดชลบุรี. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7(2), 114 – 127.
- [3] นันทน์ลิน อินทะนุก. (2563). ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษโดยใช้ความรุนแรงกับเด็กในโรงเรียน. บทความวิชาการ. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [4] บุญเลิศ โพธิ์ขำ. (2559). ปัญหาของกฎกระทรวงกำหนดความประพฤติของนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ.2548 ออกตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 6(2), 1-9.
- [5] พชรพร พงษ์อาภา. (2561). อำนาจของครูในการลงโทษนักเรียนและการใช้กำลังทางกายภาพในสถานศึกษา. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [6] พรพรรณ จี สะอาด. (2558). ปัญหาวินัยนักเรียนของโรงเรียนบ้านแก้ว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [7] ไหมไทย ไชยพันธุ์. (2557). จิตวิทยา : แนวคิดทฤษฎีการศึกษาการปรับพฤติกรรมในชั้นเรียน. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 1(1), 1-13.
- [8] สุปิขมัย ศิริวัฒนา สีตะสิทธิ.(2558). แนวทางที่เหมาะสมในการลงโทษและแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิดซ้ำในกระบวนการยุติธรรมไทย. วิทยานิพนธ์ นิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

## แนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี

### HOLISTIC DEVELOPMENT GUIDELINES OF SUB-DISTRICT MUNICIPALITY IN UDON THANI PROVINCE

ชัยวัฒน์ สารักษ์<sup>1\*</sup> และ เขมณัฐ ภูทองไชย<sup>2</sup>

CHAIWAT SARAK<sup>1\*</sup> and KHEMMANAT POOKONGCHAI<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยแบบผสมผสานกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ พนักงานเทศบาล ลูกจ้างประจำ พนักงานจ้าง ของเทศบาลตำบลหนองบัว อำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี และเทศบาลตำบลอุบลมุง อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี รวมจำนวน 233 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี ปลัดเทศบาล และประชาชนผู้มาใช้บริการ รวมจำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี และการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยแบบกึ่งมีโครงสร้าง ค่าคุณภาพของเครื่องมือโดยการทดสอบค่าอัลฟา เท่ากับ 0.951 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงปริมาณ คือ การวิเคราะห์ สันเคราะห์และสรุปผล

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า 1) ปัจจัยภายในที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 คือ การส่งเสริมให้ประชาชนมีการจัดการชุมชนของตนเองให้เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง รองลงมาลำดับ คือ การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจร่วมดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมรับผลของการพัฒนา 2) ปัจจัยภายนอกที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 คือ การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างยั่งยืนให้เกิดประโยชน์สูงสุด รองลงมาลำดับ คือ กิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นไม่ควรทำลายสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชน

ส่วนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ผลที่สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ต้องยึดคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและมีความยั่งยืน ประชาชนมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองและยืนได้ด้วยตนเอง การบูรณาการร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ประชาชน รัฐวิสาหกิจ องค์กร และกลุ่มต่าง ๆ ในท้องถิ่น โดยต้องให้การพัฒนามีความยั่งยืน โดยนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา

**คำสำคัญ :** การพัฒนาแบบองค์รวม ; แนวทางการพัฒนา ; รูปแบบการพัฒนา

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, Master Student, Program in Public Administration, Udonthani Rajabhat University.

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, Associate Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Udonthani Rajabhat University.

\* Corresponding Author, Email: 63611152112@udru.ac.th

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study factors affecting the formulation of a holistic development approach of the sub-district municipality in Udon Thani Province and 2) to uncover a holistic development approach for the sub-district municipality in Udon Thani Province. Being a combinatory research, on the one hand, the samples used in the quantitative research were a total of 233 municipal staff, permanent staff, employees of Nong Bua Sub-District Municipality in Mueang District, Udon Thani Province, and Up Mung Sub-district Municipality in Nong Wu So District, Udon Thani Province. Using a qualitative research, on the other hand, it features a total of 12 informants, namely the mayor, the deputy mayor, the municipal secretary and the people who came to use the service at the municipal office. The tool used in the quantitative research includes questionnaires about factors affecting the formulation of a holistic development approach of the sub-district municipality in Udon Thani Province whereas the tool used the qualitative research highlights semi-structured research interviews. The quality of the research instruments tested the alpha value was 0.951. The statistics used in the analysis of the quantitative data were descriptive statistics, such as frequency, percentage, mean, standard deviation while those used in the qualitative research is analysis, synthesis, and result conclusion.

In terms of results from the quantitative research, it was found that 1) internal factors affecting the holistic development approach of the Sub-district Municipality in Udon Thani Province indicated an overall strong agreement. When each factor was considered, it suggested that the first priority was encouraging people to manage their own community until it becomes strong. This was followed by providing opportunities for all sectors to participate in joint decision-making, shared responsibilities, monitoring participation, evaluating, and sharing the development results; 2) external factors affecting the holistic development approach of the sub-district municipality in Udon Thani Province indicated an overall agreement. When each factor was considered, it showed that the first priority was sustainable allocation of resources for maximum benefits. This was followed by local development activities that should not damage local environment.

In terms of results from the qualitative research, they corresponded with the ones from the quantitative research. That is, humans should be a center for development to serve the needs of people and yield sustainability. People should be strong enough to depend on themselves. Cooperation with various sectors, including governments, citizens, state enterprises, other organizations, and local groups, must ensure sustainable development by applying the Sufficiency Economy Philosophy throughout the process.

**Keywords:** Holistic Development ; Development Guidelines ; development model

## บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์ ในช่วงของโลกเจริญก้าวหน้าอย่างไร  
พรมแดน ทำให้เกิดการตื่นตัวเพื่อความทันสมัย แม้แต่การค้าก็  
หันไปสนใจกับความเป็นเสรีมากยิ่งขึ้น การปล่อยให้นักลงทุนและ  
บริษัทข้ามชาติมาลงทุนในประเทศไทย จนวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

ของคนในสังคมก้าวตามไม่ทันการนิยมนัยย่องความเป็นตะวันตก  
ว่าทันสมัย (Modernization) ทำให้เกิดความสูญเสียเอกลักษณ์  
บางอย่างของความเป็นไทยไปอย่างน่าเสียดาย ดังจะเห็นได้จาก  
การให้ความสำคัญกับผู้ที่ เรียนจบจากต่างประเทศ  
การลอกเลียนแบบต่างประเทศกลายเป็นค่านิยมที่ถือว่าทันสมัย  
การนิยมอาหารต่างประเทศ และมองคนที่ตรงกันข้ามอย่าง

ดูแคลนว่าล้าหลัง ตัวอย่างเช่นประมาณ พ.ศ. 2500 ประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลประเทศเยอรมนีด้านเทคโนโลยีการประมง โดยการนำอวนมาใช้ในการจับปลา ซึ่งปรากฏว่าอุตสาหกรรมการประมงมีความก้าวหน้า เพราะอวนสามารถจับปลาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าอุปกรณ์อื่น แต่คนไทยไม่มีความรู้เรื่องวิทยาการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้เกิดปัญหาความไม่ยั่งยืนตามมา เพราะมีการจับสัตว์น้ำมากจนเด็บบโตไม่ทันประชาชนขาดการมีส่วนร่วมในการบริหารภาครัฐ โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เมื่อรัฐมีนโยบายและใช้อำนาจอันชอบธรรมในการปฏิบัติโดยประชาชนซึ่งอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่มีส่วนร่วมจัดการ จึงเกิดความขัดแย้งกับราชการในการแย่งชิงทรัพยากรธรรมชาติ และในขณะเดียวกันทรัพยากรท้องถิ่นถูกดูดซับไปใช้ในเมืองหลวงและเมืองใหญ่ๆ แล้วปล่อยให้ชนบทล้าหลังด้วยเห็นว่าเป็นชนชั้นที่ไร้อำนาจต่อรอง จะคิดทำอะไรก็คงได้ รัฐส่งเสริมวัตถุนิยมและการบริโภคที่ฟุ่มเฟือย สืบเนื่องมาจากการค้าอย่างเสรีของประเทศตะวันตกได้แพร่เข้ามาครอบงำ ทำให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศมากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารจานด่วน โทรศัพท์มือถืออุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น สิ่งทีกล่าวนานี้ล้วนแต่ทำลายการค้าดั้งเดิมของคนไทย ร้านค้ารายย่อย ร้านของชำ (โซห่วย: ภาษาจีน) ความฟุ่มเฟือยทำลายความพออยู่พอกินที่เคยถือปฏิบัติมาอย่างสิ้นเชิง (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2556)

การพัฒนาประเทศไทยท่ามกลางโลกาภิวัตน์ ถึงแม้ว่าจะมีทั้งภัยคุกคามและโอกาสในการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการที่ประเทศไทยถูกรอบงำทางเศรษฐกิจจากชาติมหาอำนาจ ทำให้การกำหนดนโยบายหลายอย่างต้องขึ้นอยู่กับความต้องการมหาอำนาจที่เศรษฐกิจการเมืองไทยต้องถูกผนวกให้ผูกโยงคุณเป็นอาณานิคมขึ้นต่อศูนย์อำนาจเศรษฐกิจภายนอกและการนำประเทศไปผูกติดกับตลาดโลก จนทำให้เกิดการพึ่งพาตลาดโลก การพึ่งพาการลงทุนจากต่างชาติถูกรอบงำทางความคิดจากผ่านเทคโนโลยีทางการสื่อสารแต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังมีโอกาสในการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นองค์ความรู้และการศึกษาที่ดีสังคมไทยส่วนใหญ่ยังเป็นสังคมเอื้ออาทรต่อกัน ทั้งนี้แม้ประเทศไทยจะไม่สามารถหนีโลกาภิวัตน์ได้ แต่สิ่งที่ทำได้ก็คือใช้โอกาสที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ การเป็นสังคมเอื้ออาทร ใช้ในการพัฒนาชนบทที่ยังผูกติดกับโลกาภิวัตน์น้อย โดยทำให้สังคมชนบทเข้มแข็ง โดยนำแนวคิดในการพัฒนาแบบทางเลือกมาใช้กับชนบท คนชนบท

จะต้องมีการจัดการรูปแบบสังคมขึ้นมาใหม่ เช่นผลิตอาหารให้เพียงพอกับการบริโภคก่อนแล้วค่อยส่งออกไปขาย หรือเร่งผลิตพลังงานของตนเอง โดยใช้พืชทางการเกษตร (เป็นพลังงานขนาดเล็ก) ให้การศึกษากับเด็กและเยาวชนในรูปแบบที่มีประโยชน์กับท้องถิ่น หากชุมชนในชนบทเข้มแข็ง ผลกระทบที่มีต่อชุมชนก็จะน้อยลงถ้าโลกาภิวัตน์มีปัญหา

การปกครองท้องถิ่น (Local Government) หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นรากฐานของการปกครองระบบประชาธิปไตย เป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ด้านการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตย เป็นสถาบันที่เป็นแหล่งเรียนรู้การปกครองในระบบประชาธิปไตย เป็นการปกครองในลักษณะที่รัฐบาลการกระจายอำนาจมาสู่ท้องถิ่น เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งการเลือกตั้งตัวแทนเข้ามาบริหารท้องถิ่น การมีส่วนในการเสนอปัญหา อุปสรรค และช่วยกันแก้ไขปัญหของท้องถิ่น และเป็นการปกครองท้องถิ่นยังช่วยตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยการปกครองท้องถิ่น ควรจะต้องพิจารณาถึงกำลังเงิน กำลังงบประมาณ กำลังคน กำลังความสามารถของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ และหน้าที่ความรับผิดชอบควรเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง หากเกินกว่าภาระ หรือเป็นนโยบายซึ่งรัฐบาลต้องการความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั่วประเทศ ก็ไม่ควรมอบให้ท้องถิ่นดำเนินการ เช่น งานทะเบียนที่ดิน การศึกษาในระดับอุดมศึกษา การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้หน่วยปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการ มีข้อพิจารณา ดังนี้ 1. เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น และงานที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกในชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ได้แก่ การจัดทำถนน สะพาน สวนหย่อม สวนสาธารณะ การกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น 2. เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันภัย รักษาความปลอดภัย เช่น งานดับเพลิง 3. เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการสังคม ด้านนี้มีความสำคัญต่อประชาชนในท้องถิ่นมาก เช่น การจัดให้มีหน่วยบริการทางสาธารณสุข จัดให้มีสถานสงเคราะห์เด็กและคนชรา เป็นต้น 4. เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ท้องถิ่น เป็นงานที่หากปล่อยให้ประชาชนดำเนินการเองอาจไม่ได้รับผลดีเท่าที่ควรจะเป็น จัดให้มีโรงรับจำนำ การจัดตลาดและงานต่าง ๆ ที่มีรายได้ โดยสามารถเรียกค่าบริการจากประชาชน (โกวิท พวงงาม, 2552)

การวางแผนพัฒนาท้องถิ่นจึงเป็นหนึ่งในกระบวนการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่าในอีก 4 - 5 ปีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นจะเป็นอย่างไร ซึ่งได้จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาความต้องการ อย่างครบถ้วน และเป็นระบบ และสอดคล้องกับศักยภาพและปัญหาความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น และการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นนั้นจะมีความสอดคล้อง เชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์และแนวทางในการพัฒนาในระดับต่าง ๆ และที่สำคัญองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อปัญหา ความต้องการของประชาชนในพื้นที่ (ภคมน อินทร์น้อย, 2559)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า แนวทางทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในจังหวัดอุดรธานี มีปัจจัยใดที่มีผลต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในจังหวัดอุดรธานีในอนาคต

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี

#### กรอบแนวคิดงานวิจัย

**ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบล**

##### ปัจจัยภายใน

- ด้านการตอบสนองความต้องการ
- ด้านชุมชนเข้มแข็ง
- ด้านวัฒนธรรม
- ด้านการพึ่งพาตนเอง
- ด้านการมีส่วนร่วม
- ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ด้านความเสมอภาค
- ด้านคุณธรรม จริยธรรม
- ด้านองค์กรชุมชน
- ด้านการส่งเสริมอาชีพ
- ด้านภาวะผู้นำ

##### ปัจจัยภายนอก

- ด้านการเปลี่ยนแปลง
- ด้านสิ่งแวดล้อม
- ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- ด้านทรัพยากรมนุษย์
- ด้านคุณภาพชีวิต
- ด้านเศรษฐกิจ
- ด้านสังคม
- ด้านการศึกษา
- ด้านการกระจายอำนาจ
- ด้านประชาธิปไตย
- ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

**แนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี**

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed-methods Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ มีความน่าเชื่อถือ และตรวจสอบประเด็นที่ซ้ำซ้อนหรือประเด็นที่แตกต่างของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยผู้วิจัยแบ่งวิธี การศึกษาออกเป็น 2 ระยะ มีรายละเอียดดังนี้

ระยะที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ

ระยะที่ 2 แนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาล ตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานเทศบาล ลูกจ้างประจำ พนักงานจ้าง ของเทศบาล ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และเทศบาลตำบล อุบมุง อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี รวมประชากรทั้งหมด 369 คน กลุ่มตัวอย่าง 233 คน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือก กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi Structured Interview) รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเชิงคุณภาพ

|                           | เทศบาลตำบล<br>หนองบัว | เทศบาล<br>ตำบลอุบมุง | รวม |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|-----|
| นายกเทศมนตรี              | 1                     | 1                    | 2   |
| รองนายกเทศมนตรี           | 1                     | 1                    | 2   |
| ปลัดเทศบาล                | 1                     | 1                    | 2   |
| ประชาชนผู้มาใช้<br>บริการ | 3                     | 3                    | 6   |
| รวม                       | 6                     | 6                    | 12  |

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ (Laksaniyanon, 2015) เพื่อหลีกเลี่ยงแนวโน้มที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะตอบแบบเป็นกลาง และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) มีขั้นตอน

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนา จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

เครื่องมือ ประเมินความเกี่ยวข้อง ความชัดเจนของข้อความ ความง่าย ความครบถ้วนครอบคลุมเนื้อหา/มโนทัศน์ที่ต้องการจะวัด การใช้ภาษาและความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะวัด แล้วพิจารณาว่าข้อความนั้น โดยกำหนดตัวเลือกเป็นมาตราวัด 4 ระดับ คือ 1 หมายถึง ไม่เกี่ยวข้อง, 2 หมายถึงค่อนข้างไม่เกี่ยวข้อง, 3 หมายถึง ค่อนข้างเกี่ยวข้อง, และ 4 หมายถึง เกี่ยวข้องมาก ซึ่งนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (CVI) และเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพค่า CVI ไม่ควรต่ำกว่า 0.80 (Waltz, Strickland, & Lenz et al., 2010; Polit & Beck et al., 2012) ซึ่งคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ CVI = 1.00 จากนั้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ

3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่มีความน่าเชื่อถือที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยความเที่ยงหรือความเชื่อถือของแบบสอบถามโดยการทดสอบค่าอัลฟา (Cronbach's Alpha) ไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (Nunnally et al., 1978; Khammanat et al., 2019) ซึ่งผลลัพธ์จากการตรวจสอบความเชื่อถือค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.951 ซึ่งถือว่ามีความน่าเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการวิจัย

2. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณแล้ว ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการทดสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยออกแบบขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ขั้นตอนการขออนุญาต ผู้วิจัยประสานงานกับสาธารณสุข ประศาสนศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ

อุดรธานี เพื่อจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลส่งถึงผู้ให้ข้อมูล นัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์

2. ขั้นตอนก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจัดส่งแนวทางสัมภาษณ์ให้กับผู้ให้ข้อมูลได้เตรียมตัวสำหรับตอบคำถามก่อนสัมภาษณ์จริง เพื่อให้การสัมภาษณ์ได้ข้อมูลครบถ้วนทุกประเด็น

3. ขั้นสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ รวมทั้งหัวข้อการวิจัยโดยย่อ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลมีความเข้าใจได้ตรงประเด็น แล้วทำการสัมภาษณ์ จดบันทึกข้อมูล แบบสรุปผลควบคู่กับการบันทึกเสียงคำสัมภาษณ์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งทางสังคม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ

2. ข้อมูลปัจจัยที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำผลสรุปข้อมูลและไฟล์บันทึกเสียงคำสัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้อง จำแนก ประเด็น จัดระบบข้อมูล จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์และสรุปผล (Content Analysis) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี

### สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี

| ปัจจัย                                                                                                                           | $\bar{X}$   | SD          | แปลผล                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|--------------------------|
| <b>ปัจจัยภายใน</b>                                                                                                               |             |             |                          |
| 1. การพัฒนาต้องตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานและสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของทุกภาคส่วนในชุมชน                              | 3.66        | 0.51        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 2. การส่งเสริมให้ประชาชนมีการจัดการชุมชนของตนเองให้เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง เช่น การปกป้องสิทธิของชุมชน เป็นต้น                | 3.78        | 0.44        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 3. การส่งเสริมสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปสืบจนชั่วลูกหลาน                                                               | 3.59        | 0.55        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 4 การพัฒนาประชาชนในชุมชน ให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้                                                       | 3.71        | 0.53        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 5. เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจร่วมดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมรับผลของการพัฒนา | 3.72        | 0.50        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 6. ส่งเสริมและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนา ตลอดจนประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เข้ากับหลักวิชาการสากล              | 3.24        | 0.52        | เห็นด้วย                 |
| 7. ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสในการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน                                                                       | 3.56        | 0.68        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 8. การส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมให้ประชาชนในท้องถิ่น                                                                             | 3.59        | 0.60        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 9. สนับสนุนให้องค์กรภาคเอกชน อาสาสมัครต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา                          | 3.46        | 0.53        | เห็นด้วย                 |
| 10. การส่งเสริมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน                                                            | 3.67        | 0.50        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง        |
| 11. สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาภาวะผู้นำชุมชนในด้านต่าง ๆ ตามลักษณะของกิจกรรมและความจำเป็นของแต่ละชุมชน                             | 3.21        | 0.48        | เห็นด้วย                 |
| <b>รวม</b>                                                                                                                       | <b>3.53</b> | <b>0.28</b> | <b>เห็นด้วยอย่างยิ่ง</b> |

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายในที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวม

ของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี พบว่าในภาพรวม เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การส่งเสริมให้ประชาชนมีการจัดการชุมชนของตนเองให้เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง อยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาลำดับที่ 2 คือ เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจร่วมดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมรับผลของการพัฒนา ค่าเฉลี่ย 3.72 ลำดับที่ 3 การพัฒนาประชาชนในชุมชน ให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ ค่าเฉลี่ย 3.71 และน้อยที่สุด คือ สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาภาวะผู้นำชุมชนในด้านต่าง ๆ ตามลักษณะของกิจกรรมและความจำเป็นของแต่ละชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.21

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี

| ปัจจัย                                                                                                           | $\bar{X}$ | SD   | แปลผล             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------------------|
| <b>ปัจจัยภายนอก</b>                                                                                              |           |      |                   |
| 1. มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากการกำหนดทิศทางการพัฒนาของเทศบาล                      | 3.23      | 0.48 | เห็นด้วย          |
| 2. กิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นไม่ควรทำลายสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชน                                                     | 3.68      | 0.51 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 3. มีการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างยั่งยืนให้เกิดประโยชน์สูงสุด                                                 | 3.71      | 0.49 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 4. พัฒนาประชาชนในชุมชนทุกช่วงวัยให้มีคุณภาพ มีความพร้อมที่จะรองรับการพัฒนา และดำรงชีวิตอยู่ในชุมชนอย่างมีความสุข | 3.50      | 0.61 | เห็นด้วย          |
| 5. การพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชน ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีความสุข                          | 3.52      | 0.58 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 6. การส่งเสริมให้ประชาชนสร้างรายได้ให้กับตนเองและท้องถิ่น                                                        | 3.50      | 0.62 | เห็นด้วย          |
| 7. การส่งเสริมสนับสนุนในการเป็นเจ้าของและพร้อมที่จะร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์สังคมท้องถิ่นของตนเอง               | 3.28      | 0.54 | เห็นด้วย          |
| 8. การส่งเสริมศึกษาตลอดชีวิต เพื่อเป็นการเรียนรู้และพัฒนาประชาชนในชุมชนทุกช่วงชีวิตให้มีคุณภาพ                   | 3.44      | 0.57 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี (ต่อ)

| ปัจจัย                                                                             | $\bar{X}$   | SD          | แปลผล             |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------------|
| 9. ส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนเป็นผู้ตัดสินใจทิศทางการพัฒนาของท้องถิ่นของตนเอง       | 3.51        | 0.55        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 10. ใช้หลักการ และแนวทางระบอบประชาธิปไตยเป็นพื้นฐานในการพัฒนา                      | 3.19        | 0.47        | เห็นด้วย          |
| 11. ส่งเสริมให้มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเป้าหมายในการขับเคลื่อนการพัฒนา | 3.68        | 0.50        | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| <b>รวม</b>                                                                         | <b>3.47</b> | <b>0.30</b> | <b>เห็นด้วย</b>   |

จากตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอกที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี พบว่าในภาพรวมเห็นด้วย แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างยั่งยืนให้เกิดประโยชน์สูงสุด อยู่ในลำดับที่ 1 ค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาลำดับที่ 2 คือ กิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นไม่ควรทำลายสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.68 ลำดับที่ 3 ส่งเสริมให้มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเป้าหมายในการขับเคลื่อนการพัฒนา ค่าเฉลี่ย 3.68 และน้อยที่สุด คือ ใช้หลักการและแนวทางระบอบประชาธิปไตยเป็นพื้นฐานในการพัฒนา ค่าเฉลี่ย 3.19

## 2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1) ปัจจัยที่มีต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วยงบประมาณ และการกระจายอำนาจจากส่วนกลาง ที่จะช่วยให้การพัฒนาแบบองค์รวมประสบความสำเร็จ เพราะภารกิจหน้าที่รับผิดชอบของเทศบาลตำบลมีการพัฒนาที่ครอบคลุม และเกี่ยวข้องกับประชาชนตั้งแต่เกิดจนตาย งบประมาณจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้การบริหารในเทศบาลตำบลประสบความสำเร็จตามที่วางแผนไว้ ประกอบการการกระจายอำนาจให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเป็นไปตามเป้าหมาย

ที่กำหนดไว้ และต้องการทำให้ประชาชนในชุมชนมีความเข้มแข็งมีส่วนร่วมในการพัฒนา

2) แนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี พบว่า การพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี ต้องยึดคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนให้ได้อย่างแท้จริงและมีความยั่งยืน ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองและยืนได้ด้วยตนเอง และนอกจากนี้การตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานและการพัฒนาระบบบริการด้านโครงสร้างพื้นที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน จะเป็นส่วนที่ทำให้ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ การบูรณาการการพัฒนาตามแผนพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นการวางแผนร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ประชาชน รัฐวิสาหกิจ องค์กร และกลุ่มต่าง ๆ ในท้องถิ่น โดยต้องให้การพัฒนามีความยั่งยืน นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา ควบคู่ไปกับการปลูกฝังค่านิยม หรือการสอดแทรกเนื้อหาด้านคุณธรรม จริยธรรมตั้งแต่เด็ก เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ เป็นสังคมที่เข้มแข็ง อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ยังพบว่าเทศบาลตำบลมีความใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด เข้าใจ เข้าถึง ปัญหาต่าง ๆ ของประชาชนได้มากที่สุด การเสนอ และการรับรู้ปัญหาความต้องการของประชาชนในปัจจุบันทำได้สะดวกรวดเร็วผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ส่งตรงถึงผู้บริหารท้องถิ่นได้รวดเร็วเพียงใด การแก้ปัญหา หรือการพัฒนาแบบองค์รวมจึงสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นมากเช่นกัน

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี จะต้องให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การส่งเสริมให้ประชาชนมีการจัดการชุมชนของตนเองให้เป็น ชุมชนที่มีความเข้มแข็ง การพัฒนาคนในชุมชนให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ การส่งเสริมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ โดยนำการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นตัวการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยทุกขั้นตอนและกระบวนการพัฒนาองค์รวมต้องเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจร่วมดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมรับผล

ของการพัฒนาเพื่อสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของทุกภาคส่วน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ เอกพงษ์ หิรัญโม, 2561 ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบพุทธพัฒนาชุมชนเข้มแข็งของศูนย์พัฒนาคุณธรรม จังหวัดกาฬสินธุ์ วัดป่านาคำตำบลจุมจังอำเภอภูพานารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญจนพรพรรณ จุฬารณ, 2561 ได้ทำการศึกษาการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งเชิงพุทธบูรณาการของหมู่บ้านศาลาเม็ง ตำบลท่าผา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา อาจสาภิกรณ์, 2561 ซึ่งได้ศึกษาการวัฒนธรรมชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาติ ดวงธิดาร, ไพรัช บุญประกอบวงศ์ และ สิทธิเดช วงศ์ปรัชญา, 2564 ซึ่งได้ศึกษาการพัฒนากระแสนทางเลือกกับความเข้มแข็งของชุมชน กรณีศึกษา เทศบาลตำบลบ้านเตา อำเภอบานแพน จังหวัดชัยภูมิ

ทั้งนี้ในมุมมองของผู้วิจัยเห็นความปัจจัยที่จะทำให้การพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี ประสบความสำเร็จได้ จะต้องประกอบด้วยปัจจัยหลัก ๆ คือ 1) งบประมาณ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลเพราะภารกิจอำนาจหน้าที่ของเทศบาลตำบลมีหลายด้าน งบประมาณในแต่ละปีจึงไม่เพียงพอต่อการพัฒนา 2) การกระจายอำนาจจากส่วนกลาง ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การกระจายงบประมาณ และกระจายภาษีที่เป็นธรรม ก็จะช่วยสนับสนุนปัจจัยด้านงบประมาณในการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานีให้ประสบความสำเร็จ 3) การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน กล่าวคือเมื่อยึดหลักคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การมีส่วนร่วมจึงต้องของทุกภาคส่วนจึงต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

เชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่าต้องยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้มแข็ง และยั่งยืน เทศบาลตำบลควรมีกกลไกที่สามารถดึงให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเทศบาลตำบล ได้อย่างสะดวก

รวดเร็ว และลดความยุ่งยากของการเข้ามีส่วนร่วม ทั้งนี้  
งบประมาณของเทศบาลตำบลที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงเป็นอุปสรรค  
สำคัญที่พึงให้ความสำคัญในด้านการบริหารงบประมาณ ให้มี  
ความเท่าเทียมกันในทุกภาคส่วนของท้องถิ่น โดยเฉพาะการ  
ส่งเสริมด้านอาชีพ ให้ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

#### เชิงปฏิบัติการ

เมื่อคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การพัฒนาคนทุกคน  
จึงต้องอยู่บนหลักของความเท่าเทียมกันที่จะได้พัฒนา การ  
ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้มแข็ง มีความรู้ ความสามารถในการ  
พึ่งพาตนเองได้ การส่งเสริมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ โดยนำการนำ  
หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นตัวการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่  
ความยั่งยืน ต้องเป็นจะต้องทำอย่างต่อเนื่อง และทันต่อ  
สถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ในบริบทของเทศบาลตำบลซึ่ง  
เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีผู้บริหารมาจากการเลือกตั้ง  
ของประชาชน มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี ความต้อง

เนื่องของการพัฒนาแบบองค์รวมจึงต้องทำให้ต่อเนื่องและ  
สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

#### เชิงวิชาการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการศึกษาไปเผยแพร่และ  
ประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ และนำไปปรับใช้ในการพัฒนา  
ให้เหมาะสมตามบริบทแต่ละแห่ง

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยของเสนอแนะให้มีการศึกษาวิจัยเรื่องการบริหาร  
งบประมาณที่มีประสิทธิภาพของเทศบาลตำบล เพื่อจะได้ลด  
ข้อจำกัดด้านงบประมาณซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการ  
พัฒนาแบบองค์รวม
2. ควรศึกษาหน่วยในหน่วยงานราชการอื่น ซึ่งเป็น  
หน่วยงานที่ต้องบูรณาการร่วมกันในการพัฒนา ได้แก่ หน่วยงาน  
ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ ที่เกี่ยวข้อง

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] กัญจนพรพรรณ จุฬารณิ. (2561) *การพัฒนาชุมชนเข้มแข็งเชิงพุทธบูรณาการของหมู่บ้านศาลาเม็ง ตำบลท่าผา อำเภอกะลา*  
*จังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- [2] โกวิท พวงงาม. (2552). *การปกครองท้องถิ่นไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- [3] ภคมน อินทร์น้อย. (2559). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ของเทศบาลตำบลน้ำคอก อำเภอมือง*  
*จังหวัดระยองอำเภอมืองระยอง จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- [4] เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2556). *ยุทธศาสตร์การพัฒนา : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก*. นนทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัยวิชาการ.
- [5] วาสนา อาจสาลีกรณ. (2561). *วัฒนธรรมชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรปรัชญา  
ดุษฎีบัณฑิต. คณะรัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- [6] อภิชาติ ดวงธิดา, ไพรัช บุญประกอบวงศ์ และสิทธิเดช วงศปรัชญา. (2564). *การพัฒนากระแสทางเลือกกับความเข้มแข็งของ*  
*ชุมชน กรณีศึกษา เทศบาลตำบลบ้านเตา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ*. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(1), 49-57.
- [7] เอกพงษ์ หิรัธมโม. (2561). *รูปแบบพุทธพัฒนาชุมชนเข้มแข็งของศูนย์พัฒนาคุณธรรม จังหวัดกาฬสินธุ์ วัดป่านาจาคำตำบลจุม*  
*อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์*. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช  
วิทยาลัย.
- [8] Laksaniyanon, B. (2015). *Acceptance theories for behavior in conducting research: Instructors in the rajabhat*  
*university system, thailand* (Doctoral dissertation, University of North Texas).
- [9] Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2<sup>nd</sup> ed.). New York McGraw-Hill.
- [10] Pookongchai, K. (2019). *High-performance Organization Model: The Subdistrict Municipality Case*  
*Study. Humanities and Social Sciences*, 36(2), 74-101.
- [11] Polit, D. F. & Beck, C. T. (2012). *Nursing research: Generating and assessing evidence for nursing practice*.  
Philadelphia, PA: Wolters Kluwer Health / Lippincott Williams & Wilkins.



- [12] Waltz, C. F., Strickland, O. L., & Lenz, E. R. (2010). *Measurement in nursing and health research*. (4<sup>th</sup> ed.). New York: Springer.

## แนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาจังหวัดเลย

### THE DEVELOPMENT OF ELDERLY'S LIFE QUALITY ON SELF- DEPENDENT BY THE PHILOSOPHY OF SUFFICEINCY ECONOMY: A CASE STUDY OF LOEI PROVINCE

สจี กุลธวัชวงศ์<sup>1\*</sup> และ สติชัย กุลสอน<sup>2</sup>

SAJEE KULTAWATWONG<sup>1\*</sup> and SATHIT KOONSORN<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาจังหวัดเลย 2) เปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ 3) ศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเลย จำนวน 122 คน ได้มาด้วยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เลือกแบบเจาะจงเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแนวคำถามการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test Dependent) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. การพึ่งตนเองของผู้สูงอายุตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาจังหวัดเลย อยู่ในระดับปานกลาง
2. คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านสุขภาพและจิตใจดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. แนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วยด้านทักษะอาชีพและรายได้ ควรมีการจัดแหล่งเรียนรู้ในชุมชน และพัฒนาทักษะอาชีพที่สร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุพึ่งตนเองได้ตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ด้านสุขภาพและจิตใจ ควรส่งเสริมผู้สูงอายุใช้ชีวิตตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยยึดหลักคำสอนและหลักธรรมศาสนา จัดสวัสดิการที่เหมาะสมทั้งในด้านสวัสดิการสังคม การส่งเสริมสุขภาพและการออกกำลังกาย ด้านสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย ควรปรับสภาพพื้นที่อยู่อาศัยสอดคล้องกับสภาพผู้สูงอายุ และจัดสภาพแวดล้อมที่เป็นการส่งเสริมสุขภาพทางกายและจิตใจ และด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ควรจัดระบบดูแล สวัสดิการช่วยเหลือผู้สูงอายุในชุมชนให้ทั่วถึง จัดสวัสดิการด้านแหล่งเรียนรู้ หรือมุมอ่านหนังสือผู้สูงอายุในชุมชน จัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึกรักษามรดกวัฒนธรรม ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น นำเอาหลักพุทธศาสนาเข้ามาปรับใช้ในการดำรงชีวิตด้านจิตใจ และสติปัญญา

**คำสำคัญ :** การพัฒนาคุณภาพชีวิต ; ผู้สูงอายุ ; หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ วิทยาลัยสันตพล, Lecturer, Faculty of Business Administration Major Human Resource, Santapol College.

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยสันตพล, Assistant Professor, Faculty of Education, Santapol College.

\* Corresponding Author, Email: sajee@stu.ac.th

## ABSTRACT

The research purposes were: 1) to study the level of elderly's self-dependent by the philosophy of sufficiency economy: a case study of Loei province, 2) to compare elderly's life quality on self-dependent by the philosophy of sufficiency economy and 3) to investigate the guideline to develop elderly's quality life on self-dependent by the philosophy of sufficiency economy. The research samples were 122 elders who has a domicile in Loei, which were obtained by purposive sampling and 10 key informants as interviewees. The instruments used for collecting the data were an interview and a questionnaire. The statistics used for analyzing the data were percentage, mean, standard deviation, t-test Dependent and content analysis.

The research findings found as follows:

1. Elderly's self-dependent by the philosophy of sufficiency economy: a case study in Loei province was in medium level.
2. Elderly's quality life after participating the activity of quality life's development by the philosophy of sufficiency economy was better, the level of significance is at .05.
3. The guidelines to develop elderly's quality life on self-dependent by the philosophy of sufficiency economy found as follows: Profession skills and incomes should be provided the community learning sources and developed profession skills creating incomes of the elderly on self-dependent by the philosophy of sufficiency economy. Healthy and mind should be promoted spending elderly life by the philosophy of sufficiency economy focusing on religion doctrine or Buddhist principles, providing suitable social facilities, promoting healthy care and exercise. The residence and environment should be restored the residence involving in the elderly condition and provided the environment as promoting physical health and mind. Social interaction should be provided care system and facilities for all elderlies in community e.g., providing learning source as a reading corner and awaken consciousness activity to maintain local traditions and cultures, applying Buddhist principles using life in mind and intelligence.

**Keywords:** The Development of quality life ; Elderly ; The Philosophy of sufficiency economy

## บทนำ

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ภาวะประชากรสังคมผู้สูงอายุ (Population Ageing) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ใน พ.ศ. 2564 โดยคาดว่าจะมีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือจำนวน 1 ใน 5 ประชากรทั้งหมดจะก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอดในปี พ.ศ. 2574 จำนวนประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้น 17.8 ล้านคน หรือร้อยละ 25 ของประชากรทั้งประเทศ และในปี พ.ศ. 2583 ประเทศไทยจะมีผู้สูงวัยจำนวน 20 ล้านคน หรือ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นโครงสร้างทางสังคมของประชากร

วัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง เปลี่ยนแปลงสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) อย่างเต็มรูปแบบ โดยในปี พ.ศ. 2560 เป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยมีสัดส่วนของประชากรวัยแรงงานจำนวนใกล้เคียงกับสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555) การที่สัดส่วนผู้สูงอายุสูงขึ้นส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางทั้งด้านรายได้เฉลี่ยประชากร ด้านสุขภาพอนามัย ค่าใช้จ่ายในการยังชีพ และการดูแลเกี่ยวกับการจัดหาที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม รัฐบาลจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ด้วยการกำหนดแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) “การเตรียมความพร้อม สังคมไทยสู่สังคมผู้สูงอายุ” เพื่อการขับเคลื่อน

ยุทธศาสตร์และมาตรการพัฒนาดำเนินการด้านผู้สูงอายุให้ชัดเจน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2561)

การก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลให้วัฒนธรรมการดำรงชีวิตของสังคมประชากรไทยเปลี่ยนจากวัฒนธรรมแบบครอบครัวขยาย สมาชิกครอบครัวมีความผูกพันอบอุ่น แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยว เนื่องจากการย้ายถิ่นจากเขตชนบทเข้าสู่เมืองของวัยแรงงาน สมาชิกครอบครัวต่างมีภาระงานและประกอบอาชีพ ทำให้บทบาทครอบครัวไม่เอื้อต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุขาดคนดูแลเอาใจใส่ หรือผู้สูงอายุบางคนเป็นโรคซึมเศร้า ปล่อยให้ใช้ชีวิตอยู่ตามลำพัง โดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 คือ จังหวัดเลย หนองบัวลำภู อุดรธานี หนองคาย และบึงกาฬ พบว่าผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งให้อยู่ตามลำพัง ซึ่งเกิดจากลูกหลานออกไปทำงานในเมืองใหญ่และส่งผลเสียเงินทองมาเลี้ยงดู หรือบางคนถูกปล่อยทิ้งมาหากินเลี้ยงตัวเองตามลำพัง (สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ, 2558) ส่งผลให้ผู้สูงอายุ มีความรู้สึกถูกทอดทิ้ง โดดเดี่ยว เกิดอาการท้อแท้สิ้นหวัง มีความรู้สึกคุณค่าในชีวิตลดน้อยลง ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงควรได้รับบริการสวัสดิการหรือการช่วยเหลือจากภาครัฐ และองค์กรเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุภายใต้การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ เชื่อมโยงกับรากฐานวัฒนธรรมที่อยู่บนความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ส่งเสริมและสร้างโอกาสให้กับผู้สูงอายุให้เป็นทรัพยากรบุคคลของสังคม ให้ได้รับโอกาสพัฒนาความสามารถและศักยภาพที่จะประกอบอาชีพ และพึ่งตนเอง มีคุณภาพชีวิตที่ดีอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข และสามารถช่วยสร้างสรรค์สังคมต่อไป (จิราวัฒน์ จันทสิทธิ์, 2561)

วิถีชีวิตผู้สูงอายุในสภาพปัจจุบันนอกจากจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร สังคม สิ่งแวดล้อม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศแล้ว ยังแสดงออกถึงความต้องการปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตในด้านที่อยู่อาศัย อาหาร การประกอบอาชีพ ค่านิยม และประเพณี ดังนั้น ความสามารถในการพึ่งตนเองที่ได้รับการตอบสนองทางด้านร่างกาย ความปลอดภัย ความรัก การรับรู้ถึงคุณค่าของตนเอง และได้แสดงความสามารถเป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นกระบวนการเพิ่มสมรรถนะผู้สูงอายุมีศักยภาพในการพึ่งตนเอง ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2551) การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายอย่างประมาทและเดินสายกลางมีความสุขพอดี พอเพียงกับวิถีชีวิตตน ตามฐานะทาง

เศรษฐกิจ ด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่หลงไหลไปตามกระแสวัตถุนิยม สร้างชุมชนเกื้อกูล รู้คุณค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างนิสัยการใช้จ่ายอย่างมีสติ มีวิสัยทัศน์ในการครองตน แสวงหาทางเลือกในการเปลี่ยนวิถีชีวิตไปสู่ความพอเพียงมากขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตามเจตนารมณ์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 -2564 ที่ได้กำหนดแนวทางการพัฒนานคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาโดยใช้เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องมือให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

การพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุ จึงเป็นแนวทางในการดำเนินวิถีชีวิตบนพื้นฐานการพัฒนาในทุกมิติอย่างเป็นองค์รวมที่มี “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 - 8 ที่ผ่านมา ซึ่งได้กำหนดแนวทางในการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุเกิดส่งผลให้เกิดปัญญาผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2542 (สำนักงานส่งเสริมสุขภาพ, 2547) จากการศึกษางานวิจัย ทักษิณ ชัยวัฒน์ และคณะ (2560) พบว่าแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุให้สามารถดำรงชีวิตด้วยตนเอง ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมความเข้มแข็งทางด้านจิตใจ ด้วยการสร้างความเข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ดีต่อวิถีชีวิตมีความสงบสุขและยอมรับ 2) การส่งเสริมสุขภาพทางด้านร่างกาย ได้แก่ อาหาร อากาศ การออกกำลังกาย การป้องกันอุบัติเหตุ และ 3) การส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม เป็นต้น

แม้ว่าปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับประชาชนได้ทุกกลุ่ม เพื่อให้ชีวิตอยู่บนพื้นฐานความพอเพียงในทุกเรื่อง หากคนในสังคมโดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อยู่ในชุมชนฐานรากสามารถปฏิบัติตนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งมีคุณภาพ (มนตรี ตรีอาภรณ์ไพศาล และคณะ, 2564) และจะนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง ครอบครัวและชุมชน ดำรงชีวิตมีความสุขอย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาจังหวัดเลย ว่าผู้สูงอายุจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงควรมีแนวทาง ดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบใดที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุอย่างยั่งยืนต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาจังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาจังหวัดเลย ก่อนและหลังเข้าร่วมการพัฒนา
3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาจังหวัดเลย

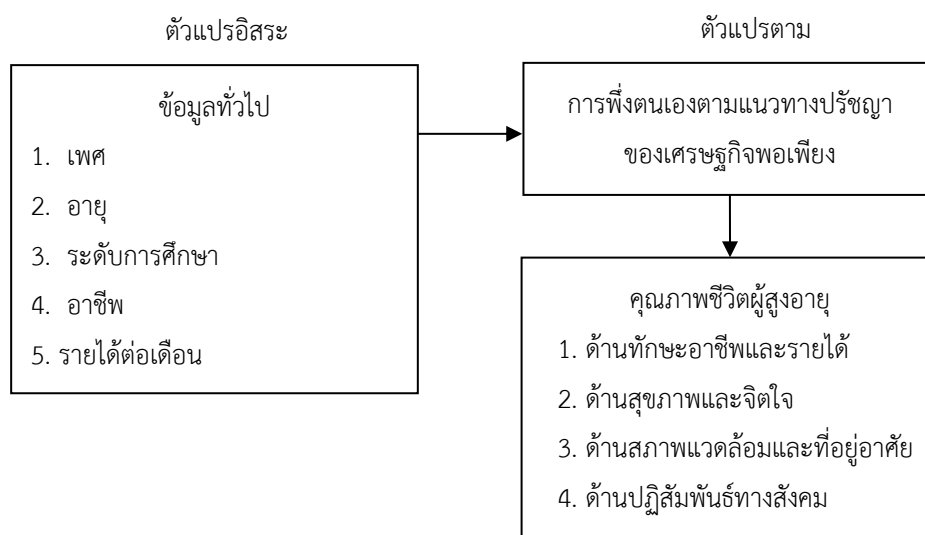
## สมมติฐานการวิจัย

1. การพึ่งตนเองของผู้สูงอายุตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาจังหวัดเลย อยู่ในระดับน้อย

2. หลังพัฒนาผู้สูงอายุดำรงชีวิตโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีคุณภาพชีวิตสูงขึ้น

## กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้วยการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางพัฒนาแบบบูรณาการทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมอย่างสมดุลตามบริบทของชุมชนที่ยึดถือหลักการพึ่งตนเอง ผู้วิจัยได้นำเอาหลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้จากการสังเคราะห์วรรณกรรมเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุตามทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุที่มีสัญชาติไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในพื้นที่มีลักษณะภูมิประเทศติดกับแม่น้ำโขงจังหวัดเลย ประกอบด้วย

อำเภอเชียงคาน จำนวน 17,253 คน อำเภอปากชม จำนวน 9,176 คน และอำเภอท่าลี่ จำนวน 9,647 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 36,076 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

2. กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกตัวแทนผู้สูงอายุที่อาศัยในพื้นที่ลักษณะภูมิประเทศติดแม่น้ำโขงของจังหวัดเลย ที่สมัครใจเข้าร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย อำเภอเชียงคาน จำนวน 57 คน อำเภอปากชม จำนวน 31 คน และอำเภอท่าลี่ จำนวน 34 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 122 คน และสัมภาษณ์ผู้สูงอายุที่เป็นผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) พิจารณาจากคุณสมบัติผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต

และแบบอย่างของการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการพึ่งตนเองและมี  
ภูมิสำเนาอยู่ในพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 10 คน

### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้แนวทางการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านทักษะอาชีพและรายได้ ด้านสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย ด้านสุขภาพและจิตใจ และด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่สร้างขึ้นแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัย แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2-3 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Item-Objective Congruence Index: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และได้ค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.96

ส่วนที่ 2 แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ เป็นกรอบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบพึ่งตนเอง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นแบบอย่างให้กับคนอื่นได้และถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informant) ในการวิจัยในเรื่องนี้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) มีขั้นตอน ดังนี้

1. คัดเลือกอาสาสมัครผู้ช่วยงานวิจัยจำนวน 30 คน โดยกำหนดคุณสมบัติคุณวุฒิการศึกษา ระดับปริญญาตรี ปฏิบัติหน้าที่สถานศึกษาในพื้นที่สำรวจข้อมูลจังหวัดเลย และสามารถเก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างได้ตามระยะเวลาที่กำหนด
2. ประชุมผู้ช่วยวิจัย จำนวน 30 คน ชี้แจงโครงการวิจัย จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุ และกำหนดระยะเวลาในการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล

3. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยเดินทางไปพบกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในพื้นที่นัดหมาย และดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เป็นรายคน ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น ความเสื่อมของสายตา ตลอดจนข้อจำกัดในเรื่องการอ่านและเขียนตัวหนังสือและเพื่อให้ได้ข้อมูลระดับลึกในส่วนที่เป็นข้อคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น ความต้องการของผู้สูงอายุ การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงใช้วิธีการสัมภาษณ์เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในระยะที่ 1 ในเดือนตุลาคม 2563 และระยะที่ 2 ในเดือนมิถุนายน 2564 - เดือนกรกฎาคม 2564

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์ตามกรอบที่จัดทำไว้ โดยผู้ที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นแบบอย่างให้กับคนอื่นได้และถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informant) จำนวน 10 คน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติที่นำมาใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน t-test (Dependent sample)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์ โดยเน้นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับมา เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ได้รับ จากนั้นผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มจำแนกตามกรอบ รวมถึงการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาทั้งหมดประมวลสรุปเนื้อหา

### สรุปผลการวิจัย

#### ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง  
ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.58 มีอายุระหว่าง 60 - 64 ปี ร้อยละ 45.36 ระดับการศึกษา ต่ำกว่า ม. 3 ร้อยละ 67.01 มีอาชีพทำนา ทำสวน ทำไร่ ร้อยละ 73.19 และผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.50
2. การวิเคราะห์ระดับการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัยดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน

| การพึ่งตนเองของผู้สูงอายุ     | ระดับ     |      |         |
|-------------------------------|-----------|------|---------|
|                               | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล   |
| 1. ทักษะอาชีพและรายได้        | 2.84      | 0.25 | ปานกลาง |
| 2. สุขภาพและจิตใจ             | 3.47      | 0.21 | มาก     |
| 3. สภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย | 3.12      | 0.28 | ปานกลาง |
| 4. ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม        | 3.97      | 0.23 | มาก     |
| รวม                           | 3.15      | 0.69 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 1 การพึ่งตนเองของผู้สูงอายุตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาจังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.15$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับน้อยถึงมาก โดยด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D.= 0.23) รองลงมาคือ สุขภาพและจิตใจ ( $\bar{X} = 3.47$ , S.D. = 0.21) และด้านสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย ( $\bar{X} = 3.12$ , S.D. = 0.28) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ทักษะอาชีพและรายได้ ( $\bar{X} = 2.36$ , S.D. = 0.25)

3. การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาจังหวัดเลย ผลการวิจัยดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาจังหวัดเลย

| คุณภาพชีวิต                   | ก่อนพัฒนา |      |         | หลังพัฒนา |      |       |
|-------------------------------|-----------|------|---------|-----------|------|-------|
|                               | $\bar{X}$ | S.D  | ระดับ   | $\bar{X}$ | S.D  | ระดับ |
| 1. ทักษะอาชีพและรายได้        | 3.14      | 0.51 | ปานกลาง | 3.87      | 0.37 | มาก   |
| 2. สุขภาพและจิตใจ             | 3.29      | 0.24 | ปานกลาง | 4.00      | 0.29 | มาก   |
| 3. ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม        | 3.64      | 0.12 | มาก     | 3.91      | 0.23 | มาก   |
| 4. สภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย | 3.35      | 0.38 | ปานกลาง | 3.85      | 0.34 | มาก   |
| รวม                           | 3.38      | 0.19 | ปานกลาง | 3.71      | 0.13 | มาก   |

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ก่อนร่วมพัฒนา

คุณภาพชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.38$ , S.D.=0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.12) รองลงมา ได้แก่ สภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย ( $\bar{X} = 3.35$ , S.D. = 0.38) ส่วนด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านทักษะอาชีพและรายได้ ( $\bar{X} = 3.14$ , S.D. = 0.51)

คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลังการร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.13) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสุขภาพและจิตใจ ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.29) รองลงมา ได้แก่ ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.23) ด้านทักษะอาชีพและการเรียนรู้ ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = 0.37) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.34)

**ตารางที่ 3** ผลการเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

| ค่าสถิติ      | ก่อนพัฒนา |      | หลังพัฒนา |      | t     |
|---------------|-----------|------|-----------|------|-------|
|               | $\bar{X}$ | S.D. | $\bar{X}$ | S.D. |       |
| กลุ่มตัวอย่าง |           |      |           |      |       |
| ผู้สูงอายุ    | 3.39      | 0.19 | 3.92      | 0.07 | 6.19* |

\*P<.05

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจ หลังร่วมพัฒนามีคุณภาพชีวิตสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 มากที่สุดคือ สุขภาพและจิตใจ

4. แนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางที่เหมาะสมพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สรุปดังนี้

4.1 การส่งเสริมทักษะอาชีพและรายได้

4.1.1 ควรจัดกลุ่มอาชีพหลักหรืออาชีพเสริมที่เหมาะสมกับทักษะ ความรู้ ความสามารถเพื่อให้มีรายได้ของตนเองไม่ต้องพึ่งพาลูกหลานหรือบุคคลอื่น เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ หรือเพาะพันธุ์ไม้จำหน่าย

4.1.2 ควรพัฒนาทักษะอาชีพผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถพึ่งตนเอง มีอาชีพที่สร้างรายได้มั่นคงได้แก่ การทำไร่สวนผสม การปลูกผักสวนครัว การเลี้ยงสัตว์ และการจักสาน

4.1.3 ควรส่งเสริมการประกอบอาชีพ เช่น ค้าขาย การเป็นที่ปรึกษา และการรับเลี้ยงเด็ก

4.1.4 รัฐควรจัดกิจกรรมไปให้ความรู้ผู้สูงอายุด้านหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติระดับครัวเรือน การสร้างภูมิปัญญาพึ่งตนเอง

#### 4.2 การส่งเสริมการดูแลสุขภาพและจิตใจ

4.2.1 ควรจัดอบรมให้ความรู้ในการบริโภคเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันด้านสุขภาพที่ดีแก่ผู้สูงอายุ

4.2.2 ควรจัดสถานที่และอุปกรณ์ สำหรับการออกกำลังกาย เช่น การเดินหรือวิ่ง รำไทเก็ก เพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ

4.2.3 ส่งเสริมความเข้มแข็งทางจิตใจ ปฏิบัติตามหลักธรรมศาสนา มีเจตคติที่ดีต่อชีวิต ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย

4.2.4 ครอบครัวควรอยู่ร่วมกันแบบพึ่งพาและเอื้ออาทร ดูแลใส่ใจผู้สูงอายุทั้งด้านที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายผู้สูงอายุ การดูแลสุขภาพ อาหารและนันทนาการต่าง ๆ

4.2.5 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือผู้นำชุมชน ควรประสานโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ประชาสัมพันธ์ การป้องกันโรคภัยที่เกิดกับผู้สูงอายุ จัดบริการตรวจสุขภาพผู้สูงอายุเป็นประจำเป็นระยะโดยไม่ต้องไปตรวจที่โรงพยาบาล

#### 4.3 การส่งเสริมการจัดสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย

4.3.1 ครอบครัวและผู้ดูแลผู้สูงอายุ ควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยให้ปลอดภัยจากอุบัติเหตุ

4.3.2 ครอบครัวควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้พื้นที่ว่างบริเวณที่อยู่ปลูกพืชกินได้ ผักสวนครัวและไม้ประดับเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ผ่อนคลายและรักษาสภาพแวดล้อม

4.3.3 ควรจัดสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยให้มีบรรยากาศที่ร่มรื่น อากาศถ่ายเทสะดวก เพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ

#### 4.4 การส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

4.4.1 ควรจัดชมรมหรือกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ และส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมเพื่อไม่ให้ผู้สูงอายุรู้สึกโดดเดี่ยว

4.4.2 รัฐควรมีโครงการจัดสวัสดิการด้านที่พักพิงสำหรับผู้สูงอายุที่ถูกละเลยให้อยู่ตามลำพังอย่างเหมาะสมทั่วถึง เสมอภาค เพื่อสนับสนุนคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ส่งผลต่อสุขภาพและจิตใจ

4.4.3 ควรสนับสนุนผู้สูงอายุที่มีภูมิปัญญาความรู้ เข้าร่วมเป็นกรรมการชุมชน หรือกรรมการสถานศึกษา

4.4.4 ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน ควรจัดกิจกรรมทางศาสนา งานประเพณีท้องถิ่นหรือชุมชน การแสดงมหรสพ การจัดกิจกรรมรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ

### อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ระดับการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาจังหวัดเลย อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสุขภาพกายและจิตใจ สอดคล้องผลการศึกษาของ ชาญชัย ชัยรุ่งเรือง (2558) ที่พบว่า ระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องงานวิจัยของ มณีรัตน์ กุลธวัช และคณะ (2559) ที่ได้ศึกษาสภาพการพึ่งตนเองและความต้องการพัฒนาการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลพุดเตย อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในการดำเนินชีวิต ด้วยการพึ่งตนเองตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตยังต้องพึ่งพาและเป็นการระของสมาชิกครอบครัว ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยของ กิตติวงศ์ สาสวด (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีมาจากครอบครัวที่มีครอบครัวอบอุ่น สมาชิกในครอบครัวดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันด้วยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ให้การช่วยเหลือกันและกัน รวมทั้งดูแลผู้สูงอายุอย่างดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยเฉพาะในด้านอาหารและโภชนาการ

2. ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุหลังร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สุขภาพกายและจิตใจ สอดคล้องงานวิจัยของ ทักษิภา ชัชวรัตน์ และคณะ (2553) ที่ศึกษาการพัฒนาแนวทางส่งเสริมการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าผู้สูงอายุ พบว่า การดำรงชีวิตของผู้สูงอายุที่มีคุณค่าที่ส่งผล

ต่อคุณภาพชีวิตมากที่สุดคือด้านจิตใจและด้านร่างกาย ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รักสุขภาพโดยโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ส่งเสริมการออกกำลังกาย ด้วยการสนับสนุนลานออกกำลังกายพร้อมอุปกรณ์ไว้บริการประชาชนในหมู่บ้าน มีการตรวจคัดกรองสุขภาพประจำปีผู้สูงอายุ และให้คำแนะนำการรักษาสุขภาพกับผู้สูงอายุ มีการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการปลูกต้นไม้ทั้งไม้ประดับและไม้ยืนต้น และตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอาหารให้ถูกต้องครบถ้วน มีส่งเสริมการสร้างครอบครัวให้มีความอบอุ่น ตลอดจนการนำเอาหลักศาสนาและแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวัน

ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า หลังพัฒนาผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตโดยการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มากที่สุดคือ ด้านสุขภาพและจิตใจ ทั้งนี้อาจเนื่องจากภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมสุขภาพกาย และสิทธิต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ ในการรับบริการด้านสุขภาพ และการสื่อสารข่าวประชาสัมพันธ์ จึงทำให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ส่งผลต่อสุขภาพกายและสภาพจิตใจที่ดี มีความรู้สึกทางบวกต่อตนเอง สอดคล้องการวิจัย มณีรัตน์ กุลวงษ์ และคณะ (2559) ที่พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการพัฒนาในการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านจิตใจ และสังคมมากที่สุด จึงทำให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพกายที่ส่งผลต่อการมีจิตใจที่ดี มีความรู้สึกทางบวกต่อตนเอง พิจารณารายด้าน ดังนี้

2.1 ด้านสุขภาพและจิตใจ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ได้มีหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานด้านสาธารณสุขเข้าไปมีบทบาทในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ดีต่อชีวิต เช่น การส่งเสริมการออกกำลังกาย การตรวจคัดกรองสุขภาพประจำปีให้กับประชาชนและให้คำแนะนำทางด้านสุขภาพกับประชาชน รวมทั้งการใส่ใจปัญหาสิ่งแวดล้อม การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนบ้าน มีความพึงพอใจต่อสุขภาพตนเองและสมาชิกครอบครัวใส่ใจและให้ความรักและเคารพ สอดคล้องงานวิจัยของ ทักษิภา ชีวรัตน์ และคณะ (2560) ที่ศึกษาการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า การจัดกิจกรรมเสริมสุขภาพ ด้วยการออกกำลังกาย เล่นกีฬา การคืนสิ่งแวดล้อม

และอากาศให้กับชุมชนจะช่วยให้สุขภาพกายและจิตใจเข้มแข็ง มีความเบิกบาน สดชื่น และมีความสุข

2.2 ด้านทักษะอาชีพและรายได้ ผลการวิจัยโดยรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาระดับมัธยมต้นพื้นฐานทุกคน และอ่านหนังสือออก เขียนได้ทุกคน มีทักษะด้านอาชีพและภูมิปัญญา มีการดำรงชีวิตอย่างพออยู่พอกินสมควรตามอัตภาพ มีความประหยัด ไม่ฟุ้งเฟ้อ สมาชิกครอบครัวมีอาหารเพียงพอ และรับประทานอาหารถูกสุขลักษณะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ สอดคล้องการวิจัยของ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนครศรีธรรมราช (2560) พบว่า กิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุได้แก่ กิจกรรมด้านการศึกษาแก่ผู้สูงอายุที่มีความสนใจ การส่งเสริมอาชีพและรายได้สำหรับผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ผู้สูงอายุยังมีความต้องการประกอบอาชีพเสริมสร้างรายได้ มีรายรับรายจ่ายที่สามารถพึ่งตนเองได้ โดยไม่ต้องพึ่งพิงลูกหลาน ได้เรียนรู้การดำรงชีวิตอย่างพอควร พออยู่พอกิน ดำรงชีพตามฐานะตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย ชัยรุ่งเรือง (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่า รายได้มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

2.3 ด้านสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย พบว่า คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ผู้สูงอายุบางส่วนไม่มีผู้ดูแล หรืออยู่ตามลำพังในช่วงเวลากลางวัน จึงทำให้รู้สึกโดดเดี่ยว และขาดสัมพันธ์ภาพที่ดีกับครอบครัวและสังคม สอดคล้องแนวคิดกับ Gardner (1999) ที่ว่าการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยการพึ่งตนเองขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคล เช่น ความสามารถในการเคลื่อนไหวร่างกาย ความสามารถในการเข้าใจในธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ภาพต่อสังคมและครอบครัว สอดคล้องการวิจัยของ กิตติวงศ์ สาสวด (2560) พบว่า สมาชิกครอบครัวเป็นบุคลากรหลักในการดูแลผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีมาจากครอบครัวที่มีความรักความอบอุ่น และดูแลผู้สูงอายุอย่างดี และสอดคล้องการวิจัยของ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2560) พบว่า ผู้สูงอายุอยู่ในครอบครัวที่ดีใส่ใจดูแลในเวลาเจ็บป่วย จะทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข

2.4 ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พบว่า คุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีเป็นสมาชิกที่เข้มแข็ง และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม ผู้สูงอายุ

ได้รับการตอบสนองทางด้านร่างกาย ความปลอดภัย มีการรับรู้ตัวตนเองมีประโยชน์ ได้แสดงความสามารถที่มีอยู่ การพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้สูงอายุด้วยกัน และมีกิจกรรมสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและหมู่บ้าน เช่น งานเทศกาลสงกรานต์ กีฬาสัมพันธ์ งานลอยกระทง การร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ตามวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนส่งผลให้ผู้สูงอายุมีศักยภาพในการดูแลตนเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย ชัยรุ่งเรือง (2558) พบว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ และสอดคล้องงานวิจัย มณีรัตน์ กุลวณิช และคณะ (2559) พบว่า ความต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านสังคมมากที่สุด

3. แนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้หลักการพึ่งตนเองตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตสรุปดังนี้

3.1 ด้านทักษะอาชีพและรายได้ ควรมีการจัดแหล่งเรียนรู้ในชุมชน และพัฒนาทักษะอาชีพที่สร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุพึ่งตนเองได้ตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

3.2 ด้านสุขภาพและจิตใจ ควรส่งเสริมผู้สูงอายุใช้ชีวิตตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยยึดหลักคำสอนและหลักธรรมศาสนา จัดสวัสดิการที่เหมาะสมทั้งในด้านสวัสดิการสังคม การส่งเสริมสุขภาพและการออกกำลังกาย

3.3 ด้านที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม ควรปรับสภาพพื้นที่ที่อยู่อาศัยสอดคล้องกับสภาพผู้สูงอายุ และจัดสภาพแวดล้อมที่เป็นการส่งเสริมสุขภาพทางกายและจิตใจ

3.4 ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ควรจัดระบบดูแลสวัสดิการช่วยเหลือผู้สูงอายุในชุมชนให้ทั่วถึง จัดสวัสดิการด้านแหล่งเรียนรู้ หรือมุมอ่านหนังสือผู้สูงอายุในชุมชน จัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึกรักษามรดกวัฒนธรรม ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น นำเอาหลักพุทธศาสนาเข้ามาปรับใช้ในการดำรงชีวิตด้านจิตใจ และสติปัญญา

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ด้านสุขภาพกายและจิตใจ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพหรือเทศบาลตำบล ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้รับการดูแล

สุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม รวมถึงการส่งเสริมให้ได้ออกกำลังกาย และตรวจคัดกรองสุขภาพประจำปี

1.2 ด้านทักษะอาชีพและรายได้ ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้นำชุมชน ควรประสานหน่วยงานรัฐ ส่งเสริมให้ประชาชนพัฒนาทักษะอาชีพ ที่สร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ภายในหมู่บ้าน

1.3 ด้านการจัดสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย สมาชิกครอบครัวควรพัฒนาความรู้ สร้างความเข้าใจในการจัดสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับสภาพร่างกายและความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ

1.4 ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผู้นำชุมชนและครอบครัว ควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมความรับผิดชอบและส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเห็นความสำคัญของเข้าร่วมกิจกรรมในระดับชุมชนและหมู่บ้าน เพื่อสร้างความภูมิใจ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อชุมชน

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยค้นหาปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมจากการศึกษาครั้งนี้

2.2 ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแผนการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มอาสาสมัครภายนอกหน่วยพัฒนาสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องของกิจกรรมด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและด้านอื่นโดยมีความรู้เกี่ยวกับสภาพความเป็นอยู่และการดำรงชีวิต

2.3 ควรมีการศึกษาการดำเนินชีวิตโดยใช้หลักการพึ่งพาตนเองตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้การศึกษารายกรณี หรือการสังเกตพฤติกรรมในการปฏิบัติตนของผู้ประสบผลสำเร็จในการดำเนินชีวิต

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2561). ยุทธศาสตร์กรมกิจการผู้สูงอายุ 20 ปี ประจำปี พ.ศ. 2561–2580. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- [2] กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2560). รายงานผลการวิจัยการพัฒนาศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจังหวัดนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช: สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- [3] กระทรวงสาธารณสุข. (2551). การศึกษารูปแบบการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุระยะยาวในสถานบริการ. นนทบุรี: กรมอนามัย.
- [4] ภัฏญานันท์ ไร่คำ. (2561). การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 7(2), 2561.
- [5] กิตติวงศ์ สาสวด. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดภาคตะวันออก. วารสารชุมชนวิจัย, 11(2), 21-38.
- [6] จีราวัฒน์ จันทสิทธิ์. (2561). กลยุทธ์การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับผู้สูงอายุเทศบาล ตำบลเด่นชัย. วารสารวิจัยและพัฒนาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 13(2), 28-37.
- [7] ชานชัย ชัยรุ่งเรือง. (2558). การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 4(2), 14-28.
- [8] ทักษิณี ชัยรัตน์ และสุภาภรณ์ อุดมลักษณ์. (2560). การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ. วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้, 4(3), 176-188.
- [9] มณีรัตน์ กลุณษ์, วัชรินทร์ อินทพรหม, เตชิน ตรีชัย และสิริกร ฉัตรภูติ. (2559). รูปแบบในการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลตำบลพุดเตย อำเภอบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร, 11(1), 165-174.
- [10] มนตรี ตรีอาภรณ์ไพศาล. (2564). อิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานและการรับรู้คุณค่าของงานที่มีต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7(2), 18-25.
- [11] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ: สำนักงานนายกรัฐมนตรี.
- [12] สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ. (2558). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2558. กรุงเทพฯ : พงษ์พานิชเจริญผล.
- [13] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). รายงานสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2562. ค้นเมื่อ วันที่ 4 มิถุนายน 2563 จาก <http://www.dop.go.th/th/know/1>
- [14] Gardner, H. (1999). *Intelligence reframed: Multiple Intelligence for the 21<sup>st</sup> Century*. Newyork: Basic Books.

## A STUDY OF SINGLE ACCOUNT ON ACCOUNTING FIRMS IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ARTHIT SUTJASEN<sup>1\*</sup>, ARPORN KLAEWTONONG<sup>2</sup> and AREE TEHLAH<sup>3</sup>

### ABSTRACT

Thailand has its own single Thai Financial Reporting Standards for the Publicly Accountable Entities (TFRSs for PAEs). The fair value concept is mainly used in the preparation of financial reports that was beneficial to SMEs. To sustainably develop the tax base, therefore, the government needs to promote and support the SMEs' entrepreneurs for doing single accounting that is consistent with actual condition of entities. It will also help increase competitiveness in the ASEAN market.

This study aimed to investigate the impact of single account on accounting firms, and to investigate the problems and obstacles of single account on accounting firms by collecting data from total 21 accounting entrepreneurs in Nakhon Si Thammarat Province using a questionnaire, and analyzing data using statistical analysis consisted of percentage, arithmetic average, and standard deviation.

From the study of impact of single account on accounting firms, it was found that accounting firms were overall affected from single account at a moderate level. Impact of single account on accounting firms on overall providing the accounting service was at a moderate level, Impact of single account on accounting firms on overall accounting operation was at a high level, and on the overall process of follow-up and correction was at a high level.

For other problems and obstacles of accounting entrepreneurs on single account, it was found that small accounting firms without updating TFRS law would have a problem of correct financial statement preparation because of updating shall be meet TFRS and work sheet, updating tax calculation in accordance with the Revenue Code. Many accounting firms recorded the accounting using the criteria as used by the Revenue Department which contrary with TFRS, however, it also affected to the disclosure of financial statement to financial institute and in case of emerging entity. The financial statement was unable to loan from bank.

**Keywords:** Impact ; Single Account ; Accounting Firms ; Nakhon Si Thammarat

---

<sup>1-2</sup> Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat, Thailand.

<sup>3</sup> Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla, Thailand.

\* Corresponding Author, Email: arthitgolden@gmail.com

Received: May 3, 2021, Revised: Sep 24, 2021, Accepted: Sep 30, 2021

## INTRODUCTION

Thailand, led by the Federation of Accounting Professions, realizes the necessity of enhancing the quality of the Thai accounting profession, and therefore has taken various measures to promote the potential development of Thai accounting professionals, whether it is the revising financial reporting standards to conform to the international financial reporting standards. However, Thailand had Thai Financial Reporting Standard for single account referred from the International Financial Reporting Standard to make it was accepted in international class. The said Financial Reporting Standard was used for juristic person who was responsible for preparing the account in accordance with Accounting Code B.E. 2543, (Department of Business Development, 2016) whether registered company with stock trading in stock market or general juristic person without stock trading in stock market. The International Financial Reporting Standard was used for Publicly Accountable Entities with complicity. From the use of concept of fair value as the main point for preparing the financial report of Non-Publicly Accountable Entities that was small and medium entities, the Federation of Accounting Professions under the Royal Patronage of His Majesty the King had aware of the importance of Non-Publicly Accountable Entities which was the driving force of national economy and aware that this Non-Publicly Accountable Entities was different from Publicly Accountable Entities. After all this time, the Federation of Accounting Professions had prescribed the accounting procedure for Non-Publicly Accountable Entities by issuing the notice of enforcement exemption of some Thai Financial Reporting Standards to be suitable and applicable for business environment of Thailand (Federation of Accounting Professions, 2011) and on 1 January 2016, in order to promote a company or juristic partnership to

enter into tax system for sustainable tax base development which was improvement of tax collection management, there was establishment of the “Single Account” which was the measure of government and Ministry of Finance as well as Revenue Department to promote the SMES’ entrepreneur for preparing account and financial statement that are consistent with actual condition of entities and support tax collection procedure in accordance with the Revenue Code Act in order to tax collection system of a company or juristic partnership had more efficiency (Pongpitak, 2016). Two applicable laws related to the single account consisted of Royal Emergency Decree Issued under the Revenue Code Governing Exemption of Taxes and Promotion of Tax Collection Procedure B.E.2558 (2015), and Royal Decrees Issued under the Revenue Code Governing Reduction of Tax Rates and Exemption of Taxes (No. 595) B.E.2558 (2015), becoming into force on 1 January 2016 (Poontaneat, 2016).

Currently, financial report preparation of Non-Publicly Accountable Entities mainly focused on filing to the Revenue Department for income tax payment and may have more than one account with different other objectives such as for filing to bank for a loan or giving information to the owner. These financial information are different resulting in the business owner or accounting firm has more burdens as well as the financial statement does not reflect to the actual turnover due to certain properties may be undeclared or the use of property of the owner with multi-purposes. These issues inhibit the business growth because of it has multiple databases (Federation of Accounting Professions, 2016).

The results of taking action in accordance with the single accounting and exemption and reduction of corporate income tax rate for SMEs is expected that it will result a company or juristic partnership to prepare the account and financial statement that are consistent

with actual condition of entities using it as a tool for analyzing and planning business operation to build credibility on business operation, building sustainable tax base, reflecting national economic activity condition, and overall financial transaction by exempting and reducing the corporate income tax rate for SMES' entrepreneurs who prepare the single account, which will improve the potential and increase the competitiveness of SMES' entrepreneurs, using as a tool for analyzing and planning the business operation as well as building credibility for business expansion by the Ministry of Finance and Bank of Thailand govern the financial institutes to use the account and financial statement that the company or juristic partnership file to the Revenue Department, for filing income tax return as evidence for financial transaction and asking for a credit approval from a financial institute from 1 January 2019 onwards (Bureau of Tax policy and Planning, 2016).

Moreover, the quality management standard also focuses on active quality management and improvement of the auditing quality management procedure to be up-to-date by prescribing the company to have appropriate policy or procedure or system of quality management both in office level and auditing level, as well as focusing on the importance of auditor's responsibility who is responsible for quality management and achievement of auditing in order to have public benefits at most and be able to give reasonable credibility that the serviced task achieves the expected qualitative purposes.

Accounting firm as a representative of entrepreneur is responsible for preparing the account prescribed in Section 8 of Accounting Act B.E.2543 (2000). From above information, SME's entrepreneur has prepared more than one account and may distort or conceal accounting transaction, resulting in those who use the financial statement get incorrect information and may cause the damage from the use

of financial statement for business decision and resulted the accounting firm is affected from operation as the business owner's representative.

The authors therefore were interested to study the impact of single account on accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province to know the accounting entrepreneur's views.

### Objectives

1. To investigate the study of single account on accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province.
2. To investigate the problems and obstacles of single account on accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province.

### Literature Reviews and Related literatures

Single account is a measure of Revenue Department to meet the government policy for promoting small and medium enterprises to prepare the account and financial statement that are consistent with actual condition of entities for using as a tool of analysis and planning the business operation as well as increasing the competitiveness for business operation, which reflect actual condition of entities.

The firm will get many tax privileges from participation of the said measure and it is the improvement of Thailand for preparing the obvious financial information which is the benefits for promoting the economic growth and strengthening for entity to be able to manage and use the information for decision efficiently, improve the potential of entities and reduce the borrowing cost of entities (Maythawiriyakul, 2017)

(Chotwetchakarn, 2012) stated that accounting in era of boundless communication should be a single account, holding 3 principles: 1) correctness, namely the recorded data is correct according to the principles of accounting and tax; 2) completeness, namely providing the necessary information that is sufficient for

the executive's decision; 3) In time for the executive's decision by the executives can view the real time information.

(Suratod, Suksamorn and Chadaeng, 2015) studied the use of simple accounting program for SMEs in accordance with the single account of the Revenue Department. It was found that after the entrepreneurs had used the single account, accounting standard for tax payment was more obvious, both small and medium entrepreneurs or SME registered as a company or juristic partnership could update their account by themselves and got the tax exemption and were not retroactive audit.

(Sriprachot, 2016) studied and compared the financial ratios of small and medium enterprises that participated and did not participate in the single accounting project to investigate the difference of financial ratios in 2014 and 2015. It was found that there were total 7 financial ratios of small and medium enterprises participated the single account project in 2014 that differed from the ratios in 2015, consisting of the Return On Equity (ROE), Debt to Total Asset Ratio (DTAR), Current Ratio (CR), Total Debt to Total Asset Ratio (TDTAR), Debt to Equity Ratio (DER) and Total Debt to Equity Ratio (TDER). For those that did not participate in the single accounting project, the financial ratios in 2014 was not different from 2015. For the financial ratios in 2014 and 2015 of small and medium enterprises that participated and did not participate in the single accounting project were no different.

(Kuangkham, 2017) studied the impact of single account on auditing of certified public accountant. It was found that the certified public accountant was overall affected from single accounting in auditing at a high level consisting of Audit Planning and Operation after Audit Complete. For the Auditing and Gathering Evidence of Audit were affected at a moderate level. Adjusting entry to correct an error that the auditor

detected at most were accounts receivable and loan payable of directors or partners. For the problems and obstacles of single account on auditing of certified public accountant were the difficulty of gathering evidence for auditing adjusted entries and certified public accountant lacked knowledge and understanding on single account as well as the study of (Inta, 2017) on impact of single account on audit and accounting certification of tax auditor, it was found that the impact of audit and accounting certification according to single accounting standard by tax auditor was affected at a high level on preparation of audit working paper and accounting certification, preparation of financial statement according to the accounting standard and relevant laws, accounting entry as detected and adjusted according to the single account; at a moderate level on taking auditing, guidelines for auditing and risk assessment, reporting the audit and accounting certification, testing the accounting entry according to the attached declaration statement of partner and auditor's equity.

The study of (Yamathewan, 2014) on the impact of good auditing on auditing quality of certified public accountant in Thailand, it was found that the certified public accountant agreed with having good auditing procedure in overall and each aspect at a high level, consisting of Audit Planning, Completion of Audit and Auditing Report Design.

## Research Framework

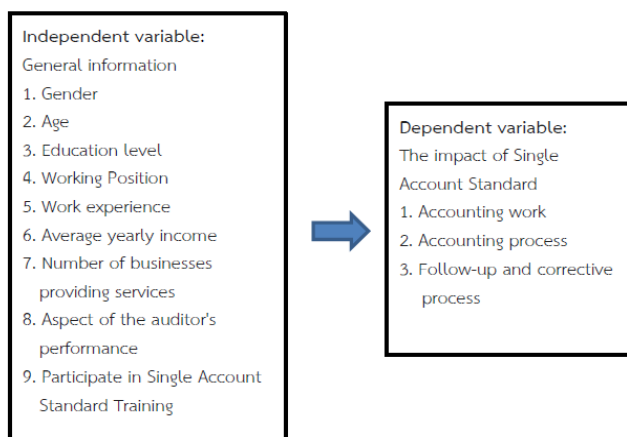


Figure 1 Research Framework

## RESEARCH METHODOLOGY

This study aimed to investigate the impact of single account on accounting firms, the problems and obstacles of single account on accounting firms.

### Research Scopes

#### Scope of Contents

This study investigated the impact of single account on accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province as representatives for accounting of SME business.

#### Area of Population

The population in this study were 21 accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province (Accounting Professional Promotion and Development Section, Business Accounting Supervision Division, Department of Business Development, 2020).

The sample in this study consisted of total 21 accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province using Purposive Sampling Technique from data of Accounting Professional Promotion and Development Section, Business Accounting Supervision Division, Department of Business Development.

## Research Procedures

### Data Collection

This study collected data using the tools as follows:

1) Primary Data: This study collected data using a questionnaire in the sample. The respondents were accounting entrepreneurs in Nakhon Si Thammarat Province in 2020.

2) Secondary Data: The data was collected by studying from various information resources consisting of journals of the Revenue Department, Notifications of the Director-General of the Revenue Department, academic books, Financial Reporting Standards Guide for Non-Publicly Accountable Entities, the Federation of Accounting Professions' documents, information from internet and other information such as researches, journals and etc.

### Research Instrument

Instrument for collecting data was a questionnaire with the procedures for developing the instrument as follows:

1) Studied the relevant theories and concepts from documents, journals, Notifications of Director-General of the Revenue Department, academic books, textbooks and researches related to the impact of single account.

2) Took 21 copies of the questionnaire to pretest by experts with knowledge and experiences.

3) Developed it as the questionnaire that was consistent with the research scopes of this study.

4) Tested the reliability of the questionnaire using the Reliability Testing. The author had taken 21 copies of the questionnaire that was established and improved to Try Out with population with qualifications as same as the sample but they were not the sample to test that the questions were able to mean that corresponded to the required meaning and it was

suitable or not, how it was difficult. And then it was taken to test the reliability of questionnaire using SPSS PC Window software for analyzing the reliability with Cronbach's Alpha Coefficient Analysis. The result was Alpha 0.85 which was considered that it was in the significant level.

The questionnaire structure in this study was divided into 3 parts:

Part 1: General Information related to accounting entrepreneur consisting of gender, age, education level, and experiences of providing the bookkeeping service. The questions in this part were Check List question.

Part 2: Information related to the impact of single account on accounting firms, consisting of Providing Accounting Service, Accounting Operation, and Follow-Up Procedure and Correction. The questions in this part measured the impact level of single account on accounting firms in Nakhon Si Thammarat, using Likert scale.

Part 3: Information related to other problems and obstacles of single account that the accounting entrepreneurs suffered from accounting operation, using the Open-ended questions.

## Data Analysis

1. Analyzed data when received the questionnaire back with full amount as determined by selecting total 21 respondents which were the accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province.

2. Data gathered from the questionnaire would be analyzed using the Descriptive Statistics as follows:

2.1 Data derived from Part 1 of the questionnaire by calculating the Frequency and Percentage to analyze the general information of the respondents and presenting it as the table supporting the data description.

2.2 Data in Part 2 would be analyzed by calculating the Frequency and Percentage, as well as

measurement of level using Likert scale. The questionnaire was multiple choice question on the impact of single account on providing bookkeeping service of accounting firm, with 5–point scales, namely Highest, High, Moderate, Low, Lowest. The scores in each level were as follows (Boonchom Srisa-ard, 2011: 121):

|          |   |   |
|----------|---|---|
| Highest  | = | 5 |
| High     | = | 4 |
| Moderate | = | 3 |
| Low      | = | 2 |
| Lowest   | = | 1 |

After that, the Mean of scores derived from the answers in the questions would be interpreted the criteria for interpreting the Mean as follows (Boonchom Srisa-ard, 2011: 121):

|             |   |          |
|-------------|---|----------|
| 4.51 - 5.00 | = | highest  |
| 3.51 - 4.50 | = | high     |
| 2.51 - 3.50 | = | moderate |
| 1.51 - 2.50 | = | low      |
| 1.00 - 1.50 | = | lowest   |

2.3 Data in Part 3: Problems and Obstacles – it was the open-ended questions using the descriptive writing for summarizing the issue.

2.4 Conclusion, Discussion, Findings and Suggestions related to the impact, problems and obstacles of single account on providing bookkeeping service of accounting firms.

## RESEARCH RESULTS

The results found that the respondents were mainly female aged in range of less than 30 – 40 years old. Their educational level was in bachelor degree, Accounting Program. The current position was business owner, with working experiences of 5 – 10 years. The average income was in range of 500,001-1,000,000 baht. Number of services provided each year was in range of

50-100 entities. The characteristic of auditor's operation would be a freelance auditor and mainly participate the training on single accounting standard.

**Table 1** Mean ( $\bar{x}$ ) of Impact of Single Account on Accounting Firms

| Impact of Single Account on Accounting Firms | Mean | Interpretation |
|----------------------------------------------|------|----------------|
| Taking Bookkeeping                           | 3.29 | Moderate       |
| Accounting Operation Procedures              | 3.54 | High           |
| Procedures of Follow-up and Correction       | 3.51 | High           |
| Total Mean                                   | 3.45 | Moderate       |

**Table 2** Mean ( $\bar{x}$ ) and Standard Deviation ( $\sigma$ ) of Impact of Single Account on Accounting Firms on Providing Bookkeeping Service

| Providing Bookkeeping Service                                                                                                      | Impact Level |          |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------|----------------|
|                                                                                                                                    | $\bar{x}$    | $\sigma$ | Interpretation |
| 1. Consideration of providing a bookkeeping service for new customer                                                               | 3.29         | 1.15     | Moderate       |
| 2. Consideration of providing a bookkeeping service for old customer                                                               | 3.33         | 1.02     | Moderate       |
| 3. Rates of service charges and fees for providing a bookkeeping service                                                           | 3.57         | 0.87     | High           |
| 4. Knowledge and understanding of entrepreneurs who used the bookkeeping service                                                   | 3.38         | 1.16     | High           |
| 5. Bargaining power of accounting firms to customer                                                                                | 3.19         | 0.93     | Moderate       |
| 6. Disclosure the entrepreneur's information on the assets, debts and capitals, incomes and expenses, related to single accounting | 3.29         | 1.19     | Moderate       |
| 7. Personnel for managing single account                                                                                           | 3.00         | 1.14     | Moderate       |
| Total Mean                                                                                                                         | 3.29         | 1.06     | Moderate       |

**Table 3** Mean ( $\bar{x}$ ) and Standard Deviation ( $\sigma$ ) of Impact of Single Account on Accounting Firms on Accounting Operation Procedures

| Accounting Operation Procedures                                                                                                                                               | Recognition Level |          |                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|----------------|
|                                                                                                                                                                               | $\bar{x}$         | $\sigma$ | Interpretation |
| 1. Period of time for providing the account bookkeeping service                                                                                                               | 3.29              | 0.78     | Moderate       |
| 2. Knowledge and understanding of accounting officer in the accounting firms                                                                                                  | 3.48              | 1.25     | Moderate       |
| 3. Gathering documents for preparing a work sheet in accordance with the single accounting standard                                                                           | 3.81              | 0.81     | High           |
| 4. Auditing the income and expense accounts, purchase and sell accounts and other accounts in accordance with the single accounting                                           | 3.57              | 0.81     | High           |
| 5. Assessment of sufficiency and appropriateness of auditing evidence for using as a criteria for giving an opinion on financial statement                                    | 3.62              | 0.80     | High           |
| 6. Suggestion of adjusting entries, categorize the accounting and disclosure information as detected by auditor                                                               | 3.52              | 0.93     | High           |
| 7. Giving an unqualified opinion in the certified public accountant's report but adding the paragraphs of information and events focusing on issues related to single account | 3.48              | 0.68     | Moderate       |
| 8. Giving a qualified opinion in the certified public accountant's report on issues related to single account                                                                 | 3.57              | 0.93     | Moderate       |
| Total Mean                                                                                                                                                                    | 3.54              | 0.87     | High           |



**Table 4** Mean ( $\bar{x}$ ) and Standard Deviation ( $\sigma$ ) of Impact of Single Account on Accounting Firms on Procedures of Follow-Up and Correction

| Procedures of Follow-Up and Correction                                                               | Recognition Level |          |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|----------------|
|                                                                                                      | $\bar{x}$         | $\sigma$ | Interpretation |
| 1. Design, implementation and maintenance of internal control of accounting firms                    | 3.67              | 0.80     | High           |
| 2. Checking the document of title in accordance with single account                                  | 3.29              | 0.90     | Moderate       |
| 3. Problems and mistake of document preparation for supporting the bookkeeping in the single account | 3.57              | 0.75     | High           |
| Total Mean                                                                                           | 3.51              | 0.81     | High           |

## Conclusion and Discussion

A study of impact of single account on accounting firms in Nakhon Si Thammarat Province was found that the accounting firms were overall affected from single account at a moderate level, accounting as 3.45 percent with impacts on each aspect as follows:

The overall impact of single account on accounting firms on providing bookkeeping service was at a moderate level accounting as 3.29 percent, affecting at a high level on providing bookkeeping service of 3.57 percent, knowledge and understanding of entrepreneurs who used the bookkeeping service of 3.38 percent, and providing bookkeeping service for old customer of 3.33 percent, respectively, which corresponded with the study of (Inta, 2017) on impact of single account on auditing and accounting certification of tax auditor which was found that impact from auditing and accounting certification in accordance with single accounting standard were affected at a

moderate level on providing auditing service, guidelines for auditing and risk assessment, reporting the audit and accounting certification, testing the accounting entry according to the attached declaration statement of partner and auditor's equity and accounting certification.

The overall impact of single account on accounting firms on accounting operation procedures was at a high level accounting as 3.54 percent, affecting at a high level on gathering evidence for supporting work sheet preparation in accordance with single accounting of 3.81 percent, assessment of sufficiency and appropriateness of auditing evidence for using as a criteria for giving an opinion on financial statement of 3.62 percent, and auditing the income and expense accounts, purchase and sell accounts and other accounts in accordance with the single accounting of 3.57 percent, respectively, which corresponded with the study of (Kuangkham, 2017) on impact of single account on auditing of certified public accountant which was found that the certified public accountant was overall affected from single account on auditing of certified public accountant at a high level, consisting of audit planning and operation after audit complete, as same as the study of (Inta, 2017) investigated impact of single account on auditing and accounting certification of tax auditor, it was found that the impact from auditing and accounting certification in accordance with single accounting standard on tax auditor was at a high level on work sheet preparation, auditing and accounting certification, on financial statement preparation in accordance with accounting standard and relevant laws.

The overall impact of single account on accounting firms on the procedures of follow-up and correction was at a high level accounting as 3.51 percent, affecting at a high level on design, implementation and maintenance of internal control of

accounting firms of 3.67 percent, problems and errors for preparing documents required to attach with bookkeeping of 3.57 percent, and checking document of title in accordance with single account of 3.29 percent, respectively, corresponding to the study of (Yamathewan, 2014) investigated the impact of good auditing procedures on auditing quality of certified public accountant in Thailand which was found that the certified public accountant agreed with having good auditing procedure in overall and each aspect at a high level, consisting of Audit Planning, Completion of Audit and Auditing Report Design.

For other problems and obstacles of accounting entrepreneurs on single account, it was found that small accounting firms without updating TFRS law would have a problem of correct financial statement preparation because of updating shall be meet TFRS and work sheet, updating tax calculation in accordance

with the Revenue Code. Many accounting firms recorded the accounting using the criteria as used by the Revenue Department which contrary with TFRS, however, it also affected to the disclosure of financial statement to financial institute and in case of emerging entity, the financial statement was unable to loan from bank and some entities had problems on laws of the Revenue Department that was unable to legal register.

The entrepreneur used the tax privilege but did not prepare the account according to the facts of business, avoided to declare income and obstacles from some expenses such as convenience cost that was unable to withhold tax and, however, in order to making understanding with a customer who was an entrepreneur on the single account system, the document and information shall be rearranged.

## REFERENCES

- [1] Accounting Professional Promotion and Development Section, Business Accounting Supervision Division, Department of Business Development, 2020) [Online]. Retrieved. July 1, 2020 from [https://www.dbd.go.th/download/account\\_file/account\\_office/22.pdf](https://www.dbd.go.th/download/account_file/account_office/22.pdf)
- [2] Chotwetchakarn, S. (2012). Accounting...Way To Rich (2<sup>nd</sup> Edition). Bangkok : Theera Film & Scitex.
- [3] Department of Business Development, 2016) [Online]. Retrieved. February 1, 2016 from [https://www.dbd.go.th/download/PDF\\_law/acc\\_prb2543.pdf](https://www.dbd.go.th/download/PDF_law/acc_prb2543.pdf)
- [4] Federation of Accounting Professions. (2011). Financial Reporting Standard (NPAES). [Online]. Retrieved. February 19, 2016 from <http://www.fap.or.th/NPAE>.
- [5] Federation of Accounting Professions. A. (2016). How Good of Single Account. [Online].
- [6] Inta, A. (2017). A Study of Impact of Single Account on Audit and Accounting Certification of Tax Auditor. Independent Study of Master of Accountancy Program, Chiang Mai University.
- [7] Kuangkham, A. (2017). Impact of Single Account on Auditing of Certified Public Accountant. Independent Study of Master of Accountancy Program, Chiang Mai University.
- [8] Maythawiriyakul, W. (2017). Single Account and Exemption and Reduction of Corporate Income Tax Rate for SMEs. *The Journal of Accounting Review Chiang Rai Rajabhat University*. 2(1).15-24.
- [9] Pongpitak. S. (2016). 4 Decrees of Governing Reduction of Tax Rates and Exemption of Taxes B.E. 2558 (2015). Retrieved. August 19, 2016.



- [10] Poontanet. P. (2016). Inside SME Financial Banking Single Account. Volume 406. Retrieved. March 15, 2016 from <http://www.fap.or.th/index.php?lay=show&ac=article&id=539922876&Ntype=30>.
- [11] Sriprachot, P. (2016). Analysis and Comparison of Financial Ratios of Small and Medium Enterprises Participated and Non-Participated in Single Accounting Project. Independent Study. Master of Business Administration Program. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- [12] Srisa-ard, B. (2011). Basic Research. Bangkok: Suweeriyasan.
- [13] Suratod, W. Suksamorn, A. and Chadaeng, W. (2015). The Use of Simple Accounting Program for SMEs in accordance with Single Account of the Revenue Department. Cooperative Education Report. Siam University.
- [14] Tax Planning Bureau, Revenue Department. (2016). Results of the Implementation of Online Single-book Measure and Corporate Income Tax Exemptions and Reductions for SMEs. Retrieved. April 10, 2016 from <http://www.thaigov.go.th/index.php ministry/2012-08-15-09-16-10/item/98868>.
- [15] Yamathewan, P. (2014). A Study of Impact of Good Auditing on Auditing Quality of Certified Public Accountant in Thailand. Thesis of Master of Accountancy Program, Program in Accounting, Faculty of Accountancy and Management, Mahasarakham University.

## FACTORS INFLUENCING PROTECTION COVID-19 TO PEOPLE IN THE COMMUNITY, WANGMOUNG DISTRICT, SARABURI PROVINCE

PRASAK SANTIPARP<sup>1\*</sup>

### ABSTRACT

COVID-19 pandemic is a very serious health problem. Infected diabetes mellitus patients have high chances to be fatal. The aims of this research are to examine preventive COVID-19 practices and identify influencing factors protection COVID-19 practices of diabetes mellitus patients in primary care units, Wangmoung district, Saraburi province during the COVID-19 pandemic. A cross-sectional survey study was employed for the research. The sample size was 156 patients from a total of 254 patients who were in all 7 primary care units in Wangmuong district, Saraburi province. The systematic random sampling was conducted to select the samples by choosing from lists of the patients one except one randomly. The questionnaire was tested for validity by 3 experts resulting in IOC valued more than 0.5 and reliability by 30 patients in district hospital with Chronbach's alpha of 0.84. The data were analyzed by using SPSS. for descriptive statistics, multiple correlation, and linear regression. The research hypothesis was that protection COVID-19 were influenced by knowledge, perception, and stress. The findings were the high preventive COVID-19 practice of patient level and the influencing factors of protection COVID-19 were knowledge, perception, and stress. The suggestion revealed that primary care units should promote COVID-19 to enhance perception and knowledge for preventive COVID-19 practices and relief stress of diabetes mellitus patient.

**Keywords:** Prevention ; COVID-19 ; Primary care unit ; Diabetes Mellitus

### INTRODUCTION

The coronavirus is a family of viruses which may lead to various symptoms such as fever, dyspnea, and pneumonia (Li, et al., 2020). The World Health Organization (WHO) called the term 2019 coronavirus refer to a coronavirus that infected the lower respiratory tract of patients with pneumonia in Wuhan, China on 29 December 2019 (CDC, 2019). Currently, the reference name for the virus is severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2). It was reported that a

cluster of patients with pneumonia of unknown cause was linked to a local Huanan South China Seafood Market in Wuhan, Hubei Province, China in December 2019 (Zhu, et al., 2020). Within 1 month, this virus spread quickly throughout China during the Chinese New Year. Although it is still too early to predict susceptible populations, early patterns have shown a trend similar to severe acute respiratory syndrome (SARS) and middle east respiratory syndrome (MERS) coronaviruses. Susceptibility seems to be associated with age, biological sex, and other health conditions

---

<sup>1</sup> Lecturer at Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University.

\* Corresponding Author, Email: zakpeace7052@gmail.com

Received: Sep 29, 2021, Revised: Dec 19, 2021, Accepted: Dec 24, 2021

(WHO., 2020; Fehr, Channappanavar, Perlman, 2017). COVID-19 has been declared as a Public Health Emergency of International Concern by the WHO. Human-to-human transmission of the COVID-19 has posed a major global health threat (Wang, et al., 2020). Since the WHO declared the COVID-19 as a pandemic and hence a public health emergence of international concern, the rate of new infections and deaths has been ever-accelerating in many parts of the world. As of August 2020, at least 21,549,706 confirmed cases of COVID-19, including 767,158 deaths, had been reported in 216 countries around the world (WHO, 2020). When the pandemic of COVID-19 occurs. The cities were locked down and made various measures, including shutting down work, delayed school opening, closing all kinds of entertainment places, and home segregation. Everyone restricted travel. It is important to know the method to lessen COVID-19 spreading. (CDC, 2019). The COVID-19 pandemic has caused unprecedented damage to the health system worldwide. Hence, most countries were seen as a credible global health actor (Zhang, et al., 2020; Wu, et al., 2020). This pandemic has brought a significant change in life style as well as working environment. Such sudden changes to daily life may have adversely impact peoples' mental health (Dong & Bouey, 2020). There have been implementing strict controls over social gatherings that would anyhow be regarded as a super spreading event (Abdollahi, et al., 2020; Auger, 2020). To control COVID-19, proper use of masks, hand hygiene and social distancing have proved extremely useful in most countries (Chu et al., 2020; Koo, 2020). Among other practices, mask wearing is considered the most recommended practice for infection control and breaking the transmission chain of COVID-19 (Goh, et al., 2020). However, a cross-sectional study that investigated Chinese residents, found only 73.9% of residents chose the proper type of mask (Zhang, et al.,

2020). Another cross-sectional study among primary school students in Wuhan, China which included 9,145 students showed only 51.60% of students practiced appropriate mask wearing behavior (Chen, 2020). In addition, about 19.6% of study participants frequently reported to experience itchy sensations when they wore the mask for an extended time (Szepietowski, et al., 2020). An observational study involving 1,738 respondents from 190 Chinese cities revealed that high frequency of mask wearing regardless of the presence or absence of symptoms was significantly associated with stress (Wang, et al., 2020). According to the knowledge-attitude-practice (KAP) model, the more knowledge, the better attitude and leading to good practice (Monde, 2011). Each person's compliance with preventive practices was affected by their KAP toward COVID-19 through KAP theory (Ajilore, Atakiti, Onyenankye, 2017). In previous study such as MERS and SARS (Choi, Kim, 2016), the knowledge and perceptions were found to be influencing factors of preventive practices (Ejeh, et al., 2020). Based on above evidences, a cross-sectional survey during COVID-19 pandemic to explore the influencing factors which were knowledge, perception and stress of preventive COVID-19 practices should be conducted.

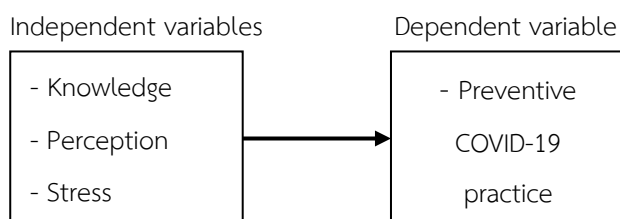
Diabetes mellitus (DM) is one of the worst diseases of the global burden especially in developing countries, because there were serious complications such as disability, reduction of quality of life, and global mortality. Thus, it is identified as the most challenging health problems of 21st century (Sophia, Sunny, 2017). The main problems were not only people's lack of concerning and understanding about these diseases, but lack of compliance with treatment also (WHO, 2017). Thailand's national statistic organization reported that among a sample of 100,000 Thai people, 69.4% do not concern about their health and did not know whether they had DM complications. The National

Health Security Office proposed an improvement plan for health promotion and primary care services in Thailand. Subsequently, the Thai government assigned health services throughout the country to the campaign of self-care for disease prevention and health promotion in the general population. Primary care persons have been responsible for monitoring and educating those patients identified being at risk (Tawatchai, Pilasinee, Siriyaporn, Thipakorn, 2016). Moreover, during COVID-19 pandemic, DM patients are in vulnerable groups because of high opportunity to pass away from COVID-19 infection. Hence, it is very interesting to study preventive COVID-19 practices and influencing factors of diabetes mellitus patients in primary care units, Wangmoung district, Saraburi province.

### Objectives

1. To examine preventive COVID-19 practices during COVID-19 pandemic of diabetes mellitus patients in primary care units, Wangmoung district, Saraburi province.
2. To analyze the relationships of knowledge, perception and stress with preventive COVID-19 practices during COVID-19 pandemic and of diabetes mellitus patients in primary care units, Wangmoung district, Saraburi province.

### Conceptual Framework



Picture 1 Conceptual Framework

### Population and Participants

In this cross-sectional survey study, diabetes mellitus patients from all seven primary care units in Wangmoung district, Saraburi province were selected as research subjects, consisting of 254 patients.

The sample size was calculated by the formula below:

$$N = N / (1 + Ne^2)$$

n: sample size

N: population

e: sampling error = 0.05

$$n = 254 / 1 + 254 (0.05)^2$$

$$n = 155.35$$

Based on Taro Yamane formula with the receivable error 0.05, the result of sample size from calculation was 156 DM patients. In order to make every patient in each primary care unit had the same opportunity to be selected as sample, the systematic random sampling method was employed. Firstly, the names of seven primary care units were simple drawn randomly for ordering. Secondly, the researcher went to the primary care unit orderly and collected data from DM patients by systematic (one except one) randomly from each primary care unit until full sample. If it was not full, the researcher would turn to collect data from the first one again orderly until the full sample.

### Instrument

The questionnaire of preventive COVID-19 practices with 10 items was developed covering 2 components which were personal hygiene such as wearing mask, washing hand or alcohol usage, and avoiding risk of infection such as crowded place, infected person. Each item comprised of 5 level as: 1 = never, 2 = seldom, 3 = sometimes, 4 = often, 5 = very often. The meanings and score ranges of preventive COVID-19 practices were highest (>4.2-5.0), high (>3.4-4.2), moderate (>2.6-3.4), low (>1.8-2.6) and

lowest (1-1.8). The quality of instrument was tested. The validity was checked by 3 experts by IOC more than 0.5 in each item. The try-out of 30 patients in district hospital was conducted to check reliability. The Chronbach's alpha was 0.84.

The questionnaire of knowledge about COVID-19 with 8 items was developed covering 3 components as symptoms, transmission, and protection. Each item comprised true or false and calculated as percentage. The meanings and average percentage of knowledge about COVID-19 were highest (81-100%), high (61-80%), moderate (41-60%), low (21-40%) and lowest (0-20%). The quality of instrument was tested. The validity was checked by 3 experts by IOC more than 0.5 in each item. The try-out of 30 patients in district hospital was conducted to check reliability. The KR-21 was 0.80.

The questionnaire of perception with dissatisfaction about COVID-19 with 7 items was done covering 2 components which were risk perception and management dissatisfaction. Each item comprised of 5 level as: 1= completely disagree, 2 = mostly disagree, 3 = agree, 4 = mostly agree, 5 = completely agree. The meanings and score ranges of preventive COVID-19 perceptions were highest, high, moderate, low and lowest. The quality of instrument was tested. The validity was checked by 3 experts by IOC more than 0.5 in each item. The try-out of 30 patients in district hospital was conducted to check reliability. The Chronbach's alpha was 0.81.

The questionnaire of stress about COVID-19 during the COVID-19 pandemic with 5 items was done. Each item comprised of 5 level as: 1= never, 2 = seldom, 3 = sometimes, 4 = often, 5 = very often. The meanings and score ranges of preventive COVID-19 practices were highest, high, moderate, low and lowest. The quality of instrument was tested. The validity was checked by 3 experts by IOC more than 0.5 in each item. The try-out of 30 patients in district hospital was

conducted to check reliability. The Chronbach's alpha was 0.83.

### Data collection

We collected by 5 steps as: 1) obtain formal data collection approval from Mahidol University graduate school. 2) contact the head of the primary care units obtain their permission. 3) according to the size of the sample, researchers visit the primary care units to collect the data. 5) check whether the questionnaire is complete.

## RESEARCH RESULTS

According to descriptive statistics, 81 patients (51.9%) were women and 75 patients (48.1%) were men. All of them were Buddhists. Average age was 62.62 with SD. Of 11.67 years old. 103 patients (66.0 %) were elderly, 109 patients (69.9%) were married. For highest education level, 15 patients (9.6%) were no schooling, 109 patients (69.9%) were primary school, 10 patients (6.4%) were secondary school, 18 patients (11.5%) were high school and 4 patients (2.6%) were bachelor degree. Only 45 patients (28.9%) had sufficient income. For occupation, 74 patients (47.4%) did not work, 33 patients (21.7%) were workers, 27 patients (17.3%) were farmers, 12 patients (7.7%) were merchants and 10 patients (6.4%) were government officers.

The scores of preventive COVID19 practices from 1.00 - 5.00 were divided into 5 levels (highest, high, moderate, low and lowest). After survey, the results showed that the average preventive COVID-19 practices in high level (mean = 3.64, SD. = 0.82). The detail was shown in table 1.

**Table 1.** preventive COVID-19 practices of DM patients in primary care units (n=156)

| Preventive COVID-19 practices                                                                                                                 | Mean±SD.  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Wearing mask                                                                                                                                  | 4.19±0.56 |
| Washing hands or using alcohol                                                                                                                | 3.82±0.66 |
| Avoiding touching eyes, nose, mouth                                                                                                           | 3.79±0.61 |
| Avoiding close contact with ill people                                                                                                        | 3.71±0.58 |
| Avoiding to share utensils and eating heated food                                                                                             | 3.69±0.71 |
| Staying out of crowded places and mass gathering                                                                                              | 3.61±0.61 |
| Cleaning and disinfecting frequently touching surfaces on daily basis                                                                         | 3.59±0.70 |
| Taking temperature if symptoms were showed                                                                                                    | 3.57±0.57 |
| Covering my mouth and nose with a tissue when I coughed or sneezed or used inside of my elbow, if I did not have a mask on a private setting. | 3.52±0.62 |
| Throwing used tissues in the infected trash, and suddenly washed my hands after coughing or sneezing                                          | 3.49±0.71 |

The scores of knowledge about COVID19 from 0.00 - 100.00% were divided into 5 levels (highest, high, moderate, low and lowest). After survey, the results showed that the average knowledge about COVID- 19 was in highest level (83.0) as in table 2.

**Table 2.** Knowledge about COVID-19 (n=156)

| Items                                                                          | Ans. | Category     | Correct   |
|--------------------------------------------------------------------------------|------|--------------|-----------|
|                                                                                |      |              | N (%)     |
| COVID-19 is transmitted by close contact with the infected person.             | True | Transmission | 156 (100) |
| Fever, cough, sore throat, muscle pain, short breathing are possible symptoms. | True | Symptoms     | 156 (100) |

**Table 2.** Knowledge about COVID-19 (n=156) (Cont.)

| Items                                                                                                              | Ans.  | Category     | Correct    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------|------------|
|                                                                                                                    |       |              | N (%)      |
| COVID-19 is transmitted by close contact with the infected person.                                                 | True  | Transmission | 156 (100)  |
| Using face masks cannot help in the prevention of COVID-19                                                         | False | Prevention   | 141 (90.4) |
| You could been infected and spread COVID-19 to others even if you do not have symptom                              | True  | Transmission | 136 (87.2) |
| If soap and water are not available, you can use a hand sanitizer with 50% of alcohol.                             | False | Prevention   | 126 (80.8) |
| COVID-19 could be fatal only for the elderly.                                                                      | False | Transmission | 118 (75.6) |
| Nausea, diarrhea, taste and olfactory dysfunction are not specific symptoms.                                       | True  | Symptoms     | 107 (68.6) |
| It requires people who have recently close contact with infected COVID-19 person to go into quarantine for 1 week. | False | Prevention   | 95 (60.9)  |
| <b>Average</b>                                                                                                     |       |              | 83.0       |

The scores of perceptions about COVID19 were divided into 5 levels (highest, high, moderate, low and lowest). After survey, the results showed that the average preventive COVID- 19 practices in high level (mean = 4.16, SD. = 0.71) as in table 3.

**Table 3.** perception about COVID-19 of DM patients in primary care units (n=156)

| Perception with dissatisfaction                | Mean±SD.  |
|------------------------------------------------|-----------|
| Having chance to infect COVID-19 easily        | 4.48±0.50 |
| Having chance to spread COVID-19               | 4.32±0.56 |
| Having confidence to prevent COVID-19          | 4.24±0.68 |
| Having chance to admit in hospital by COVID-19 | 4.08±0.61 |
| Having chance to pass away by COVID-19         | 3.69±0.71 |

The scores of stresses during COVID19 pandemic were divided into 5 levels ( highest, high, moderate, low and lowest). After survey, the results showed that the average stress during COVID- 19 pandemic in high level (mean = 3.94, SD. = 0.78) as in table 4.

**Table 4.** Stress during COVID-19 pandemic of DM patients in primary care units (n=156)

| Items                                            | Mean±SD.  |
|--------------------------------------------------|-----------|
| Having anxiety during this 2 - 4 weeks           | 4.34±0.62 |
| Difficult to sleep during this 2 - 4 weeks       | 4.18±0.65 |
| Boring during this 2 - 4 weeks                   | 3.88±0.52 |
| Decreasing concentration during this 2 - 4 weeks | 3.69±0.67 |
| Malaise during this 2 - 4 weeks                  | 3.61±0.72 |

For multiple correlation, this study demonstrated that factors related to preventive COVID-19 practices during COVID-19 pandemic significantly related to stress knowledge (p-value = <0.001) , the more stress, the worse preventive COVID- 19 practices, knowledge (p-value = 0.010), the more knowledge, the better preventive COVID- 19 practices and perception (p-value = 0.016), the more perception, the better preventive COVID-19 practices of DM patients in primary care unit, Wangmoung district, Saraburi province as in Table 5.

**Table 5.** Correlation among variables

| Variables  | Knowledge     | Perception    | Preventive COVID-19 practice |
|------------|---------------|---------------|------------------------------|
| Stress     | -0.19 (0.003) | 0.23 (0.006)  | -0.24 (0.005)                |
| Knowledge  |               | 0.32 (<0.001) | 0.22 (0.010)                 |
| Perception |               |               | 0.21 (0.017)                 |

From factors related preventive COVID- 19 practices significantly, the multi-variated analysis was done by forward stepwise linear regression. The result was showed as table 6

**Table 6** multi-variated analysis of preventive COVID-19 practices of diabetes mellitus in primary care units

| Variables  | Beta  | R     | Adj. R <sup>2</sup> | T     | Sig.   |
|------------|-------|-------|---------------------|-------|--------|
| Constant   |       |       |                     | 4.87  | <0.001 |
| Perception | 0.36  | 0.581 | 0.325               | 4.31  | <0.001 |
| Knowledge  | 0.29  | 0.662 | 0.426               | 3.47  | 0.001  |
| Stress     | -0.27 | 0.751 | 0.542               | -3.33 | 0.001  |

## DICUSSION OF RESEARCH RESULT

The COVID-19 pandemic is causing many changes in the lifestyles of people worldwide. In particular, Thailand, the spread of COVID-19 resulted in a dramatic increase of confirmed cases per day. The DM. patients are vulnerable people due to high chances to infect, admit and pass away. The primary care units in rural area lack of specialists to fight a novel pandemic. Therefore, this study was performed to explore preventive COVID-19 practices and identify influencing factors.

1. It was found that the samples of DM. patients in Wangmoung district, Saraburi province practice to prevent COVID- 19 infection at high level. This means that diabetes mellitus patients are good in the

prevention of the epidemic behaviors, do a good job of security protection, pay attention to personal hygiene to be the responsibility and obligation of everyone during the epidemic prevention, only effective prevention, can effectively control the outbreak, not only to protect themselves, but also to protect others. This finding relevant to the study of Aristovnik (2020) and Espino-Díaz, et al. (2020). The average score of knowledge about COVID-19 was high (83.0%) This study's knowledge level was lower than the studies of Jang, Jang and Ko (2021) which measured in international students in South Korea and Sun, et al. (2020) which measured in nursing students in China. Certainly, a direct comparison might be difficult because of differences in the instruments used and the different populations. The item showed the least correct answer was the period of quarantine, this is according to the study of Jang, Jang, Ko (2021). The perception levels of the samples of DM. patients in Wangmoung district, Saraburi province was high, this relevant to the study of Albaqawi, et al. (2020). The stresses of the samples in this study were high, this relevant to the study of Akalu, Ayelign, Molla (2020).

2. For multivariate analysis, based on stepwise multiple linear regression, there are two influencing factors as follow: perception and social support. The predictive equation is as follow: Preventive COVID-19 practice levels = Constant + 0.36 (perception) + 0.29 (knowledge) – 0.27 (stress)

This regression model can predict preventive COVID-19 practice levels of diabetes mellitus patients as 54.2 %.

The finding showed that the influencing factors were perception and knowledge, in detail as follow: The finding showed that variation of patients' preventive COVID-19 practices by perceptions was statistically significant. It shows us in a pandemic, the perception more positive in the pandemic, the more they are able

to respond to COVID-19 in a crisis by cooperating with according to policies and related preventive measures. This relevant to the study of Zhang (2018). The finding showed that variation of patients' preventive COVID-19 practices by knowledge was statistically significant. It shows us the more knowledge, the better preventive COVID-19 practices of diabetes mellitus patients. This relevant to the study of Wang (2019) and Santiparp (2019). The more stress, the less preventive COVID-19 practices, this relevant to the studies of Akalu, Ayelign, Molla (2020) and Sun et al. (2020).

## SUGGESTIONS

### Suggestions from the study

1. Diabetes mellitus patients who have more perception and knowledge of COVID-19, the better patients' preventive COVID-19 practices. in this aspect of knowledge, patients should be positive, search and learn new knowledge. The primary care units should be specially organized to promote perception and learning about COVID-19 related knowledge need to explain the knowledge about the pandemic, understand the symptoms of the epidemic and related measures.

2. Although there are many slogans in the community that allow us to prevent the virus, and there are practical measures to control the virus, the knowledge still needs to be strengthened and supported. The community needs more slogans on COVID-19 knowledge and the establishment of some COVID-19 knowledge columns. More people understand the knowledge of COVID-19.

### Suggestions for further study

1. The study was conducted to seven primary care units in Wangmuong district, Saraburi province based on the resources and time available. If more provinces can be covered, it would be more

representative and new findings may be found out. Two factors were found to have impact on teachers' preventive COVID-19 practices during the COVID-19 situation. If the follow up research to find out why these factors have more influence on the patients' preventive COVID-19 practices, it would be a meaningful contribution for the research and development.

2. The study was conducted in the primary care units. Further researches are recommended to include other samples, such as secondary and tertiary care unit patients.

3. The qualitative study should be considered to find deep reasons of no perception or knowledge of patients.

## REFERENCES

- [1] Abdollahi, E., et al. (2020). Simulating the effect of school closure during COVID-19 outbreaks in Ontario, Canada. *BMC Med.* 18, 230-238.
- [2] Ajilore, K., Atakiti, I., Onyenakey, K. (2017). College students' knowledge, attitudes, and adherence to public service announcements on Ebola in Nigeria: Suggestions for improving future Ebola prevention education programmes. *Health Education*, 76, 648-660.
- [3] Akalu, Y., Ayelign, B., Molla, M.D. (2020). Knowledge, attitude and practice towards COVID-19 among chronic disease patients at Addis Zemen Hospital, Northwest Ethiopia. *Infect. Drug Resist.*, 13, 1949-1960.
- [4] Albaqawi, H.M., et al. (2020). Nursing students' perceptions, knowledge, and preventive behaviors toward COVID-19: A multi-university study. *Front. Public health*, 8, 254-262.
- [5] Aristovnik, A. (2020). Impacts of the COVID-19 Pandemic on Life of Higher Education Students. *A Global Perspective. Sustainability*, 12, 8438-8472.
- [6] Auger, K.A., et al., 2020. Association between statewide school closure and COVID-19 incidence and mortality in the US. *JAMA*. 324, 859–870.
- [7] CDC. (2019). *Novel coronavirus, Wuhan, China*. <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019nCoV/summary.html>. Accessed 1 Feb 2020.
- [8] Chen, X., et al., 2020. Hand hygiene, mask-wearing behaviors and its associated factors during the COVID-19 epidemic: a cross-sectional study among primary school students in Wuhan, China. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 2893-2899.
- [9] Choi, J.S., Kim, J.S. (2016). Factors influencing preventive behavior against Middle East Respiratory Syndrome-Coronavirus among nursing students in South Korea. *Nurse Education Today*, 40, 168-172.
- [10] Chu, D.K., et al. (2020). Physical distancing, face masks, and eye protection to prevent person-to-person transmission of SARS-CoV-2 and COVID-19: a systematic review and meta-analysis. *Lancet*. 395, 1973–1987.
- [11] Dong, L., Bouey, J., 2020. Public mental health crisis during COVID-19 pandemic, China. *Emerging Infect. Dis.* 26, 1616–1618.
- [12] Ejeh, F.E., et al. (2020). Knowledge, attitude, and practicing among healthcare workers towards COVID-19 outbreak in Nigeria, *Heliyon*, 6, 50-57.
- [13] Espino-Díaz, L., et al. (2020). Analyzing the Impact of COVID-19 on Education Professionals. Toward a Paradigm Shift: ICT and Neuro-education as a Binomial of Action. *Sustainability*, 12, 646-660.

- [14] Fehr, A. R., Channappanavar, R., Perlman, S. (2017). Middle East respiratory syndrome: emergence of a pathogenic human coronavirus. *Annu Rev Med*, 68, 387–399.
- [15] Goh, Y., et al. (2020). The face mask: how a real protection becomes a psychological symbol during Covid-19?. *Brain Behav. Immun*, 88, 1–5.
- [16] Koo, J.R., et al. (2020). Interventions to mitigate early spread of SARS-CoV-2 in Singapore: a modelling study. *Lancet Infect. Dis*, 20, 678–688.
- [17] Li, Q., et al. (2020) Early transmission dynamics in Wuhan, China, of novel coronavirus-infected pneumonia. *N Engl J Med*, 20(3). 253-264.
- [18] Monde, M.D. (2011). *The KAP Survey Model (Knowledge, Attitudes and practices)*. Available online: <https://www.springnutrition.org/publications/tools-summaries/kap-survey-model-knowledge-attitudes-and-practices> (accessed on 20 November 2021).
- [19] Santiparp, P. (2020). The results of health literate promoting program using based on transformative learning via social media for hypertensive/ diabetes mellitus patients. *Santapol College Academic Journal*, 6(1), 9-18.
- [20] Sophia, D. F., Sunny, D. F. (2017). Economic burden of diabetes mellitus and its socioeconomic impact on household expenditure in an urban slum area. *Int J Res Med Sci*, 5(5), 1808–1813.
- [21] Sun, Y., et al. (2020). Disease prevention knowledge, anxiety, and professional identity during COVID-19 pandemic in nursing students in Zhengzhou, China. *J. Korean Acad.*, 50, 533-542.
- [22] Szepletowski, J. C., et al. (2020). Face mask-induced itch: a self-questionnaire study of 2,315 responders during the COVID-19 pandemic. *Acta Dermato Venereologica*, 100, 152-160.
- [23] Tawatchai Apidechkul, Pilasinee Wongnuch, Siriyaporn Sittisarn, Thapakorn Ruanja. (2016). Health situation of Akha Hill Tribe in Chiang Rai Province, Thailand. *Journal of Public Health and Development*, 14(1), 77-97.
- [24] Wang, C., et al. (2020). A novel coronavirus outbreak of global health concern. *Lancet*, 395, 470–473.
- [25] Wang, C., et al. (2020). Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 coronavirus disease (COVID-19) epidemic among the general population in China. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 1729-1738.
- [26] Wang, L. (2019) *The research on crisis management on high school campus based on 4R theory*. HeiLongJiang University
- [27] WHO. (2017). *Fact sheet: Diabetes mellitus*. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/en/>. Accessed 21 June 2020.
- [28] WHO. (2020). *Novel Coronavirus–China*. <https://www.who.int/csr/don/12-january-2020-novel-coronavirus-china/en/>. Accessed 21 June 2020.
- [29] WHO. (2020). *Novel Coronavirus–Japan (ex-China)*. <https://www.who.int/csr/don/17-january-2020-novel-coronavirus-japan-ex-china/en/>. Accessed 21 June 2020.
- [30] WHO. (2020). *WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Accessed 21 June 2020.
- [31] Wu, J., Bhuyan, S. S., Fu, X. (2020). Enhancing global health engagement in 21st century China. *BMJ Glob. Health*, 5, 2194-2199.



- [32] Zhang, J., et al. (2020). Changes in contact patterns shape the dynamics of the COVID-19 outbreak in China. *Science*. 368, 1481–1486.
- [33] Zhu, N., et al. (2020). A novel coronavirus from patients with pneumonia in China, 2019. *N Engl J Med*, 20 (1), 54-66.



## วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล (Santapol College Academic Journal : SCAJ)

### คำแนะนำการเตรียมต้นฉบับและการส่งบทความ

#### (Guidelines for Manuscript Preparation and Submission)

วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล เป็นวารสารฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้จัดทำเป็น 2 รูปแบบ ทั้งรูปแบบตีพิมพ์ (Print) หมายเลข ISSN 2408-1728 (Print) และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) ISSN 2586-9868 (Online) ที่พิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์บทความดังกล่าวในกลุ่มสาขาศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ การบัญชี การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีดิจิทัล นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐศาสน ประสานศาสตร์ สหวิทยาการจัดการ การจัดการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน นิเทศศาสตร์ ภาษาศาสตร์ส่งเสริมการเกษตร ศิลปะ วัฒนธรรม และสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นสื่อกลางแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ต่างๆ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เกิดแนวคิด เทคนิค วิธีการนำไปพัฒนาทางวิชาการ ตลอดจนเป็นเวทีนำเสนอเผยแพร่ผลงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยและบุคคลทั่วไปทุกหน่วยงาน โดยมีกำหนดออกราย 6 เดือน หรือ 2 ฉบับต่อปี บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 ท่าน แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)

### ประเภทของบทความที่รับพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

หน้าแรกของบทความที่เป็นชื่อเรื่อง ควรมีข้อมูลที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้พิมพ์ สังกัด (ภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย) หรือในกรณีที่ป็นนักศึกษา ควรมีรายละเอียด เช่น หลักสูตร สาขา มหาวิทยาลัย ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ตำแหน่งงาน หน่วยงานต้นสังกัดของผู้พิมพ์ ให้ถูกต้องชัดเจนของทุกคน

ผู้พิมพ์ควรตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบทความที่นำเสนออย่างละเอียด ข้อมูลที่นำเสนอจะต้องไม่เฉพาะเจาะจงผู้อ่านที่อยู่ในสาขาของบทความเท่านั้น แต่ต้องนำเสนอข้อมูลที่ผู้อ่านในสาขาอื่นๆ บุคคลทั่วไป หรือนิสิตนักศึกษาในระดับอื่นๆ สามารถเข้าใจได้ง่าย

**1. บทความวิจัย (Research Article)** หมายถึง การนำเสนอบทความวิจัยที่มีวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป และเรียบเรียงให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้โดยง่าย อย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยหัวข้อหลัก **บทคัดย่อ** และ **ABSTRACT** ต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย (ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม เครื่องมือ และสถิติที่ใช้ในการวิจัย) ผลการวิจัย และบทสรุปความยาวไม่เกิน 250 คำ **บทนำ** (วัตถุประสงค์ของการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย สมมติฐานของการวิจัย) **วิธีการดำเนินการวิจัย** (ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม เครื่องมือ และสถิติที่ใช้ในการวิจัยผลการวิจัย) **สรุปผลการวิจัย** (ตารางวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าสถิติที่ใช้) **อภิปรายผลการวิจัย** (อภิปรายถึงเหตุผลประกอบของผลวิจัยที่ได้ซึ่งมีการเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสรุปผลการวิจัยว่าได้ข้อค้นพบอย่างไร) **ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย** (ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป) และ **เอกสารอ้างอิง** (จากบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร หนังสือ รายงานการวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ ที่สามารถตรวจสอบได้ทางระบบออนไลน์เท่านั้น (หากอ้างอิงจากอินเทอร์เน็ต ใช้ในกรณีที่ไม่มีข้อมูลทางด้านสถิติเท่านั้น) และทั้งหมดต้องไม่เกิน 5 ปี

2. **บทความวิชาการ (Academic Article)** หมายถึง บทความที่เขียนขึ้นในลักษณะที่มีวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป และเรียบเรียงให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้โดยง่าย อย่างเป็นระบบ มีการใช้แนวคิดทฤษฎี หรือเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากพื้นฐานวิชาการที่ได้เรียบเรียงมาจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของผู้อื่น หรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้น เพื่อเป็นความรู้สำหรับผู้สนใจทั่วไป ประกอบด้วยหัวข้อหลัก **บทคัดย่อ** และ **ABSTRACT บทนำ** (ความเป็นมาของปัญหา เนื้อหา วัตถุประสงค์ แนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เสนอแนวทางการแก้ไข) **บทสรุป** (ว่าได้ข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ในด้านต่างๆ อย่างไร) และ **เอกสารอ้างอิง** (ใช้รูปแบบตามบทความวิจัย)

### การเตรียมบทความและส่งบทความ (Full Paper)

1. องค์ประกอบต่างๆ ของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการให้จัดทำตามคำแนะนำการเตรียมต้นฉบับนี้ การใช้ภาษาไทยให้ยึดหลักการใช้คำศัพท์และชื่อบัญญัติตามหลักของราชบัณฑิตยสถาน ควรหลีกเลี่ยงการเขียนภาษาอังกฤษปนภาษาไทยโดยไม่จำเป็น กรณีจำเป็นต้องเขียนคำศัพท์ภาษาไทยตามด้วยในวงเล็บภาษาอังกฤษ โดยคำแรกให้ขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ ส่วนอักษรและคำที่เหลือทั้งหมดให้พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์เล็ก ยกเว้นชื่อเฉพาะทุกคำให้ขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ การปรากฏอยู่หลายที่ในบทความของศัพท์คำเดียวกันที่เป็นภาษาไทยตามด้วยภาษาอังกฤษ ให้ใช้ คำศัพท์ ภาษาไทยตามด้วยภาษาอังกฤษเฉพาะครั้งแรกครั้งต่อไปใช้เฉพาะคำศัพท์ภาษาไทยเท่านั้น

2. ตั้งค่านำกระดาษ : กำหนดให้ระยะขอบบน 2.5 ซม. ระยะขอบซ้าย - ขวา - ล่าง 2 ซม. และระยะเย็บกระดาษ 0.5 ซม.

3. การแบ่งคอลัมน์ : เนื้อหาในหน้าบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และเอกสารอ้างอิง ค่าตั้งเป็นแบบหนึ่งคอลัมน์ส่วนหน้าเนื้อหา ให้ตั้งค่าเป็นแบบสองคอลัมน์ (เนื้อหาที่เป็นตารางหรือรูปภาพประกอบ ให้ผู้พิมพ์ปรับเป็นแบบหนึ่งหรือสองคอลัมน์ก็ได้ตามความเหมาะสมดูตัวอย่างได้ในไฟล์ template)

4. บทความมีจำนวนไม่เกิน 10 หน้ากระดาษ A4 ตัวหนังสือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วยฟอนต์ TH SarabunNew

5. ชื่อบทความจัดไว้ชิดขอบซ้ายของหน้ากระดาษ ขนาด 18 พอยต์ ตัวหนา ชื่อหัวข้อหลักของบทความ ขนาด 16 พอยต์ ตัวหนาจัดไว้กึ่งกลางของคอลัมน์ ส่วนหัวข้อย่อย ตัวหนา และเนื้อหา ตัวปกติของบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 14 พอยต์ เียงอรรอยู่ส่วนท้ายหน้าแรกที่เป็นชื่อตำแหน่งทางวิชาการของผู้เขียนบทความและสังกัดใช้ตัวอักษรขนาด 12 พอยต์ ตัวปกติ

6.บทคัดย่อทั้งไทยและภาษาอังกฤษ ต้องระบุ คำสำคัญ และ Keywords อย่างน้อย 3 คำ ให้ใช้สัญลักษณ์ “ ; ” คั่นเว้นวรรคระหว่างคำ

7. ตารางที่ และภาพที่ พิมพ์ตัวหนาชิดขอบซ้ายของหน้ากระดาษ เช่น **ตารางที่ 10** ความพึงพอใจของนักเรียน... (ในกรณีเป็นการอ้างอิงตาราง ต้องระบุแหล่งที่มาไว้ได้ตาราง) หรือ **ภาพที่ 2** การตัดใบต้นข้าวในแปลง... กรณีข้อความตัดไปหน้าใหม่ให้พิมพ์ว่า **ภาพที่ 2 (ต่อ)** (ในกรณีเป็นการอ้างอิงรูปภาพ ต้องระบุแหล่งที่มาไว้ได้รูปภาพนั้นๆ)

8. การเขียนเอกสารอ้างอิง APA 6<sup>th</sup> มีรายละเอียดตามที่กำหนดดังนี้ (ให้มีวงเล็บหมายเลขด้านหน้ากำกับตามลำดับ)

8.1 [1] ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อหนังสือ./พิมพ์ครั้งที่./สถานที่พิมพ์./สำนักพิมพ์.

8.2 [2] ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)./เลขหน้า.

8.3 [3] ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./รายงานการวิจัยหรือระดับวิทยานิพนธ์./หลักสูตร./สังกัดคณะ./

ชื่อมหาวิทยาลัย.

8.4 [4] ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./สืบค้นเมื่อ./จาก/ระบุเว็บไซต์.

9. ผลงานวิชาการที่ส่งมาต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณากับวารสารฉบับอื่น

## การส่งต้นฉบับบทความ (Full Paper)

สามารถดาวน์โหลดเอกสารแบบฟอร์มต่างๆ ได้ที่ [www.scaj.stu.ac.th](http://www.scaj.stu.ac.th) หรือ <https://www.tcithaijo.org/index.php/scaj/index>

1. ส่งต้นฉบับบทความตามขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ดาวน์โหลดเอกสาร และลงทะเบียนสมัครสมาชิกฟรีได้ที่เว็บไซต์ [www.scaj.stu.ac.th](http://www.scaj.stu.ac.th) หรือ <https://www.tcithaijo.org/index.php/scaj/login> พร้อมยืนยันการสมัครสมาชิกทางอีเมลล์ (กรณีที่สมัครผ่านให้เข้าเว็บ Tci-thaijo > ค้นหาวารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล หรือวารสารที่ท่านเคยสมัครผ่านระบบ Tci-thaijo

- 1) ที่หน้า login ให้คลิกที่สมัครผ่าน > ใส่อีเมลล์ > คลิก Reset Password > ระบบจะส่งข้อมูลกลับไปทางเมลล์
- 2) เข้าเมลล์ ไปคลิกลิ้งค์ที่ระบบส่งให้เพื่อยืนยันตัวตน > หน้าจอจะพาเข้ามาที่หน้าระบบ thaijo แล้วให้คลิก login
- 3) เข้าเมลล์ของท่านอีก 1 รอบ ระบบจะส่ง Username และ password ใหม่มาให้
- 4) สามารถนำ Username และ password มาเข้าระบบได้เพื่อส่งหรือแก้ไขบทความตามที่ท่านต้องการ

**ขั้นตอนที่ 2** เข้าสู่ระบบสมาชิกเพื่อส่งบทความ (Submissions) โดยแนบส่งไฟล์เอกสารให้ครบ ดังนี้

- 1) แบบนำส่งบทความ 1-3
- 2) บทความฉบับเต็ม ไฟล์ .pdf และไฟล์ .doc รวม 2 ไฟล์ (แล้วรอตอบรับจากเจ้าหน้าที่ทางระบบก่อนจึงจะชำระเงิน)

2. เจ้าหน้าที่ตรวจหลักฐานการสมัคร พร้อมตรวจบทความให้เป็นไปตามรูปแบบของวารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล หากได้รับการแจ้งว่าบทความผ่านประเมินขั้นต้นแล้ว ให้ชำระค่าธรรมเนียม โอนเงินได้ทุกช่องทางผ่าน ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบักชีอุดรธานี ชื่อบัญชี “กองทุนวิจัย โดย วิทยาลัยสันตพล” เลขที่บัญชี 829-2-04024-6 ประเภทบัญชี ออมทรัพย์) แล้วส่งสำเนาหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียม โดยเข้าไปที่ ; หัวข้อกระทู้สนทนา Pre-Review > ตั้งกระทู้สนทนา > แนบไฟล์หลักฐานการโอนเงิน (ต้องระบุชื่อ-สกุล เจ้าของบทความ ดังนี้ ชื่อ- นามสกุล..... เบอร์โทร. 08x xxx xxxx, Email; .....  
โอนวันที่.....เดือน.....ปี..... เวลา..... จำนวน.....บาท) โปรดระบุที่อยู่เพื่อจัดส่งเอกสาร ใบเสร็จรับเงิน แบบตอบรับ  
ฯ ชื่อที่อยู่.....เลขที่.....หมู่.....ซอย.....ตำบล/เขต.....อำเภอ/แขวง.....  
จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

3. ผู้ส่งบทความปรับปรุงแก้ไขรูปแบบไม่เกิน 1 เดือน ถ้าเกิน 1 เดือน สำนักงานวารสารจะตัดสิทธิ์ การลงบทความ

4. กรณีที่ผู้ส่งบทความสมัครแล้วไม่ส่งบทความ หรือขาดการติดต่อเกิน 1 เดือน กองบรรณาธิการวารสารฯ จะตัดสิทธิ์การลงบทความ

5. กองบรรณาธิการวารสารส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน โดยใช้เวลาประมาณ 1 เดือน หรือตามกำหนดการของแต่ละรอบปีโดยจะแจ้งผลการประเมินให้ผู้ส่งบทความทราบผ่านระบบ tci-thaijo โดยระบบการแจ้งเตือนกลับไปยังอีเมลล์ที่ท่านได้ลงทะเบียนไว้

6. ผู้ส่งบทความปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ประเมิน จะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับกระบวนการของผู้ส่งบทความ

6.1 กรณีที่ผู้ประเมินขอการแก้ไขอีกครั้งหนึ่งต้องส่งไปให้ผู้ประเมินใหม่

6.2 กรณีที่ผู้ประเมินท่านหนึ่งไม่ให้ลงจะต้องส่งผู้ประเมินใหม่ (ผู้ทรงคุณวุฒิฯ คนที่ 3 ประเมินรอบ 2)

7. กรณีที่สมัครลงบทความไม่ดำเนินการตามข้อ 1 – 6 ทางวารสารจะไม่คืนเงิน

8. กรณีเป็นบทความเพื่อสำเร็จการศึกษา นักศึกษาจะต้องสอบ 5 บทก่อน (คุชกุณิพนธ์/วิทยานิพนธ์)

9. การใช้เอกสารอ้างอิงให้อ้างอิงจากบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร หนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ที่สามารถตรวจสอบได้ทางระบบออนไลน์เท่านั้น (หากอ้างอิงจากอินเทอร์เน็ตให้เป็นข้อมูลทางด้านสถิติเท่านั้น) และทั้งหมดต้องไม่เกิน 5 ปี

10. ผู้ส่งบทความจะต้องปฏิบัติตามกระบวนการและวิธีการดำเนินการจัดทำวารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล กำหนดไว้เท่านั้น มิฉะนั้นวารสารมีสิทธิ์ในการยกเลิกการลงบทความ

\* หมายเหตุ กรณีโอนชำระเงินมาแล้วยกเลิกไม่ลงบทความกับวารสาร ทางวารสารไม่คืนเงิน เนื่องจากได้ถือว่ารับเข้าสู่กระบวนการแล้วและเจ้าของบทความเป็นผู้ที่ยินยอมรับผิดชอบ

\*\* ผู้ประสานงาน อาจารย์สัจ จุลธวัชวงศ์ โทร.082 306 6100 และ อาจารย์กวิณภพ ศรีวัฒนานุกาศาสตร์ โทร.085 003 9638



# Santapol College Academic Journal

วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพอล

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565 Volume 8 No.1 January - June 2022

# (SCAJ)

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
Humanities & Social Sciences



วิทยาลัยสันตพอล อุดรธานี ป.ตรี ป.บัณฑิต ป.โท  
299/1 ถนนอุดร-สกล ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000  
โทร 042-323-464 โทรสาร 042-204-263 Website : [www.stu.ac.th](http://www.stu.ac.th)



ISSN 2586-9868 (Online)

2565 01



9 772408 172009