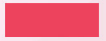




ISSN 2651-2122



วารสารการจัดการ และการพัฒนาท้องถิ่น

Journal of Management and Local Development

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2566

Vol.6 No.2 July - December 2023

- ๑ เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- ๑ ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญานุษ พรหมภาสิต
- ๑ บรรณาธิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิวรรณ บุญอนันท์
- ๑ ผู้ช่วยบรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ

๑ กอวนบรรณาธิการ (ภายใน)

รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.เพชร ภูดสีทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิวรรณ บุญอนันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี จันทร์อินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานิสรา จรัสวิญญู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภิรมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา จรุงศรีโชติกำจร

๑ กอวนบรรณาธิการ (ภายนอก)

ศาสตราจารย์ ดร.ติเรก ปัทมสิริวัฒน์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญพวพรรณ วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช มุ่งเมือง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทร์ตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญธนา ดิษฐ์แก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
	วิทยาเขตตาก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

๑ ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.โสภณ ลาวรรณ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักรพันธ์ หวางจ้อย	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยชัย พวกดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา ใจรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตาพัชญ์ ไยเทศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทาน บุญเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ เนตรประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิงดาว จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

๑ วัตถุประสงค์ของวารสาร

① เพื่อส่งเสริมผลงานทางวิชาการและวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ด้านการพัฒนาท้องถิ่น และด้านสหวิทยาการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นและได้องค์ความรู้ใหม่

② เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ ด้านการพัฒนาท้องถิ่นและด้านสหวิทยาการอันสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เชิงการบริหารจัดการ และเชิงพัฒนา และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ระหว่าง นักวิชาการ นักบริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชน

③ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ

๒ เป้าหมายและขอบเขต

เป็นวารสารที่นำเสนอบทความในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ด้านการพัฒนาท้องถิ่น และด้านสหวิทยาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลงานที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎี หรือการนำไปใช้ประโยชน์ต่อองค์กร ทั้งเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ หรือเชิงการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน

๓ กระบวนการพิจารณา

บทความต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวนสามท่าน ตามระบบ Double-Blind Peer Review

๔ กำหนดออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ

มกราคม – มิถุนายน และ กรกฎาคม – ธันวาคม

๕ ผู้จัดทำและเผยแพร่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๖ สถานที่จัดพิมพ์

เจริญการพิมพ์ 126/12 ถ.เทศบาล 1 ต.ในเมือง อ.เมืองกำแพงเพชร
จ.กำแพงเพชร 62000 โทรศัพท์ 0 5571 7646 แฟกซ์ 0 5571 4864

๗ สำนักงาน

คณะวิทยาการจัดการ (ชั้น 6) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

69 หมู่ 1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000

① โทรศัพท์ : 0 5570 6511 , 08 8154 7262

✉ E-mail : fms-info@kpru.ac.th

🌐 Website : <https://fms.kpru.ac.th/fms-journal/>

๘ ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นายวัชรินทร์ ปัญญาเสน นายชริวิทย์ กรรณิกา นางสาวสุมิตรา หอมอรุณ
นางสาวสุพัชรี ท้ายนาวา นายอมร วรรณารักษ์

บทความที่ตีพิมพ์ทุกบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ
บทความหรือข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารเป็นวรรณกรรมขอผู้เขียนโดยเฉพาะ
ส่วนมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรและบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น เป็นวารสารที่ออกปีละ 2 ฉบับ สำหรับฉบับนี้เป็นปีที่ 6 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2566 เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการตามวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร คือ “มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรจะเสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ให้ท้องถิ่นมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” และปรัชญาที่ว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มุ่งเน้นให้โอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชน สร้างศักยภาพให้เป็นชุมพลแห่งปัญญา พัฒนาท้องถิ่น ผลิดอกกำลังคนที่มีความรู้ความสามารถและมีคุณธรรม โดยเน้นที่จิตสำนึกในการรับใช้ท้องถิ่นและประเทศชาติ” โดยมุ่งหวังว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นแหล่งข้อมูล ทางการวิจัยและทางวิชาการระดับชาติ ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สำหรับคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนนิสิตและนักศึกษา

สำหรับวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพมาลงตีพิมพ์ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงสาขา เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ (Double-Blind Peer Review) เพื่อให้วารสารฉบับนี้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับชาติและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง สำหรับวารสารฉบับนี้ประกอบด้วยวิจัย จำนวน 4 เรื่อง

กองบทความบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้อยู่ในฐานวารสารไทยในอนาคต ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับกองบรรณาธิการ และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิต และนักศึกษา เสนอบทความ เข้ารับการพิจารณา กลั่นกรอง เพื่อตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ อันจะนำไปสู่การนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยท่านสามารถส่งบทความต้นฉบับได้ที่กองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น (ดังรายละเอียดท้ายเล่ม) และหากท่านมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะประการใดที่จะนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการยินดีรับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะนั้นด้วยความขอบคุณยิ่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิวรรณ บุญอนันต์

บรรณาธิการ

บทความวิจัย

- 1 การพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่
กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี
ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
:: ญาณกร เขตศิริสุข และคณะ ::
- 13 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจพริกแกงหนองขาม
ตำบลเขาคีรี อำเภอพราณกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร
:: เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ ::
- 25 ดนตรีต้นเต่า จังหวัดอุดรธานี
:: อำนาจ บุญอนันต์ ::
- 37 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
:: กนกนิภา ก้วยจีน และคณะ ::
- 53 คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสาร
การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น
 - การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ
 - รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง
 - แบบฟอร์มการส่งบทความเพื่อเผยแพร่ในวารสาร



การพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านแก่น้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

ญาณกร เขตศิริสุข¹

ตรีธิตา บุญทศ²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. พัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ 2. ประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ และ 3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งได้ทำการศึกษาระบบงานและนำมาพัฒนาโปรแกรม ร่วมกับระบบฐานข้อมูล มายเอสคิวแอล ข้อมูลที่พัฒนาโดยนำข้อมูลตัวอย่างมาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านแก่น้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิจัยพบว่า 1) แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้งานได้จริง คิดเป็นร้อยละ 100 2) การประเมินประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นใน ภาพรวมมีประสิทธิภาพในระดับเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47) และ 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันศูนย์ โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40)

คำสำคัญ: ศูนย์การเรียนรู้ / แอปพลิเคชัน / อุปกรณ์เคลื่อนที่

¹ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

² คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

The Development of Learning Center Application on Mobile Devices: A case study of Baan Kao Noi Samakkhi Salt Community Enterprise, Phaisan Sub-district, Thawatchaburi District, Roi Et Province

*Yanagon Ketsirisuk*¹

*Treetida Boontos*²

ABSTRACT

This research aims as to 1) develop the learning center of mobile applications; 2) to evaluate its efficiency; and 3) analyze the user's satisfaction. This learning center has studied the workflow system and developed the program with the MySQL database system. The data base development used the sampling data from Baan Kao Noi Samakkhi Salt Community Enterprise Group, Paisarn Sub-district, Thawatchaburi District, Roi Et Province.

The results had found that 1) the development of learning center of mobile applications can be used 100 percent; 2) the evaluation of learning center of mobile applications has the efficiency in very appropriate level (mean = 4.40); and 3) the overall user's satisfaction was in very satisfied level (mean = 4.40).

Keywords: Learning Center / Application / Mobile Devices

¹ Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

² Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารกับคนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ข้อมูลสารสนเทศร่วมกัน อาทิ การโต้ตอบ การแลกเปลี่ยน และกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศ ทำให้เกิดสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่เรียกว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้คนติดต่อสื่อสารรับรู้เรื่องราวกันได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 การอบรมผ่านระบบออนไลน์จึงได้รับความนิยมเป็นจำนวนมาก เพราะมีความสะดวกลดเวลาและลดความเสี่ยงในการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อ หากนำมาประยุกต์ใช้กับสมาร์ทโฟนในรูปแบบของ Mobile Application จะทำให้ตรงตามเป้าหมายเกิดการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด Mobile Application คือส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้สมาร์ทโฟนเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้มากขึ้นซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญในการพัฒนา Mobile Application เพื่อเพิ่มช่องทางบริการมากขึ้น ให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงการอบรมและบริการต่าง ๆ ได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

พื้นที่ของตำบลไพศาล ส่วนใหญ่จะมีสภาพดินเค็มมาตั้งแต่โบราณ โดยเฉพาะบ้านเก่าน้อย หมู่ที่ 6 เป็นจุดที่มีความเค็มมากที่สุด จนถึงระดับที่ขุดหรือขุดเอาหน้าดินในช่วงหน้าแล้งมาผสมน้ำกรองต้มจนแห้ง ได้ผลผลิตเป็นเกลือสินเธารที่ขาวบริสุทธิ์ เพื่อการบริโภคและจำหน่ายเป็นสินค้าของประชาชนในหมู่บ้านมาผลิตเกลือในบริเวณนี้ พื้นที่ผลิตเกลือในชุมชนเรียกว่า “ลานเกลือเก่าน้อย” มีพื้นที่ จำนวน 7 ไร่ และในแต่ละปีมีประชาชนในหมู่บ้านมาผลิตเกลือในบริเวณนี้เป็นจำนวนมากในช่วงเวลาการผลิตเกลือสินเธาร ระหว่างเดือนธันวาคมจนถึงเดือนเมษายนของทุกปี โดยวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวได้มีการจัดทำศูนย์เรียนรู้ในชุมชนอยู่แล้ว แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID 19 ในปัจจุบัน ทำให้ผู้ที่สนใจจะเข้าเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้ดังกล่าวไม่สามารถเดินทางไปยังชุมชนนั้นได้ เพราะมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อได้

จากปัจจัยดังกล่าว คณะผู้จัดทำโครงการได้เล็งเห็นความสำคัญที่จะพัฒนาระบบงานด้านการเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้ให้เป็นระบบงานใหม่ที่มีความสามารถในการบันทึกข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค้นหาข้อมูลที่บันทึกได้อย่างรวดเร็ว ตรวจสอบข้อมูลได้อย่างแม่นยำ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป และเป็นการเพิ่มช่องทางในการเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้ซึ่งจะส่งผลให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และทำให้รายได้ของชุมชนสูงขึ้นด้วย ผู้จัดทำมีความต้องการพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์เรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองต่อผู้มาใช้บริการในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่
3. เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยและพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกือบ ๓๐ บ้าน เกือบ ๓๐๐ คน ตำบลไพศาล อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดเทคนิคและวิธีการเลือกแบบเจาะจง และนำมาพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการตามวิธีการพัฒนาระบบ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การทดลองใช้ และการประเมินผล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ - การวิเคราะห์ระบบใหม่ ผู้ศึกษาจะนำรายละเอียดขั้นตอนการวิเคราะห์และออกแบบระบบ ซึ่งได้นำข้อเสนอแนะและแนวความคิดต่าง ๆ ของการทำงานของกลุ่มมาประยุกต์ใช้งาน เป็นแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เป็นส่วนของผู้ดูแลระบบ และหน้าแอปพลิเคชันเป็นส่วนของผู้ใช้ ฐานข้อมูลหลักเป็นกลาง จึงทำให้ทุกฝ่ายสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก ไม่เกิดความยุ่งยาก

2. การออกแบบ - พัฒนาให้สอดคล้องกัน โดยการออกแบบจะเริ่มจากส่วนของอุปกรณ์และเทคโนโลยีต่าง ๆ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่จะนำมาพัฒนาแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ การออกแบบจำลองข้อมูลการจัดทำรายงาน และออกแบบจอจากในการติดต่อกับผู้ใช้งาน การจัดทำพจนานุกรมข้อมูลซึ่งขั้นตอนการวิเคราะห์และการออกแบบ

3. การพัฒนา - เขียนและทดสอบโปรแกรมว่าทำงานถูกต้องหรือไม่ ต้องการทดสอบกับข้อมูลจริงที่เลือกแล้วทุกอย่างเรียบร้อยแล้ว จะได้โปรแกรมที่พร้อมใช้งานได้จริงต่อไป หลังจากนั้นต้องเตรียมคู่มือการใช้ และฝึกอบรมผู้ใช้งานจริงของการเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้ และกลุ่มก่อนจะนำไปใช้งานจริงในบ้าน เกือบ ๓๐๐ คน ตำบลไพศาล อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด และตรวจสอบระบบเพื่อทำการพัฒนาต่อไป

4. การทดลองใช้ - เริ่มต้นใช้งานแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ระบบนี้ได้รับการนำระบบเข้ามาตรวจสอบอย่างค่อยเป็นค่อยไปที่ละน้อย

5. การประเมินผล - เมื่อระบบเสร็จสิ้นจะทำการประเมิน เพื่อนำผลการประเมิน นำมาเพื่อทำการแก้ไขโปรแกรมหลังจากการใช้งานแล้ว สาเหตุที่ต้องแก้ไขโปรแกรมหลังจากใช้งานแล้ว เพื่อให้การทำงานของระบบมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดและขั้นตอนการดำเนินงาน

เครื่องมือการวิจัย

1. แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่
2. แบบประเมินคุณภาพแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่
3. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่

กลุ่มเป้าหมาย/ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านแก่น้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบค่าสถิติ (Dependent t-test) โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน (พิสุทธา อารีราษฎร์, 2550) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 – 4.49 หมายความว่า ระดับมาก

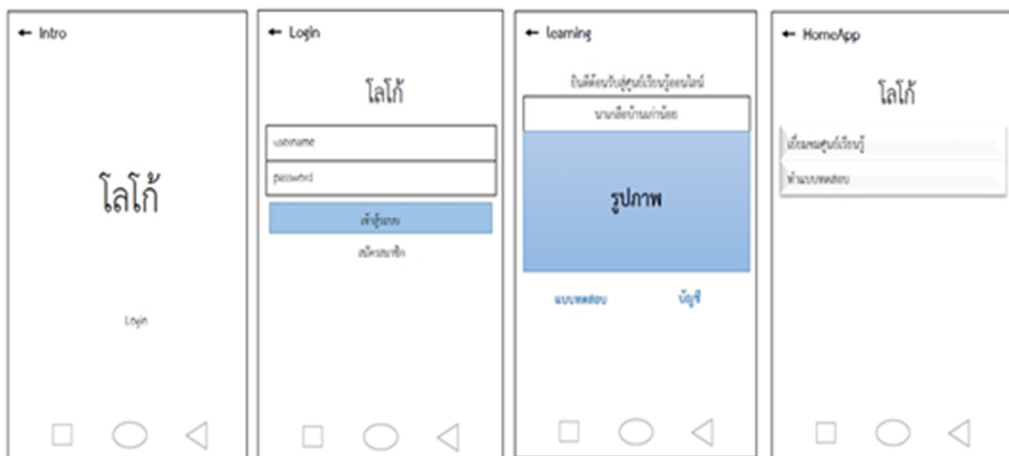
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 – 3.49 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 – 2.49 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.49 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

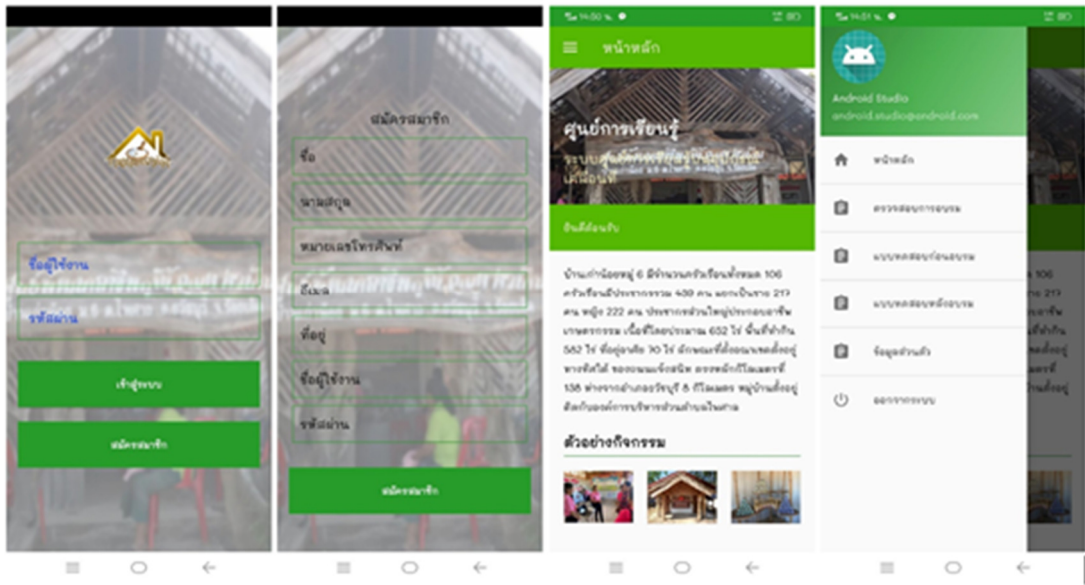
1. แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านแก่น้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้งานได้จริง คิดเป็นร้อยละ 100% ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาตามขั้นตอนการวิจัย ดังภาพดังนี้



ภาพที่ 2 Proto type แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่

จากภาพที่ 2 ตัวต้นแบบ (Prototype) แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยทำการพัฒนาสมมติฐานของระบบใหม่ อาจเทียบกับระบบที่มีคอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐาน ประกอบด้วยโปรแกรมการ

ทำงานที่รับข้อมูลเข้า ทำให้รู้ถึงความต้องการของผู้ใช้ให้ชัดเจนมากขึ้น และยังใช้ในการตรวจสอบความเป็นไปได้ของการออกแบบระบบ ให้เห็นภาพของแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่มากขึ้น



ภาพที่ 3 แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่

จากภาพที่ 3 เมื่อเราได้ ตัวต้นแบบ (Prototype) แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เราจึงทำการพัฒนาระบบโดยมีหน้าแรกของแอปพลิเคชันและเมื่อเลือกเมนูบาร์จะมีให้เลือกสมัครสมาชิก มีการตรวจการอบรมและมีแบบทดสอบการอบรม และมีข้อมูลของศูนย์เรียนรู้ของแอปพลิเคชัน

2. ผลการพัฒนาระบบเพื่อประเมินประสิทธิภาพแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านแก่น้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่ง จากนั้นนำผลการเรียนรู้มาวิเคราะห์ ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผลแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านแก่น้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D	การแปลความหมาย
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา	4.64	0.56	มากที่สุด
1.2 ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละเมนู	4.59	0.54	มากที่สุด
1.3 การวางรูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.59	0.54	มากที่สุด
1.4 ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของผู้ใช้ระบบ	4.58	0.42	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอร้อยชัย จังหวัดร้อยเอ็ด (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D	การแปล ความหมาย
1.5 ระบบส่วนหน้ามีความเหมาะสม	4.53	0.5	มากที่สุด
1.6 ระบบส่วนหลังมีความเหมาะสม	4.64	0.56	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	4.60	0.52	มากที่สุด
2. ด้านตัวอักษรและสี			
2.1 รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในโปรแกรม	4.25	0.60	มาก
2.2 ขนาดของตัวอักษรที่ใช้	4.26	0.65	มาก
2.3 สีของตัวอักษร โดยภาพรวม	4.21	0.63	มาก
2.4 สีของพื้นหลังของโปรแกรมโดยภาพรวม	4.10	0.64	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	4.21	0.63	มาก
3. ด้านการวัดและประเมินผล			
3.1 จำนวนของเมนูมีความครอบคลุมตามขอบเขตการศึกษา	4.82	0.42	มากที่สุด
3.2 ความสอดคล้องของเมนูกับเนื้อหา	4.75	0.43	มากที่สุด
3.3 ความเหมาะสมของการจัดรูปแบบ	4.68	0.48	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	4.75	0.44	มากที่สุด
4. ด้านการจัดการโปรแกรม			
4.1 การออกแบบโปรแกรมโดยภาพรวม	4.19	0.61	มาก
4.2 ความน่าสนใจชวนให้ใช้โปรแกรม	4.39	0.65	มาก
4.3 การจัดโปรแกรมโดยภาพรวม	4.35	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมรายด้าน	4.31	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	0.55	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า จากการประเมินแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และค่า S.D. เท่ากับ 0.55 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมากที่สุดโดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และค่า S.D. เท่ากับ 0.52 **ด้านตัวอักษรและสี** ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และค่า S.D. เท่ากับ 0.63 **ด้านการวัดและประเมินผล** ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวม

ในระดับเหมาะสมมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 และค่า S.D. เท่ากับ 0.44 และด้านการจัดการระบบผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และค่า S.D. เท่ากับ 0.62

ผลการศึกษาวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 15 คน ที่มีต่อแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ปรากฏดังตารางที่ 2

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา	4.36	0.53	มาก
2. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละเมนู	4.35	0.57	มาก
3. การวางรูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.32	0.48	มาก
4. ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของผู้ใช้โปรแกรม	4.35	0.42	มาก
5. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในโปรแกรม	4.24	0.42	มาก
6. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้	4.43	0.51	มาก
7. สีของตัวอักษร โดยภาพรวม	4.59	0.59	มากที่สุด
8. สีของพื้นหลังของโปรแกรมโดยภาพรวม	4.17	0.58	มาก
9. การออกแบบโปรแกรมโดยภาพรวม	4.37	0.43	มาก
10. ความน่าสนใจชวนให้ใช้โปรแกรม	4.27	0.63	มาก
11. การจัดโปรแกรมโดยภาพรวม	4.58	0.61	มากที่สุด
12 ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา	4.78	0.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.40	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผู้ใช้แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และ ค่า S.D เท่ากับ 0.55

อภิปรายผล

แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อเราได้ ตัวต้นแบบ (Prototype) แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เราจึงทำการพัฒนาระบบโดยมีหน้าแรกของแอปพลิเคชันและเมื่อเลือกเมนูบาร์จะมีให้เลือกสมัครสมาชิก มีการตรวจการอบรมและมีแบบทดสอบการอบรม และมีข้อมูลของศูนย์เรียนรู้ของแอปพลิเคชัน ให้มีประสิทธิภาพและสามารถนำระบบไปใช้งานได้จริงสอดคล้องญาติ อากรอนันต์ และคณะ (2561) ได้วิจัย แอปพลิเคชันส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับเด็กบกพร่องทางการได้ยิน ผลการวิจัยพบว่า แอปพลิเคชันส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับเด็กบกพร่องทางการได้ยิน

มีความน่าสนใจสำหรับเด็กบกพร่องทางการได้ยิน ซึ่งความน่าสนใจของสื่อเกิดจากความทันสมัยของสื่อเพราะพัฒนาโดยใช้โมบายแอปพลิเคชัน โดยผู้เรียนที่ได้ใช้งานแอปพลิเคชัน นั้นมีความรู้และความเข้าใจ โดยวัดได้จากการทำแบบทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ของผู้เรียนหลังจากได้เรียนรู้ด้วยแอปพลิเคชัน ซึ่งพบว่าผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นโดยมีคะแนนแบบทดสอบหลังเรียนเพิ่มมากขึ้นหลังจากที่ได้เรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษผ่านแอปพลิเคชันนี้ และจากการสังเกตพฤติกรรมผู้เรียนในการเรียนผ่านแอปพลิเคชัน พบว่าผู้เรียนให้ความสนใจต่อเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการสร้างจึงมีผลกับความสนใจในเรื่องที่นำเสนอและกลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้ซ้ำหลายครั้งจึงเกิดทักษะ ความจำและความเข้าใจรวม ซึ่งจุดเด่นของ แอปพลิเคชันคือ มีการใช้งานที่ง่าย มีเนื้อหาเหมาะสมกับเด็กบกพร่องทางการได้ยิน โดยรูปแบบของแอปพลิเคชันมีความสวยงาม ในการจัดองค์ประกอบมีเนื้อหา

จากการหาประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ผู้จัดทำพัฒนาขึ้น ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก โดยค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.47 และค่า S.D. เท่ากับ 0.55 เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสาร ตำรา ที่เกี่ยวกับการสร้างแบบประเมินมีการกำหนดกรอบที่ประเมินให้มีความสอดคล้องกับระบบซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนวล พงมณี (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อจัดการวิถีชุมชน กรณีศึกษา ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ผลการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยตนเองตามเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนตำบลนางแล อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่าชุมชนได้คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 9 แห่ง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 7 แห่ง เนื้อหาที่จะนำเสนอเป็นข้อมูลในแอปพลิเคชัน ได้แก่ (1) ประวัติ/ข้อมูลแนะนำสถานที่ (2) เวลาทำการ (3) ที่ตั้ง (4) เบอร์โทรติดต่อ (5) Website (6) อัตราค่าบริการ (7) ข้อมูลแนะนำเพิ่มเติม (8) รูปภาพประกอบ (9) คำวนระยะทางระหว่างตำแหน่งปัจจุบันกับสถานที่ท่องเที่ยว (10) คำวนระยะทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว (11) จัดทำเป็น 5 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี ผลการประเมินคุณภาพโมบายแอปพลิเคชันจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมคุณภาพแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.45, S.D. = 0.61) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้โมบายแอปพลิเคชัน พบว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12, S.D. = 1.45)

ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้ระบบ เรื่อง แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้น มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และค่า S.D เท่ากับ 0.55 เนื่องจากผู้วิจัยได้พัฒนาระบบ โดยอาศัยหลักการใช้สิ่งเร้าเพื่อให้เกิดการตอบสนอง มีการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยวิสิทธิ์ บุญชุม และคณะ (2564) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ สำหรับการเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของภาคใต้ตอนล่าง ผลการวิจัยพบว่า 1) แอปพลิเคชันบนมือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เพื่อการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญา

ทางวัฒนธรรมของภาคใต้ตอนล่าง 2) แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผลการศึกษาวิจัย พบว่าระดับความพึงพอใจ 1) ด้านการออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 2) ด้านความน่าเชื่อถือและประโยชน์ อยู่ในระดับมากมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 สรุปผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือ ได้ส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์การเรียนรู้และการเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องทำให้ สิ่งที่มีคุณค่าเหล่านี้จะไม่หายไปจากชุมชน

สรุปผลการวิจัย

1. แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้งานได้จริง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาตามขั้นตอนการวิจัย

2. ผลการพัฒนาระบบเพื่อประเมินประสิทธิภาพแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจากการประเมินแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และค่า S.D. เท่ากับ 0.55 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมากที่สุดโดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และค่า S.D. เท่ากับ 0.52 ด้านตัวอักษรและสี ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และค่า S.D. เท่ากับ 0.63 ด้านการวัดและประเมินผล ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 และค่า S.D. เท่ากับ 0.44 และด้านการจัดการระบบ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นโดยรวมในระดับเหมาะสมมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และค่า S.D. เท่ากับ 0.62

3. ผลการศึกษาวเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกลือต้มบ้านเก่าน้อยสามัคคี ตำบลไพศาล อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 15 คน ที่มีต่อแอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ผู้ใช้แอปพลิเคชันศูนย์การเรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และ ค่า S.D เท่ากับ 0.55

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาระบบงานในครั้งนี้ ผู้จัดทำมีความหวังที่จะพัฒนาระบบแอปพลิเคชันศูนย์เรียนรู้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับนาเกลือบ้านเก่าน้อยสะดวกและรวดเร็ว สามารถเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยทำการสมัครสมาชิกและทำการล็อกอินเข้าระบบท่าน ก็สามารถเข้าใช้งานและเลือกหัวข้อการอบรม หรือการแก้ไขประวัติส่วนตัว

ในด้านแบล็คออฟฟิศ ส่วนของแอดมิน แอดมินสามารถล็อกอินเข้าสู่ระบบสามารถจัดการข้อมูลการอบรม เพิ่ม ลบข้อมูล/แก้ไขข้อมูลการอบรม จัดการข้อมูลสมาชิกสามารถเพิ่ม ลบ/แก้ไขข้อมูลประวัติของสมาชิก ทำให้การทำงานมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นสรุปได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์มือถือ ผู้พัฒนาเห็นว่าระบบยังขาดความสมบูรณ์ในหลาย ๆ ด้านหากมีผู้ใดที่สนใจต้องการระบบนี้ไปศึกษาหรือพัฒนาเพิ่มเติมควรปรับปรุงระบบให้มีความสามารถมากยิ่งขึ้นดังประเด็นต่อไปนี้

1. การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (User Interface) ควรออกแบบให้มีความเข้าใจง่ายต่อผู้ใช้งาน
2. ระบบควรพัฒนาให้มีการออกเอกสารสำคัญภายในระบบให้ครบถ้วนตามเอกสารใช้งานจริง เช่น ใบประกาศการเข้ารับการอบรม
3. ระบบรายงานควรจัดให้อยู่ในรูปแบบเอกสารที่มี ว/ด/ป ที่สมัครสมาชิก และการจัดแบบฟอร์มให้สวยงาม
4. ปัญหาด้านฮาร์ดแวร์ผู้พัฒนาระบบยังขาดอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพทันสมัย
5. ในการจัดทำระบบนี้ข้อมูลวิดีโออาจยังใช้งานไม่ได้เนื่องจากการเขียนโปรแกรมมีความซับซ้อน หากมีผู้นำไปพัฒนาต่อ จะต้องพัฒนาให้โปรแกรมสามารถเพิ่มไฟล์วิดีโอได้

เอกสารอ้างอิง

- ญาติ อรรถอนันต์ และคณะ. (2561). แอปพลิเคชันส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับเด็กบกพร่องทางการได้ยิน. ใน การสัมมนาวิชาการระดับชาติด้านคนพิการ ครั้งที่ 9 ปี 2561. (น.194 - 206).
- พิสุทธิ อาธิราษฎร์. (2550). การพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการศึกษา. มหาสารคาม : อภิชาติการพิมพ์.
- วิสิทธิ์ บุญชุม และคณะ. (2564). การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ สำหรับการเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของภาคใต้ตอนล่าง. *Thaksin University Journal* 23(3), September - December 2020, 31 – 40.
- ศรินทร์ พงษ์มณี. (2562). การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อจัดการวิถีมุขมณฑล การศึกษา ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. ใน *The 9th Hatyai National and International Conference*. (น.1598 -1610).



การสร้างความคุ้มค่าเพิ่มทางธุรกิจพริกแกงหนองขาม
ตำบลเขาคีรีศรี อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

เดชวิทย์ นิลวรรณ¹ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ²

เพ็ญศรี ยวงแก้ว³

พลอยณัฏฐา เดชะเศรษฐศิริ ⁴

พัตราภรณ์ อารีเอื้อ⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจพริกแกงหนองขาม ตำบลเขาศิรีสี อำเภอรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจผู้ประกอบการพริกแกงหนองขาม ตำบลเขาศิรีสี อำเภอรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี วัตถุประสงค์ที่ 1 ประชากรคือ กลุ่มแม่บ้านหนองขาม นักวิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 120 คน กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มแม่บ้านหนองขามที่ทำการผลิตน้ำพริก นักวิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน วัตถุประสงค์ที่ 2 ประชากรคือ กลุ่มผู้ประกอบการพริกแกงหนองขาม จำนวน 450 คน กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้ประกอบการพริกแกง หนองขาม จำนวน 222 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) พริกแกงหนองขามแบบเดิมเป็นรสชาติดั้งเดิม บรรจุภัณฑ์ใส่ถุงพลาสติกใช้เครื่องชั่งลงละครึ่งกิโลกรัม ฉลากสินค้ามีชื่อสินค้าและที่อยู่ติดต่อกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมสีส้ม ราคาขายถุงละ 40 บาท ทำการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยมีทั้งรสชาติดั้งเดิม และรสชาติที่มีเครื่องเทศ ใส่กระปุกพลาสติกใส่ปิดฝาเกลียว กระปุกละครึ่งกิโลกรัม ฉลากสินค้าเป็นรูปวงกลมสีเหลืองพร้อมรายละเอียดสินค้า ราคาขายกระปุกละ 50 บาท 2) ความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านฉลากสินค้ามีความสวยงาม รองลงมาคือบรรจุภัณฑ์เปิดใช้ได้ง่าย และบรรจุภัณฑ์ทำการจัดเก็บ เคลื่อนย้ายง่าย ตามลำดับ มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากเดิม 50 ถุง เป็น 80 กระปุก ต่อ 1 สัปดาห์ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีทั้งทางออนไลน์ และขายในตลาดทั่วไป

คำสำคัญ: มูลค่าเพิ่ม / ความพึงพอใจ / พริกแกง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

⁵ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Nongkam Curry Paste Value Added Creating, Tambol Kaokeerit, Prankratai District, Kamphaeng Phet Province

*Dejawit Nilwan*¹

*Sirijan Chuasuwan*²

*Pensri Youngkaew*³

*Ploynutcha Dechasetiri*⁴

*Phattraphon Ariuea*⁵

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to create the business value added Nongkam's curry paste, Tambol Kaokeerit, Prankratai District, Kamphaeng Phet Province 2) to study the consumer's satisfaction of Nongkam's curry paste. This is mixed method research. The population for the 1st objective were 120 people of Nongkam housewife group, academicians and related people. The sample were 20 of them. The population for the 2nd objective was 450 Nongkam's curry paste consumers. The sample were 222 of them. The results had found that 1) The former curry paste was original flavor, used sealed plastic bag for the packaging, half a kilo per bag, the label was an orange square with name and address, selling price 40 Baht per bag. The value added creating by having both original and spicy flavors, uses clear plastic jar with screw cap for the packaging, half a kilo per jar, the label is a yellow circle design with details, selling price 50 Baht per jar. 2) The consumer satisfaction was in highest level in beautiful label, easy to open the packaging, and easy to store and move, in order. The order amount has increased from 25 bags to 80 jars per week. The distribution channels are both online and ordinary market.

Keywords: Value added / satisfaction / curry paste

¹ Asst. Prof., Faculty of Management Sciences, Chiangmai Rajabhat University.

² Asst. Prof., Faculty of Management Sciences, Chiangmai Rajabhat University.

³ Asst. Prof. Dr., Faculty of Management Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University.

⁴ Asst. Prof., Faculty of Management Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University.

⁵ Lecturer, Faculty of Management Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 เป็นแผนการพัฒนาประเทศเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กระบวนการหนึ่งในการบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศจึงได้มีการดัดแปลงใช้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันข้อ 2 เรื่องการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ บนฐานของการพัฒนานวัตกรรมและมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการใช้ดิจิทัลและการค้าที่เข้มข้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายกิจกรรมการผลิตและบริการโดยมุ่งสู่ความเป็นเลิศในระดับโลกและในระดับภูมิภาคในอุตสาหกรรมหลายสาขา และในภาคบริการที่หลากหลายตามรูปแบบการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนไป (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) การศึกษาในครั้งนี้จึงได้นำการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตอาหารพื้นถิ่นเพื่อการจัดจำหน่ายเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ทางด้านเศรษฐกิจให้ดีขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) จึงมีแนวทางการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาภาค และการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษของประเทศเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการกระจายความเจริญเติบโตไปสู่ภูมิภาคและการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานเชื่อมโยงทั้งภายในพื้นที่ พื้นที่ใกล้เคียง และต่างประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) การพัฒนาดังกล่าวจึงได้นำการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นเพื่อการจัดจำหน่าย เพื่อช่วยแก้ปัญหาสภาพเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้น

จากการสำรวจของนักวิจัยพบว่ากลุ่มแม่บ้านหนองขาม ตำบลเขาคีรีส อำเภอฟารนกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นพื้นที่วิจัยแห่งหนึ่งที่ทางมหาวิทยาลัยสนับสนุนการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการผลิตสินค้าประเภทพริกแกงเพื่อเป็นอาชีพเสริมนอกเหนือจากการทำการเกษตร ซึ่งเป็นอาชีพหลัก โดยการผลิตนี้ทำขึ้นเองยังไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาให้การสนับสนุน ทางกลุ่มจึงมีความต้องการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจพริกแกงหนองขามให้สามารถจัดจำหน่ายได้มากขึ้น โดยมีความต้องการทำการเพิ่มสูตรจากแบบธรรมดาเป็นสูตรผสมเครื่องเทศเพื่อเพิ่มความเผ็ดร้อน ทำบรรจุภัณฑ์ใหม่แทนการใส่ถุงพลาสติก การมีฉลากสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม การขายสินค้าออนไลน์ (กชกร มหิมา, 2566, พฤษภาคม 30) จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คือ ยังไม่มีผู้ให้ความรู้เรื่องมาตรฐานการผลิต และการบริหารจัดการด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการจัดจำหน่ายโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การศึกษาในครั้งนี้จึงจะเป็นประโยชน์แก่กลุ่มแม่บ้านหนองขามในการส่งเสริมอาชีพและรายได้ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้ดีขึ้น สร้างศักยภาพในการแข่งขันให้มากขึ้นกว่าคู่แข่ง การยกระดับสินค้าให้น่าซื้อและน่าสนใจมากขึ้น เสริมสร้างความเข้มแข็งให้คนในระดับฐานรากให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม อีกทั้งยังสามารถที่จะทำเป็นชุมชนต้นแบบ สามารถสร้างความสนใจและจดจำได้ง่ายในการจัดจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจพริกแกงหนองขาม ตำบลเขาคีรีส อำเภอฟานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจผู้บริโภคพริกแกงหนองขาม ตำบลเขาคีรีส อำเภอฟานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าท้องถิ่นที่ผลิตโดยคนไทย ได้แก่ ผ้าไทย อาหารแปรรูปของใช้ ของประดับ ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและต่างชาติ แต่ยังมีสินค้าท้องถิ่นอีกมากมายที่ต่อให้ทรงคุณค่ามากขนาดไหน กลับไม่เป็นที่รู้จักการสร้างอัตลักษณ์ และเพิ่มมูลค่าสินค้าจึงนำไปสู่การปรับตัวให้เข้ากับสถานะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นสินค้าที่ระลึกของหมู่บ้านสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างแท้จริง ในการดำเนินการดังกล่าวจึงต้องมีการศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยออกแบบสินค้า และดำเนินการต่าง ๆ ซึ่งลักษณะสินค้ามีอัตลักษณ์แตกต่างกันจึงมีความจำเป็นที่จะทำให้เกิดภูมิปัญญาและสามารถเกิดการจัดจำหน่ายได้จริง

ผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมีรูปลักษณะที่สวยงาม เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น แต่การนำเสนอเรื่องราวของสินค้ากลับไม่ได้เป็นพลังมากพอที่จะทำให้คนรู้จักมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการ ไม่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในการจัดจำหน่ายสินค้า การทำสินค้าของชุมชนให้เป็นเรื่องราวที่ทำให้สามารถเสนอขายได้จึงเป็นจุดขายที่สำคัญ แต่ต้องมีการปรับเปลี่ยนสินค้าให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน เหมาะกับคนยุคใหม่ วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ แต่ยังคงความเป็นวิถีเดิมของสินค้าอยู่เหมือนเดิม

รูปแบบการจัดการและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น OTOP นั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้นด้วยการใช้การออกแบบเพื่อเป็นการสร้างแบรนด์ ตราสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง มีมาตรฐานในการผลิต มีความโดดเด่นในเรื่องราวของสินค้าแต่ละชนิดต้องมีที่มาที่ไปที่เป็นเรื่องราวของหมู่บ้านที่จะนำมาใช้ในการเสนอขายสินค้าให้ได้ราคาสูง และมีช่องทางการขายที่ถาวร เช่น ผ่านการขายช่องทางออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย ทั้งนี้สินค้าจะต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ปรับตัวสู่การพัฒนาได้

สำหรับแนวทางในการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นการวางกรอบการทำงานทั้งหมด เพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ เรื่องแบรนด์ ตราสินค้า เรื่องการตลาด หัวใจของสินค้าและการบริการ เพื่อให้เห็นภาพการออกแบบ การดีไซน์ต่าง ๆ เมื่อผู้ประกอบการได้เห็น ได้เรียนรู้จะทำให้เกิดความสนใจ และเห็นคุณค่าของที่อาจจะไม่มีมูลค่า เห็นคุณค่า รู้จักการดีไซน์ การทำบรรจุภัณฑ์ หีบห่อต่าง ๆ ให้ได้เรียนรู้การขับเคลื่อนสินค้าด้วยการออกแบบจากประสบการณ์ รูปแบบการผลิตสร้างคุณค่าใหม่ และใช้ศาสตร์แห่งการ

เล่าเรื่อง สร้างอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงเส้นทางหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการ ต้องรู้ 4 เรื่อง ได้แก่ รู้ตัวตน รู้สินค้า รู้ลูกค้า และรู้วิธี เมื่อดีไซน์สินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เรียบร้อยแล้วจะต้องได้คุณค่า นวัตกรรมใหม่ ๆ การตลาด และเกิดการยั่งยืนได้

การวิจัยออกแบบและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล อบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ได้จริง พัฒนาศักยภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย การสร้างแบรนด์สินค้า การตลาดออนไลน์ การสร้างเรื่องราวน่ารู้สู่อัตลักษณ์ที่เฉพาะในแต่ละผลิตภัณฑ์ การดำเนินการทุกขั้นตอนอย่างละเอียดเพื่อให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การยกระดับสินค้า ปั่นจากดินไปสู่ดาวโดยการสร้างทีมเพื่อศึกษาผู้ประกอบการ การเรียนรู้การสร้างแบรนด์ เห็นของจริง และยกระดับพัฒนาสินค้าให้มีคุณค่าขึ้นจริง และช่วยผู้ประกอบการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา ได้รู้จักชาวบ้าน ได้รู้หน้าที่ของเราทำให้เกิดการเรียนรู้ การขนส่ง ทำให้สินค้านำคนสู่ชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจโลก เข้าใจคน ดีใจที่ยงานออกแบบแบรนด์เพื่อธุรกิจแห่งอนาคต รู้เทรนออกแบบยังให้โลกกว่าเดิมด้วยดีไซน์ที่จะทำให้ผู้ประกอบการสัมผัส

การเพิ่มกลยุทธ์และเทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ลงลึกไปถึงเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค มีการเรียนรู้เอกลักษณ์ท้องถิ่นสู่งานออกแบบสินค้าระดับโลก และปรับจุดเพิ่มกลยุทธ์การตลาด สร้างตลาดบริโภคร่วม ทำให้ผู้ประกอบการเรียนรู้จากการทดลองทำ และจุดประกายให้ผู้ประกอบการซึ่งมีสินค้าอยู่แล้ว ได้สนุกกับงานใหม่ ได้ทำในสิ่งที่ไม่เคยได้ทำ ไม่เคยได้รู้มาก่อน ต่อยอดในการพัฒนาของตนเอง ภูมิปัญญาเดิมคืออยู่แล้ว แต่ต้องหาแรงบันดาลใจในการทำสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งทางทีมได้ให้คำแนะนำ การทำบรรจุภัณฑ์ และเรื่องของแพ็คเกจที่มีความสากล ทันสมัยมากขึ้นทำให้ผลิตภัณฑ์โอท็อปได้ลองทำอะไรใหม่ ๆ เพราะจากการคุยกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงทำอะไรแบบเดิม ๆ ทั้งที่กว่าจะได้ผ้าไทย หรือสินค้าต่าง ๆ ล้วนผ่านการคิดค้นทดลองของคนอดีตทั้งสิ้น ผู้ประกอบการควรมีแรงบันดาลใจ เรียนรู้อย่างสนุกและมีความสุขมากกว่ามุ่งผลกำไรอย่างเดียว (เรืองลดา ปุณยลิขิต, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Package) เป็นภาชนะที่ใช้ในการจัดเก็บ เคลื่อนย้าย และป้องกันสินค้าจากอุณหภูมิและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะสินค้าประเภทเน่าเสียหรือหมดอายุการใช้งานได้ง่าย และนอกจากนี้การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง ทำให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เข้ามามีบทบาทในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพราะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็นและสัมผัสได้ บรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งดึงดูดใจของลูกค้าแต่ละกลุ่ม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2561)

บรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้ตามการออกแบบเป็น 3 ระดับ คือ 1. บรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Packaging) ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดที่ติดกับตัวสินค้า 2. บรรจุภัณฑ์ขั้นสอง (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ขั้นแรกเพื่อการป้องกันหรือจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น 3. บรรจุภัณฑ์ขั้นที่สาม (Tertiary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ปกป้องสินค้าระหว่างการขนส่ง (สุชาติ ไตรภพสกุล, 2564)

แนวคิดเกี่ยวกับฉลากสินค้า

ฉลากสินค้ามีความเชื่อมโยงกับบรรจุภัณฑ์อย่างใกล้ชิด วัตถุประสงค์ของฉลากสินค้ามีเพิ่มให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับชื่อของผู้ผลิต ปริมาณของสินค้า วันที่ผลิตและวันหมดอายุ และบ่งบอกระดับของคุณภาพสินค้า ฉลากสินค้าที่มีการออกแบบอย่างสวยงาม มีการพิมพ์ฉลากที่คมชัด โดดเด่น สะดุดตา แตกต่างจากคู่แข่ง ยังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและมีผลต่อยอดขายสินค้าได้โดยที่ต้งคำนึงถึงการออกแบบฉลากสินค้าประกอบด้วย 1) แบรินด์ (Brand) คือการออกแบบชื่อของผลิตภัณฑ์ แสดงด้วยตัวอักษรและหรือสัญลักษณ์ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม และสามารถจดจำง่าย 2) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในคืออะไร ควรเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากแบรนด์ชนิดอื่น และ 3) กลุ่มเป้าหมาย (Target) คือกลุ่มเป้าหมายที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีค่านิยม (Value) การรับรู้ (Perceptions) ความชอบ (Preferences) พฤติกรรม (Behavior) ปัจจุบันกฎหมายได้กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดมีบรรจุภัณฑ์ต้องปรากฏชื่อแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ ข้อควรระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์ ชื่อผู้ผลิต วัน/เดือน/ปีที่ผลิต และวันหมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ด้วย ฉลากสินค้ามีส่วนประกอบ 3 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ 1) มีการระบุแบรนด์บนบรรจุภัณฑ์ (Brand Label) 2) ระบุรายละเอียดคุณภาพสินค้า (Grade Label) 3) ระบุข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ส่วนผสม ข้อควรระวัง ชื่อผู้ผลิต วันที่ผลิต และวันหมดอายุ (Descriptive Label) (สุชาติ ไตรภพสกุล, 2564)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) โดยมีรายละเอียดดังนี้

	วัตถุประสงค์ที่ 1	วัตถุประสงค์ที่ 2
วิธีการวิจัย	วิจัยเชิงคุณภาพ	วิจัยเชิงปริมาณ
ประชากร	กลุ่มแม่บ้านหนองขาม นักวิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง 120 คน	กลุ่มผู้บริโภคอาหารพื้นถิ่นตำบลเขาคีรีส 450 คน สํารวจจากการขายพริกแกงในปี 2563-2565
กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มแม่บ้านหนองขามที่ทำการผลิตพริกแกง นักวิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง 20 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง	กลุ่มผู้บริโภคพริกแกงหนองขาม 222 คน ตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %
เครื่องมือ	แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง	แบบสอบถาม
การวิเคราะห์ข้อมูล	วิเคราะห์เนื้อหา	การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ทำการศึกษาข้อมูลทฤษฎี และสร้างแบบทดสอบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบทดสอบเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเชิงทฤษฎี (Content and Theory Validity) ผู้ทรงคุณวุฒิ
2. ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม มาคำนวณค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (พิศิษฐ์ ตัณฑวนิช และ พนา จินดาศรี, 2561) แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วพบว่ามีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ซึ่งรายการคำถามใช้ได้ทุกข้อโดยปรับปรุงภาษาในคำถามบางข้อให้สั้น และสื่อความหมายชัดเจนขึ้นตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

สรุปผลการวิจัย

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจพริกแกงหนองขาบ ตำบลเขาคีรีส อำเภอรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า พริกแกงหนองขาบแบบเดิมเป็นรสชาติดั้งเดิม บรรจุก้นท์ใส่ถุงพลาสติกใช้เครื่องซีล ถุงละครึ่งกิโลกรัม ผลากสินค้ามีชื่อสินค้าและที่อยู่ติดต่อกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมสีส้ม ราคาขายถุงละ 40 บาท ทำการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยมีทั้งรสชาติดั้งเดิม และรสชาติที่มีเครื่องเทศ ใส่กระปุกพลาสติกใส่ปิดฝาเกลียว กระปุกละครึ่งกิโลกรัม ผลากสินค้าเป็นรูปวงกลมสีเหลืองพร้อมรายละเอียดสินค้า ราคาขายกระปุกละ 50 บาท มีรายได้เพิ่มขึ้น 12.5 เปอร์เซ็นต์
2. การประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคพริกแกงหนองขาบ ตำบลเขาคีรีส อำเภอรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านผลากสินค้ามีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.78) รองลงมาคือ บรรจุก้นท์เปิดใช้ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.62) และบรรจุก้นท์ทำการจัดเก็บ เคลื่อนย้ายง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.58) ตามลำดับ ทั้งนี้ยอดขายการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากเดิม 50 ถุง เป็น 80 กระปุก ต่อ 1 สัปดาห์ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีทั้งทางออนไลน์ และขายในตลาดทั่วไป

ประเด็นความพึงพอใจผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. บรรจุก้นท์ทำการจัดเก็บ เคลื่อนย้ายง่าย	4.58	0.56	มากที่สุด
2. บรรจุก้นท์ป้องกันสินค้าในการขนส่งได้	4.34	0.58	มาก
3. บรรจุก้นท์สร้างความสามารถในการแข่งขันได้	4.35	0.64	มาก
4. บรรจุก้นท์ดึงดูดใจของลูกค้าได้	4.31	0.57	มาก
5. บรรจุก้นท์สามารถเปิดใช้ได้ง่าย	4.62	0.89	มากที่สุด
6. ผลากให้ข้อมูลสินค้าได้ในเรื่องรายละเอียดสินค้า	4.44	0.67	มาก
7. ผลากมีความสวยงาม	4.78	0.94	มากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
8. ผลากมีการพิมพ์ที่คมชัด โดดเด่น สะดุดตา	4.38	0.84	มาก
9. ผลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	4.29	0.66	มาก
10. ผลากมีผลต่อยอดขายสินค้า	4.20	0.58	มาก
11. การออกแบบชื่อของผลิตภัณฑ์โดดเด่น ชัดเจน จดจำง่าย	4.00	0.78	มาก
12. มีภาพสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต	4.30	0.96	มาก
13. ตัวอักษรแสดงข้อความฉลากชัดเจน	4.20	0.68	มาก
14. ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน	4.11	0.78	มาก
15. ราคาเหมาะสมกับปริมาณสินค้า (50 บาท/กระปุก)	4.20	0.58	มาก
16. มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง	4.22	0.84	มาก
17. มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียล	4.10	0.58	มาก
18. รสชาติเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า	4.22	0.66	มาก
19. สินค้ามีการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งด้านบรรจุภัณฑ์และฉลาก	4.52	0.66	มากที่สุด
20. สินค้าสามารถยกระดับขึ้นเป็นสินค้าโอท็อปได้	4.50	0.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.33	0.68	มาก



ภาพที่ 1 ภาพก่อนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ



ภาพที่ 2 ภาพหลังการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจพริกแกงหนองขาม ตำบลเขาคีรีศรี อำเภอพราณกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า พริกแกงหนองขามแบบเดิมเป็นรสชาติดั้งเดิม บรรจุภัณฑ์ใส่ถุงพลาสติกใช้เครื่องซีลถุงละครึ่งกิโลกรัม ผลากสินค้ามีชื่อสินค้าและที่อยู่ติดต่อกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมสีส้ม ราคาขายถุงละ 40 บาท ทำการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยมีทั้งรสชาติดั้งเดิม และรสชาติที่มีเครื่องเทศ ใส่กระปุกพลาสติกใสปิดฝาเกลียว กระปุกละครึ่งกิโลกรัม ผลากสินค้าเป็นรูปวงกลมสีเหลืองพร้อมรายละเอียดสินค้า ราคาขายกระปุกละ 50 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ และ สุวรรณี โกษาภรณ์ (2559) เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์น้ำพริกเครื่องแกง พบว่า สามารถพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้แก่ผู้ผลิตน้ำพริกเครื่องแกงทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ทำให้สามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยการออกแบบและสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้อง โดยผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการพิจารณา ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ มาโนชญ์ นวลสระ และคณะ (2564) เรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล จังหวัดเชียงราย พบว่า ต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการสร้างผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสากล ยังคงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและทำการพัฒนามาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของตลาดสากล สามารถเกิดเป็นองค์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ สามารถทำการพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP สามารถประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ OTOP และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้ รวมถึงนำเสนอผลิตภัณฑ์ของคนไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

2. การประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคพริกแกงหนองขาม ตำบลเขาศรีริศ อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 51-50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา อาชีพเกษตรกร มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านฉลากสินค้า มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.78) รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ที่เปิดใช้ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.62) และบรรจุภัณฑ์ทำการจัดเก็บ เคลื่อนย้ายง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.58) ตามลำดับ ทั้งนี้มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากเดิม 50 ถุง เป็น 80 กระปุกต่อ 1 สัปดาห์ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีทั้งทางออนไลน์ และขายในตลาดทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกษมา สุรเดชา และคณะ (2561) เรื่อง การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมูสวรรค์หมู่ไทยศรีโยธิน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการบรรจุภัณฑ์และด้านการอำนวยความสะดวก ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น และสามารถนำไปขายได้ตามร้านขายของฝากด้วยรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ความสวยงาม และมีการระบายละเอียดในตราสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในกระบวนการผลิตมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ อรรหาวิ เจริญสะเม และ ยอดนภา เกษเมือง (2564) เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างให้เกิดความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภาพร อภิตนนานุสรณ์ และ กฤตภาส จินานาค (2556) เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกพร้อมบริโภค พบว่า ผู้บริโภคจำนวนร้อยละ 72 มีความสนใจบรรจุภัณฑ์น้ำพริกที่สวยงาม สามารถเปิดบริโภคได้เพียงครั้งเดียว เนื่องจากมีความสะดวกในการบริโภค มีบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมสามารถหาซื้อได้ในตลาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านการนำความรู้ไปใช้ สามารถนำความรู้ไปใช้ในการบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต และปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเสริมพลังให้ดีขึ้นแก่คนในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

ด้านการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ กลุ่มมีการพัฒนาตราสินค้า โลโก้ และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์เป็นของกลุ่ม มีความรู้จากการจัดจำหน่ายในหลายช่องทาง มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้า ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยต่อยอดในการใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้า การให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการผลิตอาหารปลอดภัย การสนับสนุนในการดำเนินงานของกลุ่มจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการให้ประชาชนชาวบ้านเป็นวิทยากรให้ความรู้แก่คนในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กชกร มหิมา. (2566, พฤษภาคม 30). ประธานกลุ่มผู้ประกอบการพริกแกงหนองขา. สัมภาษณ์.
- กษมา สุรเดชา, อนุ ธิษะพงษ์ และ กันยา มั่นคง. (2561). การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมูสวรรค์หมู่ไทยศรีโยธิน. **วารสารพิกุล**, 18(1), 219-237.
- พิศิษฐ์ ตันทวนิช และ พนา จินดาศรี. (2561). ความหมายที่แท้จริงของค่า IOC. **วารสารการวัดผลการศึกษามหาวิทยาลัย มหาสารคาม**, 24(2), 3-12.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2561). **การจัดการการตลาด**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- มานิชย์ นวลสระ และคณะ. (2564). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล จังหวัดเชียงราย. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 15(1), 119-134.
- เรืองลดดา ปุณยสิทธิ์. (2561, มีนาคม 2). เพิ่มมูลค่าสินค้า OTOP ด้วยดีไซด์. โครงการสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ OTOP เชื่อมโยงเส้นทางหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว. **คมชัดลึก**.
- สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570**. สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566-2570. [Online]. Available: <https://www.nesdb.go.th/download/plan13.pdf> [2567, กุมภาพันธ์ 3].
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2564). **หลักการตลาดเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ และ สุวรรณ โภชากรณ์. (2559). การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์น้ำพริกเครื่องแกง. **วารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา**, 1(1), 25-31.
- สุภาพร อภิรัตน์นุสรณ์ และ กฤตภาส จินานาค. (2556). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกพร้อมบริโภค. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี**, 36(4), 451-464.
- อรรษาวิ เจ๊ะสะเม และ ยอดนภา เกษเมือง. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี**, 15(2), 79-90.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: an Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row.



ดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์

อำนาจ บุญอนันต์¹

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์ 2) เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะทางดนตรีของดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์ ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับดนตรีดับเต่า คือ นักดนตรีและผู้แสดงดนตรีดับเต่า นักวิชาการดนตรี ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีดับเต่า จำนวน 37 คน และใช้ระบบการบันทึกเสียงจากการบรรเลงจริง ซึ่งวงดนตรีที่นำมาศึกษาครั้งนี้ เป็นวงดนตรีที่บรรเลงประกอบการละเล่นดนตรีดับเต่า ของจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 3 คณะ คือ คณะฟากท่าบ้านเทิงศิลป์ คณะชมรมผู้สูงอายุน้ำป่าต และคณะกลุ่มแม่บ้านนาคันทุ้ง ผลการวิจัยพบดังนี้ 1) ที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ดนตรีดับเต่าเป็นดนตรีที่ใช้บรรเลงประกอบการละเล่นดับเต่าโดยเฉพาะ การละเล่นดับเต่า พัฒนาการจากการนำวรรณกรรมที่บันทึกเป็นภาษาไทยน้อยในสมุดใบลาน มาเล่าเป็นนิทาน จนกระทั่งพัฒนาเป็นรูปแบบการละเล่น เครื่องดนตรีที่ประสมวงมี 2 ชนิด คือ ซอดับเต่า (ซอปั๊ป) และกลองดับเต่า เพลงที่ใช้บรรเลงเพลงเดียวคือ เพลงดับเต่า จากการศึกษาพบว่าดนตรีดับเต่ามุ่งเน้นบรรเลงประกอบการละเล่นให้สัมพันธ์กลมกลืน มากกว่าการบรรเลงประกอบกิริยาของตัวละคร และ 2) ลักษณะเฉพาะทางดนตรีของดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ดนตรีดับเต่ามีกลุ่มเสียงทำนองเพลงเสียง 5 เสียงคือ C (โด), D (เร), E (มิ), G (ซอล) และ A (ลา) ทำนองหลักมี 2 วรรค (หรือ 4 วลี) โครงสร้าง ทำนองประกอบด้วย การบรรเลงภายในวรรค การบรรเลงทั้งหมด ทำนองหลักแบ่งตามลักษณะการใช้ได้ 2 ช่วง คือ ช่วงที่ใช้บรรเลงประกอบการร้อง และช่วงใช้เป็นลูกจบเพลง การเคลื่อนที่ของทำนองนิยมใช้การเคลื่อนที่เป็นแบบช่วงกว้างระยะ 2 เสียง และใช้แบบช่วงกว้างระยะ 3 เสียงและ 4 เสียงตามลำดับ ทิศทางการเคลื่อนที่ของทำนองมีลักษณะขึ้นและลงอย่างรวดเร็ว และลงจบที่เสียง D (เร) การประดับตกแต่งทำนอง พบว่ามีการใช้ทุกคณะ กระสวนจังหวะกลองดับเต่า แบ่งได้ 2 ช่วง คือ ช่วงที่ยืนจังหวะตรงกับจังหวะเคาะ และเป็นสัญญาณเพื่อลงจบ

คำสำคัญ: ดนตรีดับเต่า

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

The Traditional Tabtao Music in Uttaradit Province

Amnat Boon-Anont¹

ABSTRACT

The research aims to achieve the following objectives: 1) investigate the provenance and evolution of traditional Tabtao music performance, and 2) identify the distinctive characteristics of traditional Tabtao music, in Uttaradit Province. The research methodology entails collecting data through interviews with 37 individuals associated with Tabtao music. These informants include musicians, performers, music scholars, and Tabtao music experts. Additionally, audio recordings were obtained from live performances by renowned music bands in Uttaradit Province, namely the Faktha Buntherngsilp band, the Elderly Club Player of Namphad band, and the Nakhunthung Housewives band. The findings were as follows: 1) the traditional Tabtao music is specifically performed to accompany the Tabtao play. This play evolved from narrating stories recorded in Thai Noi manuscripts to a storytelling format, eventually developing into a structured performance. The music instruments consists of the Tabtao fiddle (Saw peep) and the Tabtao drum, the only played song was Tabtao. The study revealed that Tabtao music aims to harmonize with the performance rather than follow the actions of the characters, and 2) The characteristics of Tabtao music in Uttaradit Province employs a pentatonic scale with five notes: C (Do), D (Re), E (Mi), G (Sol), and A (La). The main melody consists of two intervals (or four phrases). The melody structure includes both interval and the overall performance. The main melody is divided into two sections based on usage: one for accompanying singing and the other for endings. The melodic rhythm often uses wide-range interval of two, three, and four notes, respectively. The direction of the melody tends to move up and down rapidly, typically ending on the note D (Re). Melody ornamentation is a common feature on every band. Moreover, there are two sections in the rhythmic patterns of the Tabtao drum, one for maintaining the beat and the other for signaling the end.

Keywords: Tap Tao Music

¹ Asst. Prof., Faculty of Humanities and Social Sciences Uttaradit Rajabhat University.

บทนำ

การละเล่นด้นเต่า เป็นศิลปวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องพันกับการดนตรีโดยเป็นผลิตผลทางภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ แสดงให้เห็นถึงวิถีการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันในแต่ละสังคม ตามปัจจัยองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในสภาพความเป็นจริงของสังคมนั้น ๆ รูปแบบของการละเล่นพื้นบ้านแสดงออกถึงความเรียบง่าย เพราะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีของคนและปรากฏการณ์ทางสังคมเป็นสำคัญ

การละเล่นด้นเต่า เป็นการละเล่นพื้นบ้านท้องถิ่นชนิดหนึ่งของชาวไทยเชื้อสายลาว ในเขตอำเภอ น้ำปาดและอำเภอปากท่า จังหวัดอุดรธานี มีรูปแบบการละเล่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนทั้งด้านดนตรี นาฏศิลป์วรรณกรรมและภาษา สามารถสะท้อนภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมการดำรงชีวิตและภูมิปัญญาของตนได้เป็นอย่างดี ดังธงชัย ปิ่นทอง (ม.ป.ป. : 63) กล่าวว่าการเล่นด้นเต่า เดิมเรียกว่า “กลับก่่า” หมายถึงการนำเรื่องเก่ามาเล่าใหม่หรือนำมาเล่นใหม่ เป็นการละเล่นของคนไทยเชื้อสายลาวที่ตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณลุ่มน้ำปาด จังหวัดอุดรธานี ซึ่งอพยพมาจากเมืองหลวงพระบางผ่านเมืองไชยบุรีเข้าตั้งถิ่นฐานทำกินในพื้นที่ดังกล่าวตั้งแตกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย วิถีการดำรงชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และการละเล่นต่าง ๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะตน โดยเฉพาะการเล่นด้นเต่าซึ่งมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ชิ้นสำคัญ คือบันทึกใบลานที่มีสภาพเก่าแก่จำนวนหลายเล่มภายในสมุดใบลานบันทึกบทวรรณกรรมภาษาไทยน้อยเกี่ยวกับเรื่องจักร ๆ วงศ์ ๆ แต่เดิมใช้สำหรับอ่านเล่าเป็นนิทานให้คนฟัง ภายหลังนำเนื้อหาในวรรณกรรมมาประพันธ์เป็นบทละคร ใช้สำหรับการแสดง เรียกว่าการเล่นด้นเต่า จนได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะเรื่องสุริวงศ์ ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่ศูนย์วัฒนธรรม อำเภอปากท่า จังหวัดอุดรธานี ภายหลังคณะกรรมการศูนย์วัฒนธรรมได้ให้นายแสน ใบผุย ผู้มีความรู้สามารถในการอ่านและเขียนภาษาไทยน้อยได้เป็นอย่างดี ทำการแปลและคัดลอกเป็นภาษาไทย

จากการศึกษาต้นฉบับใบลาน พบว่านอกจากเรื่องสุริวงศ์แล้ว ยังมีบทวรรณกรรมอีกจำนวนหลายเรื่องเช่น เรื่องนางแดงอ่อน การะเกด นางปทุมทอง จันทราช เป็นต้น เนื้อหาในใบลานเป็นเพียง บทวรรณกรรมเท่านั้น มิใช่เป็นบทละครในรูปแบบการเล่นแต่อย่างใด ดังนั้นเมื่อนำบทวรรณกรรมมาใช้เป็นเนื้อเรื่องการเล่นด้นเต่า คณะด้นเต่าจึงต้องนำเรื่องราวเนื้อหานั้นมาประพันธ์เป็นรูปบทละครขึ้นใหม่ การถ่ายทอดบทละครแก่ผู้แสดง ใช้วิธีการบอกเล่าจดจำฝึกซ้อมแล้วทำการละเล่น ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการท่องจำบทในแต่ละตอนค่อนข้างมาก ผู้แสดงจึงต้องเป็นผู้ที่มีความอดทนและรักในการเล่น เนื่องจากบางเรื่องมีจำนวนตอนมาก การถ่ายทอดและฝึกซ้อมจนกระทั่งจบเรื่องจึงใช้ระยะเวลายาวนานด้วย ทำให้ปัจจุบันจำนวนผู้แสดงของการละเล่นด้นเต่าเหลือน้อยลง ด้านวงดนตรีที่บรรเลงประกอบการละเล่นด้นเต่านั้น เครื่องดนตรีที่ใช้ประสมวงทุกชนิดเกิดจากการสร้างงานแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการศึกษาไม่พบมีการบันทึกแบบแผนหรือระเบียบวิธีการบรรเลงและทำนองเพลง แต่อย่างไร ยังใช้ระบบวิธีการถ่ายทอดเรียนรู้ในรูปแบบท่องจำสืบทอดกันมาแต่อดีต ดังนั้น โครงสร้างระเบียบวิธีการบรรเลง การประสมวงดนตรี รวมทั้งโครงสร้างทำนองเพลงที่บรรเลงประกอบการแสดงด้นเต่า ที่ผ่านมามีไม่มีแบบแผนที่ชัดเจนตามหลักเกณฑ์ทางทฤษฎีดนตรี

เต็ดดวง พันแพง (2538: 32) ให้ความเห็นเกี่ยวกับดนตรีที่บรรเลงประกอบการละเล่นดับเต่าว่า ดนตรีมีองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน เนื่องจากการบรรเลงประกอบการละเล่น ซึ่งลักษณะการละเล่นมีทั้งการร่ายรำ การร้อง การเจรจาเสลี่ยงกัน นักดนตรีต้องศึกษาบทละครในเรื่องทุกตอน โดยเฉพาะช่วงการออกตัวของตัวละคร นักร้องมีการขับลำเพื่อร้องส่งให้ตัวละครออกตัว ดนตรีจึงต้องบรรเลงให้กลมกลืนและสัมพันธ์กับผู้ขับร้อง และเนื่องจากรูปแบบการถ่ายทอดดนตรีของนักดนตรีดับเต่ายังเป็นแบบการท่องจำ ไม่มีการบันทึกทำนองเพลงและจังหวะโน้ตเพลง ใช้ประสบการณ์และปฏิภาณของนักดนตรีเป็นสำคัญ จึงอาจเกิดการผิดพลาดในขณะบรรเลงประกอบการละเล่นได้

ด้วยเหตุที่ดนตรีและการละเล่นดับเต่ามีวิธีสืบทอดในลักษณะมุขปาฐะหรือการบอกเล่ารวมทั้งความเป็นกลุ่มเฉพาะทางสังคมภาษา ที่ใช้ภาษาถิ่นซึ่งเป็นภาษาไทยน้อยในการละเล่น ทำให้การละเล่นดับเต่าไม่แพร่หลายไปยังสังคมภายนอกอื่น ๆ ยิ่งในภาวะปัจจุบันที่คนในสังคมส่วนใหญ่ถูกกลืนโดยวัฒนธรรมจากภายนอก เพราะต้องปรับตัวให้เท่าทันกับวัฒนธรรมสังคมโลกกระแสความนิยมการละเล่นดับเต่า จึงเริ่มเสื่อมถอยมากขึ้นโดยลำดับ กอปรกับระเบียบวิธีการเล่นและรูปแบบทางดนตรีขาดการบันทึกที่เป็นระบบมาตรฐานวิชาการ จึงยังทำให้การละเล่นดับเต่าเป็นศิลปะการแสดงที่อาจสูญหายไปจากสังคมในอนาคต

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์ ขึ้น เพื่อมุ่งเน้นที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต่า และศึกษาลักษณะเฉพาะทางดนตรีของดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่การศึกษาด้านมานุษยดนตรีวิทยา (Ethnomusicology) และผู้สนใจทั่วไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะทางดนตรีของดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีความรู้และความเข้าใจในที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต่า
2. มีความรู้และความเข้าใจในรูปลักษณะทางดนตรีของดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรดิตถ์
3. เป็นการบันทึกองค์ความรู้ด้านบริบททางดนตรีและรูปลักษณะทางดนตรีของดนตรีดับเต่า รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ดนตรีดับเต่าไว้ให้เยาวชนรุ่นหลังได้ศึกษาต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต้าและลักษณะเฉพาะทางดนตรีของดนตรีดับเต้า จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยมีข้อตกลงเบื้องต้น ดังนี้

1. ศึกษาเฉพาะที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต้าในจังหวัดอุดรดิตถ์เท่านั้นเนื่องจากการละเล่นดับเต้าเป็นการละเล่นในจังหวัดอุดรดิตถ์โดยเฉพาะ
2. ศึกษาเฉพาะวงดนตรีดับเต้าด้านเครื่องดนตรีที่ประสมวงทุกชนิดและเพลงที่บรรเลงประกอบการละเล่นดับเต้า
3. ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะทางดนตรีโดยศึกษาจากการบันทึกเสียงการละเล่นดับเต้าจริง และจากการสัมภาษณ์นักดนตรีดับเต้าทุกคน
4. ในการศึกษาวิเคราะห์เพลงดนตรีดับเต้านี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการบันทึกโน้ตระบบโน้ตสากลโดยใช้บันไดเสียง C เมเจอร์

นิยามศัพท์เฉพาะ

ดนตรีดับเต้า หมายถึง ดนตรีที่ใช้บรรเลงประกอบการละเล่นดับเต้า ซึ่งเป็นการละเล่นพื้นบ้านของกลุ่มชนชาวไทยเชื้อสายล้านช้างที่อาศัยอยู่ในแถบจังหวัดอุดรดิตถ์ ประเทศไทย

ลักษณะเฉพาะทางดนตรีดับเต้า หมายถึง รูปลักษณะองค์ประกอบทางดนตรีของดนตรีดับเต้า โดยในการศึกษานี้ ได้กำหนดศึกษาองค์ประกอบทางดนตรีดับเต้า ได้แก่ บันไดเสียงและช่วงเสียง โครงสร้างของทำนองเพลง การประดับตกแต่งทำนองเพลง การเคลื่อนที่ของทำนอง ลูกตก และจังหวะกลอง

การขับลำ หมายถึง การขับร้องของผู้ขับร้องในวงดนตรีดับเต้า เป็นการขับร้องประกอบดนตรีเพื่อร้องส่งให้ตัวละครออกตัว เนื้อเพลงมีลักษณะเป็นคำกลอนภาษาไทยน้อย มีความหมายในเชิงเกี่ยวพาราสีของตัวละครไม่มุ่งเน้นเนื้อหาที่เป็นเนื้อเรื่องในการละเล่นดับเต้า อาจขับลำส่งตัวละครทุกตัวหรือเลือกขับลำเฉพาะตัวละครที่เด่นในเรื่อง

กล่าว หมายถึง การขับร้องของตัวละครดับเต้า มีรูปแบบเป็นการขับลำนำ แต่มีได้ร้องประกอบดนตรีหลังจากกล่าวเสร็จ เป็นบทเจรจา

กลุ่มวัฒนธรรมไทยล้านช้าง หมายถึง คนไทยที่มีเชื้อสายลาว ในอดีตบรรพบุรุษได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยเรียกว่าชาวไทยเชื้อสายลาว

ลูกจบ หมายถึง ส่วนที่เป็นทำนองใช้บรรเลงเพื่อจบเพลง

เอื้อง หมายถึง การบรรเลงดนตรีและการขับร้องที่มีลักษณะเบิกโรงการละเล่นดับเต้าและเชิญชวนให้ผู้ชมสนใจเข้าชม โดยกระทำก่อนเริ่มการละเล่น (เหมือนการออกแขกของลิเก)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยทางมานุษยดนตรีวิทยา (Ethnomusicology) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลภาคสนาม (Fieldwork) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาดนตรีดับเต่า จากวงดนตรีดับเต่า 3 คณะ คือ วงดนตรีดับเต่าปากทำบ้านเทิงศิลป์อำเภอปากทำ วงดนตรีดับเต่าชมรมผู้สูงอายุ น้ำปาด อำเภอ น้ำปาด และวงดนตรีดับเต่ากลุ่มแม่บ้านนาคันทุ้ง อำเภอ น้ำปาด โดยการสัมภาษณ์ บันทึกข้อมูลทางดนตรี บันทึกเสียงการบรรเลงและการละเล่น โดยวงดนตรีดับเต่าแต่ละคณะมีนักดนตรีประจำอยู่ประมาณ 2-3 คน แต่จากการศึกษาพบว่า นักแสดงหลายคนสามารถบรรเลงดนตรีได้ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์นักดนตรีและนักแสดงจำนวน 37 คน ดังนี้

- 1.1 คณะดับเต่าปากทำบ้านเทิงศิลป์อำเภอปากทำมีนักดนตรีและนักแสดงจำนวน 8 คน
- 1.2 คณะดับเต่าชมรมผู้สูงอายุ น้ำปาดอำเภอ น้ำปาดมีนักดนตรีและนักแสดงจำนวน 14 คน
- 1.3 คณะดับเต่ากลุ่มแม่บ้านนาคันทุ้งอำเภอ น้ำปาดมีนักดนตรีและนักแสดงจำนวน 15 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ โดยกำหนดประเด็นในการศึกษา ดังนี้

2.1 การศึกษาที่มาและ พัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรธานี โดยผู้วิจัยดำเนินการศึกษาที่มาและ พัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต่า และรูปลักษณะการละเล่นดนตรีดับเต่า

2.2 การศึกษาลักษณะเฉพาะทางดนตรีของดนตรีดับเต่า จังหวัดอุดรธานี โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ และบันทึกเสียงการบรรเลงของนักดนตรีวงดับเต่าทั้ง 3 คณะ นั้น นำทำนองมาวิเคราะห์เพื่อหา ลักษณะเฉพาะทางของดนตรีดับเต่า โดยกำหนดหัวข้อในการวิเคราะห์ดังนี้

- 2.2.1 บันไดเสียงและ ช่วงเสียง
- 2.2.2 โครงสร้างของทำนองเพลง
- 2.2.3 การประดับตกแต่งทำนองเพลง
- 2.2.4 การเคลื่อนที่ของทำนอง
- 2.2.5 ลูกตก
- 2.2.6 จังหวะกลอง

เหตุผลในการกำหนดหัวข้อในการวิเคราะห์

1. บันไดเสียงและช่วงเสียง แสดงถึงความสัมพันธ์ของเสียงหลักหรือลูกตก เพราะเสียงหลักมีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนเสียง การดำเนินทำนอง การเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างของทำนอง การวิเคราะห์บันไดเสียง จะทำให้สามารถอธิบายแบบฉบับทางดนตรี (Style) ได้

2. โครงสร้างของทำนองเพลง ทำให้ทราบถึงรูปแบบหรืออัตลักษณ์ (Form) ของเพลง

3. การประดับตกแต่งทำนอง ทำให้ทราบถึงรูปแบบกลวิธีในการบรรเลงทำนอง

4. การเคลื่อนที่ของทำนอง ทำให้เห็นทิศทางของกลุ่มทำนองที่เป็นลักษณะเฉพาะของคนตานั้น ๆ
5. ลูกตกทำให้เห็นถึงโครงสร้างเสียงหลักของเพลงรวมทั้งเห็นการเคลื่อนที่ของทำนองด้วย
6. จังหวะกลองดับเต่า ทำให้เห็นถึงรูปลักษณะการตีกลองดับเต่าในการบรรเลงประกอบทำนองเพลงดับเต่า ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทาง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

3.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาจากเอกสาร ตำราต่าง ๆ ในหัวข้อที่สัมพันธ์กับกรอบแนวคิดในเรื่องที่สนใจ แล้วจึงศึกษาในทางลึกเกี่ยวกับความเป็นมาของจังหวัดอุดรดิตรดิตถ์สภาพทางภูมิศาสตร์ กลุ่มชนที่อาศัยในจังหวัดอุดรดิตรดิตถ์ ข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีดับเต่า ได้แก่ ที่มาและพัฒนาการของละเล่นดับเต่า เครื่องดนตรี การบรรเลง บทเพลง บันไดเสียงและช่วงเสียงที่มีลักษณะเฉพาะทางดนตรี เป็นต้น แล้วนำผลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญทางดนตรีและการแสดงดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปภังกรวิวัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีไทยและดนตรีชาติพันธุ์วิทยา
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนรรฆ จรรย์ยานนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีวิทยา
3. อาจารย์ประเสริฐ โพธิ์ศรี ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมอำเภอปากท่า จังหวัดอุดรดิตรดิตถ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทาน บุญเมือง ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีไทยและดนตรีชาติพันธุ์วิทยา
5. อาจารย์สันติ ศิริคชพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีไทยและดนตรีชาติพันธุ์วิทยา

3.2 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่สังเคราะห์แล้วตรวจสอบกับผู้ที่เป็นผู้รับช่วงการสืบทอดการละเล่นดับเต่ามาจากบรรพบุรุษผู้เชี่ยวชาญการละเล่นพื้นบ้านดับเต่า ดังนี้

1. นายแสน ใบผุย ผู้เชี่ยวชาญด้านการละเล่นดับเต่าอำเภอปากท่า
2. นายสาย ขวานา ผู้เชี่ยวชาญด้านการละเล่นดับเต่าอำเภอน้ำปาด
3. อาจารย์ณรงค์ ทาแก้ว ประธานชมรมผู้สูงอายุอำเภอน้ำปาดอำเภอน้ำปาดและผู้เชี่ยวชาญด้านการละเล่นดับเต่า
4. นายประเทือง ชนะโน ผู้เชี่ยวชาญด้านการละเล่นดับเต่าและบรรเลงดนตรีดับเต่าทุกชนิดอำเภอน้ำปาด
5. นายทองดี ทองจันทร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทการละเล่นดับเต่า อำเภอน้ำปาด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยการถอดเทปเสียงที่บันทึกการบรรเลงและการแสดงเป็นระบบเพลงไทยแล้วทำ Transcription เป็นระบบโน้ตสากลทำการตรวจสอบความถูกต้องนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์มาตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องแล้วทำการวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีดนตรี โดยกำหนดประเด็นในการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานทางดนตรีและผู้เชี่ยวชาญดนตรี โดยอาศัยระเบียบวิธีแนวทาง

การศึกษาดนตรีพื้นบ้านและใช้ทฤษฎีดนตรีไทยและดนตรีสากลเปรียบเทียบในลักษณะเทียบเคียง คือ ไม่ใช้ทฤษฎีดนตรีไทยและดนตรีสากลโดยตรง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาที่มาและพัฒนาการของการละเล่นดนตรีดับเต้า จังหวัดอุดรธานี พบว่า การละเล่นดับเต้าเป็นการละเล่นพื้นบ้านของชาวไทยเชื้อสายลาวหรือกลุ่มชนวัฒนธรรมไทยล้านช้าง เดิมเป็นกลุ่มชนที่อยู่ในเมืองหลวงพระบาง ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ต่อมาอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในเขตลุ่มน้ำปาดในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลายโดยมีผู้นำ คือ “พญาปาด” ครอบคลุมพื้นที่เขตลุ่มน้ำซึ่งต่อมาเรียกว่า “แม่น้ำปาด” ตามชื่อผู้นำกลุ่มชนคือ พญาปาด บริเวณพื้นที่ครอบคลุมปัจจุบันคือ อำเภอโนนน้ำปาด และอำเภอปากท่า มีขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม รวมทั้งการละเล่นเป็นเอกลักษณ์แบบฉบับเฉพาะตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการละเล่นดับเต้า ซึ่งเป็นการละเล่นที่ในอดีตได้รับความนิยมมากเดิมเป็นการนำเอาเรื่องราวจากบทวรรณกรรมที่บันทึกในใบลานต่าง ๆ ที่นำมาด้วยครั้งเมื่ออพยพเข้ามาเล่าเป็นนิทานต่อมาได้พัฒนาเป็นการแสดงเรียกว่า “ดับเต้า” จากการศึกษาพื้นที่ในการละเล่นดับเต้าพบว่า นิยมมีการละเล่นดับเต้าในพื้นที่อำเภอโนนน้ำปาด และอำเภอปากท่า จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นกลุ่มชนชาวไทยเชื้อสายล้านช้าง ส่วนรูปลักษณะการละเล่นดับเต้า เป็นการละเล่นที่มีลักษณะเฉพาะตนเอง ได้แก่ ใช้ภาษาถิ่น (ภาษาไทยน้อย) ในการแสดงมีการแต่งบทกวีการแสดงจากเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นวรรณกรรมในใบลาน มีรูปลักษณะการละเล่นที่ประกอบไปด้วยการร้อง (กล่าว) การเจรจา และการรำ รวมทั้งดนตรีที่ใช้บรรเลงประกอบแสดงการละเล่น มีรูปแบบเฉพาะตนรูปแบบ การละเล่นดับเต้า มีความมุ่งหมายในการแสดงมากกว่าความประณีตในการรำรำ เพราะต้องดำเนินเรื่อง ให้สมจริงตามบทบาท กอปรกับเป็นการแสดงที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ความประณีตจึงค่อนข้างมีน้อยรูปแบบแสดงการละเล่น เริ่มจาก การไหว้ครู การแอ้วง (ออกแขก) การกล่าวแนะนำตัวละครแล้วจึงเริ่มแสดงการละเล่น

2. ผลการศึกษาลักษณะเฉพาะทางดนตรีของดนตรีดับเต้า จังหวัดอุดรธานี พบตามประเด็นต่อไปนี้

2.1 บันไดเสียงและช่วงเสียง พบว่า กลุ่มเสียงที่ใช้ในการบรรเลงเพลงดับเต้าจากการศึกษาวิเคราะห์พบว่าเสียงที่ใช้ทั้งหมดเป็นกลุ่มเสียง 5 เสียงเมื่อเทียบเคียงกับทฤษฎีดนตรีสากล จะตรงกับเสียง C, D, E, G และ A หรือที่เรียกว่าระบบเสียง Pentatonic Scale โดยเสียงที่ 1 หรือ เสียง C เป็นหลักบันไดเสียง

2.2 โครงสร้างของทำนองเพลง พบดังนี้

2.2.1 การบรรเลงภายในวรรคพบว่าวงดนตรีดับเต้าทั้ง 3 คณะมีการบรรเลงซ้ำภายในวรรคแรกโดยใช้ทำนองวรรคแรก ไปบรรเลงซ้ำอีกครั้ง แต่วิธีการบรรเลงของแต่ละคณะบางคณะมีการประดับตกแต่งทำนอง เพื่อให้เกิดความไพเราะเป็นแบบฉบับ (Style) ของตน คือ วงดนตรีดับเต้าปากท่างานเชิงศิลป์ ไม่มีการประดับตกแต่งทำนอง วงดนตรีดับเต้าชมรมผู้สูงอายุโนนน้ำปาดพบว่าการประดับตกแต่งทำนอง และวงดนตรีดับเต้ากลุ่มแม่บ้านนาคันทุ้งไม่มีการประดับตกแต่งทำนอง

2.2.2 การบรรเลงตลอดเพลง จากการศึกษาพบว่า วงดนตรีระดับเต่า ทั้ง 3 คณะ มีการบรรเลงซ้ำทั้งหมด แบบวนไปมา เนื่องจากทำนองเพลงระดับเต่ามีทำนองเดียว โดยความสั้นยาวของทำนองขึ้นอยู่กับการแสดงของตัวแสดงระดับเต่า

2.2.3 ลูกจบเพลง เป็นการบรรเลงทำนองที่มีลักษณะพิเศษนอกจากการบรรเลงตามปกติเพื่อเป็นสัญญาณบอกให้รู้ว่าทำนองที่บรรเลงกำลังจะจบลง พบว่าวงดนตรีระดับเต่าทั้ง 3 คณะ ใช้ทำนองลูกจบเพลงเหมือนกัน

2.2.4 ทำนองที่ใช้บรรเลงระดับการขับร้อง เป็นทำนองอยู่ในห้องเพลงที่ 1-6 ของทำนองหลัก พบว่าเป็นทำนองที่วงดนตรีระดับเต่าทั้ง 3 คณะ ใช้บรรเลงประกอบการขับร้องทำนองดังกล่าว บางวงอาจมีการประดับตกแต่งทำนองบ้างเล็กน้อย แต่ยังคงรูปแบบทำนองหลักทุกประการ

2.2.5 การขับลำ คือ การขับร้องของนักร้องในวงดนตรีระดับเต่า เพื่อส่งตัวละครออกจากโรงและเข้าโรงดับเต่าโดยขับลำคลอกับการบรรเลงดนตรี เนื้อขับลำมีลักษณะเป็นบทกลอนเชิงเกี่ยวพาราสีของตัวละครและตัวนางเท่านั้น ส่วนตัวอื่น ๆ ได้แก่ ฤๅษี เสนา ถึงยักษ์ และตัวประกอบอื่น ๆ เป็นต้น ไม่ใช้การขับลำส่งตัวละครออกและเข้าโรง ใช้เพียงการบรรเลงดนตรีเท่านั้น ทำนองดนตรีสำหรับบรรเลงประกอบการขับลำ คือ ทำนองที่ใช้บรรเลงประกอบการขับลำ การร้องขับ ถ้าจะร้องจนกว่าส่งตัวละครออกโรงเสร็จสิ้นแล้ว แสดงบทบาทต่อไป และส่งตัวละครกลับเข้าโรงจนเสร็จสิ้นเช่นกัน

2.3 การประดับตกแต่งทำนองเพลงดนตรีระดับเต่า พบว่า การประดับตกแต่งทำนองในดนตรีระดับเต่า จากการศึกษาพบว่าวงดนตรี 3 คณะมีการประดับตกแต่งทำนองที่แตกต่างกันไป เพื่อให้เกิดความไพเราะ โดยส่วนใหญ่จะประดับตกแต่งทำนองในห้องเพลง 1-2-3-4-7 ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่าไม่แตกต่างจากทำนองเดิมมากนัก มีการเพิ่มโน้ตขึ้นมาบางเสียงเท่านั้น ได้แก่ เสียง G, A, E ส่วนเสียง C, D พบว่าไม่นิยมนำมาเพิ่มในกลุ่มทำนอง

2.4 การเคลื่อนที่ของทำนอง (Melodic Movement) พบว่า ทำนองดนตรีระดับเต่านิยมใช้พิสัยของเสียงแบบช่วงกว้าง ในระยะ 2 เสียงมากที่สุด รองลงมาเป็นแบบช่วงกว้างระยะ 3 เสียง ส่วนแบบช่วงกว้างระยะ 4 เสียง พบว่า มีน้อยมาก โดยภาพรวมของการบรรเลงทำนองเพลงระดับเต่า มีทิศทางในการเคลื่อนที่สูงขึ้นแล้วลงต่ำสลับกันไปแล้วลงจบที่เสียง เร (D)

2.5 ลูกตก เสียงที่มีนัยสำคัญคือเสียงที่เป็นจังหวะเคาะมากที่สุด ดังนี้ เสียง C และ D ซึ่งเป็นเสียงที่ 1 และ 2 ในระบบเสียง Pentatonic Scale พบว่าเป็นเสียงที่ตกจังหวะหรือตรงกับจังหวะเคาะมากที่สุด ส่วนเสียง G, E และ A พบว่าเป็นเสียงที่ตรงกับจังหวะเคาะน้อยที่สุด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า บันไดเสียงเพลงระดับเต่าคือบันไดเสียง C major

2.6 จังหวะกลองดนตรีระดับเต่า เป็นจังหวะที่ต้องติดลองควบคู่กับการบรรเลงทำนองซอดับเต่า เพราะมีเครื่องประสมวงดนตรีดับเต่าเพียง 2 ชนิด ซอดับเต่า ทำหน้าที่บรรเลงทำนอง ส่วนกลองดับเต่า ทำหน้าที่บรรเลงประกอบจังหวะ คือ ยืนจังหวะประกอบการบรรเลงทำนองและ ขับร้องและเป็นสัญญาณจบ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ดนตรีดับเต่า จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยศึกษาวงดนตรีดับเต่า 3 คณะ คือ วงดนตรีดับเต่าปากท่า อำเภอปากท่า วงดนตรีดับเต่าชมรมผู้สูงอายุน้ำปาด อำเภอน้ำปาด และวงดนตรีดับเต่ากลุ่มแม่บ้านนาگانทุ่ง อำเภอน้ำปาด ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ที่มาและพัฒนารูปแบบของดนตรีดับเต่า จากการศึกษาโดยรวบรวมข้อมูลเอกสาร และสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ได้ข้อสรุปเป็น 2 กรณี คือ ดับเต่า มีที่มาจากชื่อ “กลับเก่า” ซึ่งมีความหมายว่า การนำเรื่องเก่ามาเล่า และมาเล่นใหม่ เป็นการให้ความหมายจากเอกสารและบุคคลในท้องถิ่นที่มีความรู้ทางการละเล่น ได้แก่ นักแสดง และนักดนตรี เป็นต้น และอีกกรณีคือ “ดับเต่า” มีที่มาจากคำว่า “ดับเก่า” กรณีหลังนี้ ตามทฤษฎะของผู้วิจัย เห็นว่ามีความเป็นไปได้ เนื่องจากในการศึกษาพบว่าสมัยก่อนสมุดโบราณ บันทึกวรรณกรรมเรื่อง ต่าง ๆ ที่นำมาเล่ามาแสดง เก็บหรือผูกไว้เป็นดับและมีความเก่าแก่มาก เมื่อนำมาใช้เรื่องในวรรณกรรมที่รวบรวมไว้เป็นชุดเป็นดับมาแต่ง เป็นบทละครขึ้นใหม่ จึงเรียกว่า “ดับเก่า” เมื่อนำคำว่า “ดับ” มาเปรียบเทียบกับประเภทเพลงไทยชนิดหนึ่ง คือ เพลงดับซึ่งมีความหมายว่า การจัดเพลงต่าง ๆ ที่มีรูปแบบโครงสร้างทำนอง และจังหวะเดียวกัน นำมาเข้าชุด เป็นชุดเพลงเดียวกันและเมื่อนำคำ “ดับ” มา เปรียบเทียบกับหมอลำเรื่องต่อกลอน เรื่องที่นำมาแสดงมาเล่นมีการเก็บรักษา หรือจัดเป็นชุด ๆ เรียกว่า “ดับ” เช่นเดียวกัน ส่วนคำว่า “เก่า” นั้น หมายถึง บทวรรณกรรมที่บันทึกในสมุดโบราณที่เป็นเรื่องราวจักร ๆ วงศ์ ๆ เก่าแก่ แต่ดั้งเดิม จึงสมควรเป็นความหมายของคำว่า “เก่า” ดังนั้นคำว่า “ดับเต่า” จึงน่าจะมาจากคำว่า “ดับเก่า” มากกว่าด้วยกาลเวลาผ่านไป “ดับเก่า” จึงเพี้ยนเป็น “ดับเต่า” ซึ่งมีความหมายไม่ตรงกับรูปแบบการแสดง แต่อย่างไร สอดคล้องกับ ณรงค์ชัย ปิฎกัรชต์ (2564) ที่ให้ความเห็นว่า ดนตรีในวัฒนธรรมล้านช้าง วัฒนธรรมอีสาน รวมทั้งอิทธิพลวัฒนธรรมอันสืบเนื่องจากวัฒนธรรมล้านช้าง เนื้อเรื่องในดนตรีมักเป็นนิทานอิงประวัติศาสตร์ที่เขียนเป็นวรรณกรรมผูกเป็นตอน ๆ แต่ละตอนมักจะเรียกว่า “ดับ”

ลักษณะทางกายภาพและการบรรเลงดนตรีดับเต่า ดนตรีดับเต่าที่ปรากฏในปัจจุบันประกอบด้วย ซอดับเต่า (ซอปั๊บ) และกลองดับเต่า เป็นเครื่องดนตรีที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จากการศึกษาและสัมภาษณ์นักดนตรีเกี่ยวกับเครื่องดนตรีบรรเลงทำนอง คือ ซอดับเต่านั้นเดิมใช้ซอด้วงบรรเลง แต่ต่อมาเห็นว่าซอด้วงนั้นเป็นซอที่ใช้ในดนตรีไทยภาคกลาง และไม่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น จึงนำปี่ที่ใส่น้ำตาลมาดัดแปลงเป็นกระบอกซอแทน จากการสังเกตพบว่าซอเป็นซอที่มีเสียงใหญ่ เหมาะแก่การบรรเลงในอาคารสถานที่แคบ ๆ ไม่เหมาะกับการบรรเลงกลางแจ้ง เพราะมีเสียงเบา จึงทำให้นักดนตรีมักนำซอด้วงมาบรรเลงแทนซอเสมอหรือบางครั้งนำแคนมาบรรเลงทำนองร่วมอยู่ด้วย เพราะจะทำให้เสียงดนตรีดังหลากหลายกว่าเดิม แต่เมื่อนำแคนมาประสมวงผล ปรากฏว่าลักษณะทางดนตรีของดับเต่า เปลี่ยนไปไม่เป็นที่ประทับใจของผู้ชมที่ยังรักและชื่นชมดนตรีในรูปแบบเดิม ปัจจุบันได้ล้มเลิกการนำเครื่องดนตรีอื่น ๆ เข้ามาประสมวง คงเหลือเพียงซอเต่าและกลองตัน เท่านั้น สอดคล้องกับอุทาน บุญเมือง (2564) ให้ความเห็นว่า ในบรรดาดนตรีพื้นบ้านทั้งหลาย มักเกิดจากเครื่องมือเครื่องใช้ในวิถีชีวิตอันเรียบง่ายของชุมชน รวมถึงวิธีการการผลิตเครื่องดนตรีและอุปกรณ์ดนตรีมักจะมาจากวิธีการทางภูมิปัญญาทั้งสิ้น

2. ลักษณะเฉพาะทางของดนตรีระดับต่ำ ในเรื่องบันไดเสียงและกลุ่มเสียง พบว่าดนตรีระดับต่ำใช้เสียงในการบรรเลงแค่ 5 เสียง คือ เสียง C, D, E, G และ A ซึ่งเป็นระบบเสียง Pentatonic scale อันเป็นระบบเสียงที่พบโดยทั่วไปในดนตรีพื้นบ้านของไทยและดนตรีดั้งเดิมของชาติต่าง ๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ลาว, เขมร, เป็นต้น โครงสร้างของทำนองเพลงระดับต่ำเป็นเพลงท่อนเดียวมีการบรรเลงภายในวรรคและบรรเลงทั้งหมดโครงสร้างทำนองเพลงมีส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ ช่วงทำนองที่บรรเลงประกอบการขับร้องและช่วงทำนองลงจบเพลงการทำนองพบว่าช่วงแรก คือ ห้องเพลงที่ 1-7 ใช้มากที่สุดเนื่องเพราะใช้บรรเลงประกอบการขับร้องเพื่อบรรยายเนื้อเรื่องและบทละครในการแสดงนอกจากนี้พบว่ากลุ่มเสียงทำนองที่บรรเลงเป็นหลัก (Motive) คือ A C D, E D C มีลักษณะการเคลื่อนที่ขึ้นและลงอย่างรวดเร็วแล้วไปจบลงที่เสียง D ทุกครั้ง ซึ่งตรงกับ Maceda, J. (1981) ได้ให้แนวคิดในการวิเคราะห์ดนตรีว่า ไม่ว่าชาติใดก็ตาม ก่อนอื่นต้องศึกษากันบันไดเสียง เพราะบันไดเสียงมีความสำคัญในการทำให้ง่ายซึ่ง Tonality Tonal center และกลุ่มเสียงที่ใช้ จะช่วยให้เข้าใจลักษณะและรูปแบบของเพลง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาดนตรีระดับต่ำ ด้านการพัฒนาหลักสูตรหรือการฝึกอบรม เพื่อสืบสานมรดกทางภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบไป
2. ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบเนื้อเรื่องและการแสดง ที่เกี่ยวกับการแสดงระดับต่ำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เอกสารอ้างอิง

- ณรงค์ชัย ปิฎกฤษต์. (2564, เมษายน 15). อาจารย์สาขาวิชาดนตรีวิทยา, วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล. สัมภาษณ์.
- เด็ดดวง พันแพง (2538). *การละเล่นตับเต่า*. ภาคนิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาเอกดนตรีศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.
- ธงชัย ปิ่นทอง. (ม.ป.ป.). *การละเล่นตับเต่า อำเภอปากท่า จังหวัดอุตรดิตถ์*. อุตรดิตถ์. อัดสำเนา.
- อุทาน บุญเมือง. (2564, พฤษภาคม 18). อาจารย์ประจำหลักสูตรดนตรีศึกษา, คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. สัมภาษณ์.
- Maceda, Jose. (1981). *A Manual of a Field Music Research with Special Reference to Southeast Asia*. Philippines: University of Philippines.



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

กนกนิภา ก่วยจิ้น¹

รัชณี พันธโยศรี²

ศรินันท์ เงินนา³

กนิษฐา ศรีภิรมย์⁴

บทกวีฉบับ
ฉบับนี้

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรที่เคยใช้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 384 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีลักษณะพฤติกรรมในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายมากที่สุด ซึ่งมีความถี่ในการซื้อประมาณเดือนละ 1 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการซื้อแต่ละครั้งคือ 201-300 บาท และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ / สินค้าออนไลน์ / เฟซบุ๊ก

¹⁻³ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

⁴ อาจารย์สาขาวิชาเอกการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Factors Influencing Decision Making Online Shopping via Facebook of Students at Kamphaeng Phet Rajabhat University

Kanoknipa Kuayjeen¹

Ratchanee Phanyosri²

Sirinan Ngoenna³

Kanittha Sripirom⁴

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the behavior on ordering online products through Facebook of Kamphaeng Phet Rajabhat University's students 2) to study the factors influencing on the decision making to purchase products online through Facebook of Kamphaeng Phet Rajabhat University's students. The instrument for collecting data was a questionnaire. The data obtained from 384 Kamphaeng Phet Rajabhat University's student samples by using multiples sampling method. The statistics used frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The study had found that the students had the behavioral characteristics on ordering clothing category via Facebook on highest level. The frequency on purchasing was approximately once a month. The average cost per each purchase was 201-300 Baht which were on high level. While all aspects of the marketing mix factors affected to the decision making to buy products online via Facebook were on high level. The product aspect was on the most total average. On the other hand, in terms of promotion aspect was on the least total average.

Keywords: Purchasing Decision / Online Product / Facebook

¹⁻³ Student in General Management, Faculty of Management Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University.

⁴ Asst. Prof. Dr., Faculty of Management Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงแบบไร้พรมแดน โดยมนุษย์เราสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวก และรวดเร็วฉับไวมากยิ่งขึ้น ด้วยเทคโนโลยีอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อนำมาใช้ในการแลกเปลี่ยนการสื่อสารทั้งด้านการศึกษา ความบันเทิง และด้านธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งจากความสำคัญดังกล่าวทำให้อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สัญญาณเครือข่ายมีการขยายตัวครอบคลุม เกือบทุกพื้นที่ รวมทั้งมีความเสถียรและรวดเร็วมากกว่าในอดีต ส่งผลให้อุปกรณ์การสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก ที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตนั้น จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็น การในดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันมากยิ่งขึ้น และจากปัจจัยด้านโอกาสของการเติบโตทางเทคโนโลยีนี้เองทำให้ผู้ประกอบการต่างจำเป็นต้องมีการปรับตัวด้านกลยุทธ์การประกอบธุรกิจที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต เช่น การรับชมรายการต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ การสื่อสารทั้งแบบข้อความ เสียงและแบบภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือที่เรียกกันว่า พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) โดยรายงานของ PwC พบว่า 50% ของผู้บริโภคชาวไทย เปลี่ยนมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ทำให้มีผลต่อธุรกิจการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ซึ่งควร ทำควบคู่ไปกับช่องทางปกติ แม้ปัจจุบันช่องทางออนไลน์ จะเป็นช่องทางที่นิยมของผู้ประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย และประหยัดต้นทุน ของหน้าร้านและพนักงาน (ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, 2565: ออนไลน์)

การซื้อขายแบบพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) โดยผ่านสื่อออนไลน์เป็นนับเป็นช่องทางหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก อาจเนื่องมาจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ผู้ใช้พิจารณาว่าเหมาะสม หากเป็น ข้อมูลสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงการซื้อขายสินค้าและบริการ เนื่องจากผู้ใช้สามารถเลือกที่จะได้สื่อสารแบบ เจอหน้ากับคนขาย รวมถึงการติดตามและซื้อขายบนสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook Instagram Twitter เป็นต้น ทำให้ในยุคปัจจุบันการตลาดจึงมีการมุ่งเจาะไปที่ตลาดออนไลน์มากขึ้นเพื่อให้เข้ากับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่บนหน้าจอโทรศัพท์มากขึ้น ดังผลการศึกษาของ ETDA ว่าการซื้อขายสินค้า และบริการ เป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้นิยมทำผ่านทางออนไลน์ถึงร้อยละ 51.3 ในปี 2561 และเพิ่มเป็น 67.3% ในปี 2563 โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) หนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานซึ่งเป็นเจนเนอร์ชันวายและซีมากเป็นอันดับต้น โดยเหตุผลหนึ่งของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนกลุ่มดังกล่าวนี้ เพื่อการหาข้อมูลสินค้าและบริการที่สนใจ ผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันซึ่งพบว่าทั้งเจนเนอร์ชันซี และเจนเนอร์ชันวายมีการหาข้อมูลสินค้าและ บริการที่สนใจผ่าน อินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันมากกว่าเจนเนอร์ชันเอ็กซ์ (ศศิธร ยุวโกศล และ พิชสิริ ชมภูคำ, 2021) เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วในการสื่อสารของผู้ใช้งาน เนื่องจากสินค้าที่ขายผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) จะเป็นการแสดงได้ทั้งรูปภาพและข้อความประกอบการขาย รวมทั้งการ Live สดเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถโต้ตอบและสื่อสารกันได้อย่างทันท่วงที

ปัจจุบันนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จัดเป็นกลุ่มหนึ่งของผู้บริโภคในยุคเจนเนอร์ชันซี หรือผู้ที่มิช่วง พ.ศ. ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2544 – 2552 ซึ่งจัดเป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

เป็นอันดับต้น ๆ โดยมีพฤติกรรมที่ชอบใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ตนอกจากนี้นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีบัญชีส่วนตัวเฟซบุ๊ก (Facebook) กันเป็นจำนวนมาก โดยมีวัตถุประสงค์การใช้งานที่หลากหลายทั้งเป็นช่องทางในการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ และแนวโน้มการเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นการซื้อสินค้าในรูปแบบออนไลน์โดยผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเพิ่มขึ้น ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นที่มาในหัวข้อการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร” โดยเก็บข้อมูลนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เพื่อเป็นแนวทางการวางกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในการทำการตลาดสินค้าได้แม่นยำยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารั้วนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจ และแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

1. แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจ (Process of decision making)

Plunkett and Attner (1994, อ้างถึงใน พชรพร คำใส, 2565) ที่กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจหมายถึงการกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงลำดับสุดท้าย ซึ่ง Johnston (2013) กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจของผู้ตัดสินใจนั้น เป็นกระบวนการก่อนที่ผู้ตัดสินใจจะซื้อสินค้า หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนของการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อนั้นไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจของผู้ตัดสินใจได้

กระบวนการตัดสินใจซื้อเบื้องต้นประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ (Input) ได้แก่ ปัจจัยภายนอก (External Influence) หมายถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับค่านิยม พฤติกรรมและทัศนคติ ปัจจัยที่เข้ามาในระบบการตัดสินใจจะมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคล มาจาก 2 ปัจจัย คือ

1.1) ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Input) จะมีอิทธิพลจากสินค้าและบริการ ได้แก่ กิจกรรมที่เกิดส่วนผสมทางการตลาดที่บริษัทต้องการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้ตัดสินใจและชักจูงให้ผู้ตัดสินใจซื้อและเลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากบริษัทนั้น กลยุทธ์จากส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ตัวสินค้ารวมถึง หีบห่อ ขนาด และ

การรับประกันคุณภาพ การประชาสัมพันธ์โดยโฆษณาทางสื่อมวลชน การขายผ่านช่องทางหลากหลายที่สามารถจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตส่งไปสู่ผู้ตัดสินใจ

1.2) ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Input) เป็นอิทธิพลที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า เช่น การบอกต่อของเพื่อน บทความในหนังสือพิมพ์ อิทธิพลจากครอบครัวในการใช้เครื่องอุปโภคหรือบริการ หรือ บทความ รายงานเกี่ยวกับผู้ตัดสินใจและการได้รับอิทธิพลจากชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย ที่กล่าวมาเป็นส่วนสำคัญในการที่ผู้บริโภคที่จะประเมินค่าของสินค้าว่าเป็นอย่างไร

2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Process) คือ ขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติที่สะท้อนถึงความต้องการ และการรับรู้ว่ามีสินค้าให้เลือกหลากหลาย รวมไปถึงกิจกรรมที่ผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่หรือข้อมูลที่ผู้ผลิตสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค และขั้นสุดท้ายคือทำการประเมินค่าทางเลือกนั้น

3) กระบวนการตัดสินใจ (The Act of Making Decision) ก่อนผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจะมีขั้นตอนเกิดขึ้น 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1) การตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภค (Need Recognition) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการในการตัดสินใจเป็นการรับรู้ถึงความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการและสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดกระบวนการในการตัดสินใจและการรับรู้นี้จะเกิดขึ้นได้ก็เมื่อผู้ตัดสินใจมีปัญหา 2 ลักษณะ คือ มีปัญหากับสินค้าที่เคยใช้ซึ่งผู้ตัดสินใจมีความรู้สึกไม่พอใจในสินค้านั้นอีกต่อไป และมีความต้องการสินค้าใหม่เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นโดยสินค้าใหม่เป็นสิ่งที่จะทำให้เกิดกระบวนการการตัดสินใจตามมา

3.2) การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ (Pre-Purchase Search) ผู้ตัดสินใจจะเริ่มหาข้อมูลก็ต่อเมื่อตระหนักถึงความจำเป็นผู้ตัดสินใจจะเสาะแสวงหาข้อมูล เช่น จากประสบการณ์และความจำเป็นเกี่ยวกับสินค้าที่เคยรับรู้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลภายในหากมีข้อมูลภายในมากก็จะทำให้ข้อมูลภายนอกส่งผลน้อยลง แต่หากผู้ตัดสินใจไม่เคยรู้จักสินค้ามาก่อน การหาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่มีความสัมพันธ์กับสินค้าจะพบว่าจะระดับความเสี่ยงจะมีผลต่อขั้นตอนนี้ถ้ามีความเสี่ยงสูงผู้บริโภคจะหาข้อมูลและทำการประเมินหลายขั้นตอน แต่ถ้าความเสี่ยงต่ำการหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกก็จะไม่สลับซับซ้อนมากนัก

3.3) ผลจากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ตัดสินใจ (Output) เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจหลังจากผ่านขั้นตอนก่อนหน้ามาแล้ว ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดจากหลายทางเลือก

2. แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (1997, p. 92) ได้ระบุว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ โดยนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคที่เป็น Target ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวแปรคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ขณะที่

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, หน้า 80-81) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

สรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ กรอบของเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมและนำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการได้รับการตอบสนอง โดยประกอบด้วยเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler, 2009) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขายผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิดผลิตภัณฑ์เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price)

ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ และเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler, 2009, p. 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัว ที่สองที่เกิดขึ้นถัดจากผลิตภัณฑ์ (Product) ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

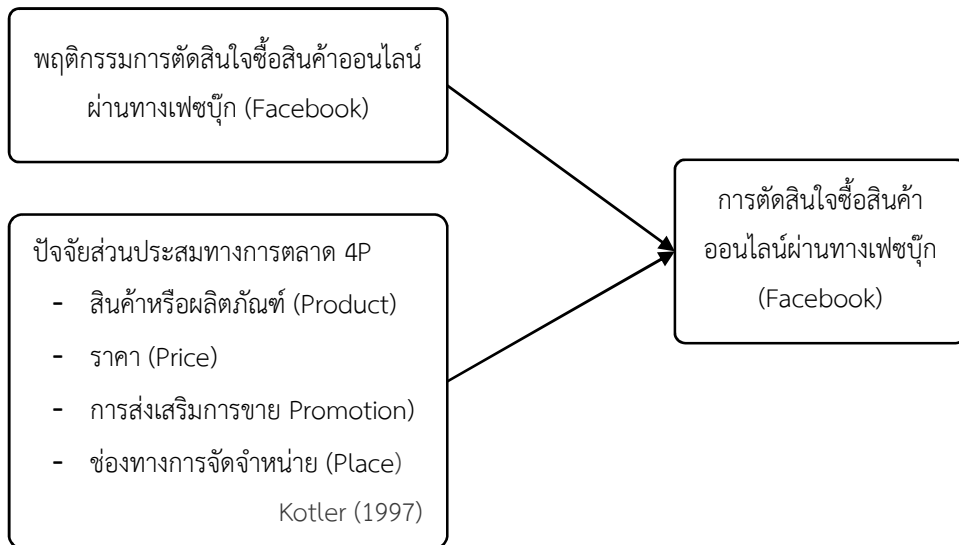
การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ ต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการ หรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อ (Etzel, Walker, & Stanton, 2007) หรือเป็นการติดต่อสื่อสาร เกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสาร อาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้า และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลังสำหรับการจัดจำหน่าย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้เสนอกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษา ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้จะจึงได้การคำนวณโดยสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1953) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-state Sampling) คือ การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยแบ่งการเก็บแยกตามรายคณะและแบบความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดย

1. ศึกษาจากทฤษฎี แนวความคิด จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยได้ทำการตรวจสอบความตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนทำการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูล
2. สร้างแบบสอบถามจากกรอบแนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับด้านประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด 4P และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านด้วยเครื่องมือแบบ IOC เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยได้ค่า IOC อยู่ในช่วง 0.5-1.0 (วิไลพร วรจิตตานนท์, 2552)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกระจายการเก็บข้อมูลกับนักศึกษาของทุกคณะตามสัดส่วนของจำนวนนักศึกษาทั้งหมดของแต่ละคณะในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ซึ่งก่อนการเก็บจะใช้การสอบถามเบื้องต้นเกี่ยวกับประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อคัดกรองสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เกณฑ์การแปลผลซึ่งเป็นมาตรวัด 5 ระดับ โดยนำค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ในแต่ละข้อไปเทียบ ดังนี้ (จันทร์แรม เรือนแป้น, 2561)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 เห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 เห็นด้วยน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ข้อสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001-5,000 บาท ร้อยละ 32.8 มีลักษณะพฤติกรรมในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายมากที่สุด ร้อยละ 49.2 ซึ่งมีความถี่ในการซื้อประมาณเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 39.8 และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการซื้อแต่ละครั้งคือ 201-300 บาท ร้อยละ 29.7 โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook)	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
การดำเนินการตามวิถีชีวิตของท่านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) เนื่องจากมีความสะดวกและง่าย	4.46	0.74	มาก
การอ่านความคิดเห็นของผู้อื่นส่งผลให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	4.30	0.75	มาก
การค้นหาและเปรียบเทียบราคาสินค้าด้วยตัวเองส่งผลให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	4.23	0.77	มาก
การประชาสัมพันธ์สินค้ามีการอัพเดทข้อมูลอย่างสม่ำเสมอมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	4.30	0.74	มาก
รูปลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	4.24	0.75	มาก
ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าไม่ซับซ้อนส่งผลให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	4.27	0.77	มาก
ช่องทางการจัดส่งที่มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการซื้อสินค้าส่งผลให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)	4.27	0.77	มาก
รวมเฉลี่ย	4.30	0.53	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ วิถีชีวิต เนื่องจากมีความสะดวกและง่าย ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ การอ่านความคิดเห็นของผู้อื่นและการประชาสัมพันธ์สินค้ามีการอัพเดทข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.30$)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยรวมทั้ง 4 ด้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook)	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	0.53	มาก
ด้านราคา	4.24	0.60	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	4.23	0.58	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.17	0.70	มาก
รวมเฉลี่ย	4.25	0.52	มาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (ด้านผลิตภัณฑ์)	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า	4.37	0.75	มาก
สินค้ามีคุณภาพ	4.34	0.72	มาก
คุณลักษณะ/คุณสมบัติของสินค้าตรงกับความต้องการ	4.31	0.72	มาก
สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลาย	4.34	0.71	มาก
รวมเฉลี่ย	4.34	0.53	มาก

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) (ด้านราคา)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) (ด้านราคา)	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	4.31	0.73	มาก
มีราคาถูกกว่าการซื้อผ่านช่องทางอื่น ๆ	4.26	0.98	มาก
ท่านสามารถต่อรองราคาสินค้ากับเจ้าของร้านที่ขายสินค้าบนเฟซบุ๊ก (Facebook)	4.09	0.77	มาก
รวมเฉลี่ย	4.24	0.60	มาก

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) (ด้านการจัดจำหน่าย)	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
ชื่อร้านค้าจดจำได้ง่าย	4.26	0.75	มาก
มีการจัดทำลิงค์ข้อความอัตโนมัติของร้านค้าบนเฟซบุ๊ก (Facebook) สามารถทำให้เข้าถึงได้ง่าย	4.23	0.72	มาก
ความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า	4.20	0.76	มาก
มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	4.29	0.76	มาก
รวมเฉลี่ย	4.23	0.58	มาก

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) (ด้านการส่งเสริมการตลาด)	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
มีการจัดกิจกรรมชิงรางวัลหรือแลกของแถม	4.15	0.89	มาก
มีการอัปเดต (Update) ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ให้ลูกค้าผ่านอีเมล (E-mail)	4.16	0.83	มาก
มีการจัดโปรโมชั่น มีส่วนลด ในการจัดส่งสินค้าอยู่เสมอ	4.21	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย	4.17	0.70	มาก

จากตารางที่ 1-5 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณารายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า ($\bar{X} = 4.37$) ส่วนด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ($\bar{X} = 4.24$) โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 4.31$) ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.23$) รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ชื่อร้านค้าจดจำได้ง่าย ($\bar{X} = 4.26$) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่งรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการจัดโปรโมชั่น มีส่วนลด ในการจัดส่งสินค้าอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.21$)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามีลักษณะพฤติกรรมในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายมากที่สุด อาจเนื่องด้วยคุณลักษณะของสินค้าดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสแฟชั่นที่รวดเร็วทำให้ช่วยกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งพฤติกรรมการแสดงตนผ่านสื่อออนไลน์บ่อยเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้มีพฤติกรรมซื้อเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิกิจจ์ ศุภโกวิท (2555) และวัชรารักษ์ เจริญของ (2559) ที่พบว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นและเครื่องประดับมากที่สุด โดยมีความถี่ในการซื้อประมาณเดือนละ 1 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการซื้อแต่ละครั้งคือ 201-300 บาท พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรส่วนใหญ่แล้วเพราะมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต เนื่องจากมีความสะดวกและง่าย ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัยของจุฑารัตน์ พิสน์เพียะ และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ (2561) พบว่าการซื้อสินค้าผ่านทางไลฟ์สดบนเว็บไซต์ออนไลน์เฟซบุ๊ก เนื่องจากความสะดวกในการซื้อของ รองลงมาคือ การอ่านความคิดเห็นของผู้อื่นและการประชาสัมพันธ์สินค้ามีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของยุพเรศ พิริยพลพงศ์ (2558) ที่พบว่าหากมีการบอกต่อหรือมีคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์การซื้อและใช้สินค้าจากทางร้าน จะส่งผลให้มีลูกค้ารายใหม่เกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้ขาย และง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น

และจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญพิชชา ไกรวุฒิสม และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย (2561) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของนักศึกษาหญิงไทยและเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์สำหรับธุรกิจเสื้อผ้ากลุ่มนักศึกษาหญิง พบว่า การเลือกซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ผ่านช่องทางการสั่งซื้อ Facebook ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งพบว่าความมีชื่อเสียงของตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุธาทิพย์ ท้วจบ (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายด้วยแอปพลิเคชันออนไลน์ที่มีตราหยั่ห้อยซึ่งเป็นที่รู้จักมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 2) ปัจจัยด้านราคา พบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของเฉวียง วงศ์จินดา (2564) ที่กล่าวว่าในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้งลูกค้าจึงให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบสินค้าจากหลากหลายแบรนด์ หลากหลายร้านค้า และพิจารณาเปรียบเทียบถึงคุณภาพของสินค้าที่ใกล้เคียงกันก่อนทำการตัดสินใจ รวมถึงพิจารณาถึงส่วนลดของสินค้าที่ธุรกิจร้านค้าเสนอต่อลูกค้าประกอบการตัดสินใจซื้อควบคู่กันไปด้วยเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ นอกจากนั้นลูกค้ายังมี

พฤติกรรมในตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์จากการเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาปัจจัยที่ธุรกิจร้านค้าได้คัดเลือกสินค้าและส่วนลดราคาต่าง ๆ มานำเสนอลูกค้าควบคู่กับการพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริทรัพย์ พันธุ์ช่างทอง (2555) ที่พบว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อสามารถเข้าสู่สินค้าเวลาใดที่ไหนก็ได้ผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย และสามารถสั่งซื้อได้หลากหลายวิธี 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีการจัดโปรโมชั่น มีส่วนลด ในการจัดส่งสินค้าอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Deore and Borade (2020) พบว่า การทำส่วนลดราคาทำให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าในการออมจากการซื้อสินค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดีต่อการซื้อสินค้าและมีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์สูงขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชา พิบุลย์ไพโรจน์ (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า แอปพลิเคชันออนไลน์เป็นที่นิยมใช้บริการของนักศึกษา อาจเนื่องจากแอปพลิเคชันออนไลน์มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ เช่น ให้ส่วนลดตามเทศกาลต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางเพชบุรีควรต้องเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจใช้รูปแบบการโพสต์หน้าเพจร้านหรือการซื้อโฆษณาของทางแพลตฟอร์มเพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำร้านและสินค้าเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจที่นำไปสู่การสั่งซื้อสินค้าได้
2. ข้อความที่เป็นการแสดงความคิดเห็นมีผลต่อความเชื่อมั่นของสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการควรกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้เข้ามามีส่วนร่วมผ่านการเล่นเกมหรือกิจกรรมระหว่างผู้ขาย-ผู้ซื้อ เพื่อช่วยเพิ่มการติดตามและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีมากขึ้น
3. ผู้ประกอบการควรจัดให้มีส่วนลด หรือจัดโปรโมชั่นที่ช่วยกระตุ้นความสนใจ หรืออาจมีการให้ของแถมพร้อมไปในสินค้าที่จัดส่ง และควรส่งสินค้าอยู่เสมอไม่ค้างค้ำเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยพบว่า สินค้าประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย ได้รับความสนใจในการสั่งซื้อมากที่สุดในกลุ่มนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ดังนั้นหากมีการทำวิจัยครั้งต่อไปเพื่อหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้แนวทางการเลือกประเภทสินค้าที่ตรงใจและความชอบที่ช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างชัดเจนมากขึ้น
2. ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการนำเสนอสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอ่านความคิดเห็นหรือการรีวิวประสบการณ์จากผู้อื่น มีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจมุ่งเน้นในเรื่องกลยุทธ์การตลาดในการขายสินค้าประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายผ่านช่องทางเพชบุรีเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาพิจารณาความสอดคล้องของผลการวิจัยที่ได้รับว่าสอดคล้องกันหรือไม่กับงานวิจัยนี้

เอกสารอ้างอิง

- จตุรรัตน์ พิสันเทียะ, และ สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. (2561). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางไลฟ์สดบนเว็บไซต์ออนไลน์เฟสบุ๊ก (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จันทรแรม เรือนแป้น. (2561). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Research methodology in social sciences). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉวียง วงศ์จินดา. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ของนักศึกษาบัญชีกรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. วารสารวิทยาการจัดการ, 3(3).
- ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2565). พฤติกรรมผู้บริโภคกับความคาดหวังต่อธุรกิจที่เปลี่ยนไปในยุคหลังโควิด. [Online]. Available: <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20220725.html> [2567, มกราคม 5].
- ณัฐชา พิบูลย์โพธิ์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรพร คำใส. (2565). ปัจจัยการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าของผู้บริโภค (สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เพ็ญพิชชา ไกรวุฒิสม และ วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของนักศึกษาหญิงไทยและเวียดนาม. วารสารนวัตกรรมและการจัดการ, 3. 63-73.
- ยุพเรศ พิริยพลพงศ์. (2558). ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ไมบายแอปพลิเคชันซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ใน เอกสารประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- วิไลพร วรจิตตานนท์. (2552). การวิจัยและสถิติทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ อุดสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วิกิจ ศุภโกวิท.(2555). พฤติกรรมของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าบนเฟสบุ๊ก. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัชรภรณ์ เจริญทอง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์โดยมุ่งเน้นปัจจัยด้านช่องทางการรับสินค้า. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing management) ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2552. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศศิธร ยุวโกศล และพัชรี ชมภูคา. (2021). เจเนอเรชันกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม, 9(2), p.10-25.
- สิริทรัพย์ พันธุ์ช่างทอง (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในเฟสบุ๊กของสุภาพสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุธาทิพย์ ทั่วจบ. (2562). พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). **Marketing an introduction (9th ed.)**. New Jersey: Pearson
Prentice Hall.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons.
- Deore, C. and Borade, A. (2020). Influence of discounts on consumer behaviour.
A Multidisciplinary peer reviewed journal, 1(1), 106-108.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). **Marketing (14th ed.)**. Boston: McGraw-
Hill/Irwin.
- Johnston, E. (2013). **5 Steps to understanding your customer's buying process**.
<https://www.b2bmarketing.net/en-gb/resources/blogs>
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and
Control (14th Global ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

**คำแนะนำในการตีพิมพ์
บทความวิจัยหรือบทความวิชาการ**

คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ ในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของบุคลากร คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผลงานวิจัยให้มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการต่อไป โดยกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่านการตรวจพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ หากมีความเห็นว่าจะต้องมีการแก้ไขทางกองบรรณาธิการจะส่งคืนเพื่อแก้ไขและขอสงวนสิทธิ์การพิจารณาไม่ลงพิมพ์เมื่อไม่ผ่านการพิจารณา ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งบทความเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ให้ปฏิบัติตามข้อแนะนำ ดังต่อไปนี้

การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ตามรูปแบบและข้อแนะนำในการเขียนบทความของวารสารนี้
2. ต้นฉบับที่ส่งมาให้พิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่นมาก่อน และจะต้องไม่ส่งตีพิมพ์ซ้ำซ้อนในวารสารหลายฉบับในเวลาเดียวกัน
3. เอกสารอ้างอิงข้างท้ายบทความให้แปลจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษโดยแยกเป็นส่วนเอกสารอ้างอิงภาษาไทย และเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ (References)
4. การตีพิมพ์บทความลงในวารสาร จะพิจารณาการตอบรับการลงตีพิมพ์เมื่อบทความผ่านตามขั้นตอนการปฏิบัติงานของวารสาร
5. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตีพิมพ์บทความทุกเรื่องรวมทั้งการปรับปรุงบทความบางส่วนตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้อ่านบทความ
6. บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสาร ถือว่าเป็นผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และผลงานวิชาการของผู้เขียนไม่ใช่ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ ผู้เขียนต้องรับผิดชอบบทความของตน
7. บทความที่ได้ผ่านการพิจารณาแล้ว ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับเอกสารพร้อมไฟล์ข้อมูลมาที่ e-mail: fms-info@kpru.ac.th ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://fms.kpru.ac.th/fms-journal/> และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 69 หมู่ที่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000 หรือติดต่อสอบถามได้ที่ นายวชิรวิทย์ วรรณิกา โทรศัพท์ 0 5570 6511 ต่อ 3640 หรือ 08 8145 3615

รูปแบบการพิมพ์บทความ

1. ให้พิมพ์ลงบนกระดาษ ตั้งค่ากระดาษเป็น B5 (JIS) โดยจำนวนหน้าของเนื้อหาและเอกสารอ้างอิงรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 15 หน้า ใช้รูปแบบของ Word ตัวอักษร TH SarabunPSK และแต่ละหน้าไม่เกิน 30 บรรทัด

2. ข้อปฏิบัติการพิมพ์แต่ละหัวข้อ/ส่วนประกอบ

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
1	ชื่อเรื่อง/บทความ	ระบุชื่อบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
2	ชื่อผู้เขียนบทความ	ระบุชื่อผู้วิจัยผู้ร่วมวิจัย (ถ้ามี) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกคนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
3	สังกัดผู้เขียนบทความ	- ถ้าเป็นนักศึกษา ให้ระบุวุฒิการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา และชื่อสถาบันการศึกษา - ถ้าไม่ใช่ นักศึกษา ให้ระบุวุฒิการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ และ ชื่อหน่วยงานที่สังกัด (ถ้ามี) - กรณีที่เป็นบุคคลทั่วไป ให้ระบุวุฒิการศึกษา สาขาวิชา/ภาควิชา สถาบันที่สำเร็จการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานที่ทำงานปัจจุบันหรือหน่วยงานที่สังกัด ขนาดตัวอักษร 12 พอยท์ ชนิดธรรมดา ไว้ที่เชิงอรรถท้ายหน้า
4	บทคัดย่อ (Abstract)	บทคัดย่อบทความวิจัย บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัด และบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และผลการวิจัย บทคัดย่อบทความวิชาการ บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัดและบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป สาระสำคัญจากเนื้อหา
5	คำสำคัญ (Keywords)	ระบุคำสำคัญ 2-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้าย บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
6	เนื้อหา (Content)	บทความวิจัย หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem) 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives) 3. แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept/Theory) 4. กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี) (Conceptual Framework) 5. สมมุติฐานการวิจัย (ถ้ามี) (Research Hypothesis)

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
		6. วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology) (ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการวิจัย (Research Design) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample) หรือแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล (Source of Data / Informant) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument / Tool) และการหาคุณภาพ (Quality Testing) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis โดยเขียนแยกหัวข้อ) 7. สรุปผลการวิจัย (Conclusion) ระบุผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยสรุป ซึ่งอาจมีตารางหรือภาพประกอบ 8. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) ระบุประเด็นที่เป็นผลการวิจัยที่สำคัญในแต่ละวัตถุประสงค์ และอภิปรายโดยมีการอ้างอิงทฤษฎีหรืองานวิจัย 9. ข้อเสนอแนะ (Suggestion) ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปโดยนำเสนอแยกหัวข้อ หัวข้อเนื้อหาทั้ง 7 หัวข้อ ไม่ต้องระบุหมายเลข ใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา บทความวิชาการ หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย 1. บทนำ (Introduction) เนื้อหา (Content) และสรุป (Conclusion) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา
7	ตาราง (ถ้ามี)	ใช้ตารางแบบเส้นคู่ เปิด-ปิดตาราง
8	ภาพ (ถ้ามี)	รูปภาพประกอบ บันทึกเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .JPG .JPEG หรือ .PNG คำอธิบายภาพใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์
9	การอ้างอิงในเนื้อหา	ลงรายการตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาข้างท้ายนี้
10	เอกสารอ้างอิง (References)	ลงรายการบรรณานุกรมตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงข้างท้ายนี้ นำเสนอเฉพาะรายการที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ ให้ครบทุกรายการ และแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษด้วย

รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง

สำหรับบทความที่ตีพิมพ์กำหนดให้ผู้เขียนรวบรวมเอกสารอ้างอิงเฉพาะรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนเนื้อเรื่องเท่านั้น ภายใต้หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” สำหรับบทความภาษาไทย และ “References” สำหรับบทความภาษาอังกฤษ หลักเกณฑ์การเขียนเอกสารอ้างอิงกำหนดให้ผู้เขียนใช้แบบ APA (American Psychological Association) citation style ดังนี้

ตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

(สมพงษ์ ชูมาก, 2548, หน้า 10-12)

(สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา, 2531)

(Wilson, 2007, p. 67)

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

(อวยพร พาณิช และคนอื่นๆ, 2548, หน้า 51-53)

(Crouhy, et al., 2006, pp. 75-78)

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546, หน้า 10-11)

(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541, หน้า 5-6)

(Ministry of Education, 2002, pp.70-71)

2. วิทยานิพนธ์

(เซวงศักดิ์ เขียวเงิน, 2543, บทคัดย่อ)

(โอกามา จำเภา, 2550)

(Almeida, 1990)

3. รายงานการประชุม

(นิทัศน์ ภัทรโยธิน, 2540, หน้า 30)

(PaitoonSinlarat, 1995, p.217)

4. วารสาร

(Bekarian, 1993, pp.574-575)

5. หนังสือพิมพ์

(สมศรี หาญอนันตสุข, 2550, หน้า 7)

(Krishman, 2007, pp.1, 12)

6. จุลสารแผ่นพับ แผ่นปลิว

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

(Research and Training Center on Independent Living, 1993)

7. โสตทัศนวัสดุ

(ยุพดี พยักมพันธ์, 2530)

8. ซีดีรอม

(อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, 2543)

(Social Science Index, 1999)

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

(อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์, 2542)

(Abell, 2002)

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

(Kenneth, 1998)

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

(ชุม, (นามแฝง), 25 ตุลาคม 2542)

(ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2, 2550)

9.4 เอกสารจากเว็บไซต์ไวด์เว็บ (www.)

(ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ม.ป.ป.)

(Ministry of Education, 2005)

10. การสัมภาษณ์

(ดิลก บุญเรืองรอด, 2543, กรกฎาคม 14)

(Page, 1991, March 5)

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

(จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว, 2557)

(Armstrong, Fogarty, & Dingsdag, 2007)

12. รายงานผลการวิจัย

(ทวนทอง เขาวงกิตพงศ์ และสมชัย วงษ์นายะ, 2558)

ตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

สมพงษ์ ชูมาก. (2548). กฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีเมือง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
กัลยานิวัฒนา, สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้า. (2531). เจ้านายเล็กๆ ยุวกษัตริย์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิมพ์.

Wilson, K. (2007). *Smart choice* (2nd ed.). London: Oxford University Press.

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

อวยพร พาณิช, อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2548). ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2006). *The essentials of risk management*. New York: McGrawHill.

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2546). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการวิจัยการบริหารการศึกษา.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

การศึกษาแห่งชาติ, สำนักงานคณะกรรมการ. (2541). การปฏิรูปการเรียนรู้ตามแนวคิด 5 ทฤษฎี. กรุงเทพฯ: โอเดียนสแควร์.

Education, Ministry of. (2002). *Chiangmai: NopBueri Si Nakon Ping*. Bangkok: Ministry of Education.

2. วิทยานิพนธ์

เชวงศักดิ์ เขียวเงิน. (2543). การดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.

โอภามา จำเภา. (2550). การจัดการตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรยั่งยืน
แม่ทาจำกัด ตำบลแม่ทา กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Almeida, D.M. (1990). *Father's participation in family work: Consequences for fathers' stress and father child relation*. Master's thesis, University of Victoria.

3. รายงานการประชุม

นิทัศน์ ภักธโยธิน. (2540). ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในการประชุมนักบัญชีทั่วประเทศ ครั้งที่ 15
วิทยาลัยนักบัญชีไทย. วันที่ 27-28 มิถุนายน พ.ศ. 2540 (หน้า 19-35). กรุงเทพฯ: สมาคมนักบัญชี
และผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย.

Paitoon Sinlarat. (1995). Success and failure of faculty in Thai university. In Somwang Pitiyanuwat, et al. (Eds), **Preparing teachers for All the World's Children: An Era of transformation Proceedings of International Conference, Bangkok 1992.** (pp. 217- 233). Bangkok: UNICEF.

4. วารสาร

มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริ, นิตย์ บุษงามงคล และวิลาวัลย์ จตุรจ่าง. (2549, กรกฎาคม-ธันวาคม). การศึกษาและพัฒนาพฤติกรรมทางจริยธรรมของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารศึกษาศาสตร์**, 29(3-4), 83-92.

Bekerian, D.A. (1993, June). In search of the typical eyewitness. **American Psychologist**, 48, 574-576.

5. หนังสือพิมพ์

สมศรี หาญอนันตสุข. (2550, มิถุนายน 26). ภาครัฐธรรมบัญญัติใหม่จะสร้างมิติใหม่ให้สังคมพุทธ. **มติชน**, หน้า 7.
Krishman, E. (2007, June 26). Rebuilding self-esteem **Bangkok post**, p.1, 12.

6. จุลสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **ท่องเที่ยวสงขลา**. [แผ่นพับ]. สงขลา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
Research and Training Center on Independent Living. (1993) . **Guidelines for reporting and writing about people with disabilities**. [Brochure]. Lawrence: Research and Training Center on Independent Living.

7. โสตทัศนวัสดุ

ยุพดี พยัฆพันธ์ (ผู้บรรยาย). (2530). **ยาสมุนไพรร**. [แถบบันทึกเสียง] กรุงเทพฯ: องค์การวิทยาศาสตร์การแพทย์.

8. ซีดีรอม

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร. (2543). [CD-ROM]. Available: ฐานข้อมูลไปดูให้เต็มตาถ้าค่าความเป็นไทย. [2544, มิถุนายน 23].

Social Science Index. (1999). [CD-ROM]. Available: UMI/Social Science Index. [2005, June 26].

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์. (2542). **ความอุดมสมบูรณ์ของดิน**. [Online]. Available: <http://158.108.200.11/soil009hom-1/009421/chap1.htm#era1> [2550, กุมภาพันธ์ 20].
Abell, S.K. (2002). **Science teacher education: An international perspective**. [Online]. Available: <http://ebook.Springerlink.com/Search/Search Results.aspx?> [2007, June 30].

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

Kenneth, I. (1998). A Buddhist response to the nature of human rights. **Journal of Buddhist Ethics**. [Online], 2 , (9) . Available: <http://www.cac.psu.edu/Jbe/twocont.html> [2006, August 12].

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ชุม. (นามแฝง). (2542 , ตุลาคม 25) . บุญของคนไทย ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th> [2542, ตุลาคม 25].

ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2. (2550, มิถุนายน 23). ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th>[2550, มิถุนายน 30].

9.4 เอกสารจากเว็บไซต์ไวด์เว็บ (www.)

เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ศูนย์. (ม.ป.ป.). **การจัดการศึกษาทางไกล**. [Online]. Available: <http://www.nectec.or.th/eourseware/cai/0015.htm> [2550, กรกฎาคม 1].

Education, Ministry of. (2005). **The Regional Seminar on Higher Education in Southeast Asian Countries**. [Online]. Available: <http://www.inter.mua.go.th/news/News%20January%202005.htm> [2006, January 5].

10. การสัมภาษณ์

ดิลก บุญเรืองรอด. (2543, กรกฎาคม 14). อธิการบดี, สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา. สัมภาษณ์.

Page, O. (1991, March 5). President, Austin Peay State University. Interview.

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว. (2557). การเปรียบเทียบวิธีที่ทำให้เซลล์เสียหายเพื่อสกัดแยกโปรตีนจากเซลล์จุลินทรีย์.

รายงานสืบเนื่องการประชุมทางวิชาการระดับชาติ วิทยาศาสตร์ศึกษาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสู่
นวัตกรรม (น.186-191). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

Armstrong, D. B., Fogarty, G. J., & Dingsdag, D. (2007). Scales measuring characteristics of small business information systems. **Proceedings of Research, Relevance and Rigour: Coming of age: 18th Australasian Conference on Information Systems** (pp. 163-171). Toowoomba, Australia: University of Southern Queensland.

12. รายงานผลการวิจัย

ทวนทอง เขาวงกิตพิงค์ และสมชัย วงษ์นายะ. (2558). ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาใน
ทศวรรษที่สองในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร
และตาก

(รายงานผลการวิจัย). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณานำลงวารสาร
“การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น”

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. สถานะภาพของผู้ส่งบทความ ☐ อาจารย์ ☐ นักศึกษา ☐ บุคคลทั่วไป
4. ปีที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา (สำหรับนักศึกษา) วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
5. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์.....E-mail

6. ประเภทบทความ ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

7. ชื่อบทความ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อนและยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในการนี้ข้าพเจ้านำมาดำเนินการจัดพิมพ์ตามรูปแบบการเขียนบทความที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้กำหนดไว้ทุกประการ และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลตามรายการตรวจสอบบทความ และข้าพเจ้าได้ส่งบทความในระบบ Online ที่ e-mail: fms-info@kpru.ac.th เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ความคิดเห็นของประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

“พิจารณาบทความแล้วเห็นสมควรเผยแพร่ได้”

ลงชื่อ.....

(.....)

ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ส่งบทความวิจัย/บทความวิชาการ

หมายเหตุ บทความที่ส่งมาโดยไม่มีใบรายการตรวจสอบบทความ หรือมีไม่ครบ หรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนดไว้ จะถูกส่งกลับก่อนการดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้เขียนบทความสามารถ download แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความได้จาก <https://fms.kpru.ac.th/fms-journal/>

แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความเพื่อนำส่งตีพิมพ์ในวารสาร

คำชี้แจง : ผู้เขียนบทความโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้ารายการที่ท่านได้ตรวจสอบบทความของท่านในรายการที่พบว่ามีปรากฏในบทความของท่านอย่างครบถ้วนถูกต้องแล้วตามคำแนะนำสำหรับผู้ส่งบทความที่วารสารได้กำหนดไว้

1. ☐ ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ☐ ไฟล์ที่ส่งจะต้องทำตามรูปแบบที่ตามคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับเท่านั้นอยู่ในรูปแบบของ Word
3. บทความวิจัย มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ☐ ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ สังกัดผู้เขียนบทความ
 - ☐ บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem)
 - ☐ วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)
 - ☐ แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concepts / Theory)
 - ☐ กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี)
 - ☐ สมมุติฐานการวิจัย (Research Hypothesis) (ถ้ามี)
 - ☐ วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)
 - ☐ สรุปผลการวิจัย (Conclusion)
 - ☐ อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)
 - ☐ ข้อเสนอแนะ (Suggestions)
 - ☐ เอกสารอ้างอิง (References)
4. บทความวิชาการ มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ☐ ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ สังกัดผู้เขียนบทความ
 - ☐ บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ☐ บทนำ (Introduction)
 - ☐ เนื้อหา (Content)
 - ☐ สรุป (Conclusions)
 - ☐ เอกสารอ้างอิง (References)



055-706555-3640



055-706511



fms-info@kpru.ac.th