ISSN 2651-2122

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

Journal of Management and Local Development

ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567

Vol.7 No.2 July - December 2024

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

jmld

ISSN 2651-2122

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

Journal of Management and Local Development

ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2567 • Vol.7 No.2 July - December 2024

➲ **เจ้าของ** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

➲ **ที่ปรึกษา** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช พรหมภาสิต

➲ **บรรณาธิการ** ดร.ประพล จิตคติ

➲ **ผู้ช่วยบรรณาธิการ** รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรีย์ ผลประเสริฐ

➲ **กองบรรณาธิการ (ภายใน)**

รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรีย์ ผลประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.เพชรา บุดสีทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี จันทร์อินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาณิสรา จรัสวิญญู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภิรมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา จรูญศรีโชติกำจร

➲ **กองบรรณาธิการ (ภายนอก)**

ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญฑวรรณ วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสวงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช มุงเมือง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตตาก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

➲ **ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ**

รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรีย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.เพชรา บุดสีทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กษิดิศ ใจผาวัง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรณ ไชยานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจิมขวัญ รัชชุศานติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทราพร ตึกขาว	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธิติยา ทองเกิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรศนวัตร์ ไชยเยชน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิสินี ถิระธรรมสรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

➲ วัตถุประสงค์ของวารสาร

① เพื่อส่งเสริมผลงานทางวิชาการและวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ด้านการพัฒนาท้องถิ่น และด้านสหวิทยาการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นและได้องค์ความรู้ใหม่

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

③ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ

➲ เป้าหมายและขอบเขต

เป็นวารสารที่นำเสนอบทความในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ด้านการพัฒนาท้องถิ่น และด้านสหวิทยาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลงานที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎี หรือการนำไปใช้ประโยชน์ต่อองค์การ ทั้งเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ หรือเชิงการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน

➲ กระบวนการพิจารณา

บทความต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวนสามท่าน ตามระบบ Double-Blind Peer Review

➲ กำหนดออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ

มกราคม – มิถุนายน และ กรกฎาคม - ธันวาคม

➲ ผู้จัดทำและเผยแพร่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

➲ สำนักงาน

คณะวิทยาการจัดการ (ชั้น 6) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

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

✆ โทรศัพท์ : 0 5570 6511 , 08 8154 7262

✉ E-mail : jmld_fms@kpru.ac.th

Website : https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jMLD

➲ ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นายวัชรินทร์ ปัญญาเสน นายวชิรวิทย์ กรรณิกา นางสาวสุมิตรา หอมอรุณ

นางสาวสุพัชรี ท้ายนาวา นายอมร วรรณารักษ์

บทความที่ตีพิมพ์ทุกบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ
บทความหรือข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารเป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ
ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรและบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

บทบรรณาธิการ

Editorial Note

วารสาร “การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น” ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2567 ฉบับนี้ ได้รวบรวมบทความวิจัยที่สะท้อนภาพของการพัฒนาในระดับพื้นที่ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน บทความที่ตีพิมพ์ในฉบับนี้ครอบคลุมประเด็นที่หลากหลาย ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการกลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำของผู้บริโภค การเข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก และ การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอเชิงนโยบาย ตลอดจนแนวทางสำหรับผู้เขียนที่ต้องการเผยแพร่ผลงานในวารสารฉบับนี้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีคุณค่าทางวิชาการ หากแต่ยังเป็นกรณีศึกษาและต้นแบบที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในพื้นที่อื่นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างครอบคลุมและยั่งยืน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสำคัญ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ร่วมกลั่นกรองผลงานวิจัยอย่างเข้มข้นตามกระบวนการ Double-Blind Peer Review อันเป็นกลไกสำคัญในการรักษาคุณภาพของวารสาร และขอขอบคุณผู้เขียน นักวิจัย และผู้อ่านทุกท่านที่ให้ความสนใจวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

This issue of the *Journal of Management and Local Development* (Vol. 7, No. 2, July – Dec 2024) features research articles highlighting local development through community participation and strategic management, aiming to improve quality of life sustainably.

Key topics include product development by the Thai Song Dam women’s group, marketing factors influencing café customer retention, participation in grassroots income-improvement projects, and strategic HR management in special economic zones. The issue also provides publishing guidelines for prospective authors.

These studies offer both academic value and practical models for broader application. We thank our expert reviewers for their role in maintaining quality through the Double-Blind Peer Review process, and we appreciate all authors and readers for their continued support.

ดร.ประพล จิตคติ | **Praphol Chitkati Ph.D.**
บรรณาธิการ | Editor-in-Chief

สารบัญ

Contents

บทความวิจัย

1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

:: ดารารัตน์ จันทร์อินทร์ และคณะ ::

17 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการกลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

:: ชนากานต์ กำการยุทธ และคณะ ::

41 ความพึงพอใจการเข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว

:: ปรีชญา รุ่งวิกรัยกานต์ ::

55 การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก

:: สายใจ ต๋ำคำ และคณะ ::

75 คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

- การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ
- รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง
- แบบฟอร์มการส่งบทความเพื่อเผยแพร่ในวารสาร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

ดารารัตน์ จันทร์อินทร์ [1]
เพ็ญศรี ยวงแก้ว [2]
พัตราภรณ์ อารีเอื้อ [3]
ภาวิดา สินสวัสดิ์ [4]
ธนาภา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา [5]
พิชิตชัย ใจผ่อง [6]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ต.คลองน้ำไหล อ.คลองลาน จ.กำแพงเพชร 2) ตรวจสอบความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่น 3) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำพริกมะแขว่นรูปแบบออนไลน์ 4) ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่น เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี วัตถุประสงค์ที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลคือ กลุ่มสตรีไทยทรงดำ ที่ทำการผลิตน้ำพริกมะแขว่น 3 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ทำการวิเคราะห์เนื้อหา วัตถุประสงค์ที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงทดลอง แหล่งข้อมูลคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบการผลิตตามมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 1 คน เครื่องมือวิจัยคือ แบบทดสอบค่าวอเตอร์แอกติวิตี จุลินทรีย์ทั้งหมด ยีสต์และราทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาเปรียบเทียบกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม มผช.321/2556 วัตถุประสงค์ที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลคือ กลุ่มสตรีไทยทรงดำ ที่ทำการผลิตน้ำพริกมะแขว่น 3 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 7 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยคือ การสนทนากลุ่ม ทำการวิเคราะห์เนื้อหา วัตถุประสงค์ที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ ปี 2566 จำนวน 260 คน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ 40 คน เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา

[1] สำนักงานปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
[2 - 6] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพและปัญหาบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นรูปแบบพลาสติกอ่อน แตกง่าย ตราสินค้าไม่มีเอกลักษณ์และรายละเอียดในการติดต่อที่หลากหลาย ความต้องการคือ การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง มีฝาปิดมิดชิด มีตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม และมีช่องทางการติดต่อผ่านทางเพจเฟสบุ๊ค 2) ผลการตรวจสอบความปลอดภัยพบว่าผ่านมาตรฐาน โดยมีจุลินทรีย์ $5.3x10^3$ โคโลนี, มียีสต์และรา $9.0x10^1$ โคโลนี และ Water Activity 0.083@25.O^0C 3) การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายได้มีการเพิ่มช่องทางการขายผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านเพจ Facebook “น้ำพริก มะแขว่น ชินชินจริงๆ” 4) ความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ 1) ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X}$ =4.20) 2) ด้านราคา ($\bar{X}$ =4.08) 3) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ =4.05) และ 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}$ =4.03) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ / น้ำพริกมะแขว่น / กลุ่มสตรีไทยทรงดำ

The Development of Makwan Chili Paste Product, Thai Songdam Housewife Group, Tachang Village, Tambol Klong Namlai, Amphur Klonglan, KamphaengPhet Province

Dararat Janin [1]
Pensri Youngkaew [2]
Phattraphon Ariuea [3]
Phawida Sinsawat [4]
Thanapha Palakawong Na Ayuttaya [5]
Pichitchai Jaipong [6]

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the conditions, problems, and development needs of packaging and branding for Makwan chili paste produced by the Thai Song Dam women's group in Tachang Village, Khlong Nam Lai Subdistrict, Khlong Lan District, Kamphaeng Phet Province; 2) to evaluate the safety food; 3) to develop online distribution channels; and 4) to evaluate the consumer satisfaction. This study used a mixed-methods approach. The 1st objective was the qualitative research. The data source consisted of 3 members who produced Makwan chili paste, selected through purposive sampling. The research tool was a semi-structured interview, and content analysis was conducted. The 2nd objective was an experimental research. The data source was 1 expert in the FOSIC Center, Faculty of Science and Technology, Kamphaeng Phet Rajabhat University. The research tools were tests for water activity, total viable count, total yeast and mold count. The data are analyzed by comparing the results with the standards of the Industrial Product Standard (TIS) of the Ministry of Industry, TIS 321/2556. The 3rd objective was the qualitative research. The data source consisted of 3 members who produced Makwan chili paste and 7 related stakeholders, selected through purposive sampling. The research tool was a focus group discussion, and content analysis was conducted. The 4th objective was the quantitative research. The population consisted of 260 consumers of Makwan chili paste in 2023. The sample included 40 consumers of the product. The research tool was a questionnaire, and the data were analyzed using descriptive statistics.

[1] Office of Permanent Secretary Ministry of Digital Economy and Society
[2 - 6] Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University

บทความวิจัย

ABSTRACT

The research findings were: 1) The conditions and problems existed of soft plastic, broke easily, the product branding lacked uniqueness and diverse contact details. The identified need was the packaging with a sturdier lid, the group's logo, and contact information accessible via a Facebook page. 2) The safety evaluation tests met the required standards with Total Viable Count (TVC) was 5.3×10^{3} CFU/g.; Total Yeast and Mold Count was 9.0×10^{1} CFU/g.; Water activity was 0.083 at 25°C. 3) The online distribution development channels were enhanced through the creation of a Facebook page named "น้ำพริกมะแขว่น ชินชินจริงๆ". 4) The overall satisfaction was at a high level ($\bar{X}$ = 4.13). When considering individual aspects found all at a high level that product and service quality ($\bar{X}$ = 4.20), price ($\bar{X}$ = 4.08), promotions ($\bar{X}$ = 4.05), and 4) distribution channels ($\bar{X}$ = 4.03), respectively.

Keywords: Product development / Makwan chili paste / Thai Song Dam women's group

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 จำเป็นต้องเร่งรัดผลักดันการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจภาคการผลิตเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยนวัตกรรมและมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เน้นการสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการเชิงคุณภาพ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการกระจายผลประโยชน์สู่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องภายในประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นรูปธรรมโดยการถ่ายทอดแนวคิดการพลิกโฉมประเทศสู่นโยบายและแผนในระดับต่าง ๆ ที่สนับสนุนการยกระดับภาคการผลิตสู่อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ทั้งเพื่อการพลิกฟื้นสภาวะทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570, 2565, หน้า 8) จากการพัฒนาทางด้านการผลิตที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในแต่ละระยะ โดยเร่งต่อยอดอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพ และความได้เปรียบประยุกต์อีกทั้งผสมผสานกับเทคโนโลยีในการยกระดับผลิตภาพในภาพรวมให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้ในระยะเวลาที่สั้นลง โดยการลงทุนวิจัยและพัฒนาต่อยอดจากองค์ความรู้เดิมเพื่อสร้างนวัตกรรมให้เกิดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของไทยที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570, 2565, หน้า 7-8) ผู้วิจัยจึงได้นำการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นเพื่อการจัดจำหน่าย เพื่อการส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น น้ำพริก ซึ่งเป็นอาหารประเภทหนึ่งที่ได้ผลิตออกมาจำหน่าย น้ำพริกเป็นอาหารที่อยู่คู่กับชีวิตคนไทยมาตั้งแต่โบราณ ซึ่งสูตรน้ำพริกต่าง ๆ ที่เรารู้จักกันในปัจจุบันหลาย ๆ สูตรนั้นได้มีการพัฒนามาจากการโขลกพริกกับเกลือในสมัยอยุธยาในปัจจุบัน ได้มีการทำน้ำพริกที่หลากหลายรสชาติ โดยมีการผสมสมสานเครื่องปรุงรสที่มีลักษณะพิเศษและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มะแขว่นเป็นพืชชนิดหนึ่งที่พบมากทางภาคเหนือของไทย และเป็นพืชเศรษฐกิจท้องถิ่นของหลายจังหวัดในภาคเหนือ โดยนำส่วนผลและเมล็ดแห้งมาเป็นเครื่องเทศและปรุงรสอาหาร จัดเป็นส่วนผสมของพริกลาบหรือพริกแกงในอาหารพื้นเมืองต่าง ๆ เนื่องจากมีกลิ่นหอมแรงและมีรสเผ็ดร้อน ช่วยดับกลิ่นคาวของเนื้อสัตว์ และเพิ่มรสชาติของอาหารให้อร่อย เมนูอาหารที่นิยมใส่มะแขว่น เช่น ลาบ ยำไก่ แกงผักกาด แกงฟักใส่ไก่ แกงแค และแกงอ่อม เป็นต้น ส่วนใบและยอดอ่อนของมะแขว่นก็ยังสามารถนำมารับประทานเป็นผักสดจิ้มน้ำพริกและลาบ (ศิริรัตนาพร หล้าบัววงศ์ และจารุณี ภิลุมวงศ์, 2566) และมะแข่วนมีความต้องการใช้ในการบริโภคประจำวัน โดยเป็นเครื่องเทศหรือเป็นส่วนประกอบของอาหารพื้นเมืองภาคเหนือหลากหลายชนิด ผลผลิตมะแขว่นได้จากทั้งการเก็บจากป่า และการปลูกที่แพร่หลาย โดยทั่วไปและได้นำมาเป็นส่วนผสมอย่างหนึ่งในการทำน้ำพริกของของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร (สุชิน สงวนศิลป์, 2567)

จากการสัมภาษณ์ของนักวิจัยพบว่า กลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร มีการผลิตสินค้าภายในกลุ่ม เช่น น้ำพริกตาแดง น้ำพริกมะแขว่น และผ้าพื้นเมืองไทยทรงดำ เพื่อจำหน่ายเป็นอาชีพ ปัจจุบันมีสมาชิกที่ทำอาหารประเภทน้ำพริก 15 คน แยกทำการผลิต

น้ำพริกมะแขว่น 3 คน โดยมีนางสุชิน สงวนศิลป์ อายุ 55 ปี เป็นผู้พัฒนาสูตรสืบทอดมาจากครอบครัวมีช่องทางการจำหน่ายผ่านผู้ขายปลีกตามร้านทั่วไปและตลาดนัดทั่วไป และทางกลุ่มแม่บ้านมีความต้องการที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำพริกมะแขว่นให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประสบปัญหาบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมไม่เหมาะกับชนิดของผลิตภัณฑ์ และไม่มีตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มที่โดดเด่น ไม่สวยงาม ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมที่เป็นกล่องพลาสติกฝาปิดไม่สนิทเกิดการรั่วซึมในขณะขนส่ง เป็นอุปสรรคต่อการขนส่งในการจำหน่ายยังพื้นที่ต่างจังหวัดพบว่าจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกมะแขว่นนี้ยังขาดช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ และบรรจุภัณฑ์กับตราสินค้า ยังไม่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะยิ่งมีจุดอ่อนในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าจึงมีความจำเป็นเพื่อส่งเสริมรายได้ และสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้ดีมากขึ้นกว่าคู่แข่งอีกทั้งยังเป็นการยกระดับสินค้าให้น่าซื้อมาใช้มากยิ่งขึ้น เสริมสร้างความเข้มแข็งให้คนในระดับรากหญ้าให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม อีกทั้งยังสามารถที่จะทำเป็นต้นแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างความสนใจและจดจำได้ง่ายให้กับกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อให้ทำการจัดจำหน่ายในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ ดังนั้น ทางกลุ่มจึงต้องการสร้างเอกลักษณ์โดยการมีบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า อีกทั้งยังตรวจสอบความปลอดภัยของอาหารเพื่อสร้างความมั่นใจในการบริโภค และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ เพื่อยกระดับสินค้าให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค มีรายได้เพิ่มขึ้น และส่งเสริมอาชีพให้ยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าประเภทน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อตรวจสอบความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบออนไลน์ของน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) หมายถึง สินค้าหรือบริการหรือความคิดที่ได้ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น แบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation) 2. การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening) 3. การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) 4. การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development) 5. การวิเคราะห์ทางธุรกิจ 6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) 7. การทดสอบตลาด (Market Testing) 8. การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563) ซึ่งการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อตลาดใหม่ที่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเพื่อผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพสูง ราคาต่ำ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์

การบริการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ เป็นการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการ และช่วยสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยการใช้ข้อกำหนดเกี่ยวกับระบบการจัดการคุณภาพการบริการสำหรับใช้ในการรับรองผู้ประกอบการตามมาตรฐานอุตสาหกรรมเอส ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมและยกระดับการบริการประเภทนี้ให้มีคุณภาพที่ดีและสม่ำเสมอ จึงกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมเอสการบริการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ขึ้น การบริการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การให้บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์แก่สินค้าขององค์กรนั้น ๆ โดยวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อใช้ในการบรรจุสินค้า และเป็นไปตามข้อตกลงกับลูกค้าที่เป็นผู้ว่าจ้าง (สกุลรัตน์ แก้วเพิ่มพูล, 2567)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะหุ้มห่อสินค้าเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า (สกุลรัตน์ แก้วเพิ่มพูล, 2567)

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำพริกผัด

น้ำพริกผัด หมายถึง ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภคที่ทำจากเครื่องเทศและสมุนไพร คั่ว ย่าง หรือทอดแล้วนำมาโขลกหรือบด ผสมให้เข้ากัน ปรุงรสด้วยเครื่องปรุงรส เช่น น้ำปลา เกลือ กะปิ น้ำตาล มะขามเปียก อาจเติมเนื้อสัตว์หรือส่วนผสมอื่น เช่น กุ้งแห้ง ปลาแห้ง ปลากรอบ ปลาล่าย่าง เห็ดอบแห้ง แมงดา บดผสม ให้เข้ากันนำไปคั่วหรือผัดกับน้ำมันจนแห้ง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2566)

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ครอบคลุมเฉพาะน้ำพริกผัดที่อยู่ในลักษณะพร้อมบริโภค บรรจุในภาชนะปิดได้สนิท ไม่ครอบคลุมน้ำพริกเผา ปลาร้าสับผัด น้ำพริกกุ้งเสียบ และน้ำพริกกุ้งแก้วที่ได้ประกาศเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้ว คุณลักษณะมีดังนี้ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2566)

1. สี ต้องมีสีดีตามธรรมชาติของน้ำพริกผัดและส่วนประกอบที่ใช้

2. กลิ่น ต้องมีกลิ่นที่ดีตามธรรมชาติของน้ำพริกผัดและส่วนประกอบที่ใช้ ไม่มีกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นหืน

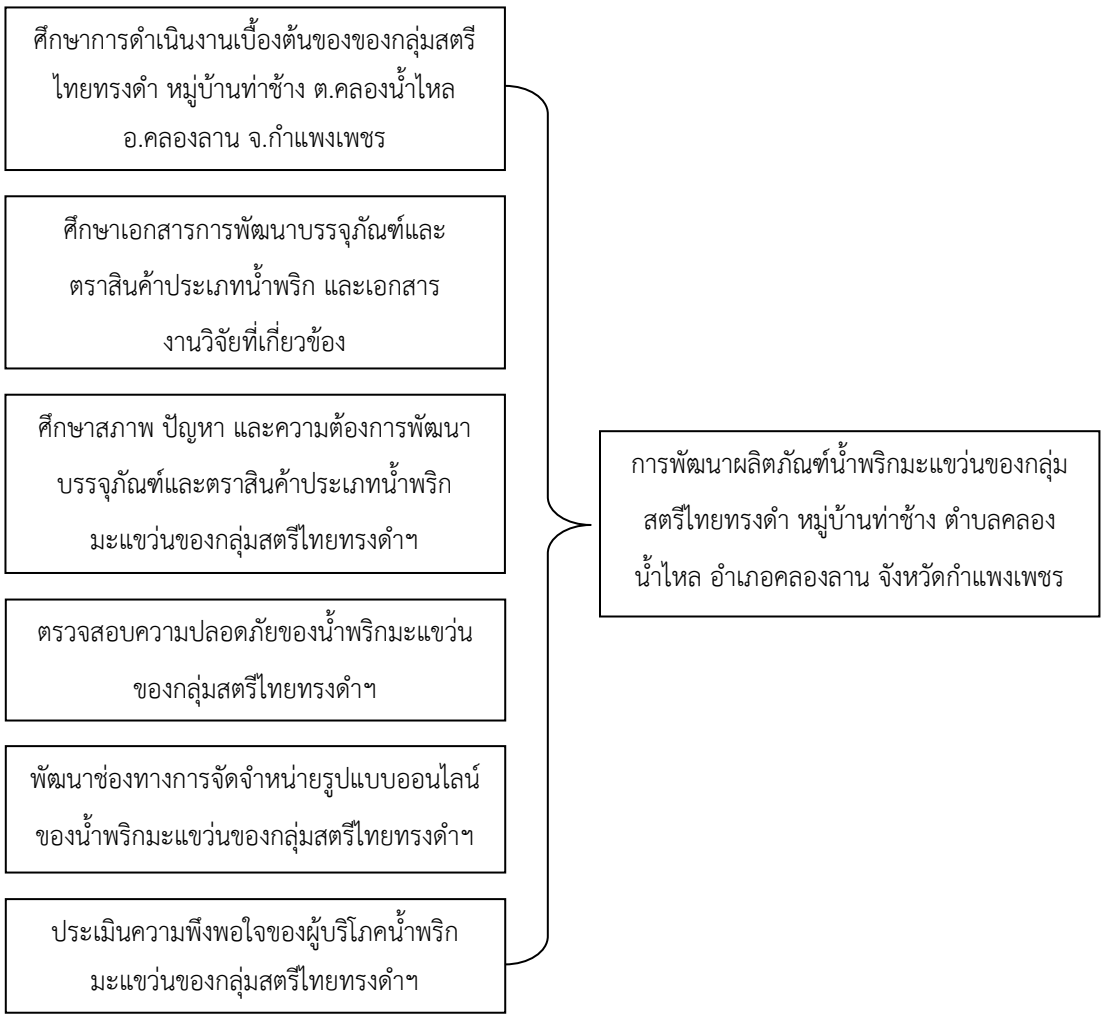
3. กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติของน้ำพริกผัดและส่วนประกอบที่ใช้ ไม่มีกลิ่นรสอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่นกลิ่นรสเปรี้ยวบูด

4. ตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนแล้ว ต้องไม่มีลักษณะใดได้ 1 คะแนน จากผู้ตรวจสอบคนใดคนหนึ่ง

5. สิ่งแปลกปลอม ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดิน ทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือ สิ่งปฏิกูลจากสัตว์ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

6. วอเตอร์แอกทิวิตี ต้องไม่เกิน 0.85 การทดสอบให้ใช้เครื่องวัดวอเตอร์แอกทิวิตีที่ควบคุมอุณหภูมิที่ (25+2) องศาเซลเซียส

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยผสานวิธี โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ข้อมูลสภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

แหล่งข้อมูล ได้แก่ กลุ่มสตรีไทยทรงดำฯ โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มสตรีไทยทรงดำที่ทำการผลิตน้ำพริกมะแขว่น จำนวน 3 คน โดยทางกลุ่มแบ่งตามความชำนาญและความสนใจเฉพาะผลิตภัณฑ์

ขอบเขตตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลสภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำฯ

เครื่องมือการวิจัย แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

การหาคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ 3 คน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาและข้อคำถามตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหา

วัตถุประสงค์ที่ 2 การตรวจสอบความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

แหล่งข้อมูล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบการผลิตตามมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 1 คน

ขอบเขตตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ การตรวจสอบค่าวอเตอร์แอกติวิตี (Aw) จุลินทรีย์ทั้งหมด (Total viable count) ยีสต์และราทั้งหมด (Total Yeast and Mold count)

เครื่องมือการวิจัย แบบทดสอบค่าวอเตอร์แอกติวิตี (Aw) จุลินทรีย์ทั้งหมด (Total viable count) ยีสต์และราทั้งหมด (Total Yeast and Mold count)

การหาคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ทำการเปรียบเทียบมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม มผช.321/2556

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทางห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์

วัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำพริกมะแขว่นรูปแบบออนไลน์ของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

แหล่งข้อมูล ได้แก่ กลุ่มสตรีไทยทรงดำฯ โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มสตรีไทยทรงดำที่ทำการผลิตน้ำพริกมะแขว่น จำนวน 3 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 7 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน นักวิชาการ นักโภชนาการ และนักพัฒนาชุมชน

ขอบเขตตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำพริกมะแขว่นรูปแบบออนไลน์

เครื่องมือการวิจัย การสนทนากลุ่ม โดยมีการบันทึกเสียงโดยได้รับการอนุญาตจากผู้เข้าร่วมวิจัย เพื่อยืนยันผลการวิจัย โดยจัดที่ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านท่าช้าง

การหาคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ 3 คน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาและข้อคำถามตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหา

วัตถุประสงค์ที่ 4 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ปี 2566 จำนวน 260 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง 40 คน (รัชนี ทบประดิษฐ์, 2567)

ขอบเขตตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ โดยเป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

เครื่องมือการวิจัย แบบสอบถาม

การหาคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ 3 คน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาและข้อคำถามตามข้อเสนอแนะ ทำการทดสอบกับกลุ่มทดลองก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร มีดังนี้

1.1 สภาพ บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นรูปแบบพลาสติกอ่อน ตราสินค้าไม่มีรายละเอียดในการติดต่อทางออนไลน์ มีเฉพาะทางเบอร์โทรศัพท์

1.2 ปัญหา บรรจุภัณฑ์เดิมแตกง่าย ไม่มีตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ช่องทางการติดต่อมีช่องทางเดียว คือทางเบอร์โทรศัพท์

1.3 ความต้องการ การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง มีฝาปิดมิดชิด และมีตราสินค้าที่เป็นรูปแบบของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ มีช่องทางการติดต่อผ่านทางเพจเฟสบุ๊ค

บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

ตราสินค้ารูปแบบเดิม

บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่

ตราสินค้ารูปแบบใหม่

ภาพที่ 1 แสดงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

2. ผลการตรวจสอบความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยเทียบกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำพริกผัด ทั้งค่า วอเตอร์แอกติวิตี (Aw) จุลินทรีย์ทั้งหมด (Total viable count) ยีสต์และราทั้งหมด (Total Yeast and Mold count) พบว่า ความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่นของ (Total Viable Count) จุลินทรีย์ทั้งหมด ต้องน้อยกว่า 1×10^5 โคโลนี ต่อตัวอย่าง 1 กรัม ผลการตรวจสอบจุลินทรีย์ทั้งหมด พบว่าผ่านผลการตรวจสอบโดยมีจุลินทรีย์ทั้งหมดอยู่ที่ 5.3×10^3 โคโลนี (Total Yeast and Mold Count) ยีสต์และราทั้งหมด ต้องน้อยกว่า 100 โคโลนี ต่อตัวอย่าง 1 กรัม พบว่าครั้งแรกไม่ผ่านผลการทดสอบค่า Water Activity ดังผลในตารางที่ 1 จึงได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญให้ลดปริมาณน้ำในน้ำพริกลงตามสัดส่วนความปลอดภัย ครั้งที่สองจึงผ่านผลการตรวจสอบ ดังผลในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงผลการตรวจสอบความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่น ครั้งที่ 1

ลำดับ	รายการทดสอบ	ผลการทดสอบ	หน่วย	ผ่านมาตรฐาน
1	Total Viable Count	5.3×10^3	CFU/g	ผ่าน
2	Total Yeast and Mold Count	9.0×10^1	CFU/g	ผ่าน
3	Water Activity	0.909@25.O^{0}C	-	ไม่ผ่าน

ตารางที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่น ครั้งที่ 2

ลำดับ	รายการทดสอบ	ผลการทดสอบ	หน่วย	ผ่านมาตรฐาน
1	Total Viable Count	5.3×10^3	CFU/g	ผ่าน
2	Total Yeast and Mold Count	9.0×10^1	CFU/g	ผ่าน
3	Water Activity	0.083@25.O^{0}C	-	ผ่าน

3. ผลการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ของน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากเดิมทางกลุ่มสตรีไทยทรงดำการจัดจำหน่ายน้ำพริกมะแขว่นแบบเดิม จัดจำหน่ายโดยการนำไปขายที่ตลาดประชารัฐ ตลาดคลองน้ำไหล ตลาดคลองลาน งานแสดงสินค้าบริเวณน้ำตกคลองลาน การจัดนิทรรศการสินค้า OTOP งานประเพณีประจำปีจังหวัด แต่ยังไม่มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ และการจัดจำหน่ายน้ำพริกมะแขว่นในปัจจุบัน ได้มีการเพิ่มช่องทางการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านเพจ Facebook พบว่า ได้รับการตอบรับที่ดีจากยอดลูกค้าที่เข้ามาติดตามในช่องทางออนไลน์ โดยมีกลุ่มประชากรที่บริโภคน้ำพริกมะแขว่นและได้รับความสนใจมากขึ้น

ภาพที่ 2 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์น้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า กลุ่มทดลองบริโภคมีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ 1) ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X}$ = 4.20) 2) ด้านราคา ($\bar{X}$ = 4.08) 3) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ = 4.05) และ 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}$ = 4.03) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาสภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง พบว่า เป็นรูปแบบพลาสติกอ่อน แตกง่าย ตราสินค้าไม่มีเอกลักษณ์และรายละเอียดในการติดต่อที่หลากหลาย ความต้องการคือ การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง มีฝาปิดมิดชิด มีตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม และมีช่องทางการติดต่อผ่านทางเพจเฟสบุ๊ค สอดคล้องกับ พลอยณัชชา เดชะเศษฐศิริ และเพ็ญศรี ยวงแก้ว (2566) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านตำบลเขาคีริส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า บรรจุภัณฑ์น้ำพริกเดิมเป็นรูปแบบถุงพลาสติกใสอ่อนที่แตกง่าย หกเลอะเทอะง่าย ขนาดใหญ่ ไม่มีตราสัญลักษณ์เป็นของตนเอง จะใช้เมจิกเขียนบนน้ำพริกให้ลูกค้ารับทราบ ทางกลุ่มจึงมีความต้องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงมากกว่าเดิม ขนาดเหมาะสมกับการบริโภค มีฝาปิดมิดชิด ไม่หกเลอะเทอะ เก็บรักษาได้นานขึ้น และมีตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปแบบของกลุ่มแม่บ้านเขาคีริส

2. การตรวจสอบความปลอดภัยของน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง พบว่า การทดสอบครั้งแรกไม่ผ่านผลการทดสอบค่า Water Activity เมื่อเปรียบเทียบมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มผช.321/2556 ข้อเสนอแนะในการผลิตผู้ประกอบการควรลดปริมาณน้ำในผลิตภัณฑ์ลง และนำมาตรวจสอบกับทางห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์อีกครั้ง ทั้งนี้เมื่อดำเนินตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญได้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐานทั้งหมด

3. การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ของน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง พบว่า การจัดจำหน่ายน้ำพริกมะแขว่นในปัจจุบันได้มีการเพิ่มช่องทางการขายผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านเพจ Facebook ได้รับการตอบรับที่ดีจากยอดลูกค้าที่เข้ามาติดตามในช่องทางออนไลน์ โดยมีกลุ่มประชากรที่บริโภคน้ำพริกมะแขว่นและได้รับความสนใจมากขึ้น สอดคล้องกับ ชลิดา ศรีสุนทร, ดารณี ดวงพรม และอรรณพ ต.ศรีวงษ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกลือสินเธาว์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี พบว่าในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กโดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.87 และเมื่อพิจารณาแต่ละรายการจากการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กมีการค้นคว้าและเปรียบเทียบข้อมูลก่อนเสมอ มีระดับ 4.1

4. การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคน้ำพริกมะแขว่นของกลุ่มสตรีไทยทรงดำ หมู่บ้านท่าช้าง พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านดังนี้ 1) ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X}$ = 4.20) 2) ด้านราคา ($\bar{X}$ = 4.08) 3) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ = 4.05) และ 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}$ = 4.03) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง และนุษณา ณ พายัพ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้จากเศษปลาดุกเหลือใช้ของชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.34 โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์มีความ พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 ในส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 ด้านราคานักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ในขณะที่ด้านการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มต้องการมีหน่วยงานหรือแหล่งเงินทุนเข้ามาให้การสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุน และเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่ม

2. ทางกลุ่มต้องการให้มีการแนะนำในการดำเนินการของวิสาหกิจจากสถานศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นต้นแบบในการทำงานของชุมชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องการขยายช่องทางการตลาด ช่องทางการขายให้มีช่องทางที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และการส่งจำหน่ายออกต่างจังหวัด เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มชมชน

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development).** [Online]. Available: https://www.dip.go.th/th/category/2020-05-26-19-14-36/2020-05-27-16-41-31

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2566). **มาตรฐานอุตสาหกรรมเอส การบริการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์.** [Online]. Available: https://www.tisi.go.th/assets/website/pdf/tiss/s238-2566.pdf

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2566). **มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำพริกผัด.** [Online]. Available: https://tcps.tisi.go.th/pub/tcps321_66(น้ำพริกผัด).pdf

ชลิดา ศรีสุนทร, ดารณี ดวงพรม และ อรรณพ ต.ศรีวงษ์. (2564). แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกลือสินเธาว์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 5**(2), 363-375.

พลอยณัชชา เดชะเศษฐศิริ และ เพ็ญศรี ยวงแก้ว. (2566). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านตำบลเขาศิริส อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร. **วารสารพิกุล, 21**(2), 89-108.

รัชนี ทบประดิษฐ์. (2567). **สถิติธุรกิจ.** [Online]. Available: http://blog.bru.ac.th/wp-content/uploads/bp-attachments/9485/Chapter-5-การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.pdf

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง และ นุษณา ณ พายัพ. (2566). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุกปักษ์ใต้จากเศษปลาดุกเหลือใช้ของชุมชนบ้านโงกน้ำ จังหวัดพัทลุง. **การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 14.** (น.1796-1806). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. สงขลา.

ศิริรัตนาพร หล้าบัววงศ์ และ จารุณี ภิลุมวงศ์. (2566). **“มะแขว่น” เครื่องเทศล้านนา ลำแต๊แต๊ มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ.** [Online]. Available: https://www.matichonweekly.com/column/article_509219

สกุลรัตน์ แก้วเพิ่มพูล. (2567). **การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน.** [Online]. Available: https://hiperc.sru.ac.th/pluginfile.php/116468/mod_resource/content/1/บทที่%206%20การบรรจุภัณฑ์.pdf

สุชิน สงวนศิลป์. (2567, ตุลาคม 14). ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าช้าง. **สัมภาษณ์.**

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570.** [Online]. Available: https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_DraftFinal.pdf [2566].

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการกลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ชนากานต์ กำการยุทธ [1]
ไปรยา ฤทธิ์กระจาย [2]
ชูเกียรติ สีดานุช [3]
ธิดา แก้วแกมทอง [4]
พีรพล ชัยบุญเรือง [5]
ปาจรีย์ ผลประเสริฐ [6]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ 3) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ 4) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ที่เคยใช้บริการร้านคาเฟ่มากกว่า 3 ครั้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมาก มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท 2) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ นิยมไปใช้บริการร้านคาเฟ่กับเพื่อน และเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการไปใช้บริการร้านคาเฟ่เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจไม่กลับไปใช้บริการ คือ พนักงานบริการไม่ดี มีจำนวนค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 100 - 300 บาท และร้านคาเฟ่ที่นิยมไปส่วนใหญ่เป็น ร้านฌาลี 3) ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำมากที่สุด 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ไม่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ในขณะที่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คำสำคัญ: ร้านคาเฟ่ / การกลับมาใช้ซ้ำ / ส่วนประสมทางการตลาด

[1-5] หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
[6] รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทความวิจัย

Marketing Mix Factors Affecting Consumers' Decision to Revisit the Café in Mueang District, Kamphaeng Phet Province

Chanakarn Kamkarnyut [1]
Praiya Ritkrajay [2]
Chukiad seedanuch [3]
Thida kaewkaemthong [4]
Peerapol Chaiboonrueang [5]
Pajaree Polprasert [6]

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the demographic characteristics of consumers to revisit the Café, 2) study the behavior of consumers to revisit the Café, 3) study the level of marketing mix factors affecting the decision-making of repeat customers of the café, and 4) compare the marketing mix factors affecting the decision-making of repeat customers of a café, classified by demographic characteristics. The sample group used in the research were 385 people who had used the services of a café more than 3 times in Mueang District, Kamphaeng Phet Province, using a questionnaire, and statistical analysis included percentage, mean, standard deviation, independent sample t-tests, and one-way analysis of variance.

The research findings were as follows: 1) found that most consumers are mostly female, aged between 20 - 30 years, single, have a bachelor's degree, work in their own business/trader, and have an average income of 10,001 - 20,000 baht per month. 2) Most consumers like to use the cafe with friends and are people who influence the decision to use the cafe. The reasons for deciding not to return are: bad service staff, spending 100 - 300 baht per time, and the most popular cafe is Chalee. 3) The level of marketing mix factors in terms of product factors and personnel factors have the highest impact on the decision to return to use the cafe. 4) The marketing mix factors affecting the decision of those who return to use the cafe are not different when compared by gender, age, education level, and occupation, while they are different when compared by status, average monthly income.

Keywords: café / Repeat Purchase / Marketing mix

[1-5] Bachelor of Business Administration (B.B.A.) in Business Management, Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University

[6] Associate Professor Dr., Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่โลกหมุนไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ ล้วนเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง แต่ธุรกิจกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่คนทั่วโลกนิยมในการบริโภค ทำให้กาแฟกลายมาเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายไปทั่วโลก และกาแฟอาจเป็นส่วนสำคัญในการใช้ชีวิตของหลาย ๆ คน เนื่องจากกาแฟมีกลิ่นและรสชาติที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยส่วนมากกาแฟที่ดื่มนั้น ทำจากเมล็ดกาแฟคั่วซึ่งได้มาจากต้นกาแฟ นิยมดื่มทั้งร้อนและเย็น ดังนั้น ทำให้กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความสนใจสูง และเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีปริมาณการขายเมล็ดกาแฟออกสู่ตลาดทั่วโลกต่อปีเป็นจำนวนมาก โดยปริมาณการส่งออกเมล็ดกาแฟสู่ตลาดทั่วโลกอยู่ที่ปริมาณ 110 - 120 ล้านกิโลกรัม ซึ่งสามารถชงกาแฟได้ประมาณ 4 แสนล้านแก้วต่อปี (Money Buffalo, 2022) จากข้อมูลของสถาบันอาหารระบุว่าในปี 2561 ที่ผ่านมาประเทศไทยมีจำนวนร้านคาเฟ่ประมาณ 8,025 ร้าน เติบโตจากปีก่อนร้อยละ 4.6 และหากพิจารณาการเพิ่มขึ้นของร้านคาเฟ่ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่าเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.2 ซึ่งปีที่ผ่านมาอัตราการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง สังเกตได้จากการขยายสาขาของร้านกาแฟ ต่างแข่งขันกันเปิดสาขาใหม่ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่นิยมบริโภคกาแฟสดกันมากขึ้น ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าจะเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ ทำให้ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อสร้างสรรค์ร้านคาเฟ่ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ในมุมของผู้ประกอบการก็ต้องพยายามรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ เพื่อที่จะต่อสู้ในการแข่งขันของตลาดร้านคาเฟ่ได้ ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมเข้าร้านกาแฟสดที่มีการตกแต่ง ร้านอย่างหรูหรามีความทันสมัยมีบรรยากาศที่รื่นรมย์ผ่อนคลายกันมากขึ้น (สุนิษฐา เศรษฐีธร, 2562)

ปัจจุบันจำนวนร้านคาเฟ่ในจังหวัดกำแพงเพชรมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเพิ่มขึ้นจาก 45 ร้านในปี 2563 เป็น 72 ร้านในปี 2565 โดยมีอัตราการเติบโตของรายได้ของธุรกิจคาเฟ่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกันในปี 2563 เติบโต 15.6% และเพิ่มเป็น 18% ในปี 2565 ซึ่งจำนวนร้านคาเฟ่ในอำเภอเมือง มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเพิ่มขึ้นจาก 25 ร้านในปี 2561 เป็น 35 ร้านในปี 2564 ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบรับกระแสความนิยมคาเฟ่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ทั้งในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการร้านคาเฟ่และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจที่จะลงทุนทำธุรกิจร้านคาเฟ่ได้นำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปพัฒนา ปรับปรุง และประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในธุรกิจต่อไป (สำนักงานสถิติจังหวัดกำแพงเพชร, 2566)

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ทำให้เห็นว่าธุรกิจร้านคาเฟ่มีการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มองเห็นว่ากลุ่มธุรกิจร้านคาเฟ่เป็นอีกธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากธุรกิจร้านคาเฟ่มีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมากขึ้น จึงทำให้เห็นว่าผู้ประกอบของธุรกิจร้านคาเฟ่ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนา สินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยในการตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และสามารถสร้างความประทับใจ

และความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค จึงมองว่าทางผู้ประกอบการควรมีการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของธุรกิจร้านคาเฟ่ เพื่อสามารถนำมาใช้สำหรับการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

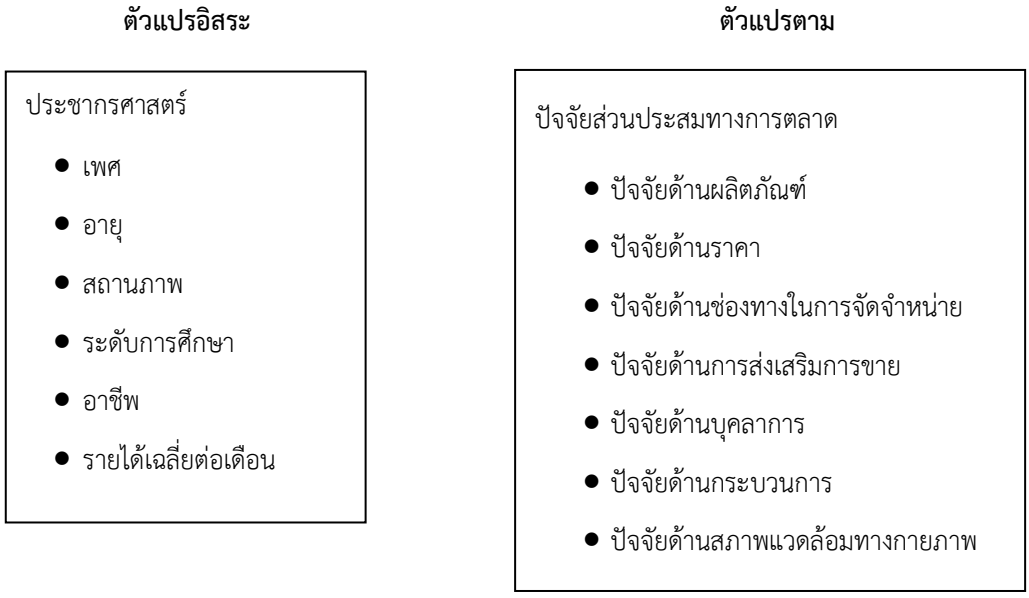
1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
4. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

สมมุติฐานในการวิจัย

ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้เสนอกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษา ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ จำนวน 12 ร้าน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนแต่เพียงทราบว่ามีจำนวนมาก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กรณีไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ (Cochran, W.G. 1977 อ้างถึงใน ชวลิต โรจนประภายนต์ และธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภัคพงศ์, 2561 หน้า 137) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เท่ากับ 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญตอบคำถามแต่ละข้อแล้ว นำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC โดยรายการข้อคำถาม ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อ เมื่อทำการตรวจสอบแบบทั้งฉบับ พบว่ามีค่า 0.67 – 1.00

นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วตามคำแนะนำของที่ปรึกษาวิจัยและผู้เชี่ยวชาญไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยไปทดลอง (Trial) กับกลุ่มทดลองที่มิใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยหาค่า Reliability ได้ค่าเท่ากับ 0.976

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ

ตอนที่ 3 ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. จัดทำแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในเขตอำเภอเมือง จัดหวัดกำแพงเพชร จัดทำขึ้นจำนวน 385 ชุด

2. แจกแบบสอบถาม และทำแบบสอบถามผ่าน Google forms ไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ชุด โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ มากกว่า 3 ครั้ง โดยผู้วิจัยรอรับแบบสอบถามกลับคืนทันที ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยหรือไม่เข้าใจในคำถาม ผู้วิจัยจะให้คำชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ในแบบสอบถาม

3. ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 15 วัน (ตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน 2567 - 25 กันยายน 2567)

4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ในงานวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และจำนวน (Frequency)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และจำนวน (Frequency)

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ตอนที่ 4 วิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้การทดสอบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (t – test independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way analysis of variance)

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่สมบูรณ์จำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่ามีอัตราส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 59.2 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.0 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 75.3 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ปริญญาตรี ร้อยละ 43.1 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 27.3 ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ข้อมูล	จำนวน (385 คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	157	40.8
หญิง	228	59.2

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ข้อมูล	จำนวน (385 คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	39	10.1
20-30 ปี	254	66.0
31-40 ปี	74	19.2
40 ปีขึ้นไป	18	4.7
สถานภาพ		
โสด	290	75.3
สมรส	69	17.9
หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่	26	6.8
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส.	95	24.7
อนุปริญญา/ปวส.	106	27.5
ปริญญาตรี	166	43.1
สูงกว่าปริญญาตรี	18	4.7
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	47	12.2
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	18.2
พนักงานบริษัทเอกชน	66	17.1
ธุรกิจส่วนตัว หรือ ค้าขาย	105	27.3
รับจ้างทั่วไป	93	24.2
อื่น ๆ	4	1.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	103	26.8
10,001 – 20,000	206	53.5
20,001 – 30,000	57	14.8
30,001 บาทขึ้นไป	19	4.9

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

จากผลการวิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการร้านคาเฟ่โดยเฉลี่ยส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.5 ใช้บริการ

ร้านคาเฟ่กับเพื่อน ร้อยละ 37.9 โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่คือเพื่อน ร้อยละ 37.9 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 100 – 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.3 ร้านคาเฟ่ในเขตอำเภอเมือง ที่นิยมไปส่วนใหญ่เป็นร้าน ฌาลี ร้อยละ 12.0 และถ้าหากร้านคาเฟ่ที่เคยไปใช้บริการ มีการเปลี่ยนแปลงเมนูและบรรยากาศของร้าน กลุ่มตัวอย่างก็จะกลับไปใช้บริการซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 86.2

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการร้านคาเฟ่โดยเฉลี่ย		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	252	65.5
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	104	27.0
มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์	29	7.6
ผู้บริโภคมักไปใช้บริการร้านคาเฟ่กับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เพื่อน	262	37.9
คนรัก	183	26.4
ครอบครัว	85	12.3
เพื่อนร่วมงาน	90	13.0
ตัวท่านเอง	72	10.4
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่มากที่สุด		
เพื่อน	146	37.9
คนรัก	78	20.3
ครอบครัว	35	9.1
เพื่อนร่วมงาน	40	10.4
ตัวท่านเอง	86	22.3
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจไม่กลับไปใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รสชาติไม่ถูกปาก	250	27.8
พนักงานบริการไม่ดี	290	32.3
รออาหารและเครื่องดื่มนาน	89	9.9
จัดการออเดอร์ผิดพลาด	58	6.5
คุณภาพวัตถุดิบไม่ดี	108	12.0
สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ	89	9.9
อื่น ๆ	14	1.6

ตารางที่ 2 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการร้านคาเฟ่		
น้อยกว่า 100 บาท	73	19.0
100 – 300 บาท	232	60.3
301 – 500 บาท	67	17.4
มากกว่า 500 บาท	13	3.4
ร้านคาเฟ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ที่เคยไปใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
Harvest Home	124	9.0
Key Café	158	11.5
KRAM BREW	102	7.4
Banyakad Café	166	12.0
Zai House	70	5.1
ฌาลี	165	12.0
ชาใจ สตอรี่	145	10.5
Willson Café	86	6.2
What’s your name café	95	6.9
Safe House Home Café	127	9.2
Tell.Café	64	4.6
อื่น ๆ	9	0.7
หากร้านคาเฟ่ที่เคยไปใช้บริการ มีการเปลี่ยนแปลงเมนูและบรรยากาศของร้าน จะกลับไปใช้บริการซ้ำหรือไม่		
กลับไปใช้บริการซ้ำ	332	86.2
ไม่กลับไปใช้บริการซ้ำ	53	13.8

3. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ

พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 เมื่อดูเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.62 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ปัจจัยด้านลักษณะทาง

กายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
1. เมนู อาหาร ขนม เครื่องดื่ม มีให้เลือกหลากหลาย	4.59	0.55	มากที่สุด	3
2. อาหาร ขนม เครื่องดื่ม มีรสชาติดี	4.70	0.52	มากที่สุด	1
3. เมนูอาหาร ขนม เครื่องดื่ม มีความสร้างสรรค์ น่ารับประทาน	4.57	0.60	มากที่สุด	2
เฉลี่ย	4.62	0.43	มากที่สุด	1
ปัจจัยด้านราคา				
4. มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	4.63	0.55	มากที่สุด	1
5. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.51	0.60	มากที่สุด	2
6. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับปริมาณ	4.46	0.66	มาก	3
เฉลี่ย	4.54	0.48	มากที่สุด	6
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
7. สะดวกต่อการไปใช้บริการ	4.55	0.59	มากที่สุด	3
8. ระยะเวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม	4.55	0.60	มากที่สุด	2
9. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.44	0.63	มากที่สุด	4
10. มีการบอกตำแหน่งร้านในโปรแกรมแผนที่อย่างแม่นยำ เช่น GOOGLE MAP เป็นต้น	4.55	0.61	มากที่สุด	1
เฉลี่ย	4.51	0.45	มากที่สุด	7
ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด				
11. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น ลดราคา ขนม เครื่องดื่มในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	4.59	0.59	มากที่สุด	2
12. มีช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างทั่วถึง	4.64	0.62	มากที่สุด	1
13. มีโปรโมชั่นการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น บัตรสมาชิก คูปองสะสมแต้ม เป็นต้น	4.44	0.63	มาก	3
เฉลี่ย	4.50	0.49	มาก	8

ตารางที่ 3 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ปัจจัยด้านบุคลากร				
14. พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ และยิ้มแย้มแจ่มใส	4.65	0.59	มากที่สุด	1
15. พนักงานมีความสามารถแนะนำเกี่ยวกับรายการขนม	4.63	0.60	มากที่สุด	2
และเครื่องดื่มได้	4.59	0.59	มากที่สุด	4
16. พนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็วและกระตือรือร้น	4.60	0.61	มากที่สุด	3
17. พนักงานให้การบริการแก่ลูกค้าเท่าเทียมกันทุกรายโดยไม่ เลือกปฏิบัติ				
เฉลี่ย	4.62	0.49	มากที่สุด	2
ปัจจัยด้านกระบวนการ				
18. ช่องทางการชำระเงินมีความสะดวก	4.60	0.60	มากที่สุด	1
19. มีความรวดเร็วในการบริการลูกค้า	4.58	0.60	มากที่สุด	2
20. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	4.53	0.65	มากที่สุด	3
21. มีระบบที่สามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าด้วยความรวดเร็ว กรณีเกิดปัญหาในการใช้บริการ	4.53	0.65	มากที่สุด	4
เฉลี่ย	4.56	0.50	มากที่สุด	3
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ				
22. การตกแต่งร้านมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	4.55	0.64	มากที่สุด	3
23. ร้านสะอาดไม่มีกลิ่นไม่พึงประสงค์	4.56	0.63	มากที่สุด	2
24. มีโต๊ะ เก้าอี้ ที่นั่งเพียงพอต่อการให้บริการ	4.58	0.65	มากที่สุด	1
25. ร้านมีมุมถ่ายรูปสวยหลายจุด ตอบโจทย์ทุกสไตล์	4.51	0.71	มากที่สุด	4
เฉลี่ย	4.55	0.49	มากที่สุด	5
เฉลี่ยรวม	4.56	0.37	มากที่สุด	4

4. ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยนำมาสรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร มีความแตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์

ด้านเพศ, ด้านอายุ, ด้านระดับการศึกษา และด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ตามลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ชาย $\bar{X}$(SD.)	หญิง $\bar{X}$(SD.)	t-test	P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	4.60 (0.44)	4.63 (0.42)	-0.674	0.500
ด้านราคา	4.49 (0.49)	4.56 (0.45)	-1.459	0.145
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.53 (0.44)	4.49 (0.45)	0.699	0.485
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.54 (0.49)	4.57 (0.51)	-0.478	0.633
ด้านบุคลากร	4.59 (0.50)	4.62 (0.47)	-0.607	0.544
ด้านกระบวนการ	4.54 (0.49)	4.57 (0.51)	-0.478	0.633
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.50 (0.48)	4.57 (0.49)	-1.368	0.172
โดยรวม	4.54 (0.37)	4.57 (0.37)	-0.800	0.424

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ตามลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี $\bar{X}$(SD.)	20-30 ปี $\bar{X}$(SD.)	31-40 ปี $\bar{X}$(SD.)	40 ปีขึ้นไป $\bar{X}$(SD.)	F-test	P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	4.55 (0.54)	4.63(0.43)	4.66(0.32)	4.41(0.45)	2.106	0.099
ด้านราคา	4.57 (0.65)	4.53(0.47)	4.58(0.41)	4.31(0.55)	1.568	0.197
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.51 (0.46)	4.52(0.46)	4.51(0.40)	4.39(0.40)	0.497	0.684
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.44 (0.50)	4.52(0.48)	4.47(0.48)	4.35(0.53)	0.979	0.402
ด้านบุคลากร	4.49 (0.54)	4.63(0.50)	4.63(0.40)	4.54(0.52)	1.245	0.293
ด้านกระบวนการ	4.50 (0.56)	4.60(0.49)	4.55(0.53)	4.56(0.52)	0.595	0.618
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.49 (0.53)	4.59(0.45)	4.50(0.53)	4.35(0.69)	2.006	0.113
โดยรวม	4.51 (0.45)	4.57(0.37)	4.56(0.31)	4.40(0.40)	1.458	0.226

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ตามลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส. $\bar{X}$ (SD.)	อนุปริญญา/ปวส. $\bar{X}$ (SD.)	ปริญญาตรี $\bar{X}$ (SD.)	สูงกว่าปริญญาตรี $\bar{X}$ (SD.)	F-test	P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	4.65(0.45)	4.67(0.44)	4.57(0.40)	4.61(0.49)	1.346	0.259
ด้านราคา	4.53(0.48)	4.51(0.49)	4.53(0.46)	4.74(0.51)	1.236	0.296
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.51(0.42)	4.51(0.50)	4.49(0.44)	4.68(0.33)	0.961	0.411
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.48(0.46)	4.47(0.52)	4.53(0.45)	4.44(0.71)	0.377	0.770
ด้านบุคลากร	4.58(0.51)	4.57(0.56)	4.65(0.42)	4.81(0.48)	1.635	0.181
ด้านกระบวนการ	4.58(0.50)	4.51(0.54)	4.57(0.49)	4.67(0.78)	0.656	0.579
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.63(0.45)	4.54(0.46)	4.52(0.51)	4.42(0.69)	1.430	0.233
โดยรวม	4.57(0.38)	4.54(0.40)	4.55(0.34)	4.62(0.42)	0.267	0.849

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ตามลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	นักเรียน/นักศึกษา $\bar{X}$ (SD.)	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ $\bar{X}$ (SD.)	พนักงานบริษัทเอกชน $\bar{X}$ (SD.)	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย $\bar{X}$ (SD.)	รับจ้างทั่วไป $\bar{X}$(SD.)	F-test	P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	4.67(0.35)	4.60(0.35)	4.64(0.43)	4.58(0.46)	4.67(0.47)	1.902	0.093
ด้านราคา	4.52(0.40)	4.63(0.42)	4.44(0.52)	4.54(0.47)	4.54(0.52)	1.136	0.341
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.55(0.40)	4.54(0.42)	4.49(0.44)	4.45(0.52)	4.55(0.42)	0.747	0.589
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.59(0.41)	4.59(0.45)	4.40(0.50)	4.45(0.57)	4.52(0.43)	1.785	0.115
ด้านบุคลากร	4.69(0.38)	4.65(0.43)	4.58(0.57)	4.62(0.53)	4.59(0.47)	0.619	0.686
ด้านกระบวนการ	4.56(0.36)	4.63(0.44)	4.54(0.57)	4.53(0.56)	4.57(0.50)	0.570	0.723
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.57(0.40)	4.53(0.47)	4.62(0.47)	4.46(0.56)	4.63(0.46)	2.440	0.034
โดยรวม	4.59(0.28)	4.60(0.31)	4.53(0.41)	4.52(0.41)	4.58(0.38)	1.117	0.351

ด้านสถานภาพ พบว่า เมื่อพิจารณารายข้อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพ

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ตามลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	โสด $\bar{X}$(SD.)	สมรส $\bar{X}$(SD.)	หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่ $\bar{X}$(SD.)	F-test	P-Value	คู่ที่แตกต่าง
ด้านผลิตภัณฑ์	4.61(0.44)	4.71(0.32)	4.46(0.48)	3.185	0.042*	2,3
ด้านราคา	4.55(0.47)	4.57(0.42)	4.28(0.62)	4.071	0.018*	1,3 และ 2,3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.53(0.43)	4.50(0.38)	4.33(0.67)	2.511	0.083	
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.52(0.47)	4.53(0.40)	4.19(0.74)	5.636	0.004*	1,3 และ 2,3
ด้านบุคลากร	4.63(0.46)	4.68(0.42)	4.34(0.77)	5.141	0.006*	1,3 และ 2,3
ด้านกระบวนการ	4.58(0.47)	4.58(0.53)	4.37(0.76)	2.102	0.124	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.58(0.47)	4.55(0.46)	4.22(0.69)	6.596	0.002*	1,3 และ 2,3
โดยรวม	4.57(0.36)	4.59(0.29)	4.31(0.56)	6.208	0.002*	1,3 และ 2,3

นัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.05

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า เมื่อพิจารณารายข้อ ปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ตามลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 10,000 บาท $\bar{X}$ (SD.)	10,001 – 20,000 บาท $\bar{X}$ (SD.)	20,001 – 30,000 บาท $\bar{X}$ (SD.)	30,001 บาทขึ้นไป $\bar{X}$ (SD.)	F-test	P-Value	คู่ที่แตกต่าง
ด้านผลิตภัณฑ์	4.67(0.35)	4.60(0.35)	4.64(0.43)	4.58(0.46)	0.484	0.693	
ด้านราคา	4.52(0.40)	4.63(0.42)	4.44(0.52)	4.54(0.47)	1.083	0.356	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.55(0.40)	4.54(0.42)	4.49(0.44)	4.45(0.52)	2.304	0.077	
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.59(0.41)	4.59(0.45)	4.40(0.50)	4.45(0.57)	1.488	0.217	
ด้านบุคลากร	4.69(0.38)	4.65(0.43)	4.58(0.57)	4.62(0.53)	5.105	0.002*	1, 2
ด้านกระบวนการ	4.56(0.36)	4.63(0.44)	4.54(0.57)	4.53(0.56)	1.960	0.119	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.57(0.40)	4.53(0.74)	4.62(0.74)	4.46(0.56)	1.031	0.379	
โดยรวม	4.59(0.28)	4.60(0.31)	4.63(0.41)	4.52(0.41)	2.329	0.074	

นัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่สมบูรณ์จำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่ามีอัตราส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือ ค้าขาย และส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ พชร พรชัยกิจโกศล (2566) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในช่องทางดิจิทัลที่มีผลต่อเจเนอเรชันวายในการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจคาเฟ่สไตล์มินิมอลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77 มูลค่าในการใช้บริการคาเฟ่สไตล์มินิมอล โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 100 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.7 บุคคลที่ไปใช้บริการด้วยบ่อยครั้งคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 41.3 อีกทั้งงานวิจัยของ ธันยพร กวีบริบูรณ์ (2561) ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะทางประชากรจะสามารถต่อยอดให้ผู้ประกอบการปรับตัวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม และเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจที่ต้องปรับตัวให้ทันสมัยกับการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายอยู่ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการร้านคาเฟ่โดยเฉลี่ยส่วนใหญ่ร้อยละ 65.5 ใช้บริการร้านคาเฟ่กับเพื่อนร้อยละ 37.9 โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่คือเพื่อน ร้อยละ 37.9 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 100 – 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.3 ร้านคาเฟ่ในเขตอำเภอเมืองที่นิยมไปส่วนใหญ่เป็นร้าน ฌาลี ร้อยละ 12.0 และถ้าหากร้านคาเฟ่ที่เคยไปใช้บริการ มีการเปลี่ยนแปลงเมนูและบรรยากาศของร้าน กลุ่มตัวอย่างก็จะกลับไปใช้บริการซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 86.2 ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ นาทบดี อริยศิริชาต (2566) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการในวันหยุด ช่วงบ่าย - เย็น อาจเพราะเป็นการใช้บริการระหว่าง การเดินทางไปท่องเที่ยว พบเจอเพื่อนฝูงอีกทั้งช่วงเวลาบ่าย ๆ อาจเป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภครู้สึกง่วง อ่อนเพลีย หากอยู่ในการท่องเที่ยวจะต้องการสร้างความสดชื่นตื่นตัวเพื่อขับรถได้อย่างปลอดภัยต้องการดื่มกาแฟแก้ง่วงจึงเลือกช่วงเวลาบ่าย - เย็นในวันหยุดมากที่สุด อีกทั้งงานวิจัยของ จตุพัฒน์ บุตรอาคา (2557) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจ คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา และ ความพยายามสำหรับการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อผู้บริโภครู้สึกถึงความต้องการที่เกิดขึ้น 2) การค้นหาข้อมูล โดยเมื่อเกิดการตระหนักถึงความต้องการแล้ว วิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับการ ตอบรับอย่างรวดเร็วคือการหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคจะทำการประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยมีการกำหนดเกณฑ์ประเมินผล ซึ่งเกณฑ์จะเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา คุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น ผู้บริโภคจะพิจารณาทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงที่สุด 4) การตัดสินใจซื้อ หลังจากประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจแล้วก็จะมีการซื้อก็จะเกิดขึ้น และ 5) การประเมินผลหลังการซื้อ เมื่อผู้บริโภคซื้อและใช้สินค้าแล้วที่ได้ตัดสินใจแล้ว การประเมินผล

ที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการจะมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนของผู้ใช้ด้วย

3. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อดูเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความคิดเห็นมากที่สุด โดยอาหาร ขนม เครื่องดื่ม มีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด หมายความว่าผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจและยกย่องรสชาติว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อ ต่อมาคือ เมนู อาหาร ขนม เครื่องดื่ม มีให้เลือกหลากหลาย ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคชอบความหลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการและรสนิยมที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ สุธาวีร์ เหลืองสินศิริ (2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีพบว่า ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก อีกทั้งงานวิจัยของ ภัทรียา รัชฎาวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษา การเปิดรับข่าวสารปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการในร้านกาแฟพิเศษ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญกับการประกอบธุรกิจกาแฟพิเศษมากเนื่องจากผู้บริโภคกาแฟพิเศษเป็นผู้บริโภคที่ต้องการเฉพาะทาง และค่อนข้างมีความรู้พื้นฐานในเรื่องกาแฟพิเศษมากพอสมควร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านนี้ไม่ว่าจะเป็นการคัดสรรเมล็ดพันธุ์ที่ดีมีกรรมวิธีการชงหลากหลายให้ผู้บริโภคเลือกตามต้องการ การรักษามาตรฐานรสชาติของเครื่องดื่มแต่ละแก้วให้มีความสม่ำเสมอ และมอบสิ่งที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

ด้านบุคลากร พบว่ามีความคิดเห็นมากที่สุด โดยพนักงานบริการด้วยความเต็มใจ และยิ้มแย้มแจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจและยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานที่แสดงทัศนคติที่เป็นมิตรช่วยสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคและเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการ ต่อมาคือ พนักงานมีความสามารถแนะนำเกี่ยวกับรายการขนม และเครื่องดื่มได้ พนักงานให้การบริการแก่ผู้บริโภคเท่าเทียมกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ และพนักงานให้การบริการด้วยความรวดเร็วและกระตือรือร้น ซึ่งสะท้อนถึงความรู้ความเข้าใจในสินค้าที่จำหน่าย ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ กัญญ์ชัญรัศศ์ อรุณรัตน์ (2565) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่ชลบุรี โดยพบว่าด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับห้า มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด โดยปัจจัยข้อที่ผู้ใช้บริการให้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานมีมารยาท มีมนุษย์สัมพันธ์ดี และพนักงานมีความชื่น ชอบในการทำงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจในการใช้บริการ เนื่องจาก หากมีพนักงานบริการด้วยความเต็มใจและยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถแนะนำเกี่ยวกับรายการขนมและเครื่องดื่มได้ มีความชำนาญและรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานบางคนจดจำเมนูโปรดของผู้บริโภค ประจำได้ก็จะเป็นผลดีกับทางร้านที่ผู้ใช้บริการสามารถบอกปากต่อปากและจะทำให้ผู้ใช้บริการ สามารถรับรู้ได้ถึงความต้องการและความเต็มใจให้บริการของพนักงาน จึงก่อให้เกิดความประทับใจและอาจมีโอกาสกลับมาใช้บริการ

อีกครั้งได้ อีกทั้งงานวิจัยของภัทรียา รัชฎาวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษา การเปิดรับข่าวสารปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการในร้านกาแฟพิเศษ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกระบวนการการคัดเลือกพนักงาน ควรเลือกผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องกาแฟพิเศษ เนื่องจาก ผู้บริโภคกาแฟพิเศษให้ความสำคัญกับบาริสต้าที่มีความรู้เกี่ยวกับกาแฟพิเศษมีความชำนาญ ในการสกัดกาแฟให้มีรสชาติออกมาสม่ำเสมอในทุก ๆ แก้วรวมถึงการที่พนักงานภายในร้านมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ด้านกระบวนการ พบว่ามีความคิดเห็นมากที่สุด โดยช่องทางการชำระเงินมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด หมายความว่าผู้บริโภครู้สึกว่าช่องทางการชำระเงินที่มีให้บริการนั้นมีความหลากหลายและสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงินด้วยเงินสด การโอนเงินผ่านธนาคาร หรือการใช้บัตรเครดิตและบัตรเดบิต ต่อมาคือมีความรวดเร็วในการบริการผู้บริโภค และพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับมีระบบที่สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคด้วยความรวดเร็ว กรณีเกิดปัญหาในการใช้บริการ ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ จำนวนพนักงานที่มีเพียงพอต่อการให้บริการยังส่งผลให้การบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดเวลารอคอยของผู้บริโภค ไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ นาทบดี อริยศิริชาติ (2566) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระบบการชำระเงินที่สะดวก เช่น เงินสด QR Code และ Credit Card อาจเพราะ ผู้บริโภคที่ใช้บริการมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย คาเฟ่อเมซอน จึงมีระบบการชำระเงินที่หลากหลายเช่นกัน เพื่อตอบโจทย์ความสะดวกในการใช้บริการสำหรับผู้บริโภค อีกทั้งงานวิจัยของ ภัทรียา รัชฎาวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษา การเปิดรับข่าวสารปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการในร้านกาแฟพิเศษ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการร้านกาแฟพิเศษ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการกระบวนการ มีการจัดรูปแบบช่องทางการสั่งให้ดูง่าย มีวิธีการสั่งไม่ซับซ้อน มีการแสดงให้เห็นถึงกรรมวิธีการชงซึ่งลูกค้าสามารถมองเห็น สัมผัส ดื่มด่ำกับกลิ่นหอมของกาแฟได้

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ามีความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีโต๊ะ เก้าอี้ ที่นั่งเพียงพอต่อการให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสะดวกสบายในการใช้บริการของผู้บริโภค พื้นที่ที่เพียงพอและจัดสรรอย่างลงตัวช่วยลดความรู้สึกแออัดที่อาจก่อให้เกิดความเครียดในสถานที่ที่มีคนหนาแน่น ทำให้ผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกที่นั่งที่เหมาะสมกับความต้องการ ต่อมาคือ ร้านสะอาดไม่มีกลิ่นไม่พึงประสงค์ การตกแต่งร้านมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ และร้านมีมุมถ่ายรูปสวยหลายจุด ตอบโจทย์ทุกสไตล์ ซึ่งการมีมุมถ่ายรูปสวยหลายจุดในร้านก็เป็นอีกหนึ่งจุดเด่นที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะในยุคที่ผู้คนให้ความสำคัญกับการแชร์ประสบการณ์ผ่านโซเชียลมีเดีย การมีมุมถ่ายรูปที่สวยงามทำให้ผู้บริโภครู้สึกอยากบันทึกความทรงจำในร้าน ซึ่งส่งผลให้เกิดการสร้างแบรนด์ที่ดี ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ นาทบดี อริยศิริชาติ (2566) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านสภาพแวดล้อม โดยมีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากโดยเห็นด้วยมากที่สุดกับอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟ และเครื่องดื่มมีความทันสมัยอาจเพราะ คาเฟ่ อเมซอน มีข้อกำหนดในการลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการ

ชงกาแฟ ว่าต้องเป็นอุปกรณ์ที่ได้รับมาตรฐาน รองลงมาคือ การจัดสถานที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสวยงาม เช่น เก้าอี้ โต๊ะ โซฟา ถังขยะและปลั๊กไฟ อาจเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการไม่ได้มีแค่การซื้อกลับหรือสั่งผ่าน Delivery Platform ยังมีผู้ใช้บริการที่นั่งรับประทานในร้าน ซึ่งคาเฟ่ อเมซอนมีการควบคุมความสะอาด มีการจัดแจงให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและมีการจัดร้านให้ได้บรรยากาศแบบเป็นธรรมชาติ อีกทั้งงานวิจัยของ ศศิกานต์ แป้นประสิทธิ์ และคณะ (2565) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคร้าน มองช้างคาเฟ่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคร้านมองช้างคาเฟ่ โดยมีค่าเบต้า= 0.216, Sig = 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าสภาพแวดล้อมโดยรวมของร้านมีความสะอาด สบายตา การตกแต่งร้านมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์

ด้านราคา พบว่ามีความคิดเห็นมากที่สุด โดยการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยการแสดงราคาที่ชัดเจนยังส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาและมูลค่าของสินค้าต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับในการแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจนส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจและสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ต่อมาคือ ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ หมายความว่า ผู้บริโภครู้สึกว่าราคาที่พวกเขาจ่ายนั้นสมเหตุสมผลและสอดคล้องกับคุณภาพที่ได้รับ ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ นาทบดี อริยศิริชาติ (2566) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากโดยเห็นด้วยมากที่สุดกับมีการแจ้งราคาอย่างชัดเจน อาจเพราะในร้านคาเฟ่ อเมซอน จะมีการติดป้ายแสดงราคาสินค้าและรายการสินค้าในจุดที่ผู้บริโภคมองเห็นได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความง่ายในการเลือกซื้อสินค้า และงานวิจัยของ ภัทรียา รัชฎาวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการในร้านกาแฟพิเศษ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ของร้านกาแฟพิเศษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการร้านกาแฟพิเศษ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก หมายความว่าเมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ของร้านกาแฟพิเศษเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟพิเศษเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ามีความคิดเห็นมากที่สุด โดยสะดวกต่อการไปใช้บริการ ระยะเวลาเปิด - ปิดร้านมีความเหมาะสม และมีการบอกตำแหน่งร้านในโปรแกรมแผนที่อย่างแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความสะดวกและการประหยัดเวลา ร้านคาเฟ่ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก ไม่ว่าจะเป็นใกล้ที่อยู่อาศัย ศูนย์กลางเมือง ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นอกจากนี้ ระยะเวลาเปิด - ปิดร้านยังถือว่ามีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้สามารถเลือกใช้บริการได้อย่างยืดหยุ่น โดยร้านค้าที่เปิดให้บริการในช่วงเวลาที่ครอบคลุมช่วงเวลาที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะใช้บริการมากที่สุด เช่น ในช่วงเย็นหลังเลิกงาน หรือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มักมีผลบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค การเปิด - ปิดที่ยืดหยุ่นยังช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกถึงการบริการที่ตอบสนอง

ต่อความต้องการเฉพาะตัวและการให้คุณค่าในเวลาที่เหมาะสม ต่อมาคือการบอกตำแหน่งร้านในโปรแกรมแผนที่ที่มีความแม่นยำ ทำให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาสถานที่ตั้งและเดินทางไปยังร้านได้อย่างสะดวกโดยไม่เกิดความสับสน สุดท้ายคือ มีที่จอดรถเพียงพอ เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมความสะดวกสบายในการใช้บริการ ผู้บริโภคที่สามารถหาที่จอดรถได้อย่างง่ายดายย่อมรู้สึกสะดวกมากขึ้นในการเข้ามาใช้บริการที่ร้าน ส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้น ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ พชิยุตม์ ภู่ไพบูลย์ (2566) ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านสะดวกซักในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ร้านตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางและอีกทั้งงานวิจัยของ ภัทรียา รัชฎาวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการในร้านกาแฟพิเศษ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ประกอบการร้านกาแฟพิเศษควรให้ความสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคกาแฟพิเศษคำนึงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในประเด็นสถานที่ตั้งก่อนการเปิดร้านผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เช่น มีรถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดินผ่าน หรือ อยู่ใกล้สำนักงาน ขนาดใหญ่ หรือแม้กระทั่งการมีที่จอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าก็ถือเป็นสิ่งสำคัญ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่ามีความคิดเห็นมาก โดยมีช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างทั่วถึงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยพบว่าการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งส่งผลดีต่อการสร้างการรับรู้และความสนใจในตัวสินค้า ต่อมาคือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และมีโปรโมชั่นการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเข้ามาใช้บริการ และโปรโมชั่นที่น่าสนใจยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสนใจอย่างมากอีกทั้งเป็นแรงจูงใจที่ช่วยกระตุ้นการซื้อสินค้าและทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าตนได้รับความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ กัญญ์ชัญรัศศ์ อรุณรัตน์ (2565) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่ชลบุรี โดยพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยสุดเป็นอันดับเจ็ด มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด โดยปัจจัยข้อที่ผู้ใช้บริการให้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โปรโมชันผ่านสื่อออนไลน์เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้โซเชี่ยลมีเดียในการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ติ๊กต๊อก ทวิตเตอร์ ดังนั้นหากร้านคาเฟ่มีการโปรโมทร้านผ่านโซเชี่ยลมีเดียเหล่านี้จะทำให้ร้านมีคนมาใช้บริการมากขึ้น อีกทั้งงานวิจัยของ รัฐพร ชัยเศรษฐศิริ (2554) ศึกษาเรื่อง รองเท้าส้นสูงปรับสันเพื่อสุขภาพ พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประเด็นความสวยงามของสถานที่จัดจำหน่ายได้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าเพื่อสุขภาพสำหรับคนวัยกลางคนที่ระดับมาก

4. ผลการวิจัยการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า

4.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ/อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน

ในทุกด้าน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ นาทบดี อริยศิริชาติ (2566) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ/อาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุ/ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ที่กลับมาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ กัญญ์ชัญรัศศ์ อรุณรัตน์ (2565) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่ชลบุรี พบว่าอายุ/ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

4.2 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกัน

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มีสภานภาพสมรส จะมีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่เนื่องจากกลุ่มผู้ที่สมรสอาจมีความต้องการและความคาดหวังเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่แตกต่างจากกลุ่มผู้ที่หม้ายหรือหย่าร้าง/แยกกันอยู่ เช่น กลุ่มผู้ที่สมรสอาจให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เหมาะสมสำหรับการใช้เวลาในร้านคาเฟ่ร่วมกับครอบครัวหรือคู่รัก ขณะที่กลุ่มผู้ที่หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่อาจสนใจสินค้าและบริการที่ตอบสนองการใช้เวลาในร้านคาเฟ่ในลักษณะส่วนตัวหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ มากกว่า

ด้านราคา พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน สถานภาพโสด อาจให้ความสำคัญกับราคาที่เข้าถึงได้ง่าย และความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเพื่อความสะดวกและความบันเทิงส่วนบุคคล สถานภาพสมรส อาจสนใจเรื่องราคาที่เหมาะสมกับการใช้บริการสำหรับครอบครัวหรือคู่รัก โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของบริการเมื่อใช้ร่วมกันหลายคน และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อาจมีการประเมินราคาที่แตกต่างออกไป เนื่องจากมีการใช้บริการในลักษณะส่วนตัวหรือเน้นความคุ้มค่าที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน สถานภาพโสด อาจสนใจในโปรโมชั่นที่เน้นความคุ้มค่า เช่น ส่วนลดสำหรับการซื้อครั้งเดียว หรือโปรโมชั่นที่ให้สิทธิพิเศษเฉพาะบุคคล เช่น การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลหรือส่วนลดในอนาคต ส่วนสถานภาพสมรส อาจสนใจในโปรโมชั่นที่เน้นความคุ้มค่าสำหรับครอบครัวหรือคู่รัก เช่น โปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 สำหรับการมาทานเป็นคู่ หรือโปรโมชั่นลดราคาสำหรับการใช้บริการหลายคน สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อาจมองหาการส่งเสริมการตลาดที่เน้นความเป็นส่วนตัวหรือการพักผ่อน เช่น โปรโมชั่นสำหรับคนที่มาคนเดียวหรือแพ็กเกจพิเศษสำหรับการใช้บริการในลักษณะผ่อนคลาย ซึ่งคล้ายคลึงกับสถานภาพโสด

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน สถานภาพโสด อาจให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นกันเอง เป็นมิตร และเข้าถึงง่าย พนักงานที่

สามารถให้ข้อมูลสินค้าอย่างตรงไปตรงมาและเป็นมิตรกับผู้บริโภคในลักษณะของการบริการส่วนบุคคลมักได้รับการประเมินในทางบวก สถานภาพสมรส อาจคาดหวังการบริการที่ดูแลผู้บริโภคเป็นครอบครัวหรือคู่รักอย่างใส่ใจ โดยต้องการพนักงานที่ให้บริการอย่างอบอุ่นและเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มที่มาเป็นคู่ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อาจมีความคาดหวังการบริการที่ละเอียดอ่อนและมีความเป็นมืออาชีพ พนักงานอาจต้องมีความสามารถในการบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มาใช้บริการด้วยตัวเองหรือในสถานการณ์ที่ต้องการการดูแลเฉพาะตัวมากกว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน สถานภาพโสด อาจสนใจในบรรยากาศที่มีความทันสมัยและเป็นมิตรกับการถ่ายรูป มุมถ่ายรูปที่ดึงดูดความสนใจ และพื้นที่สำหรับการใช้เวลาในแบบส่วนตัวหรือพบปะเพื่อน ๆ สถานภาพสมรสอาจมองหาบรรยากาศที่เหมาะกับครอบครัวหรือคู่รัก โดยให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่สะดวกสบายและเป็นกันเอง เช่น พื้นที่นั่งที่เหมาะสำหรับการใช้เวลาเป็นคู่หรือครอบครัว รวมถึงบรรยากาศที่ผ่อนคลายและอบอุ่น สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อาจคาดหวังบรรยากาศที่มีความสงบเป็นส่วนตัว และไม่แออัด รวมถึงการออกแบบที่ตอบโจทย์การใช้บริการในลักษณะผ่อนคลายหรือการมาใช้บริการในลักษณะส่วนตัวหรือกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของ ใบเฟิร์น แก้วจำปาสี (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคกาแฟสด ด้านบุคคลหรือพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคกาแฟสด มากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดและสมรส อีกทั้งงานวิจัยของ ชวลิต โรจนประภายนต์ (2561) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัยจังหวัดสมุทรสาคร ได้กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการสื่อสารทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพราะสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดมีการเลือกสินค้าได้รวดเร็วกว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส เพราะไม่ต้องปรึกษาคู่สมรสก่อนการซื้อสินค้า ส่วนในด้านสินค้าและบริการและด้านราคาพบความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะผู้บริโภคทุกสถานภาพสมรสต่างมีความต้องการอาหารทะเลเหมือนกัน โดยไม่คำนึงถึงด้านสินค้าและบริการ และด้านราคาจึงส่งผลให้การเลือกซื้ออาหารทะเลไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่พบงานวิจัยใดที่ศึกษาเกี่ยวสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

4.3 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ซ้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร แตกต่างกัน

ด้านบุคลากร พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกันคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท กับ รายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท โดยรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้คาดหวังว่าพนักงานจะให้บริการด้วยความเอาใจใส่และมีความสนใจในความต้องการของผู้บริโภค พนักงานควรมีทักษะในการสื่อสารที่ดีเพื่อสร้างความรู้สึก

เป็นมิตรและเป็นกันเอง เนื่องจากพวกเขามีข้อจำกัดทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่าย ความเอาใจใส่ในการบริการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ในส่วนรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท กลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะมีความคาดหวังสูงขึ้นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เนื่องจากระดับรายได้ที่สูงกว่าทำให้พวกเขามีความสามารถในการเลือกใช้บริการจากร้านค้าที่หลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคในกลุ่มนี้คาดหวังว่าพนักงานจะมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ซึ่งรวมถึงการแนะนำเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสม โดยผู้บริโภคหวังว่าพนักงานจะสามารถเสนอแนะตัวเลือกที่ดีที่สุดตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งไม่แตกต่างจากงานวิจัยของกัญญ์ชัญรัศศ์ อรุณรัตน์ (2565) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่ชลบุรี พบว่าผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่ชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่ชลบุรีจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ร้านคาเฟ่ควรสร้างสรรค์เมนูอาหาร ขนม และเครื่องดื่มที่มีรสชาติดี เนื่องจากคุณภาพคุณภาพของรสชาติเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำ และเมนูควรมีความหลากหลายและสร้างสรรค์น่ารับประทาน

2. พนักงานควรให้บริการด้วยความเต็มใจ และยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ พนักงานควรมีความรู้และสามารถแนะนำเมนูขนมและเครื่องดื่มได้

3. ร้านคาเฟ่ควรจัดให้มีช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและมีความรวดเร็วในการบริการลูกค้า

4. ร้านคาเฟ่ควรจัดพื้นที่ให้มีโต๊ะ เก้าอี้ และที่นั่งเพียงพอ รวมถึงการดูแลรักษาความสะอาดของร้านอยู่เสมอ โดยไม่ควรมีกลิ่นไม่พึงประสงค์

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้นหากมีการทำวิจัยครั้งต่อไปเพื่อหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านบุคลากร จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้แนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมากขึ้น

2. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ด้านภายนอก เช่น สถานการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้า เศรษฐกิจ สังคม และวัตนธรรม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัญญ์ชัญรัศศ์ อรุณรัตน์. (2565). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่ชลบุรี.** [Online]. Available: https://tdc.thailis.or.th/tdc/dccheck.php?Int_code. [2567, ตุลาคม 22].

จตุพัฒน์ บุตรอาคา (2557). **การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกระบวนการตัดสินใจสมัครใช้บริการ ฟิตเนส เซ็นเตอร์**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชวลิต โรจนประภายนต์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดชัย จังหวัดสมุทรสาคร. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12**(27). 134-144.

ชวลิต โรจนประภายนต์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัยจังหวัดสมุทรสาคร. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 27**(12), 8.

ธันยพร กวีบริบูรณ์. (2561). **ลักษณะประชากร แรงจูงใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซในเขตกรุงเทพมหานคร.** [Online]. Available: https://digital.car.chula.ac.th/cgi. [2567, พฤศจิกายน 11].

นาทบดี อริยศิริชาติ. (2566). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้านคาเฟ่อเมซอน ในเขตกรุงเทพมหานคร**. [Online]. Available: https://NartbodAriyasirichart.pdf. [2567, ตุลาคม 21].

ใบเฟิร์น แก้วจำปาสี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. **วารสารการบริหารและการจัดการ, 3**(7), 5.

พชร พรชัยกิจโกศล. (2566). **การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในช่องทางดิจิทัลที่มีผลต่อเจเนอเรชันวายในการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจคาเฟ่สไตล์มินิมอล ในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. [Online]. Available: http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/78878. [2567, ตุลาคม 21].

พชิยุตม์ ภู่ไพบูลย์. (2566**). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ทีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านสะดวกซักในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. [Online]. Available: https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:173743. [2567, ตุลาคม 22].

ภัทรียา รัชฎาวรรณ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านกาแฟพิเศษของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร.** [Online]. Available: https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2023/TU.pdf

รัฐพร ชัยเศรษฐศิริ. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าเพื่อสุขภาพสำหรับคนวัยกลางคน. **วารสารบริหารธุรกิจ, 5**(29), 19.

ศศิกานต์ แป้นประสิทธิ์ และคณะ. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคร้าน มองช้างคาเฟ่. **วารสารมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2**(13), 12.

สุนิษฐา เศรษฐีธร. (2562). **ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย**. [Online]. Available: https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/Rep_Cafe_ [2567, มิถุนายน 25].

สุธาวีร์ เหลืองสินศิริ. (2564). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี.** การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก. [2567, พฤศจิกายน 19]

สำนักงานสถิติจังหวัดกำแพงเพชร. (4 สิงหาคม 2566). [Online]. Available: https://kpphet.nso.go.th/statistical-information-service. [2567, พฤศจิกายน 26].

Money Buffalo. (2022). **ทำไม “กาแฟ” ถึงกลายเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมของโลกได้**. [Online]. Available: https://www.moneybuffalo.in.th/history/. [2024, November 25].

ความพึงพอใจการเข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว

ปรีชญา รุ่งวิกรัยกานต์ [1]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการเพิ่มรายได้ของประชาชนในชุมชนระดับรากหญ้า ชาวบ้านตำบลเบญจขกร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวบ้านตำบลเบญจขกร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้วที่เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก จำนวน 44 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว จำนวน 44 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มอายุ 35 - 49 ปี อาชีพเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการอิสระ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมของกิจกรรมของโครงการในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการอำนวยความสะดวกประสานงาน และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การสนับสนุนด้านการฝึกอาชีพหรือพัฒนาทักษะที่ได้รับจากโครงการฯ และด้านรูปแบบการจัดงานและกิจกรรม ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีความสำเร็จสูงในการสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการในชุมชน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ / คุณภาพชีวิต / ยกระดับรายได้

[1] อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทความวิจัย

Satisfaction with Participation in the Project to Enhance Quality of Life and Increase Income for Grassroots Communities in Bancha Khon Subdistrict, Khlong Hat District, Sa Kaeo Province

Preechaya Rungeikrikarn [1]

ABSTRACT

This study aimed to evaluate the satisfaction of participants regarding the project aimed at improving the quality of life and increasing income in grassroots communities in Benjakajorn Subdistrict, Khlong Hat District, Sa Kaeo Province. Data were collected from a sample of 44 local residents. The research instrument was a questionnaire. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The research results found that Participants in the project to improve the quality of life and income for people in the grassroots community, Benjakajorn Subdistrict, Khlong Hat District, Sa Kaeo Province, totaling 44 people. Most are female, between 35-49 years old, and are business owners or independent entrepreneurs. The respondents were most satisfied with the overall picture of the project's activities. Next is facilitation and coordination. and service of officials, Support for vocational training or skill development received from the project and the format of organizing events and activities, respectively. This shows that the project is highly successful in satisfying and meeting the needs of project participants in the community.

Keywords: Satisfaction / Quality of Life / Increase Income

[1] Lecturer, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศไทยในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนตามเป้าหมายขององค์การสหประชาชาติ โดยรัฐบาลได้เชื่อมโยงเป้าหมายดังกล่าวเข้ากับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) และยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ 20 ปี ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายหลักในการยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชน แก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างการผลิตภาคเกษตร เสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร พัฒนาโภชนาการและความปลอดภัยด้านอาหาร สอดคล้องกับพระปณิธานของสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร รัชกาลที่ 10 ที่ทรงมุ่งมั่นสานต่อโครงการในพระราชดำริของพระราชบิดาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์นี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันการศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งองค์ความรู้และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 7 มีพันธกิจสำคัญในการเสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดินและการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพมาตรฐานมหาวิทยาลัยราชภัฏสู่ความเป็นเลิศ โดยในการดำเนินงานตามพันธกิจดังกล่าว มหาวิทยาลัยได้จัดทำโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาด้านการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกมันแครอททั้งชนิดสีม่วงและสีส้ม แต่ประสบปัญหาผลผลิตตกเกรดจำนวนมากที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ มหาวิทยาลัยจึงได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยในปี 2566 ได้ผลักดันให้เกิดการจดทะเบียนจัดตั้ง “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกและแปรรูปมันเทศตำบลเบญจขร” ขึ้น พร้อมทั้งส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตตกเกรดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มภายใต้แบรนด์ของกลุ่มวิสาหกิจ โดยเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน สามารถเก็บรักษาได้นาน และชุมชนสามารถผลิตได้เองจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ “ขนมมันหนึบเบญจขร” และ “กะหรี่ปั๊บมันม่วง” ที่ช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน การดำเนินโครงการดังกล่าวมีเป้าหมายให้คนในชุมชนสามารถบริหารจัดการชีวิตตนเองได้อย่างสมดุลและเหมาะสม ดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน พัฒนาสิ่งแวดล้อมและการจัดการชุมชนตามแนวทางการพัฒนาสังคม

การศึกษาในครั้งนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการสำหรับการสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินโครงการ รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน โดยข้อมูลที่ได้จากการประเมินจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินโครงการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นแนวทางใน

การขยายผลไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนพัฒนาโครงการในระยะต่อไป ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม การบริหารจัดการ และการติดตามประเมินผล เพื่อให้การดำเนินโครงการสามารถบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนฐานรากได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว

2. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจและการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการได้รับสิ่งที่คาดหวังหรือความต้องการ จากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกตัวบุคคล อาจมาจากการทำงาน การใช้ชีวิตในสังคม หรือแม้กระทั่งความสัมพันธ์ส่วนบุคคล เมื่อความพึงพอใจเกิดขึ้น ก็จะส่งผลต่อพฤติกรรม และการตัดสินใจของบุคคลนั้น ๆ การวัดความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการประเมินผลการทำงานหรือความสุขในการดำเนินชีวิต (กรมการพัฒนาชุมชน, 2564)

องค์ประกอบของความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน โดยส่วนใหญ่แล้วความพึงพอใจจะประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก ๆ เช่น ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง เช่น งาน การศึกษา หรือแม้แต่ความสัมพันธ์ จากนั้นจะเกิดการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ หากผลลัพธ์ที่ได้รับตรงตามหรือเกินกว่าความคาดหวัง บุคคลนั้นจะรู้สึกพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม หากสิ่งที่ได้รับไม่ตรงตามความคาดหวัง ความพึงพอใจจะลดลง การประเมินผลลัพธ์เหล่านี้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจในการกระทำหรือการเปลี่ยนแปลงบางอย่าง (World Health Organization, n.d.)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานหรือการดำเนินชีวิตมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความปลอดภัยในที่ทำงาน ค่าตอบแทนที่เหมาะสม และโอกาสในการพัฒนาตนเอง ทั้งนี้สภาพแวดล้อมที่ดี เช่น การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานและการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ก็ช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้สูงขึ้น (Dusit Poll, 2021) ในขณะเดียวกัน ปัจจัยภายใน เช่น ทัศนคติของบุคคล ความคาดหวังส่วนตัว หรือการมองโลกในแง่บวก ก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดระดับความพึงพอใจของแต่ละคน หากบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อชีวิตและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดีก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตสูงขึ้น ความพึงพอใจในงานหรือในชีวิตทั่วไปจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานและความสุขโดยรวม ดังนั้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อความพึงพอใจในทุกด้าน ไม่ว่า

จะเป็นการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี การให้ความสำคัญกับสุขภาพจิต หรือการให้โอกาสในการพัฒนา จะช่วยให้บุคคลสามารถทำงานได้ดีขึ้นและมีชีวิตที่มีความสุขมากขึ้น การพัฒนาความพึงพอใจในระดับบุคคลหรือองค์กรนั้นจำเป็นต้องเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและสามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ (พัฒนา พรหมณี และคณะ, 2563)

แนวคิดการประเมินโครงการผ่านความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วม

การประเมินโครงการเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการวัดผลการดำเนินงานและผลกระทบจากการดำเนินโครงการ การประเมินผลนั้นมีหลายแนวทาง ซึ่งหนึ่งในแนวทางที่ได้รับความนิยม คือ การประเมินผลจากความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วม ซึ่งมักจะใช้ในการประเมินความสำเร็จของโครงการทั้งในด้านผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นและกระบวนการที่ดำเนินไปในระหว่างโครงการ แนวคิดนี้มุ่งเน้นไปที่การรับรู้ของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ เช่น ผู้รับบริการ ผู้เข้าร่วมโครงการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ซึ่งการประเมินในลักษณะนี้ช่วยให้สามารถประเมินได้อย่างมีประสิทธิภาพถึงความสำเร็จและจุดอ่อนของโครงการ (ศุภามณ จันทร์สกุล, 2557) การศึกษาการประเมินผลผ่านความพึงพอใจสามารถทำได้ทั้งในระหว่างและหลังการดำเนินโครงการ โดยการประเมินในระยะแรกหรือแบบ formative evaluation มักจะมุ่งเน้นที่การสะท้อนความคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมเพื่อปรับปรุงกระบวนการของโครงการให้ดีขึ้น ส่วนการประเมินในระยะสุดท้ายหรือ summative evaluation จะมุ่งเน้นที่การประเมินผลสุดท้ายของโครงการ รวมถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินโครงการ เช่น ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการหรือการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการเสนอ การประเมินในลักษณะนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงข้อดีและข้อจำกัดของโครงการที่ยังไม่เห็นในช่วงต้นของการดำเนินการได้อย่างชัดเจนทฤษฎีการประเมินความพึงพอใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสาวคนธ์ เชื้อผู้ดี และพัชรา วงศ์แสงเทียน (2563) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการบริหารจัดการชุมชนพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสมาชิกชุมชนบ่อตอง จังหวัดพิษณุโลก มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน และใช้แบบสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูล ผลลัพธ์แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจโดยรวมสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาทางสังคม ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันไปตามอายุ การศึกษาและรายได้ แต่ไม่ขึ้นอยู่กับเพศ

สุพรรณิการ์ เรืองศรี และกิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์ (2564) ได้ทำการศึกษาประเมินโครงการพัฒนาชุมชนในพื้นที่สูงของเชียงใหม่โดยใช้แบบจำลอง CIPPIEST โดยผสมผสานวิธีการกับกลุ่มตัวอย่างของคนงานพันธมิตร และผู้เข้าร่วม ผลลัพธ์แสดงให้เห็นถึงคะแนนการอนุมัติที่สูงในส่วนใหญ่ พร้อมด้วยข้อเสนอแนะสำหรับการมีส่วนร่วมที่เพิ่มมากขึ้นจากทุกภาคส่วน ผลการประเมินโดยรวมแสดงให้เห็นระดับสูงใน 8 ด้านของโมเดล CIPPIEST ผู้ปฏิบัติงานและผู้เข้าร่วมโครงการให้คะแนนโครงการนี้ในระดับสูง ในขณะที่พันธมิตรเครือข่ายให้คะแนนในระดับปานกลาง

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยตระหนักว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจและการใช้ชีวิตของมนุษย์ เกิดจากการได้รับความต้องการหรือความปรารถนาตามที่คาดหวัง โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและภายนอก เช่น การทำงาน ชีวิตทางสังคม และความสัมพันธ์ส่วนตัว ความพึงพอใจส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจ ดังนั้นการวัดความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินผลงานและความสุขโดยรวม องค์ประกอบต่างๆ มีส่วนทำให้เกิดความพึงพอใจโดยรวม เช่น ความคาดหวังและการเปรียบเทียบระหว่างผลลัพธ์ที่ต้องการกับผลลัพธ์ที่ได้รับ ปัจจัยภายใน เช่น ทัศนคติ และปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงาน ล้วนกำหนดระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานและความสุขในชีวิต การประเมินโครงการโดยอิงตามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการจะประเมินความสำเร็จและจุดอ่อนของโครงการผ่านทางข้อเสนอแนะระหว่างและหลังการดำเนินการ การศึกษาแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจแตกต่างกันไปตามข้อมูลประชากรและประสิทธิผลของโครงการ โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับปรุงและการมีส่วนร่วมของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว จำนวน 44 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย ข้อคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยประเด็นคำถาม เพศ อายุ และอาชีพ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเก็บรวมรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยแจกแบบสอบถามให้กับผู้เข้าร่วมโครงการฯ ในวันที่ 21 เมษายน 2567

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาถอดรหัส และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล สาระสำคัญตามแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ ซึ่งเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามเทคนิคการวัดทัศนคติของ ลิเกิร์ต (Likert) ซึ่งเป็นการกำหนดน้ำหนักคะแนนการตอบของแต่ละตัวเลือก ได้แก่ 5 (พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด) 4 (พึงพอใจอยู่ในระดับมาก) 3 (พึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง) 2 (พึงพอใจอยู่ในระดับน้อย) และ 1 (พึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) โดยวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด
ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก
ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง
ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย
ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโครงการฯ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

ผลการประเมินความพึงพอใจโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับชุมชนฐานราก สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 44)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
เพศ		
ชาย	20	45.5
หญิง	24	54.5
อายุ		
20–34 ปี	7	15.9
35–49 ปี	24	54.5
50–64 ปี	5	11.4
65 ปีขึ้นไป	8	18.2
อาชีพ		
ลูกจ้างในภาครัฐหรือเอกชน	2	4.5
เกษตรกร/ประมง	14	31.8
เจ้าของธุรกิจ/ผู้ประกอบอาชีพอิสระ	16	36.4
ผู้ว่างงาน/เกษียณอายุ	12	27.3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 44 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และเพศชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีอายุระหว่าง 35–49 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 กลุ่มอายุ 20–34 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 กลุ่มอายุ 50–64 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ ด้านอาชีพพบว่ากลุ่มเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบอาชีพอิสระมีจำนวนมากที่สุด คือ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือกลุ่มเกษตรกรหรือประมง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 กลุ่มผู้ว่างงานหรือเกษียณอายุ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และกลุ่มลูกจ้างในภาครัฐหรือเอกชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว

คณะผู้วิจัยศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับชุมชนฐานราก โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ (n = 44)

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ท่านพึงพอใจกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในโครงการฯ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนมากน้อยเพียงใด	4.33	0.866	มากที่สุด
ท่านคิดว่าโครงการฯ นี้สามารถช่วยเพิ่มรายได้หรือสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับครอบครัวหรือชุมชนของท่านได้เพียงใด	4.27	0.854	มากที่สุด
ท่านมีความพึงพอใจกับการสนับสนุนด้านการฝึกอาชีพหรือพัฒนาทักษะที่ได้รับจากโครงการฯ มากน้อยเพียงใด	4.38	0.876	มากที่สุด
ท่านคิดว่าการอำนวยความสะดวก ประสานงาน และการให้บริการของเจ้าหน้าที่เหมาะสมหรือไม่	4.39	0.878	มากที่สุด
ท่านคิดว่ารูปแบบการจัดงานและกิจกรรมมีความเหมาะสมหรือไม่	4.38	0.876	มากที่สุด
ท่านคิดว่าวันและระยะเวลาในการจัดโครงการมีความเหมาะสมหรือไม่	4.34	0.868	มากที่สุด
ท่านมีความพึงพอใจในภาพรวมของกิจกรรมโครงการนี้มากน้อยเพียงใด	4.57	0.914	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีระดับความพึงพอใจในทุกข้อคำถามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในภาพรวมของกิจกรรมโครงการนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา คิดว่าการอำนวยความสะดวก การประสานงาน และการให้บริการของเจ้าหน้าที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีความพึงพอใจกับการสนับสนุนด้านการฝึกอาชีพหรือพัฒนาทักษะที่ได้รับจากโครงการฯ (ค่าเฉลี่ย 4.38) คิดว่ารูปแบบการจัดงานและกิจกรรมมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.38) คิดว่าวันและระยะเวลาในการจัดโครงการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.34) พึงพอใจกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในโครงการฯ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และคิดว่าโครงการฯ นี้สามารถช่วยเพิ่มรายได้หรือสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับครอบครัวหรือชุมชนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมโครงการฯ

ความคิดเห็นเชิงบวกจากชาวบ้านที่เข้าร่วมอบรมในโครงการสะท้อนให้เห็นถึงความประทับใจในหลายด้าน ทั้งการได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์ เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบในชุมชน ซึ่งสามารถนำไปสร้างรายได้จริง รวมถึงการเปิดมุมมองใหม่ ๆ ในการพัฒนาทักษะและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านหลายคนชื่นชมวิทยากรที่ให้คำแนะนำได้เข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติได้จริง อีกทั้งยังขอบคุณโอกาสที่โครงการมอบให้เพื่อพัฒนาฝีมือและเพิ่มศักยภาพในอาชีพ ความใส่ใจของทีมงานที่ดูแลอย่างดีและการจัดการที่เป็นระเบียบ

ทำให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกประทับใจและมองว่าโครงการนี้มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนาชุมชนและชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขา แสดงตัวอย่างข้อความที่ได้รับจากแบบประเมินความพึงพอใจ ดังนี้

"ดีมากเลยค่ะ ได้เรียนรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ไม่เคยรู้มาก่อน สามารถนำไปใช้สร้างรายได้ให้ครอบครัวได้จริง ๆ"

"วิทยากรให้ความรู้และอธิบายได้เข้าใจง่ายมากค่ะ ทำให้รู้สึกมั่นใจที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจของตัวเอง"

"ขอบคุณที่จัดโครงการนี้นะครับ ช่วยเปิดมุมมองใหม่ ๆ และให้โอกาสพวกเราได้พัฒนาฝีมือ"

"อบรมครั้งนี้ทำให้รู้ว่าของที่เรามองว่าไม่มีค่า เช่น มันเทศตกเกรด สามารถนำมาแปรรูปได้หลากหลายและสร้างรายได้ได้จริง"

"เจ้าหน้าที่ดูแลดีมากค่ะ อำนวยความสะดวกตั้งแต่ต้นจนจบ"

"โครงการจัดเป็นระเบียบ เข้าใจง่าย มีเอกสารให้ครบถ้วน"

"การอบรมเรื่องการตลาดออนไลน์น่าจะมีตัวอย่างปฏิบัติให้มากขึ้นค่ะ จะได้เห็นภาพชัดเจน"

"เวลาที่จัดอบรมอาจจะนานเกินไปหน่อยค่ะ ถ้าปรับให้กระชับขึ้นในบางส่วนก็น่าจะดี"

"อยากให้มีทางเลือกสำหรับคนที่ติดงานในช่วงเช้า ให้สามารถเข้าอบรมได้ในช่วงบ่ายหรือวันเสาร์-อาทิตย์"

"ควรเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้มาเรียนรู้ด้วย เพราะจะช่วยสร้างทักษะที่มีประโยชน์ตั้งแต่เนิ่น ๆ"

"ถ้ามีโครงการสำหรับผู้สูงอายุเพิ่มเติมก็น่าจะดีค่ะ หลายคนในชุมชนอยากเข้าร่วมแต่กลัวตามไม่ทัน"

"ห้องอบรมค่อนข้างเล็กไปหน่อยค่ะ ถ้ารับคนเยอะกว่านี้ควรหาสถานที่ที่ใหญ่กว่านี้"

"อยากให้ช่วยสนับสนุนอุปกรณ์เบื้องต้นสำหรับเริ่มต้นธุรกิจ เช่น เครื่องมือแปรรูปง่าย ๆ"

"บางอย่างที่สอนในโครงการต้องใช้อุปกรณ์ที่ราคาสูง ถ้าช่วยแนะนำรุ่นที่ราคาถูกกว่านี้ก็จะดีค่ะ"

"อยากให้โครงการช่วยเรื่องการหาตลาดเพิ่ม ไม่ใช่แค่สอนการทำผลิตภัณฑ์อย่างเดียวค่ะ"

"ถ้าช่วยติดต่อร้านค้าหรือแนะนำช่องทางขายในพื้นที่เมืองใหญ่ จะทำให้พวกเราได้โอกาสเพิ่มรายได้มากขึ้น"

อภิปรายผลการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้แสดงบทบาทในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยดำเนินพันธกิจตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 7 ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในหลากหลายมิติ กรณีศึกษาโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว เป็นตัวอย่างเด่นที่สะท้อนถึงความสำเร็จในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เช่น การแปรรูปมันเทศตกเกรดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ใหม่ ได้แก่ “ขนมมันหนึบเบญจขร” และ “กะหรี่ปั๊บมันม่วง” ซึ่งตอบสนองต่อเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศด้านเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy)

การดำเนินการดังกล่าวยังแสดงถึงการประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้และส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่อย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจจากโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตในตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว สะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่โดดเด่นในมิติของการส่งเสริมศักยภาพชุมชน โดยเฉพาะในแง่ของการสร้างความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย โครงการได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้หญิงซึ่งมีสัดส่วนสูงกว่าผู้ชาย (ร้อยละ 54.5) สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของเพศหญิงในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน การเข้าร่วมของกลุ่มวัยกลางคน (35–49 ปี) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 54.5 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมของโครงการที่เน้นการพัฒนาทักษะเพื่อเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจในช่วงวัยทำงาน ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยภพ ห้งเขียบ และคณะ (2566) ที่ระบุว่าการพัฒนาโครงการควรเน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่สามารถนำความรู้ไปต่อยอดและขยายผลในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจหรืออาชีพอิสระและกลุ่มเกษตรกรมีส่วนร่วมสูงสุด ซึ่งตอกย้ำถึงความสำคัญของโครงการที่มุ่งเน้นการสนับสนุนอาชีพพื้นฐานที่เป็นหัวใจของเศรษฐกิจชุมชน

ผลการประเมินความพึงพอใจ พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีระดับความพึงพอใจในทุกข้อคำถามในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในภาพรวมของกิจกรรมโครงการนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.57) ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการเฉพาะของชุมชน (สุพิชชา โตวิวิช และคณะ, 2564) รองลงมา ผู้เข้าร่วมโครงการพึงพอใจกับการอำนวยความสะดวก การประสานงาน และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 4.39) การสนับสนุนด้านการฝึกอาชีพหรือพัฒนาทักษะที่ได้รับจากโครงการฯ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รูปแบบการจัดงานและกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.38) ระยะเวลาในการจัดโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) กิจกรรมที่จัดขึ้นในโครงการฯ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และคิดว่าโครงการฯ นี้สามารถช่วยเพิ่มรายได้หรือสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับครอบครัวหรือชุมชนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tovivich et al. (2022) ที่ชี้ว่าการส่งเสริมธุรกิจในชุมชนต้องอาศัยนวัตกรรมและการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น ชี้ให้เห็นถึงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินโครงการกับการประเมินโครงการอื่น ๆ พบว่าหลักการบริหารจัดการและการออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการ เช่น งานวิจัยของ รมย์ พะโยม (2557) ซึ่งพบว่าการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และการจัดการโครงการที่เน้นการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มสามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเห็นได้ชัดเจนว่าความใส่ใจในรายละเอียดของกิจกรรม เช่น การใช้วิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ และการจัดการที่เป็นระบบ มีผลต่อระดับความพึงพอใจในโครงการอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับผลการประเมินในงานวิจัยของ ทวิช แจ่มจำรัส (2566) ที่ระบุว่าการบริหารจัดการโครงการในรูปแบบที่มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่องสามารถเสริมสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนของโครงการในระยะยาว

โดยสรุป โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตตำบลเบญจขรเป็นตัวอย่างที่ดีของการบูรณาการทรัพยากรจากชุมชน มหาวิทยาลัย และภาครัฐในการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและการพัฒนาศักยภาพชุมชน ความสำเร็จของโครงการนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนทรัพยากรที่เหมาะสมกับความต้องการของชุมชน นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงบทบาทของการติดตามและประเมินผลที่ช่วยให้โครงการสามารถปรับปรุงและขยายผลได้อย่างยั่งยืน (อัญชิสา หัดจุมพล และเฉลิมขวัญ สิงห์วี, 2567) ผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงให้เห็นว่าโครงการดังกล่าวมีศักยภาพในการสร้างผลกระทบเชิงบวกทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสามารถนำไปเป็นกรณีศึกษาในการพัฒนาโครงการอื่น ๆ ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ความพึงพอใจในภาพรวมของกิจกรรมโครงการอยู่ในระดับมากที่สุด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลและมหาวิทยาลัย สามารถนำผลการวิจัยไปขยายผลโครงการในพื้นที่อื่นที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตในระดับชุมชนฐานราก

2. ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากโครงการควรได้รับการสนับสนุนให้เข้าสู่ตลาดในระดับที่กว้างขึ้น เช่น การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์หรือเครือข่ายร้านค้าชุมชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในอนาคตควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เยาวชนและผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาผลกระทบของโครงการต่อกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการ เช่น การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกหรือบทบาทของผู้นำชุมชน

3. เสนอให้วิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เช่น การสร้างความยั่งยืนด้านวัตถุดิบและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน. (2564). **แผนพัฒนาชุมชน.** กระทรวงมหาดไทย. [Online]. Available: https://district.cdd.go.th/kochan/wp-content/uploads/sites/111/2021/05/แผนชุมชน.pdf

ไชยภพ ห้งเขียบ และคณะ. (2566). การประเมินโครงการปลูกฝังต้นกล้าคุณธรรม โรงเรียนเกาะสมุย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุราษฎร์ธานี ชุมพร. **วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 2**(2), 29-38.

ทวิช แจ่มจำรัส. (2566). การประเมินโครงการการจัดการชั้นเรียนตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนโรงเรียนบ้านหมี่วิทยา จังหวัดลพบุรี. **วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 8**(4), 64-78.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิจัยการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัฒนา พรหมณี, ยุพินพิทยาวัฒนชัย, และ จีระศักดิ์ ทัพผา. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 26**(1), 1-20. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/apheit-ss/article/view/241557/164592

รมย์ พะโยม. (2557). การประเมินโครงการการพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 2. **The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal, 20**(3), 7-19.

ศุภามณ จันทร์สกุล. (2557). ยุคสมัยของการประเมินผลและแนวคิดทฤษฎีของนักประเมิน. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 8**(1), 79-95.

สุพรรณิการ์ เรืองศรี, และ กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์. (2564). การประเมินผลโครงการพัฒนาสังคมชุมชนบนพื้นที่สูงตามแนวพระราชดำริในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. **วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, 29**(1), 251-293.

สุพิชชา โตวิวิช, ชินศักดิ์ ตันดิกุล, อดิศร ศรีเสาวนันท์, และ ปาริฉัตร พรมสวัสดิ์. (2564). การศึกษาเพื่อการออกแบบและประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจตลาดชุมชนภายใต้โครงการ “ตลาดต้องชม: คลองบางหลวง”. **Journal of Architectural/Planning Research and Studies (JARS), 18**(2), 139-154.

เสาวคนธ์ เชื้อผู้ดี, และ พัชรา วงศ์แสงเทียน. (2563). ความพึงพอใจในการบริหารจัดการชุมชนแบบพึ่งตนเองตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสมาชิกในชุมชนบ่อทอง ตำบลบ่อทอง อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก. **วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 2**(1), 1-13.

อัญชิสา หัดจุมพล, เฉลิมขวัญ สิงห์วี. (2567). การมีส่วนร่วมในชุมชน ความพึงพอใจต่อที่อยู่อาศัย และคุณภาพชีวิตของหัวหน้าครัวเรือนในโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลองลาดพร้าว เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. **วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์, 7**(5), 72-86.

Dusit Poll. (2021). **การสำรวจความพึงพอใจในงาน [Survey on job satisfaction].** Dusit University. [Online]. Available: https://dusitpoll.dusit.ac.th/KB/2021/601/[2024, December 20].

Tovivich et al. (2022). The evaluation of contemporary art installation for Bangkok flower market revitalization: case study “form of feeling @ flower market”. **Journal of environmental design, 9**(2), 3-25.

World Health Organization. (n.d.). **Quality of life and health promotion.** World Health Organization. [Online]. Available: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/health-promotion

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก

สายใจ ต๋าคำ [1]
ปรินดา รุ่งหมี [2]
วาสนา จรูญศรีโชติกำจร [3]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จำนวน 80 แห่ง เครื่องมือคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สัมประสิทธิ์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบ พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์โดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 5 ด้าน โดยค่าเฉลี่ยของการบริหารใกล้เคียงกันตามลำดับดังนี้ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ และด้านแรงงานสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านการสรรหาและคัดเลือก ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตที่มีประเภทการผลิตแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถสรุปได้ว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ 0.014 ด้านแรงงานสัมพันธ์

[1] หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
[2-3] หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิชาเอกการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน 0.032 มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต และด้านแรงงานสัมพันธ์ 0.001 มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต อีกทั้งด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ 0.025 ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน 0.033 มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านสร้างความแตกต่างของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต และด้านความปลอดภัยและสุขภาพ 0.034 มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็วของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ / ความได้เปรียบทางการแข่งขัน / อุตสาหกรรมการผลิต / เขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ

Human Resource Management Strategic that Affects to the Competitive Advantage of the Manufacturing Factories in the Special Economic Zone, Tak Province

Saijai Thakam [1]
Parinda Rungmee [2]
Wadsana Charrunsrichotikomjorn [3]

ABSTRACT

This research has the aims as 1) to study the human resource management strategic that affects to the competitive advantage of the manufacturing factories in the special economic zone, Tak Province, and 2) to study the relationship between human resource management strategic and the competitive advantage of manufacturing factories. The sample consisted of 80 manufacturing industry entrepreneurs in the same area. The research instrument used was a questionnaire. The statistical tools included frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way analysis of variance, and multiple regression correlation coefficient analysis. The comparative results found that the entrepreneurs had the highest overall opinion of human resource management strategic in their industries. When considering each aspect, they were at the highest level in 5 aspects with similar average in order as performance evaluation, compensation and benefits, safety and health, human resource planning, and labor relations. There were two aspects at a high level as recruitment and selection, and human resource development. Regarding to the competitive advantage, both overall and specific aspects were at the highest level. The entrepreneurs from different

[1] Bachelor of Business Administration Program in General Management, Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot.

[2-3] Bachelor of Business Administration Program in Business Administration, Major in International Business Management, Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot.

ABSTRACT

types of production manufacturing had different opinions on competitive advantage at a statistical level of 0.05 significantly. The analysis of the relationship between human resource management strategic and competitive advantage can be concluded that the human resource management strategic in terms of safety and health (0.014), labor relations (0.017), and performance evaluation (0.032) influenced the overall competitive advantage of manufacturing industries. The labor relations (0.001) affected the competitive advantage in terms of cost efficiency. The compensation and benefits (0.025), and performance evaluation (0.033) impacted competitive advantage in terms of differentiation. The safety and health (0.034) influenced competitive advantage in terms of rapid response to customer needs.

Keywords: Human Resource Management Strategic / Competitive Advantage / Manufacturing Industry / Special Economic Zone

บทนำ

ในโลกปัจจุบันการดำรงชีวิตของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมเป็นอย่างมาก ซึ่งเห็นได้ชัดจากสถานการณ์ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมานั้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นเข้ามามีอิทธิพลในบทบาทหน้าที่การงานและคุณภาพในการทำงานมากขึ้น การทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เพราะว่าการทำงานเป็นแหล่งที่มาของรายได้อันจะนำมาซึ่งอาหารสินค้าและบริการ ที่มนุษย์ใช้เป็นปัจจัยหลักสำคัญในการดำรงชีวิตในโลกปัจจุบัน ฉะนั้นการบริหารองค์กรในยุคปัจจุบันการบริหารที่ต้องมีกลยุทธ์ในการบริหารที่ต้องคิดไปข้างหน้า ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ยิ่งทำให้ผู้บริหารจำเป็นต้องคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงและปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ แล้วจะต้องบริหารเพื่อแก้ไขปัญหาให้ทันต่อสถานการณ์ เพื่อเตรียมองค์กรให้พร้อมกับอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้นและสร้างความเข้มแข็งขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและอยู่รอดและยั่งยืน ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จึงเป็นความสำคัญในลำดับต้น ๆ ที่ผู้บริหารนั้นต้องให้ความสำคัญเพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่สำคัญและปัจจัยแรกที่ขับเคลื่อนองค์กร อีกทั้งกลยุทธ์เป็นสิ่งที่องค์กรจำเป็นต้องมีเพื่อที่จะได้ปรับตัวและแก้ไขปัญหาที่ให้ทันต่อสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จะเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายเพราะบุคลากรในองค์กรจึงถือเป็นทรัพยากรที่มีค่าต่อองค์กร

ซึ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ เป็นกลไกหลักสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย โดยอาศัยระบบการดำเนินงานด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และเป็นการผสมผสานเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางกลยุทธ์ขององค์กรในรูปแบบของแผนกิจกรรม ประกอบด้วยการตัดสินใจการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทำให้องค์กรมีกำไรเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยส่งผลให้องค์กรเป็นที่รู้จักของสังคม พนักงานในองค์กรต้องมีความเข้าใจและยอมรับในวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อก่อให้เกิดแนวคิดที่จะปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ขององค์กรและมีความสามารถในการแก้ปัญหากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ความสมบูรณ์แบบของข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน อันจะทำให้เกิดการบริหารจัดการที่เหมาะสม โดยผู้บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ต้องมีความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์ การวางแผนพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถตรงตามกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้สามารถนำไปสู่การปฏิบัติและเกิดสัมฤทธิ์ผลได้ดีที่สุด (พระครูวิลาศกาญจนธรรมและพระสมุห์สิปปภาส อนันต์ยศหงส์ษา, 2565) อีกทั้งสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในการประกอบธุรกิจก็คือการแข่งขัน เมื่อมีการแข่งขันการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง แต่ปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างตลอดเวลา ดังนั้นการพัฒนาองค์กรต้องควบคู่กับการพัฒนาคน เนื่องจากหาทดแทนได้ยากและลอกเลียนแบบไม่ได้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการเรียนรู้และสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานในองค์กรเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีการแข่งขันที่สูงเหมือนกับเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก

เนื่องจากจังหวัดตากเป็นจังหวัดที่ติดกับประเทศเมียนมาร์ โดยมีแม่น้ำเมยเป็นเขตกั้นเชื่อมด้วยสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมาร์ ซึ่งติดกับเมืองเมียวดีเป็นเมืองชายแดนด้านตะวันออกของประเทศเมียนมาร์ ปัจจุบันผลจากการก่อตั้งสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้จังหวัดตากมีพื้นที่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ จึงทำให้มีนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาลงทุนในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก เป็นจำนวนมากทำให้มีธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย อุตสาหกรรมส่วนใหญ่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องแต่งกาย เกษตร และสิ่งทอ จึงเป็นผลให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลทำให้โรงงานกลุ่มอุตสาหกรรมหลายแห่ง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิต ในจังหวัดตากพยายามที่จะเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ขจรศักดิ์ มรดกคีรี, 2564) เนื่องจากการมีแนวโน้มภาวะการแข่งขันรุนแรงของผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่มากขึ้น จากการเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จึงมีความสำคัญต่อการได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก การศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการแสวงหาองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก และสามารถนำรูปแบบที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ให้สามารถแข่งขันได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก

2.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก

สมมติฐานการวิจัย

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก

วิธีการดำเนินการวิจัย

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก จำนวน 205 แห่ง เนื่องจากมีโรงงานที่เลิกกิจการและที่อยู่ไม่ตรงกับทำให้ได้เก็บแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาจำนวน 80 แห่ง

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.2 ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) และความเป็นปรนัย (Objective) และให้ข้อเสนอแนะ

2.3 นำแบบสอบถามที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่า IOC ≥ 0.6 ขึ้นไป พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 30 ซึ่งมิใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.83-0.93 และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ทำหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ในการขอความอนุเคราะห์ในการขอรายชื่อผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต จากสำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดตาก และทำหนังสือในการขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยถึงผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต

3.2 ดำเนินการแจกแบบสอบถามถึงผู้ประกอบโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต โดยผู้วิจัยได้ลงแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยกำหนดระยะเวลาเก็บแบบสอบถาม 1 วัน

4) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก ใช้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard

Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, หน้า 75)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก ที่มีประเภทของการผลิตสินค้า จำนวนพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยจองตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และเมื่อมีความแตกต่าง วิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

4.5 การทดสอบผลกระทบของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงอยู่ในรูปแบบสมการ

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-35 ปี ปริญญาตรี ระยะเวลาทำงาน 6-15 ปี ประเภทโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตส่วนใหญ่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตอื่น ๆ เช่น ผลิตไฟฟ้า ผลิตถุงพลาสติก พนักงานน้อยกว่า 50 คน ดำเนินกิจการ 6-10 ปี

2. ผลการศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์โดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตากอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 5 ด้าน โดยค่าเฉลี่ยของการบริหารใกล้เคียงกันตามลำดับดังนี้ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.64) ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.24, S.D. = 0.67) ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.24, S.D. = 0.57)

ด้านแรงงานสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.71) และด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.59) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.82) ด้านการสรรหาและคัดเลือก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.74) ซึ่งผลการวิจัยรายด้านพบว่า

1. ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.59) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีการวิเคราะห์งาน ทำให้ทราบว่ากำลังคนที่ต้องการนั้นมีคุณสมบัติอย่างไร เพื่อที่จะนำไปสรรหาและคัดเลือกบุคคลต่อไป อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ กิจการของท่านมีการเปรียบเทียบจำนวนบุคลากรที่ต้องการกับจำนวนพนักงานที่มีอยู่เพื่อเตรียมการล่วงหน้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.70)

2. ด้านการสรรหาและคัดเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.74) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านการสรรหาและคัดเลือก ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีการกำหนดตำแหน่งงานและคุณสมบัติที่ต้องการรับสมัครอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.36, S.D. = 0.57) รองลงมาคือ กิจการของท่านมีการพิจารณาผู้สมัครจากประวัติการทำงาน เพื่อการประกอบการตัดสินใจคัดเลือก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.88)

3. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.82) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีแผนการพัฒนาและมีการฝึกอบรมที่เป็นระบบให้แก่พนักงานที่รับเข้ามาและพนักงานที่มีอยู่ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.89) รองลงมาคือ กิจการของท่านมีการส่งเสริมให้พนักงานเข้ารับการพัฒนาและฝึกอบรมในหลักสูตรที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.21, S.D. = 0.88)

4. ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.24, S.D. = 0.57) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ที่สามารถกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการทำงานได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.30, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์มีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.23, S.D. = 0.66)

5. ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.24, S.D. = 0.67) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีการจัดสถานที่ในการทำงาน โดยยึดหลักความปลอดภัยของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ กิจการของท่านจัดให้มีอุปกรณ์ของใช้ต่าง ๆ เช่น เครื่องแต่งกายที่ช่วยเสริมสร้างความปลอดภัยได้อย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.36, S.D. = 0.72)

6. ด้านแรงงานสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.71) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านแรงงานสัมพันธ์ ลำดับแรก กิจการของท่านมีการกำหนดบทลงโทษของพนักงานไว้อย่างชัดเจนเมื่อพนักงานทำผิดระเบียบของกิจการ และกิจการของท่านมีวิธีการที่จะระงับข้อขัดแย้ง ในกิจการที่ใช้ต่อบุคคลในระดับต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.80) รองลงมาคือ เมื่อมีการรับเรื่องร้องทุกข์ กิจการของท่านมีการตรวจสอบหาข้อเท็จจริง มีการสอบวินัยที่เป็นธรรมและหาทางแก้ไขในเรื่องที่พนักงานร้องทุกข์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.70)

7. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.64) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งและสายงาน มีความยุติธรรม เที่ยงตรง โปร่งใส ตรวจสอบได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ คือ กิจการของท่านมีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.71)

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก มีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.54) ด้านสร้างความแตกต่าง ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.67) และด้านต้นทุน ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.65) ผลการวิจัยรายด้านพบว่า

1. ด้านต้นทุน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.65) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุน ลำดับแรกคือ กิจการของท่านสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ กิจการของท่านสามารถรักษาระดับต้นทุนของกิจการได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.23, S.D. = 0.72)

2. ด้านด้านสร้างความแตกต่าง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.67) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการมีความแตกต่างของสินค้าและบริการ ลำดับแรกคือ กิจการของท่านให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่าง และความประทับใจในการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.75) รองลงมาคือ การดำเนินหลักการของกิจการท่านทำให้ธุรกิจออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สร้างความแตกต่างทันสมัย และโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.81)

3. ด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.54) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว ลำดับแรกคือ กิจการของท่านมีการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ตรงตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.39, S.D. = 0.65) รองลงมาคือ การดำเนินหลักการของกิจการของท่านสามารถช่วยให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.36, S.D. = 0.66)

3. ผลการศึกษาการเปรียบเทียบการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก ที่มีประเภทของการผลิตสินค้า จำนวนพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน พบว่าผู้ประกอบการ

ของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตที่มีประเภทของการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ที่มีประเภทของการผลิตสินค้าแตกต่างกัน (ANOVA)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	23	36.354	1.581	1.839	0.033*
	ภายในกลุ่ม	56	48.133	0.860		
	รวม	79	84.488			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ด้านแรงงานสัมพันธ์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตและด้านแรงงานสัมพันธ์มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต อีกทั้งด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านสร้างความแตกต่างของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต และด้านความปลอดภัยและสุขภาพ มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็วของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามที่เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	0.552	0.243	2.272	0.026*
ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HP)	0.012	0.083	0.148	0.883
ด้านการสรรหาและคัดเลือก (NS)	0.059	0.061	0.964	0.338
ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HD)	0.045	0.077	0.577	0.566
ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ (CB)	0.178	0.095	1.876	0.065
ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ (SH)	0.234	0.093	2.512	0.014*
ด้านแรงงานสัมพันธ์ (LR)	0.165	0.068	2.440	0.017*
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (PA)	0.183	0.084	2.187	0.032*
R = 0.902a AdjR2 = 0.795 SEest = 0.25496 F = 44.848				

*นัยสำคัญทางทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามที่เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุน

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	0.397	0.351	1.131	0.262
ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HP)	0.035	0.120	0.289	0.774
ด้านการสรรหาและคัดเลือก (NS)	0.077	0.088	0.867	0.389
ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HD)	0.051	0.112	0.459	0.648
ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ (CB)	0.007	0.137	0.052	0.959
ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ (SH)	0.215	0.135	1.598	0.114
ด้านแรงงานสัมพันธ์ (LR)	0.352	0.098	3.603	0.001*
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (PA)	0.168	0.121	1.390	0.169
R = 0.842a AdjR2 = 0.680 SEest = 0.36851 F = 24.958				

*นัยสำคัญทางทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามที่เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านสร้างความแตกต่าง

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านสร้างความแตกต่าง		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	0.154	0.383	0.401	0.690
ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HP)	-0.019	0.131	-0.144	0.886
ด้านการสรรหาและคัดเลือก (NS)	0.060	0.096	0.622	0.536
ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HD)	0.058	0.122	0.477	0.634
ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ (CB)	0.342	0.150	2.287	0.025*
ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ (SH)	0.231	0.147	1.570	0.121
ด้านแรงงานสัมพันธ์ (LR)	0.001	0.107	0.007	0.995
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (PA)	0.288	0.132	2.180	0.033*
R = 0.821a AdjR2 = 0.642 SEest = 0.40224 F = 21.217				

*นัยสำคัญทางทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามที่เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	1.104	0.309	3.576	0.001*
ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HP)	0.021	0.105	0.199	0.843
ด้านการสรรหาและคัดเลือก (NS)	0.040	0.078	0.516	0.607
ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HD)	0.024	0.098	0.247	0.806
ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ (CB)	0.184	0.121	1.529	0.131
ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ (SH)	0.256	0.119	2.161	0.034*
ด้านแรงงานสัมพันธ์ (LR)	0.142	0.086	1.652	0.103
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (PA)	0.093	0.107	0.874	0.385
R = 0.818a AdjR2 = 0.637 SEest = 0.32436 F = 20.835				

*นัยสำคัญทางทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก พบว่า ผู้ประกอบการของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตที่มีประเภทของการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการที่ธุรกิจจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ เพื่อที่จะได้เจาะกลุ่มตลาดได้ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งแต่ละธุรกิจผู้ประกอบการจะมีการบริหารงานการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของธุรกิจ ดังนั้นการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตจึงขึ้นอยู่กับกลุ่มตลาดและการบริหารงานของผู้ประกอบการ รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ตลอดจนการนำกลยุทธ์ไปใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ จึงทำให้ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตที่มีการผลิตสินค้าต่างกันมีการบริหารงานที่แตกต่างกัน และทำให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตแต่ละแห่งแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ริญญาภัทร์ ปยุตวรเศรษฐ์ (2564, หน้า 51-53) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ในจังหวัดนครนายก พบว่า กลยุทธ์การดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ในจังหวัดนครนายก เพื่อความสามารถในการแข่งขัน พบว่าองค์ประกอบกลยุทธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ในจังหวัดนครนายก ส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการจัดการเทคโนโลยี ด้านการตลาด ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดการ ด้านการจัดซื้อและด้านการเงิน

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ด้านแรงงานสัมพันธ์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต

ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ เป็นพื้นฐานที่สำคัญของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตต้องมีการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อป้องกันและคุ้มครองพนักงานจากอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานได้ เช่น มีการอบรมซ้อมหนีไฟ มีอุปกรณ์เครื่องมือป้องกันระหว่างปฏิบัติงาน และมีการดูแลทั้งสุขภาพด้านร่างกายและสุขภาพด้านจิตใจของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้พนักงานมีความเชื่อมั่นและมั่นใจในการสร้างความปลอดภัยที่โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตมีให้ต่อพนักงาน ส่งผลให้พนักงานมีการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะนำไปสู่ความได้เปรียบต่อโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรัญช์รัศมิ์ แก้วจุนันท์ และ จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง (2563, หน้า 32) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความยั่งยืนของการก่อสร้างอาคารของผู้รับเหมาที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันพบว่า น้ำหนักความสำคัญของโครงสร้างปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความยั่งยืนของการก่อสร้างอาคารของผู้รับเหมา “ปัจจัยสุขภาพและความปลอดภัยในการก่อสร้าง” ได้ค่าน้ำหนักถดถอย 0.72 (24.32%) โดยใน

ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการก่อสร้างมีความสำคัญเนื่องจากเมื่อบุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี สุขภาพกายที่ดี สุขภาพจิตที่ดีก็จะตามมา สามารถทำงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพและถ้ามีการวางแผนความปลอดภัยที่ดีก็จะสามารถลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุที่ไม่คาดคิดได้มากขึ้น

ด้านแรงงานสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับพนักงานที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันในทางบวก ตั้งแต่การกำหนดการว่าจ้างตลอดจนการเลิกจ้างและการลาออก โดยมีการกำหนดระเบียบและข้อตกลง บทลงโทษ อีกทั้งเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถร้องทุกข์ แสดงความคิดเห็นและสามารถเจราต่อรองเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการและพนักงาน และยังเป็นการลดข้อขัดแย้งต่อกัน ลดการลาออกและรักษาพนักงาน หากโรงงานอุสาหกรรมการผลิตไม่ให้ความสำคัญในแรงงานสัมพันธ์ ส่งผลให้เกิดการขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการกับพนักงาน ซึ่งผลดังกล่าวจะทำให้ธุรกิจเกิดปัญหาการลาออกและสูญเสียความได้เปรียบในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันเพ็ญ วรรณกูล, กฤช จรินโท และลัดดาวัลย์ ฤทธ์สมบูรณ์ (2564, หน้า 41) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่งในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่า จากสมมติฐานพนักงานในแผนกที่แตกต่างกันมีระดับความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง (ในด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้งและด้านความสงบสุข) แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานแต่ละแผนกมีความคิดเห็นต่อความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง (ในด้านความร่วมมือ ด้านความขัดแย้ง และด้านความสงบสุข) ไม่แตกต่างกัน เพราะพนักงานภายในองค์กรอยู่ร่วมกันแบบระบบความสัมพันธ์ครอบครัว ถ้อยทีถ้อยอาศัย เมื่อเกิดความขัดแย้งจะหันหน้าปรึกษากัน แบบประนีประนอม มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่จัดขึ้นและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี อีกทั้งได้ส่งพนักงานเข้าไปฝึกอบรมธรรมะคนละ 2 ครั้งต่อปี เพื่อทำให้เกิดความสงบสุขภายในจิตใจ ซึ่งทำให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอย่างดี

ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ทั้งผลงานและคุณลักษณะอื่น ๆ ของพนักงาน โดยวัดและเปรียบเทียบจากมาตรฐานที่องค์กรตั้งไว้ เพื่อที่พนักงานได้ทราบถึงการทำงานของตน และนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อที่จะได้ไปพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งการประเมินผลการปฏิบัติช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดระบบงานให้เป็นไปตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่หากผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตขาดการประเมินผลการปฏิบัติงาน จะส่งผลให้พนักงานไม่ทราบถึงการทำงานของตน ส่งผลให้ไม่มีการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งผู้ประกอบการไม่สามารถจัดระบบงานให้เป็นไปตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเหตุดังกล่าวทำให้เกิดปัญหาส่งผลให้โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตขาดการปรับปรุงและพัฒนาเพราะไม่มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตเติบโตได้ช้าและสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ ศรีชมภู (2565, หน้า 392) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในด้านการประเมินผลการปฏิบัติ ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญเป็นไปตามสมมติฐาน ทำนายการผันแปรของความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 80.50

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านแรงงานสัมพันธ์ มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีการวางแผนบริหารจัดการในเรื่องของด้านแรงงานให้มีความเหมาะสม ตั้งแต่การกำหนดการจ้างถึงการเลิกจ้างที่เป็นธรรม รวมทั้งการดูแลตลอดระยะเวลาในการทำงานให้กับธุรกิจ เช่น ให้ความเป็นธรรมแก่พนักงานเท่าเทียมกัน ให้งานที่เหมาะสมกับความสามารถของพนักงาน เป็นต้น จะทำให้เกิดความหยืดหยุ่นในการทำงานของทั้งฝ่าย และลดความสูญเสียที่จะเกิดได้ ซึ่งการวางแผนบริหารงานด้านแรงงานที่เหมาะสมส่งผลให้ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นได้ เป็นการลดต้นทุนที่สามารถนำไปบริหารในด้านอื่น ๆ ต่อได้นอกเหนือจากด้านแรงงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภดล ศรีตระกูล, ณรงค์ กุลนิเทศ และสุดาวรรณ สมใจ (2562, หน้า 80-81) ได้ศึกษาเรื่อง ความยืดหยุ่นของแรงงาน การจัดการกำลังคน การลดต้นทุน การจัดการความเสี่ยง ที่มีผลต่อการบริหารจัดการแรงงานภายนอกในการซ่อมสร้างยุทโธปกรณ์สายสรรพาวุธของกองทัพบกพบว่า ความยืดหยุ่นของแรงงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการกำลังคนและการลดต้นทุนที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแรงงานภายนอก ในการซ่อมสร้างยุทโธปกรณ์สายสรรพาวุธของกองทัพบก

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านสร้างความแตกต่างของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่มีให้กับพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตที่แตกต่างกัน เช่น ระดับขั้นในการทำงาน อายุการทำงาน ประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงทักษะ ความรู้ความสามารถของแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งทำให้ได้รับค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เหล่านี้มากเกินความจำเป็น และพนักงานบางส่วนไม่พึงพอใจในค่าตอบแทนด้านต่าง ๆ ที่ได้รับ จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของความขัดแย้งส่วนบุคคล ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการต้องมาจัดการแก้ไขปัญหาด้วยตัวเอง ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการเสียเวลามากขึ้น หากผู้ประกอบการมีการจัดระบบในเรื่องค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมและเป็นธรรม ทำให้ผู้ประกอบการมีเวลาในการคิดวางกลยุทธ์และปรับปรุงการบริหารงานของโรงงานอุตสาหกรรม ให้มีความแตกต่างกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างของสินค้าและบริการ การส่งเสริมคุณภาพให้เหนือกว่าคู่แข่ง การนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต เป็นต้น เช่นเดียวกับการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการที่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานโรงงานตั้งไว้ ตั้งแต่การประเมินจนถึงการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาตามระบบการจัดการ ซึ่งการมีการประเมินผลการปฏิบัติงานย่อมส่งผลดีกว่าไม่มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ประกอบการได้ทราบข้อบกพร่องและจุดแก้ไข เพื่อที่จะนำไปพัฒนาและนำไปสู่การปรับกลยุทธ์ให้มี

ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ชาย ศรีมานพ และตรีเนตร ตันตระกูล (2565, หน้า 435) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงรุกของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง พบว่า ปัญหาสำคัญของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในประเทศไทยคือเป็นกิจการที่ใช้แรงงานสูง เมื่อในท้องถิ่นแรงงานหายากก็จะมีผลกระทบต่อเวลาการเปิดให้บริการที่จำเป็นต้องหยุดเสาร์-อาทิตย์ และในเทศกาลต่าง ๆ แต่ถ้าคู่แข่งขันเปิดให้บริการลูกค้าก็จะเปลี่ยนไปซื้อในร้านของคู่แข่งขันเพราะสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างในแต่ละร้านจะมีสินค้าที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ร้านที่ปิดจึงเสียโอกาสในการมียอดขายในวันหยุดและลูกค้าอาจจะเปลี่ยนไปซื้อกับร้านคู่แข่งขันการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจนี้ โดยเฉพาะการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงรุกประเด็นนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้บริหารต้องการให้บริการแก่ลูกค้าที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้โดยไม่มีวันหยุดเช่นเดียวกับร้านสะดวกซื้อและการให้บริการจำเป็นจะต้องมีพนักงานที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญทั้งในด้านวัสดุก่อสร้างและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตลอดระยะเวลาที่เปิดจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง โดยจะต้องให้ความสำคัญ ความมุ่งมั่นที่จะให้บริการลูกค้าโดยการก้าวข้ามข้อจำกัดต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านช่วงเวลาในการให้บริการและการให้บริการในวันที่คู่แข่งหยุดทำการทำให้ผู้วิจัยพบกุญแจสู่ความสำเร็จประการหนึ่งคือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงรุกของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นเรื่องท้าทายผู้บริหารที่จะบริหารให้สำเร็จได้อย่างไร อีกทั้งมีความยั่งยืนต่อเนื่องกันไปเป็นเวลายาวนานนับสิบ ๆ ปีโดยเฉพาะเป็นเรื่องที่สวนกระแสของตลาดแรงงานของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างที่จะหยุดทำงานในวันอาทิตย์เป็นอย่างน้อย แต่อาจจะสามารถประยุกต์จากธุรกิจร้านสะดวกซื้อที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ร้านอาหารหรือสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เปิดบริการทั้ง 7 วัน ซึ่งทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างความแตกต่างในการบริการ แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงรุกของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ตามผลการวิจัยที่สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยการสร้างแรงจูงใจของทรัพยากรมนุษย์เชิงรุกสิ่งที่ยากกว่าการสรรหาและการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ก็คือการรักษาพนักงานที่เป็นคนดี คนเก่งและทำงานเชิงรุกให้อยู่กับบริษัทอย่างยาวนาน ดังนั้นเจ้าของกิจการจะต้องสร้างแรงจูงใจเชิงบวกให้เกิดขึ้นกับพนักงานของตนทั้งที่เป็นตัวเงิน เช่น การขึ้นเงินเดือนตามระดับผลงาน การให้โบนัส และไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ สวัสดิการด้านต่าง ๆ เช่น อาหาร น้ำดื่ม ที่พัก ประกันสังคม ประกันชีวิตและสุขภาพ รางวัลพนักงานที่ผลงานดีเด่น เป็นต้น การสร้างแรงจูงใจเชิงบวกจะส่งผลให้องค์การของเรามีความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของตรีเนตร ตันตระกูล ที่พบว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและความเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ทั้งช่วยเสริมสร้างทัศนคติที่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน เพิ่มขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน สิ่งที่เป็นประโยชน์มากที่สุดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คือ ช่วยแก้ปัญหาการปฏิบัติงานโดยใช้วิธีการเพิ่มคุณภาพของผู้ปฏิบัติงาน และยกระดับความสามารถของบุคลากร

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตาก พบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็วของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต ความปลอดภัยและสุขภาพเป็นสิ่งที่ผู้

ประกอบควรมีให้กับพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยระหว่างการปฏิบัติงานของพนักงานตลอดจนการดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิต มีการตรวจเช็คเครื่องจักรที่ใช้เป็นการผลิต อีกทั้งการจัดการสภาพแวดล้อมภายในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตให้เหมาะสมและปลอดดภัยต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน หากผู้ประกอบโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตไม่ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานเกิดอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงานทำให้การผลิตสินค้าต้องหยุดชะงักหรือล่าช้า ส่งผลส่งสินค้าได้ล่าช้าหรือไม่ตามกำหนดที่ลูกค้าได้สั่งไว้ ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตสูญเสียความได้เปรียบการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร ฉายประเสริฐ (2565, หน้า 9) ได้ศึกษาเรื่อง ความปลอดภัยในการทำงาน บรรยากาศการทำงาน และความสมดุลของชีวิตกับการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดปทุมธานี พบว่า ความปลอดภัยในการทำงาน บรรยากาศการทำงานส่งผลต่อความสมดุลของชีวิตกับการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า การพยากรณ์การส่งผลได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณทางบวก แสดงให้เห็นว่าความปลอดภัย ในการทำงานและบรรยากาศการทำงานส่งผลต่อความสมดุลของชีวิตกับการทำงานของพนักงาน โดยเมื่อพิจารณาด้านบรรยากาศการทำงานที่มีอำนาจในการทำนายการส่งผลต่อความสมดุลของชีวิตกับการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอาหารได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ประกอบการควรที่จะส่งเสริมการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์เพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรมมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์แก่พนักงาน เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์

ข้อเสนอแนะจาการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้อ่านสามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาต่อเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมที่ไม่ใช่การผลิตเพียงอย่างเดียว ควรมีการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบอุตสาหกรรมชิ้นส่วนประกอบยานยนต์หรือผู้ประกอบการกิจการด้านโลจิสติกส์

เอกสารอ้างอิง

ขจรศักดิ์ มรดกคีรี. (2564). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก**. คณะวิทยาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรแม่สอด.

จุฑามาศ ศรีชมภู. (2565). **แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี**. สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ณัฐพร ฉายประเสริฐ. (2565). ความปลอดภัยในการทำงาน บรรยากาศการทำงาน และความสมดุล ของชีวิตกับการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี. **วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 7**(8).

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** กรงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นภดล ศรีตระกูล และคณะ. (2562). ความยืดหยุ่นของแรงงาน การจัดการกำลังคน การลดต้นทุน การจัดการความเสี่ยง ที่มีผลต่อการบริหารจัดการแรงงานภายนอกในการซ่อมสร้างยุทโธปกรณ์สายสรรพาวุธของกองทัพบก. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 10**(1)

พระครูวิลาศกาญจนธรรม และพระสมุห์สิปปภาส อนันต์ยศหงส์ษา. (2565). การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์สู่ความสำเร็จขององค์กรยุคใหม่. **วารสาร มจร กาญจนปริทรรศน์ (Journal of MCU Kanchana Review), 2**(3), 155.

ริญญาภัทร์ ปยุตวรเศรษฐ์. (2564). กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ในจังหวัดนครนายก. **วารสารสมาคมวิจัย, 26**(4), 51-53.

วันเพ็ญ วรรณกูล และคณะ (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ที่ดีในโรงงานอุตสาหกรรมบริษัทผลิตและจำหน่ายขนมอบกรอบแห่งหนึ่ง ในนิคมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. **วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น, 3**(1).

สรัญช์รัศมิ์ แก้วจุนันท์ และ จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง. (2563). ปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความยั่งยืนของการก่อสร้างอาคารของผู้รับเหมาที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน. **วิศวสารลาดกระบัง, 37**(4).

ศักดิ์ชาย ศรีมานพ และ ตรีเนตร ตันตระกูล. (2565). แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงรุกของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง. **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษย์วิทยาเชิงพุทธ, 7**(4).

คำแนะนำในการตีพิมพ์
บทความวิจัยหรือบทความวิชาการ

คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ ในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของบุคลากร คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผลงานวิจัยให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการต่อไป โดยกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่านการตรวจพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ หากมีความเห็นว่าต้องมีการปรับแก้ไขทางกองบรรณาธิการจะส่งคืนเพื่อแก้ไขและขอสงวนสิทธิ์การพิจารณาไม่ลงพิมพ์เมื่อไม่ผ่านการพิจารณา ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งบทความเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ให้ปฏิบัติตามข้อแนะนำ ดังต่อไปนี้

การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

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

การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับเอกสารพร้อมไฟล์ข้อมูลมาที่ e-mail: jmld_fms @kpru.ac.th ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jMLD และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 69 หมู่ที่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000 หรือติดต่อสอบถามได้ที่ นายวชิรวิทย์ กรรณิกา 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 - ถ้าไม่ใช่นักศึกษา 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 ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย 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 ตังตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาข้างท้ายนี้
10	เอกสารอ้างอิง (References)	ลงรายการบรรณานุกรมตามรูปแบบ APA ตังตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงข้างท้ายนี้ 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)

(สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยานิวัฒนา, 2531)

(Wilson, 2007, p. 67)

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

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

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

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546, หน้า 10-11)

(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541, หน้า 5-6)

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

2. วิทยานิพนธ์

(เชวงศักดิ์ เขียวเขิน, 2543, บทคัดย่อ)

(โอกามา จ่าแกะ, 2550)

(Almeida, 1990)

3. รายงานการประชุม

(นิทัศน์ ภัทรโยธิน, 2540, หน้า 30)

(PaitoonSinlarat, 1995, p.217)

4. วารสาร

(Bekerian, 1993, pp.574-575)

5. หนังสือพิมพ์

(สมศรี หาญอนันทสุข, 2550, หน้า 7)

(Krishman, 2007, pp.1, 12)

6. จุลสารแผ่นพับ แผ่นปลิว

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

(Research and Traning Center on Independent Living, 1993)

7. โสตทัศนวัสดุ

(ยุพดี พยักฆพันธ์, 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

(ซูม, (นามแฝง), 25 ตุลาคม 2542)

(ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2, 2550)

9.4 เอกสารจากเวิลด์ไวด์เว็บ (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 เชาวกีรติพงศ์ 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 พานิช, อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2548). **ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

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

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

สุโขทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2546). **เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการวิจัยการบริหารการศึกษา.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

การศึกษาแห่งชาติ, สำนักงานคณะกรรมการ. (2541). **การปฏิรูปการเรียนตามแนวคิด 5 ทฤษฎี.** กรุงเทพฯ: ไอเดียสแควร์.

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

2. วิทยานิพนธ์

เชวงศักดิ์ เขียวเขิน. (2543). **การดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.

โอกามา จ่าแกะ. (2550). **การจัดการตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรยั่งยืนแม่ทาจำกัด 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 ภัทรโยธิน. (2540). **ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในการประชุมนักบัญชีทั่วประเทศ ครั้งที่ 15 วิสัยทัศน์นักบัญชีไทย.** วันที่ 27-28 มิถุนายน พ.ศ. 2540 (หน้า 19-35). กรุงเทพฯ: สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย.

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

4. วารสาร

มัลลวีร์ อุดลวัฒนศิริ, นิตย์ บุหงามงคล และวิลาวัลย์ จตุรธำรง. (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 หาญอนันทสุข. (2550, มิถุนายน 26). ฤๅรัฐธรรมนูญใหม่จะสร้างมิติใหม่ให้สังคมพุทธ. **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 พยักฆพันธ์ (ผู้บรรยาย). (2530). **ยาสมุนไพร**. [แถบบันทึกเสียง] กรุงเทพฯ: องค์การวิทยาศาสตร์การแพทย์.

8. ซีดีรอม

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร. (2543). [CD-ROM]. Available: ฐานข้อมูลไปดูให้เต็มตาล้ำค่าความเป็นไทย. [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.Springkerlink.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 Ethies**. [Online], 2 , (9) . Available: http://www.cac.psu.edu/Jbe/twocont.html [2006, August 12].

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ซูม. (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 เอกสารจากเวิลด์ไวด์เว็บ (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 วิทยาศาสตร์ศึกษาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสู่นวัตกรรม** (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 เชาวกีรติพงศ์ และสมชัย วงษ์นายะ. (2558). **ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สองในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรและตาก**

(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).....

.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อนและยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในการนี้ข้าพเจ้าดำเนินการจัดพิมพ์ตามรูปแบบการเขียนบทความที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้กำหนดไว้ทุกประการ และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลตามรายการตรวจสอบบทความ และข้าพเจ้าได้ส่งบทความในระบบ Online ที่ e-mail: jmld_fms@kpru.ac.th เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ความคิดเห็นของประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์
“พิจารณาบทความแล้วเห็นสมควรเผยแพร่ได้”

ลงชื่อ.....
(.....)
ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....
(.....)
ผู้ส่งบทความวิจัย/บทความวิชาการ

หมายเหตุ บทความที่ส่งมาโดยไม่มีใบรายการตรวจสอบบทความ หรือมีไม่ครบ หรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนดไว้ จะถูกส่งกลับก่อนการดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้เขียนบทความสามารถ download แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความได้จาก https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jMLD

แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความเพื่อนำส่งตีพิมพ์ในวารสาร

คำชี้แจง : ผู้เขียนบทความโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้ารายการที่ท่านได้ตรวจสอบบทความของท่าน ในรายการที่พบว่ามีปรากฏในบทความของท่านอย่างครบถ้วนถูกต้องแล้วตามคำแนะนำสำหรับผู้ส่งบทความที่วารสารได้กำหนดไว้

1. ☐ ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อน
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