



ISSN : 2985-0215 (Print)
ISSN : 2985-0223 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ การบริหารสาธารณะและเอกชน

Journal Management Science
of Public and Private Administration

ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2568 Vo3. No.1 January - April 2025





วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

นโยบายข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อและที่อยู่อีเมล หรือข้อมูลส่วนบุคคล ที่กรอกในเว็บไซต์วารสารนี้จะใช้สำหรับวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในงานวารสารเท่านั้นและจะไม่เปิดเผยเพื่อวัตถุประสงค์ในกิจกรรมอื่น ๆ หรือให้กับบุคคลหรือหน่วยงานอื่นใดทราบ

วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

Journal Management Science of Public and Private Administration

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริม เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย บทความหนังสือ ด้านการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บริหารธุรกิจ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์และบริหารการศึกษา

ชื่อวารสาร

ภาษาไทย : วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

ภาษาอังกฤษ : Journal Management Science of Public and Private Administration

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JPPMS/index>

ขอบเขต

วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน จะตีพิมพ์บทความในสาขาวิชาการจัดการภาครัฐ และภาคเอกชน บริหารธุรกิจ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์และบริหารการศึกษา

กำหนด

ตีพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ ประกอบด้วย ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – เมษายน ฉบับที่ 2 ประจำเดือน พฤษภาคม – สิงหาคม ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กันยายน – ธันวาคม

เจ้าของ : ชมรมการบริหารสาธารณะ

หมายเหตุ

บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความหนังสือในวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน มีเจ้าของกองบรรณาธิการ และมีใช้ความรับผิดชอบของชมรมนวัตกรรมการบริหารการศึกษา ในกรณีการทำวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยต้องผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และนำหลักฐานมาแสดง และการนำบทความในวารสารนี้ไปเผยแพร่สามารถทำได้ โดยระบุแหล่งอ้างอิงจากวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน ได้รับการตรวจสอบทางด้านวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกตรงตามสาขา จำนวน 3 ท่าน แบบปกปิดสองทาง (double-blind)

บรรณาธิการ

ดร.จิราภรณ์ ชนัญชนะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

กองบรรณาธิการ

รศ.พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

รศ.ดร.ประกฤติ พูลพัฒน์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผศ.ดร.สมคิด ดวงจักร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

ดร.พัชรี สุเมธกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ดร.วัฒนา นนทชิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.เบญจพร พลธรรม

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

รศ.ดร.โกสุม สายใจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผศ.ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผศ.ดร.เชาวฤทธิ์ เชาวน์แสงรัตน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ดร.สุพัตรา ยอดสุรางค์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้ประสานงาน

ดร.จิราภรณ์ ชนัญชนะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สถานที่พิมพ์

สำนักพิมพ์ บัณฑิต ครีเอชั่น 40/315

หมู่ 11 ต.บางแม่นาง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

ชมรมการบริหารสาธารณะ

3/768 ถนนเทศบาลนิมิตรเหนือ แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

โทรศัพท์: 082-6250706 (ดร.จิราภรณ์ ชนัญชนะ)

สารจากบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน จัดทำขึ้นเพื่อที่ความต้องการให้เป็นช่องทางของนักศึกษา นักวิชาการ นักวิจัย และผู้สนใจในงานวิจัย ในการเผยแพร่บทความวิชาการ บทความวิจัย หรือผลงานต่าง ๆ และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน ยินดีรับบทความทางด้าน การจัดการภาครัฐ บริหารธุรกิจ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ และการบริหารการศึกษา โดยกองบรรณาธิการมีผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาตรวจสอบทางด้านวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกตรงตามสาขา จำนวน 3 ท่าน แบบปกปิดสองทาง (double-blind) เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของวารสาร กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบทความให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อการพัฒนาวารสารเข้าสู่การรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ต่อไป

ดิศกรณ์ ชันญะ

ดร.จิราภรณ์ ชันญะ

บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

บทความวิจัย

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....1	1
--	---

Management of Buddhist Tourism in Temples of Prachuap Khiri Khan Province.

เกรียงไกร ห่วงเอี่ยม

Kriangkrai Huang-iam

การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้องจังหวัดเพชรบุรี..... 10	10
---	----

Sustainable Community-Based Ecotourism Management in Nongyaplong District, Phetchaburi Province.

ขจิตพงศ์ ป้องกัน

Kajitpong Phongkun

แผนธุรกิจพัฒนาร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.....19	19
---	----

Business Plan for Developing Convenience Stores in Bangkok Metropolitan and Its Vicinity.

ปานชนก ม่วงทอง

Parnchanok Muangthong

แผนธุรกิจร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2.....30	30
---	----

Business Plan for Cafe in Phutthabucha - Rama 2 Area.

สุดารัตน์ มีโชค

Sudarat Meechok

การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียน สังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี.....42	42
--	----

Internal Supervision of School Administrators in Schools under the Municipality of Mueang District, Lopburi Province.

ทิพวรรณ นิลละอ

Tipawan Nillao

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Management of Buddhist Tourism in Temples of Prachuap Khiri Khan Province.

เกรียงไกร ห่วงเอี่ยม¹

Kriangkrai Huang-iam¹

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์¹

Master of Public Administration Program, College of Innovation Management,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin¹

Retrieved 30-03-2025; Revised 19-04-2025; Accepted 25-04-2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อพรรณนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาและ (3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 300 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และสมการถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า (1) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกและ (3) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา สามารถพยากรณ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนหัวบ้าน อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ร้อยละ 46.5 ตัวแปรพยากรณ์ได้แก่ การจัดองค์การ การมีส่วนร่วมรับประโยชน์ การมีส่วนร่วมการดำเนินงาน และการติดตามประเมินผล

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา วัด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Abstract

This research aims to (1) describe the management of Buddhist tourism in temples in Prachuap Khiri Khan Province, (2) explain the relationship between Buddhist tourism management and the factors influencing it, and (3) propose a model for Buddhist tourism management in the province. This study employs a quantitative research approach, using a

questionnaire as the primary data collection tool. The sample consists of 300 residents of Prachuap Khiri Khan Province. Data analysis was conducted using statistical methods, including percentage, mean, standard deviation, correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings indicate that: (1) overall, the management of Buddhist tourism in the province's temples is at a high level; (2) there is a positive relationship between Buddhist tourism management and the factors influencing it; and (3) the factors influencing Buddhist tourism management can predict cultural tourism management in Hua Baan Community, Mueang Prachuap Khiri Khan District, with an accuracy of 46.5%. The key predictive variables include organizational structure, benefit-sharing participation, operational participation, and monitoring and evaluation.

Keywords: Tourism Management, Buddhist Tourism, Temples, Prachuap Khiri Khan Province

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของไทยได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนไปอย่างมาก หลากหลายวัตถุประสงค์ และมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไปตามประเภทของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นต้น แต่จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของผู้วิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางที่มีการผสมผสานสลับกันไปสลับกันมา ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา หรืออาจกล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาหมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมความงดงามของโบราณสถาน โบราณวัตถุ เทียวชมงานพุทธศิลป์นมัสการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ กราบไหว้พระสงฆ์ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบที่เคารพนับถือ และเพื่อการปฏิบัติธรรม (กฤษณา รักษาโฉม, นัชชา ทากุดเรือและปริญญ์ ภิญโญสินวัฒน์, 2556)

จากเดิมที่คนไทยจะไปวัดเพราะสาเหตุหลักไป 1. เพราะอยากสบายใจ ทำบุญขอพร ขอความเป็นสิริมงคล 2. เพราะมีเรื่องทุกข์ใจ ไม่สบายใจวัดเป็นที่รวมทุกสิ่งทุกอย่าง เป็นที่รวมความศรัทธา ความรู้ศิลปกรรมต่าง ๆ ของคนไทย การจะศึกษาสังคมของไทยก็สามารถดูได้จากวัดนี้เอง เนื่องจากในสมัยก่อนวัดถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งในสามของสังคมไทยที่จะมี บ้าน วัด วัง พุดง่าย ๆ ก็คือวัดเป็นอะไรที่มากกว่าศาสนสถาน แต่เป็นศรัทธาที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ การเที่ยววัดนอกจากจะไปไหว้พระทำบุญแล้วถ้าเรามีโอกาสได้ศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ในวัด จะเห็นว่าคนโบราณมักจะสร้างอะไรที่เป็นแบบแผนเป็นระบบระเบียบชัดเจนทำให้สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชม วัดสำคัญในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อาทิเช่น วัดห้วยมงคล เป็นที่ประดิษฐาน หลวงปู่ทวดองค์ใหญ่ที่สุดในโลกมีพุทธศาสนิกชนเดินทางเข้ามากราบไหว้อย่างเนืองแน่นทุกปี ด้านล่างขององค์หลวงปู่ทวดจะมี ช้างเอราวัณสามเศียร ที่สร้างจากไม้ 9 ชนิด ซึ่งเป็น

ไม้มงคล ได้แก่ ไม้สัก ไม้รัก ไม้พยุง ไม้ขนุน ไม้ประดู่ ไม้แดง ไม้เต็งรัก ไม้ตะเคียน และไม้จันทร์ชมด ไม้แต่ละชนิดก็จะช่วยเสริมความมงคลในด้านที่แตกต่างกันออกไป

วัดทางสาย เป็นวัดที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งในประจวบคีรีขันธ์เลยทีเดียว สำหรับวัดทางสายแห่งนี้ เนื่องจากเป็นวัดที่มีความโดดเด่นทั้งในด้าน สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ศาสนา และนิเวศวิทยา โดยมีพระมหาธาตุเจดีย์ภักดีประกาศ หรือ พระมหาเจดีย์เก้ายอด เป็นไฮไลต์ที่สามารถมองเห็นความงามไร่ที่ดีได้แม้จะอยู่ในที่ไกล ยิ่งเมื่อประกอบกับทิวทัศน์ทะเลและภูเขาที่ล้อมรอบแล้ว ก็ยิ่งทำให้ภาพของวัดแห่งนี้ดูอลังการขึ้นไปอีก

วัดธรรมิการามหรือวัดเขาช่องกระเจกที่ประดิษฐานรอยพระพุทธรูปบาทจำลองและองค์เจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ โดยเราจะต้องเดินขึ้นบันไดทั้งหมด 396 ขั้นเพื่อขึ้นไปยังด้านบนของวัด ระหว่างทางก็จะมีจุดให้พักเป็นระยะ อีกทั้งยังสามารถชมวิวยาวของอ่าวประจวบคีรีขันธ์ และเมืองประจวบคีรีขันธ์ ได้ตลอดทาง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะทำให้มีบทบาทในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน หรือช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและศาสนา ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตให้คนในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สังคม และประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพรรณนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
2. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาไม่เป็นเชิงบวก
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา สามารถพยากรณ์และนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

ทฤษฎีการจัดการที่สร้างประสิทธิภาพให้กับองค์กร (POLC) Allen (1958) เป็นทฤษฎีการจัดการที่ใส่ใจกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ เริ่มตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติการ ไปจนถึงการประเมินผล ประกอบด้วย

(1) การวางแผน (Planning): การกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อให้การทำงานมีทิศทางที่ชัดเจน

(2) การจัดการองค์กร (Organizing): การจัดระเบียบโครงสร้างและทรัพยากรในองค์กร โดยกำหนดบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกในทีม

(3) ภาวะการเป็นผู้นำ (Leading): การสร้างแรงจูงใจและบริหารทีมงาน เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

(4) การควบคุม (Controlling): การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้แน่ใจว่าสอดคล้องกับแผนที่กำหนดไว้ และสามารถปรับปรุงเมื่อจำเป็น

แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม

ทฤษฎีการมีส่วนร่วม Cohen and Uphoff (1980) เน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนในกระบวนการพัฒนา โดยการมีส่วนร่วมมี 4 มิติหลัก ได้แก่

(1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ: สมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับว่าโครงการควรทำอะไรและทำอย่างไร ซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการ

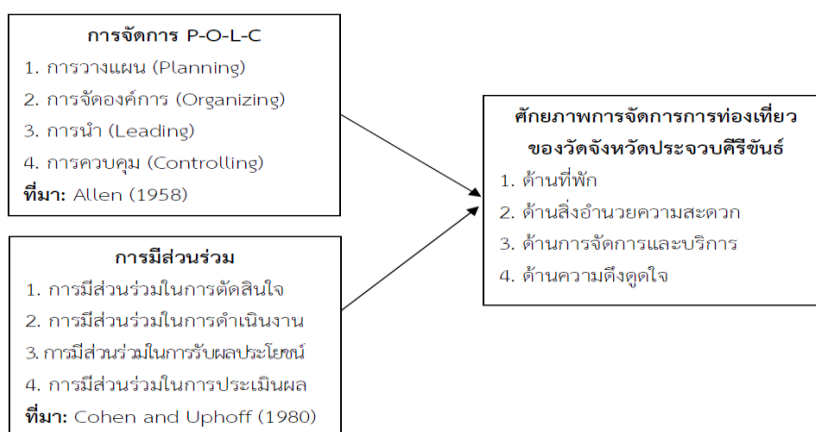
(2) การมีส่วนร่วมในการเสียสละ: สมาชิกต้องมีส่วนร่วมในการลงทุนเวลาและทรัพยากรเพื่อพัฒนาโครงการ รวมถึงการลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจร่วมกัน

(3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์: เมื่อโครงการประสบความสำเร็จ สมาชิกในชุมชนจะมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการดำเนินงาน ซึ่งส่งเสริมความเป็นธรรมและความยั่งยืน

(4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล: สมาชิกชุมชนมีบทบาทในการประเมินผลโครงการ ทั้งในด้านความสำเร็จและปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาโครงการในอนาคตได้

ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของโครงการพัฒนา การมีส่วนร่วมในทุกมิติดังกล่าวกจะทำให้ชุมชนรู้สึกมีส่วนร่วมและมีความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของโครงการมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และสมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านที่มากที่สุด ได้แก่ ด้านความดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดการและบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านที่น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการจัดการ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ด้านที่มากที่สุด ได้แก่ ผู้นำและภาวะผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมา ได้แก่ ด้านการวางแผน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ด้านที่น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการติดตามผล การปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ด้านที่มากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการคิดการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมา ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านที่น้อยที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับปานกลาง พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ใน

ระดับมาก จึงปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ และยอมรับสมมติฐานแย้งว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาไม่เป็นเชิงบวก ผลการทดสอบพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาเป็นเชิงบวก จึงปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ และยอมรับสมมติฐานแย้งว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาเป็นเชิงบวก

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา สามารถพยากรณ์และนำเสนอ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา สามารถพยากรณ์และนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถพยากรณ์และนำเสนอแนวทาง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้ร้อยละ 46.5 โดยมีตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่ การจัดองค์การ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์การมีส่วนร่วม การดำเนินงาน และการติดตามประเมินผล

การอภิปรายผล

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2564) ผลการวิจัย พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในประเทศไทย แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. การแบ่งตามกิจกรรมของการท่องเที่ยว และ 2. การแบ่งตามรูปแบบ หรือเส้นทาง การท่องเที่ยว ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา พบว่า วัดพระธาตุพนมฯ ยังขาดการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ และแผนการท่องเที่ยวเป็นลายลักษณ์อักษร มีการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี (Action Plan) จัดองค์การแบบราชการ และแบ่งเป็นแผนก บริหารงานแบบบนลงล่าง และกระจายอำนาจไปยังรองเจ้าอาวาสและคณะกรรมการวัด (ฆราวาส) อีกทั้งวัดได้นำหลักพระธรรมวินัย พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ปี พ.ศ. 2505 และ ศีลธรรม นอกจากนี้ยังนำหลักภาวะผู้นำแบบที่มุ่งเน้นงาน และภาวะผู้นำแบบ มุ่งความสัมพันธ์การทำงานเป็นทีม ควบคุมในการบริหารจัดการองค์การ และการบริหารงานบุคคล วัด จะใช้การควบคุมเชิงบริหาร และการควบคุมโดยบุคลากรและวัฒนธรรมภายในองค์กร เพื่อให้บรรลุผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ด้านที่มากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการคิดการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมา ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านที่น้อยที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 สอดคล้องกับพระครูสันติธรรมาภิรต (บุญชัย สนติกโร, 2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ศาสนสถานแหล่งท่องเที่ยวในพระพุทธศาสนา แนวทางการบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนให้ศาสนสถานที่สำคัญของวัดเป็นสถานที่แหล่ง

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางและมาตรการที่หลากหลาย เช่น การจัดการบริหารอนุรักษ์วัดด้วยการร่วมมือ กันระหว่างวัด กรมศิลปากร และภาคเอกชน การพัฒนาการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์โบราณวัตถุ โบราณสถานอันเป็นสมบัติของชาติได้และถ้ำหาภักดีที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ได้มีการดำเนินการในลักษณะของการเสริมสร้างคุณค่าของการพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการและส่งเสริมให้ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมใน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมทั้งการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดเข้าด้วยกัน กันนับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งของผู้ที่สนใจและนักท่องเที่ยว อีกทั้งยัง จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่มีการเรียนรู้ ในทางพุทธศาสนา ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของชาติ

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา สามารถพยากรณ์และนำเสนอรูปแบบ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถพยากรณ์และนำเสนอ แนวทาง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ร้อยละ 46.5 โดยมี ตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่ การจัดองค์การ การมีส่วนร่วมรับประโยชน์ การมีส่วนร่วมการดำเนินงานและการ ติดตามประเมินผล สอดคล้องกับพระมหาชาญ โชติญาณพล (2556) อุตสาหกรรมวัดไทยในพระพุทธศาสนาที่มีต่อ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมวัดไทยในพระพุทธศาสนามี ความสัมพันธ์ ทางตรงกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา โดยมี ความสัมพันธ์ทางบวก จากสมมติฐานที่ 2 พบว่า อุตสาหกรรมวัดไทยในพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์ทางตรงกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาโดยมีความสัมพันธ์ทางลบและ อุตสาหกรรมวัดไทยในพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการ ท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา โดยผ่านความคิดเห็น โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก จากสมมติฐานที่ 3 พบว่า อุตสาหกรรมวัดไทยในพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการ ท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาโดยผ่านความคิดเห็นและความพึงพอใจโดยมีความสัมพันธ์ทางบวก จาก สมมติฐานที่ 4 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนามี ความสัมพันธ์ทางตรงกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก จากสมมติฐานที่ 5 พบว่า ความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิง พระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิง พระพุทธศาสนา โดยผ่านความพึงพอใจ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และจากสมมติฐานที่ 6 พบว่าความพึง พพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการ ท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์ทางตรงกับความภักดีของ นักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการ ท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกซึ่งโมเดลความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม เนื่องจากมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งในแต่ละ องค์ประกอบของโมเดลมีความเหมาะสมเที่ยงตรง (Validity) และมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 93.4

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เนื่องจากด้านการจัดการและบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัจจัยอื่นจึงเสนอแนะให้ดำเนินการอบรมและเสริมสร้างความรู้ เพื่อให้ชาวบ้านและคณะสงฆ์มีความเข้าใจ และมีทักษะที่จำเป็นในการจัดการและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนงบประมาณ และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ระบบขนส่งสาธารณะ รวมถึงสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ให้ครอบคลุมและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

2. เนื่องจากด้านการอำนวยความสะดวก มีแผนการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัจจัยอื่น สะท้อนถึงคุณภาพหรือการบริการที่ยังไม่มีประสิทธิภาพจึงต้องพัฒนาแผนการอำนวยความสะดวกให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยสร้างความรู้และทักษะในการเป็นเจ้าภาพที่ดี เพื่ออำนวยความสะดวก สามารถให้ความรู้และดูแลนักท่องเที่ยวได้ พัฒนาและปรับปรุงที่พักให้ได้รับความสะดวกสบาย ส่งเสริมการจัดการร้านอาหารให้มีความสะอาดและปลอดภัย ตลอดจนนำเสนออาหารพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาประเด็นเรื่องความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในระยะยาว โดยเน้นการประเมินว่าชุมชนมีความพร้อมในการรักษาทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างไร ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา การวิเคราะห์วิธีการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา รวมถึงการป้องกันการทำลายสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

2. ควรศึกษาประเด็นเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยว จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ และมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวในชุมชนอีก ซึ่งจะทำให้เข้าใจปัจจัยนั้นๆ และสามารถนำไปปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยว การบริการ และประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กฤษณา รักษาโฉม, นัชชา ทากุดเรือ และปริญญ์ ภิญญูสินวัฒน์. (2556). รูปแบบและกระบวนการสร้างจิตสาธารณะเพื่อการจัดการท่องเที่ยวของ แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการ มจร.บุรีรัมย์*, 9(2), 83-97.

ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2564). *รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร จังหวัดนครพนม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. Dspace at Mahasarakham University. <http://202.28.34.124/dspace/handle123456789/1704>

บุญชัย สนติกโร. (2557). ศาสนสถานแหล่งท่องเที่ยวในพระพุทธศาสนา. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 8(1), 89-69

- พระมหาชาญ โขติญาณพล. (2556). *อัตลักษณ์วัดไทยในพระพุทธศาสนาที่มีต่อการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยสยาม]. ฐานข้อมูลงานวิจัยมหาวิทยาลัยสยาม. <https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2013/12/D.B.A.-2015-Thesis-The-Thai-Temple-Identity-in-Buddhism-Affecting-Repeat-Foreign-Tourists.pdf>
- Cohen, J. M. and Uphoff N.T. (1980). "Participation's Place in Rural Development : seek clarity through specifics". *World Development*, 8(3), 213-235
- Louis Allen. (1958). *Management and organization: International student ed View all formats and editions*. Publisher: McGraw-Hill

การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอนongงญาปล้องจังหวัดเพชรบุรี
Sustainable Community-Based Ecotourism Management in Nongyaplong
District, Phetchaburi Province.

ชจิตพงศ์ ป้องกัน¹

Kajitpong Phongkun¹

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรี¹

Nong Ya Plong District Community Development Office, Phetchaburi Province¹

Retrieved 30-03-2025; Revised 19-04-2025; Accepted 25-04-2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ (1) เพื่อประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรี (2) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรีกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรี การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ชุมชนในอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรี 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และสมการถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัย (1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรี พบว่าอยู่ในระดับมาก (2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรีกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน พบว่า เป็นเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (3) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนสามารถพยากรณ์แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรีได้ร้อยละ 81.7 โดยมีปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การวางแผน การมีส่วนร่วมประเมินผล การมีส่วนร่วมตัดสินใจ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการโดยชุมชน การพัฒนาที่ยั่งยืน อำเภอนongงญาปล้อง จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

The objectives of this research are (1) to assess the sustainable community-based ecotourism management in Nongyaplong District, Phetchaburi Province; (2) to explain the relationship between the sustainable community-based ecotourism management in

Nongyaplong District, Phetchaburi Province, and the factors affecting the community-based ecotourism management; and (3) to propose guidelines for sustainable community-based ecotourism management in Nongyaplong District, Phetchaburi Province. This study employs a quantitative research approach, with a sample of 400 people from the community in Nongyaplong District, Phetchaburi Province. Data were collected using a questionnaire, and the data were analyzed using statistics such as percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis. The research findings are as follows: (1) Regarding sustainable community-based ecotourism management in Nongyaplong District, Phetchaburi Province, it was found to be at a high level; (2) The relationship between sustainable community-based ecotourism management in Nongyaplong District, Phetchaburi Province, and the factors affecting community-based ecotourism management was positively significant at the 0.01 level; (3) The factors affecting community-based ecotourism management can predict the sustainable community-based ecotourism management in Nongyaplong District, Phetchaburi Province, at 81.7%, with the factors that had the greatest predictive power being leadership, planning, participation in evaluation, and participation in decision-making.

Keywords: Ecotourism, Community-Based Management, Sustainable Development, Nongyaplong District, Phetchaburi Province

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism – CBT) เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกนำมาจัดการในชุมชนท้องถิ่น ตลอด 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยรูปแบบของการจัดการโดยคนในชุมชน หรือเจ้าของพื้นที่ (Host Management) เช่น ประเทศญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญคือการมีส่วนร่วม การกระจายอำนาจ กระบวนการความร่วมมือ และความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มสังคม การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนขยายตัวอย่างรวดเร็วและในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงภายในและภายนอกชุมชนมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง (Okazaki, 2008) การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการ

ดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ในการจัดการ การท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับ การท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชน ท้องถิ่น ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการกำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงาน อนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยมีหลักการท่องเที่ยว โดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือใน การพัฒนาชุมชนมีหลักการดังนี้ ประกอบด้วย การที่ชุมชนเป็นเจ้าของโครงการมีส่วนร่วมในการกำหนด ทิศทางและตัดสินใจ ดำเนินการด้วยส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตเพื่อให้เกิด ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม ขณะที่ยังคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถก่อให้เกิดการเรียนรู้ ระหว่างคนต่างวัฒนธรรมด้วยการเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ส่งผลให้เกิด ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น ทำให้มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรีกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้องจังหวัด เพชรบุรี

สมมติฐานการวิจัย

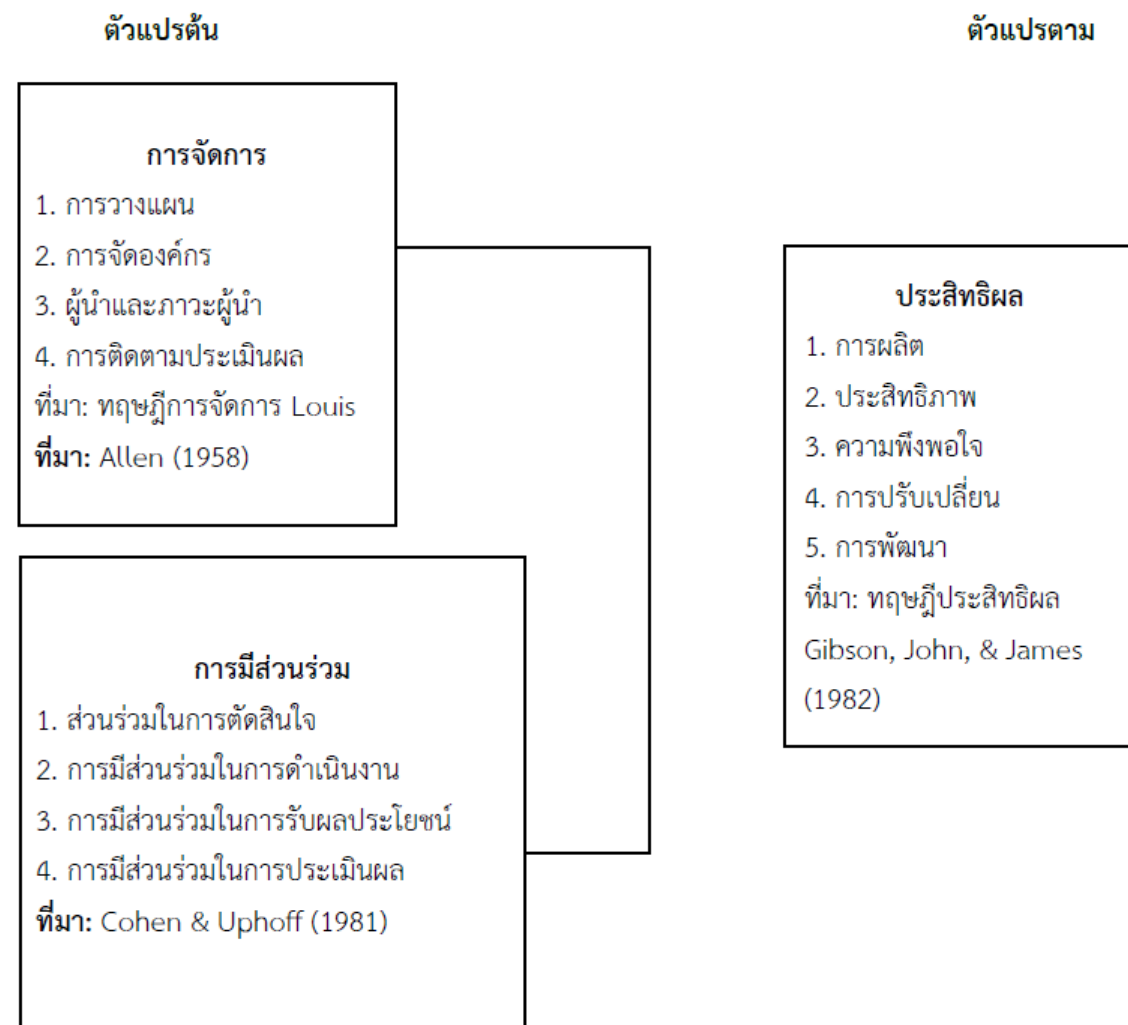
1. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี อยู่ในระดับปานกลาง
2. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้องจังหวัดเพชรบุรี กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนไม่เป็นเชิงบวก
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนสามารถพยากรณ์และนำเสนอการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ได้ไม่เกินร้อยละสามสิบ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดย ชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า ถึงแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหลายที่ได้คิดค้นและเรียบเรียงไว้เป็น ข้อมูลสำคัญ เพื่อประโยชน์ต่อกระบวนการดำเนินการศึกษาให้ชัดเจน เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และเป็นไป ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวความคิด ทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรม และ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนที่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดการของ Allen (1958) ประกอบด้วย 1) การวางแผน 2) การจัดองค์การ 3) ผู้นำและภาวะผู้นำ 4) การควบคุมติดตามผลงาน ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีของ Cohen & Uphoff (1981) ประกอบด้วย 1) การร่วมตัดสินใจ 2) การร่วมดำเนินการ 3) การร่วมรับผลประโยชน์ 4) การร่วมประเมินผล และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยประยุกต์จากทฤษฎีประสิทธิผลของ Gibson, John, & James (1982) ประกอบด้วย 1) การผลิต (Production) 2) ประสิทธิภาพ (Efficiency) 3) ความพึงพอใจ (Satisfaction) 4) การปรับเปลี่ยน (Adaptiveness) 5) การพัฒนา (Development)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่คนในชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และสมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย

การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากระดับค่าเฉลี่ยมากลงไปในหาน้อยสุดตามเกณฑ์การประเมิน พบว่าด้านการปรับเปลี่ยนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาได้แก่ด้านประสิทธิภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้องจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมด้านการมีส่วนร่วม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.78 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากระดับค่าเฉลี่ยมากลงไปในหาน้อยสุดตามเกณฑ์การประเมิน พบว่าด้านการมีส่วนร่วมในการร่วมคิดตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมามีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมด้านการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากระดับค่าเฉลี่ยมากลงไปในหาน้อยสุดตามเกณฑ์การประเมิน พบว่า ด้านภาวะผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมามีการติดตามประเมินผลอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.83 และน้อยที่สุดได้แก่ ด้านการวางแผนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบพบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากระดับค่าเฉลี่ยมากลงไปในหาน้อยสุดตามเกณฑ์การประเมิน พบว่าด้านการปรับเปลี่ยนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาได้แก่ด้านประสิทธิภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ จึงปฏิเสธสมมติฐานศูนย์และยอมรับสมมติฐานแย้งว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี กับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนไม่เป็นเชิงบวก

ผลการทดสอบพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรีกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนเป็นเชิงบวก ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนสามารถพยากรณ์และนำเสนอการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ได้ไม่เกินร้อยละสามสิบ

ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนสามารถพยากรณ์แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืน อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ได้ร้อยละ 81.7 โดยมีปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การวางแผน การมีส่วนร่วมประเมิณผล และการมีส่วนร่วมดำเนินการ

การอภิปรายผล

การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากระดับค่าเฉลี่ยมากลงไปหาน้อยสุดตามเกณฑ์การประเมิน พบว่าด้านการปรับเปลี่ยนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาได้แก่ด้านประสิทธิภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานของ ตรียากานต์ พรหมคำ (2565) ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านร่องกล้าจัดอยู่ในระยะที่ 3 หรือ ระยะพัฒนา (Development Stage) ตามแนวคิดวงจรชีวิตพื้นที่ท่องเที่ยวของ Richard W. Butler เป็นระยะที่นักท่องเที่ยวรู้จักและได้ยินชื่อเสียงด้านความสวยงามของทุ่งนางพญาเสือโคร่ง โดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมาก ในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ซึ่งมีการบริหารจัดการแบบร่วมมือกันที่ครอบคลุม 3 มิติคือ (1) การแบ่งสันปันส่วนอำนาจระหว่างอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้ากับชุมชน โดยอุทยานฯ ให้อำนาจในการออกกฎระเบียบแก่คณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวบ้านร่องกล้าเพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน (2) การแบ่งสันปันส่วนความรับผิดชอบ พบว่า ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมกับอุทยานฯ ในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีในชุมชนเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน และ (3) การแบ่งสันปันส่วนผลประโยชน์ระหว่างอุทยานฯ กับชุมชนในลักษณะของการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เสริมจากการจัดกิจกรรม-ส่งนักท่องเที่ยวขึ้นภูมิล่อและการนำวัฒนธรรม ในชุมชนมาสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยชุมชนร่วมกัน นอกจากนี้ยังพบว่า การแบ่งสันปันส่วนเทคโนโลยีก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านร่องกล้าให้สามารถยกระดับการพัฒนาในระยะต่อไปในอนาคตได้รวมถึงเป็นความร่วมมือรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นภายใต้การดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน การวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะคือ (1) ชุมชนควรดำเนินการและบังคับใช้กฎระเบียบข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่อุทยานแห่งชาติอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบร่วมมือกัน (2) ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ชุมชน และนักท่องเที่ยว ต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันในการอนุรักษ์และฟื้นฟู

ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่อุทยานแห่งชาติจึงจะสามารถทำให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน (3) ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่มีส่วนร่วมจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีการกระจายผลประโยชน์ต่อทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมจึงจะทำให้เกิดความร่วมมือในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน (4) ภาครัฐควรส่งเสริมให้ชุมชนได้รับเรียนรู้การใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน และส่งเสริมให้เกิดการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมการท่องเที่ยวในวงกว้าง และ (5) ควรส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ประกอบอาชีพหลักของครัวเรือน โดยให้การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอาชีพเสริม เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาชีพ เมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤติจากภายนอก เช่น การเกิดวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID 19 ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักครัวเรือนขาดรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีรายได้จากภาคการเกษตรสำหรับใช้จ่ายและดำรงชีพ ซึ่งเป็นการช่วยลดความเสี่ยงให้กับภาคครัวเรือนได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมด้านการมีส่วนร่วม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.78 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากระดับค่าเฉลี่ยมากลงไปหาน้อยสุดตามเกณฑ์การประเมิน พบว่าด้านการมีส่วนร่วมในการร่วมคิดตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์อยู่ใน ระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานของ สนิท บุญราศรี (2565) รูปแบบการจัดการต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ของชุมชนลำพะยา อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลาในอนาคต ผลการวิจัยพบว่าการศึกษาพัฒนาข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนลำพะยา อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีดังนี้ (1) การศึกษาการพัฒนาของผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนลำพะยา ควรสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้ชุมชนสามารถได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยคงระดับทรัพยากรที่มีอยู่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมน้อยที่สุด โดยแง่มุมทางเศรษฐกิจ ประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องรักษาทุนของสังคมไว้ แ่งมุด้านสิ่งแวดล้อมจะเน้นการรักษาเสถียรภาพของระบบนิเวศน์ทั้งทางชีวภาพและกายภาพจากการผลิตและการใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนแง่มุมด้านสังคมจะต้องรักษาความมั่นคงของสังคมและวัฒนธรรมรวมทั้งการลดความขัดแย้งในสังคมที่มีสาเหตุมาจากการผลิตและการใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2) การพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนลำพะยา อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ควรสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนลำพะยาให้เรียนรู้และเข้าใจถึงการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ ด้านชีวภาพ ด้านคุณค่าในการใช้ประโยชน์ และด้านคุณภาพชีวิตด้วยการผลักดันนโยบายและสนับสนุนจากทุกภาคส่วน โดยเน้นตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบการบริหารจัดการการเกษตร และอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากภาคการเกษตร การเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมและท่องเที่ยวชายแดน การพัฒนาคุณภาพชีวิตและศักยภาพของประชาชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การระดมภาคีทุกภาคส่วนร่วมเสริมสร้างยะลา สันติสุข การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมี

ส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่ การสร้างความสมดุลการท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจอย่างสมดุลของชุมชนลำพะยา (3) การประเมินความเหมาะสมและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนลำพะยา อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา การตรวจสอบรูปแบบโดยการประเมินด้วยวิธีการอภิปรายการสนทนากลุ่มเป็นการสัมมนาอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship) 12 คน พร้อมแนวทางการปฏิบัติยืนยันสอดคล้องกันตามผลของการศึกษาในขั้นต้นตามที่ได้กล่าวมาแล้วโดยมีฉันทามติเห็นสอดคล้องและยืนยันว่าเป็นรูปแบบที่เหมาะสมมีหลักเกณฑ์นำไปใช้ปฏิบัติได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมด้านการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากระดับค่าเฉลี่ยมากลงไปในหาน้อยสุดตามเกณฑ์การประเมิน พบว่า ด้านภาวะผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา การติดตามประเมินผลอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.83 และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการวางแผนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 สอดคล้องกับ กวินพัฒน์ เลิศพวงษ์มณี (2565) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.97) แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.84) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดด้วยเทคนิคการวิเคราะห์แบบ Multiple Regressions พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ สามารถพยากรณ์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ชุมชนควรพัฒนาแนวทางการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว แนวทางการจัดการที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย สุขอนามัย การบริการที่เป็นมิตร และสำรวจความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุง ต่อยอดให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ชุมชนควรจัดการให้สมาชิกทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว จัดการให้สมาชิกทุกคนในชุมชนสามารถเข้าถึงและได้รับประโยชน์จากทรัพยากรหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อสร้างความเสมอภาค สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ รักและหวงแหนชุมชนของตนเอง เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน และมีความยั่งยืนในระยะยาว
3. ชุมชนควรจะต้องมีการจัดการวางแผนสำหรับการจัดการท่องเที่ยว อาจบูรณาการแผนงานร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ ภาคเอกชน เพื่อกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกัน

ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็ง มีศักยภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับการท่องเที่ยวของประเทศอื่นได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. วิจัยในด้านการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี
2. วิจัยความเป็นไปได้ในการนำระบบการจัดการสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กวิณพัฒน์ เลิศพงษ์มณี. (มกราคม-เมษายน 2565). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการแห่งแปซิฟิก*, 8(1), 19-33
- ตริยากานต์ พรหมคำ. (2565). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้แนวคิดการจัดการแบบร่วมมือกันกรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าและชุมชนบ้านร่องกล้าอำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก* [วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สนธิ บุณราศี. (2565). *รูปแบบการจัดการต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของชุมชนลำพะยาอำเภอมือเืองยะลา จังหวัดยะลาในอนาคต* [วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- Allen, Louis A. (1958). *Organization and Management*. New York: McGraw-Hill.
- Butler, R.W. (1980). *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources*. *Canadian Geographer/Le Geographe Canadian*, 24(1), 5-12.
- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York: Cornell University Press.
- Gibson, J.H., John, M.I. & James H.D. (1982). *Organizations: Behavior structure and Processes*. (4th ed.), Austin, TX: Business Publications
- Okazaki, E. (2008). *A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use*. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529.

แผนธุรกิจพัฒนาร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
Business Plan for Developing Convenience Stores
in Bangkok Metropolitan and Its Vicinity.

ปานชนก ม่วงทอง¹

Parnchanok Muangthong¹

นักวิชาการอิสระ¹

independent academic¹

Retrieved 31-03-2025; Revised 23-04-2025; Accepted 26-04-2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ และ (3) จัดทำแผนธุรกิจพัฒนาร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการร้านสะดวกซื้อ จำนวนประชากรทั้งหมดที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 412 คน โดยใช้ Google Form การเก็บข้อมูล กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย (1) พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 27 – 44 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาโท เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ใช้บริการครั้งล่าสุดเมื่อประมาณ 1-3 เดือนที่แล้ว ใช้บริการ 2-3 เดือนต่อครั้ง โดยเลือกใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง 401-500 บาท มักซื้อสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคทำความสะอาด มีครอบครัว ประกอบการตัดสินใจ และชำระเงินออนไลน์ผ่าน Mobile Banking (2) พบว่า ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ได้แก่ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีประเภทของสินค้าที่หลากหลาย การมีป้ายราคาแสดงอย่างชัดเจน มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา การมีโปรโมชั่นให้เลือกหลายรูปแบบ การจัดสถานที่สะอาด สว่าง ปลอดภัย การมีพนักงานยินดีให้บริการ การมีระบบการชำระเงินหลายระบบ เช่น เงินสด เงินโอน บัตรเครดิต ชำระผ่านแอปพลิเคชันและการมีภายในร้านกว้าง เดินสะดวก และ (3) พบว่า แผนธุรกิจพัฒนาร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนี้ ใช้เงินลงทุนจำนวน 34,180,500 บาท โดยมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี และมีอัตราผลตอบแทน 19.80%

คำสำคัญ: ร้านสะดวกซื้อ ผู้บริโภค ส่วนประกอบการตลาด 7Ps

Abstract

This research aims to (1) analyze consumer behavior when purchasing products from convenience stores, (2) examine the factors influencing purchasing decisions at convenience stores, and (3) develop a business plan for the development of convenience stores in Bangkok metropolitan and its vicinity. The study was conducted using a quantitative research approach. The population of the study includes individuals who use or have used convenience store services, specifically those residing in Bangkok metropolitan and its vicinity. The sample size was determined using Taro Yamane's formula, with a total of 412 respondents selected through convenience sampling, and data were collected using Google Forms. The confidence level was set at 95%, with a margin of error of 5%. Data analysis was performed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that (1) most respondents were female, aged between 27-44 years, married, holding a master's degree, employed in private companies, with an average monthly income exceeding 30,000 THB. They last used the service 1-3 months ago and frequented the store 2-3 times per month, mostly on weekends. Their average expenditure per visit was between 401-500 THB. The most commonly purchased items were cleaning supplies, with family or partners often influencing their purchasing decisions. Payments were mostly made through Mobile Banking. (2) The factors influencing purchasing decisions included the availability of a wide variety of products, clear price tags, a range of price options, multiple promotions, clean, well-lit, and safe store environments, helpful staff, various payment options (cash, bank transfer, credit cards, app payments), and spacious store layouts that make shopping convenient. (3) The proposed business plan for developing convenience stores in the Bangkok Metropolitan Area and surrounding provinces requires an investment of 34,180,500 THB, with a payback period of 4 years and an estimated return on investment (ROI) of 19.80%.

Keywords: Convenience store, consumers, marketing mix 7Ps

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค้าส่งค้าปลีกซึ่งมีมูลค่ารวม 2.8 ล้านล้านบาทในปี 2566 คิดเป็นสัดส่วน 15.7% ของ GDP สูงเป็นอันดับสองรองจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่มีสัดส่วน 24.9% ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นนายทุนรายใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมาก และเป็นผู้ซื้อรายใหญ่จึงมี

อำนาจต่อรองเหนือผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า มีการบริหารจัดการร้านค้าอย่างเป็นระบบซึ่งรวมถึงระบบขนส่งและกระจายสินค้าที่ทันสมัย ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการค้าออนไลน์ และการนำเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาด ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในไทยเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และเมืองหลักที่มีความเป็นสังคมเมืองสูง รวมถึงเมืองท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยหนุนจากนโยบายรัฐเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างชาติ ซึ่งมีเทคโนโลยีบริหารจัดการสมัยใหม่เข้ามาลงทุนธุรกิจค้าปลีกได้ ลักษณะร้านค้าตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย และมีค่าใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหารและเครื่องดื่มประมาณ 40% ของค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งหมด โดยผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าหลายประเภทในที่แห่งเดียวตั้งแต่อาหาร ของใช้ส่วนบุคคล และของใช้ในครัวเรือน อีกทั้งราคาสินค้ามักต่ำกว่าร้านค้าปลีกดั้งเดิม และการลงทุนขยายสาขาต่อเนื่องเพื่อขยายฐานลูกค้า (แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมปี 2567-2569, วิจัยกรุงศรี)

ปัจจุบันธุรกิจร้านค้าปลีก หรือ เรียกอีกชื่อว่า ร้านสะดวกซื้อ มีการขยายตัวในมูลค่าที่สูงกว่าการเติบโตของผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (Gross Domestic Product - GDP) ทั้งนี้ การขยายตัวของร้านค้าปลีกอาจเนื่องจากสาเหตุของรูปแบบร้านค้าปลีกเปลี่ยนไปจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งปัจจุบันรูปแบบร้านค้าปลีก จะมีหลายลักษณะ ทั้งในรูปแบบแฟรนไชส์ หรือดำเนินการเอง โดยรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคจะมีการพัฒนาหลายประการ อาทิ รูปแบบการจัดร้าน การนำเทคโนโลยีมาใช้ การให้สิทธิแก่ผู้ซื้อที่สามารถเลือกสินค้าได้เอง เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการดำเนินการดังกล่าวส่งผลให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม หรือที่เรียกว่า ร้านขายของชำแบบดั้งเดิม เกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ได้รับการยอมรับจากผู้ซื้อลดลงเป็นลำดับซึ่งสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น สินค้าที่จำหน่ายมีจำนวนไม่มาก รูปแบบการจัดร้านไม่น่าสนใจ การจัดวางสินค้าไม่มีการแยกหมวดหมู่อย่างชัดเจน ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่เกิดความสับสน และลำบากในการหยิบสินค้ามีระบบการจัดการที่ไม่ได้มาตรฐาน การตกแต่งร้านไม่ทันสมัย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นช่องทางการดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อทุกอย่างเริ่มต้น 20 บาทเพื่อประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นการพัฒนาร้านขายของชำเดิม ให้มีระบบในการจัดจำหน่ายมากขึ้น โดยเฉพาะการจัดหมวดหมู่ของสินค้า และการวางสินค้าที่เป็นระเบียบมากขึ้นแต่จะมีวิธีการดำเนินงานที่สะดวกสบายมากขึ้น โดยใช้เครื่องมือช่วยในการจัดจำหน่ายอย่างเหมาะสม พัฒนาให้เป็นร้านสะดวกซื้อที่มีความทันสมัย เพื่อมุ่งหวังในการดำเนินธุรกิจให้เต็มความสามารถ และความภูมิใจที่เป็นธุรกิจของตนเอง ผู้วิจัยจึงจัดทำแผนธุรกิจพัฒนาร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยใช้ปัจจัย 7Ps มาประยุกต์ใช้ร่วมกับการวิเคราะห์ประชากร และพฤติกรรมของผู้ซื้อ ซึ่งจะช่วยให้ร้านสะดวกซื้อ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้าน 20 Premium Plus ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้าน 20 Premium Plus ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อจัดทำแผนธุรกิจพัฒนาร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีด้านปัจจัยประชากรศาสตร์

ปกัค อุดมธรรมกุล (2563) ได้ให้ความหมายของประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากรให้ทราบขนาด หรือจำนวนคนที่มีอยู่พื้นที่ รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของคน ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคล เช่นอายุเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตลาดส่วนแบ่งทางตลาดและวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

ลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นความแตกต่างที่หลากหลายเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น โดยแสดงให้เห็นถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่าง และหลากหลายนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่าง การตัดสินใจที่แตกต่างกันอย่างมีสาเหตุจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ มาปรับใช้ในการสำรวจผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (1999, อ้างถึงใน วิมลรัตน์ เกตุโกมุท, 2557) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่ง การใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้ หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่า กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผลในสินค้าหรือบริการ จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ สามารถแยกได้ดังนี้

- 1) มีการแสดงกิริยาอาการของบุคคล ด้วยการเดินทางไปจับจ่ายหาซื้อและใช้สินค้าหรือบริการตามความต้องการของบุคคล
- 2) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อ การพิสูจน์ความต้องการการตรวจสอบ การแสวงหาข่าวสาร การจับจ่าย และการพูดคุยเพื่อค้นหาคำยืนยัน
- 3) บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นครอบครัวแม่บ้าน หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้บุคคลอื่น

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหา หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) ที่สามารถสนองความพึง

พอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค มาปรับใช้ในการสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

Kotler & Keller (2016, อ้างถึงใน โสภิตา รัตนสมโชค, 2558) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ว่ามี 7 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านบุคคล (People) 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

โดยสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ถือเป็นองค์ประกอบหลักของการตลาดด้วยความครอบคลุมหลักการสำคัญในการสร้างความมั่นใจในการวางตำแหน่งทางการตลาดที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคู่แข่ง และก่อนที่จะรู้จักลูกค้า ด้วยการจัดการกับองค์ประกอบทั้ง 7 นี้ ธุรกิจต่าง ๆ จะสามารถดึงดูดและมีส่วนร่วมกับลูกค้า กระตุ้นยอดขาย และเพิ่มรายได้ ดังนั้น 7Ps จึงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญและให้ประโยชน์แก่นักการตลาด และประยุกต์ใช้กับทุกธุรกิจได้ สามารถนำไปพัฒนาข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกัน ติดตามเทรนด์ ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการ และปรับให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เสริมสร้างตำแหน่งทางการตลาด และอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ขยายการเข้าถึงตลาด ดึงดูดลูกค้ารายใหม่ และเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ในตลาดใหม่ เพิ่มยอดขาย ผลิตภัณฑ์และเพิ่มการขายต่อเนื่อง รวมถึงสร้างการรักษาลูกค้าและความภักดีต่อแบรนด์มากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาปรับใช้เพื่อวางแผนการดำเนินธุรกิจเบื้องต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชาญ มณีวงศ์ (2556) จากการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในร้านสะดวกซื้อ และร้านมินิมาร์ทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น ระดับชอบมาก และร้านมินิมาร์ท อื่น ๆ ทั่วไป ระดับปานกลาง 2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ไม่แตกต่างกัน ส่วนร้านมินิมาร์ททั่วไปนั้น ด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการ ไม่แตกต่างกันและ 3) ความชอบที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกทั้งร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และร้านมินิมาร์ทอื่น ๆ ทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ละอทธิพย์ เกิดน้อย (2555) ศึกษาเรื่องอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 26-35 ปีระดับการศึกษาสูงสุด พบว่ามีระดับการศึกษานุปริญญา ประกาศนียบัตรชั้นสูง อาชีพเกษตรกร รายได้ต่อเดือน 5,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ไม่มียานพาหนะส่วนตัว จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีจำนวน 2-3 คน พฤติกรรมผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเมื่อมีความต้องการสินค้าอย่างเร่งด่วน สินค้าส่วนใหญ่ซื้อมาเพื่อ ใช้เองโดยซื้อ 1-2

ครั้ง/สัปดาห์ ราคาสินค้าถูกกว่าร้านทั่วไป โดยมูลค่าซื้อสินค้าประมาณครั้งละ 100-300 บาท เกินกว่าราคาที่ซื้อจากร้านค้าสะดวกซื้อ สินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น น้ำอัดลม นมกล่อง น้ำผลไม้ ช่วงเวลา 10.01- 14.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ซื้อมากที่สุดซึ่งระยะทางจากบ้านถึงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนใหญ่ คือ 50 เมตร ปัจจัยทางการตลาด 7P's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7P's มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ระเบียบวิธีวิจัย

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีขั้นตอนกระบวนการ ดังนี้ (1) ศึกษางานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (2) ศึกษาภาวะตลาดอุตสาหกรรม (3) กำหนดแนวคิดทางธุรกิจ (4) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้า รวมถึงศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า งานศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการร้านสะดวกซื้อ จำนวนประชากรทั้งหมดที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane พบว่า ถ้าไม่ทราบจำนวน ประชากรกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 400 คน สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 412 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ

จากนั้น ออกแบบโมเดลธุรกิจ (BMC Model) และจัดทำแผนธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำแบบสำรวจพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้า และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 63.83 อายุ 27 – 44 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 41.26 สถานภาพสมรส จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 43.45 อาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 39.32 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30 ,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.92

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการใช้บริการครั้งล่าสุดเมื่อประมาณ 1-3 เดือนที่แล้ว จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 44.66 มีความถี่ในการใช้บริการ 2-3 เดือนต่อครั้ง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 27.18 โดยเลือกใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 68.45 มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงิน 401-500 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.67 มักซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์ทำความสะอาด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.09 มีแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจ คือ ครอบครัว/คนรัก จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 27.91 และชำระเงินออนไลน์ผ่าน Mobile Banking จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 59.71

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ด้านสินค้า หรือบริการ (Product) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีประเภทของสินค้าที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 4.954, S.D. = 174.88)

ด้านราคา (Price) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีป้ายราคาแสดงอย่างชัดเจน และมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา ($\bar{X}$ = 4.954, S.D. = 174.88)

ด้านการสื่อสารและการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีโปรโมชั่นให้เลือกหลายรูปแบบ ($\bar{X}$ = 4.949, S.D. = 174.32)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดสถานที่สะอาด สว่าง ปลอดภัย ($\bar{X}$ = 4.944, S.D. = 172.72)

ด้านบุคลากร (People) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีพนักงานยินดีให้ความช่วยเหลือ เช่น ช่วยค้นหาสินค้า ช่วยยกสินค้า ($\bar{X}$ = 4.951, S.D. = 174.34)

ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีระบบการชำระเงินหลายระบบ เช่น เงินสด เงินโอน บัตรเครดิต ชำระผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}$ = 4.951, S.D. = 174.86)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีภายในร้านกว้าง เดินสะดวก ($\bar{X}$ = 4.947, S.D. = 173.78)

จากผลการสำรวจผู้วิจัยได้นำมาปรับโมเดลแบบจำลองทางธุรกิจและแผนธุรกิจ ดังนั้นกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และการบริการ

ผลิตภัณฑ์: คัดสรรสินค้าให้หลากหลาย เช่น ของใช้ในบ้าน, ของเล่น, สินค้าอุปโภคบริโภค โดยเน้นสินค้าที่มีความต้องการสูง และน่าสนใจ

การบริการ: ฝึกอบรมพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ เช่น การตอบคำถาม การให้คำแนะนำ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี

กลยุทธ์ราคา

โปรโมชั่น: จัดโปรโมชั่นพิเศษในบางโอกาส เช่น ซื้อ 10 ชิ้นแถม 1 ชิ้น หรือลดราคาในวันเกิดลูกค้า รวมถึงการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่าง ๆ

กลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่าย

สถานที่ตั้ง: เลือกร้านในทำเลที่มีคนพลุกพล่าน เช่น ใกล้ตลาด, ห้างสรรพสินค้า, หรือย่านชุมชน
ช่องทางออนไลน์: สร้างเว็บไซต์ หรือเพจโซเชียลมีเดียสำหรับการขายสินค้าออนไลน์ และการสื่อสารกับลูกค้า

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การโฆษณา: ใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดดิจิทัลเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

กิจกรรมส่งเสริมการขาย: จัดกิจกรรม เช่น วันเปิดร้าน หรือเทศกาลลดราคาสินค้า เพื่อดึงดูดลูกค้า

แผนการบริการ

บริการหลังการขาย: มีนโยบายคืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า

ระบบสมาชิก: พิจารณาการสร้างระบบสมาชิกเพื่อให้ลูกค้าได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ส่วนลดหรือของแถม

แผนการบริหารจัดการ

การควบคุมต้นทุน: ตรวจสอบและควบคุมต้นทุนสินค้าเพื่อให้สามารถรักษากำไรได้

การฝึกอบรมพนักงาน: ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ขายและบริการลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

แผนการเงิน

แผนการเงิน มีความสำคัญในการจัดการด้านการเงินและการวางแผนเพื่อความยั่งยืน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

งบประมาณเริ่มต้น: การกำหนดงบประมาณเบื้องต้นสำหรับการเปิดร้าน เช่น ค่าตกแต่งร้าน ค่าสถานที่ ค่าสินค้าเริ่มต้น และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

การวิเคราะห์ต้นทุน: การวิเคราะห์ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย รวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ การขนส่ง และค่าใช้จ่ายทางธุรกิจอื่น ๆ เพื่อให้สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม

การจัดการกระแสเงินสด: การติดตามกระแสเงินสดอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจว่ามีเงินทุนเพียงพอในการดำเนินงาน และการลงทุนในอนาคต

การตั้งเป้าหมายรายได้: การตั้งเป้าหมายรายได้ที่ต้องการในแต่ละเดือนหรือไตรมาส โดยพิจารณาจากปริมาณการขาย และราคาขาย

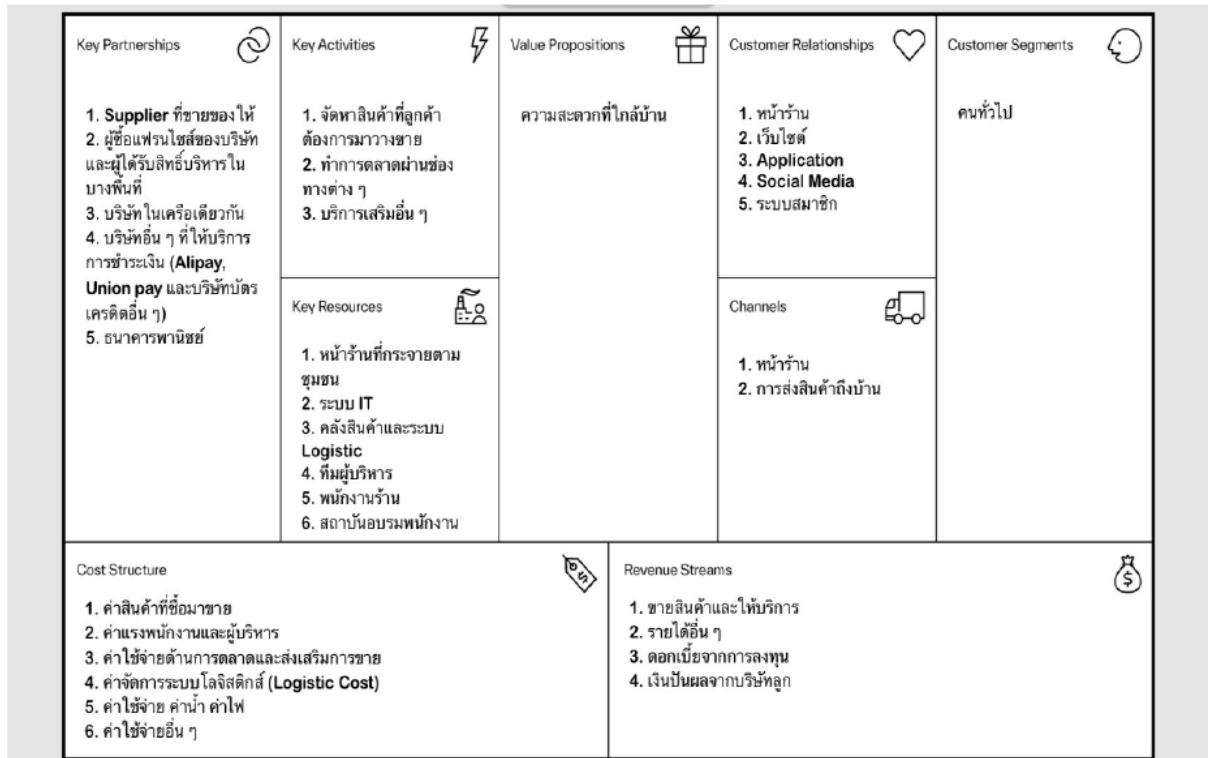
การวางแผนการลงทุน: การพิจารณาการลงทุนในสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ เช่น การขยายสาขา หรือการเพิ่มสินค้าใหม่ในร้าน

การวิเคราะห์ความเสี่ยง: การประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงในตลาด การแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงในค่าครองชีพ และการวางแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์เหล่านั้น

การตรวจสอบผลการดำเนินงาน: การทำรายงานทางการเงินเพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการเงินเมื่อจำเป็น

การวางแผนภาษี: การทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีที่ต้องจ่าย และการวางแผนเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง และประหยัดค่าใช้จ่ายด้านภาษี

ทั้งนี้ แผนการเงินที่ดีจะช่วยให้ธุรกิจ มีการดำเนินงานที่ราบรื่นและสามารถเติบโตในตลาดได้อย่างยั่งยืน



รูปที่ 1 โมเดลธุรกิจ (BMC Model)

แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉิน มีความสำคัญในการเตรียมความพร้อมสำหรับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด เพื่อให้ร้านสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การประเมินความเสี่ยง: การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น ภัยธรรมชาติ การประท้วงหรือปัญหาทางเศรษฐกิจ เพื่อระบุสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อร้าน
2. แผนการจัดการความเสี่ยง: การกำหนดขั้นตอนการจัดการในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น การปิดร้านชั่วคราว การปรับลดการสต็อกสินค้า หรือการจัดการกับข้อร้องเรียนจากลูกค้า
3. การจัดเตรียมทรัพยากรสำรอง: การมีแหล่งเงินทุนสำรองสำหรับใช้ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น เงินสดหรือสินเชื่อระยะสั้น เพื่อรักษากระแสเงินสด
4. การฝึกอบรมพนักงาน: การฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับแผนฉุกเฉิน และการปฏิบัติตนในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนพร้อมรับมือ
5. การสื่อสารกับลูกค้า: การมีแผนการสื่อสารที่ชัดเจนในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น การใช้โซเชียลมีเดีย หรือการประกาศในร้าน เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงสถานการณ์ และแนวทางการแก้ไข

6. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดส่ง: การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดส่งสินค้า เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยน หรือหาแหล่งจัดหาสินค้าได้รวดเร็วในกรณีที่เกิดปัญหา
7. การตรวจสอบและปรับปรุงแผน: การทบทวน และปรับปรุงแผนฉุกเฉินเป็นระยะ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต
8. การประกันภัย: การทำประกันภัยสำหรับร้านค้า เพื่อคุ้มครองทรัพย์สิน และรายได้จากเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ไฟไหม้ หรืออุบัติเหตุ

ทั้งนี้ แผนฉุกเฉินที่ดีจะช่วยให้ร้านทุกอย่าง 20 บาท สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. พัฒนารูปแบบร้านสะดวกซื้อให้ทันสมัย และตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค จากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้า ระบบการชำระเงินที่สะดวก และบรรยากาศภายในร้านที่ปลอดภัยและสะอาด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรออกแบบร้านโดยคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ เช่น เพิ่มระบบชำระเงินแบบไร้เงินสด ปรับปรุงแสงสว่างภายในร้าน และเพิ่มการจัดหมวดหมู่สินค้าอย่างชัดเจน

2. นำกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่หลากหลายมาใช้เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อ การจัดโปรโมชั่น เช่น ซื้อครบจำนวนหรือจัดเทศกาลลดราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ดังนั้นควรวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำ ควบคู่กับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เพจ Facebook หรือ Line OA เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคระหว่างร้านสะดวกซื้อแบบแฟรนไชส์ กับร้านสะดวกซื้อท้องถิ่นเพื่อให้เข้าใจความแตกต่างด้านความคาดหวังและพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งจะช่วยในการวางกลยุทธ์การตลาดเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยให้สามารถแข่งขันกับแบรนด์ใหญ่ได้

2. ควรเพิ่มการวิเคราะห์เชิงลึกในประเด็นด้าน Customer Loyalty หรือความภักดีของลูกค้าโดยศึกษาแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความภักดี และวิธีการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งจะเป็แนวทางสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

ปภัค อุดมธรรมกุล. (กันยายน-ธันวาคม 2563). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(3), 25-38. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/247406>

- ละออทิพย์ เกิดน้อย. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. Dspace at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/handle/123456789/1026>
- วิจัยกรุงศรี. (2567, 4 เมษายน). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2567-2569: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. <https://www.krungsri.com/th/research/industryindustryoutlookwholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>
- วิชาญ มณีวงศ์. (2556). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในร้านสะดวกซื้อและร้านมินิมาร์ทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน กรณ์ จาติกวณิช (ประธาน), การประชุมมหาดใหญ่วิชาการครั้งที่ 4 การวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย (Symposium). มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ สงขลา.
- วิมลรัตน์ เกตุโกมุท และ ศศิธร จันทพันธ์. (เมษายน-มิถุนายน 2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ยี่ห้อ อีซีโก ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงินการลงทุนการตลาดและการบริหารธุรกิจ, 4(2), 412-429. <http://thaiejournal.com/journal/2557volumes2/22.pdf>
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติปีที่เอสของประชากรในกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU digital collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:94395

แผนธุรกิจร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2

Business Plan for Cafe in Phutthabucha - Rama 2 Area.

สุดารัตน์ มีโชค¹

Sudarat Meechok¹

นักวิชาการอิสระ¹

independent academic¹

Retrieved 31-03-2025; Revised 24-04-2025; Accepted 26-04-2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคและกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในร้านกาแฟเขตพุทธบูชา - พระราม 2 (2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจใช้บริการ และ (3) เพื่อจัดทำแผนธุรกิจสำหรับร้านกาแฟตามผลการวิจัยเพื่อต่อยอดศักยภาพทางธุรกิจในอนาคตดำเนินการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายตามสูตร W.G. Cochran ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ใน Google Forms และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยประกอบด้วย (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการใช้จ่ายเฉลี่ย 100-200 บาทต่อครั้ง และ 75% ของผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับสูงกับรสชาติเครื่องดื่ม เบเกอรี่ และอาหาร โดยมีกลยุทธ์การตลาด เช่น การให้เครื่องดื่มฟรีเมื่อซื้อสินค้าครบ 1,000 บาท เป็นบทบาทดึงดูดลูกค้า โดยเฉลี่ยผู้บริโภคใช้บริการกาแฟ 2-3 ครั้งต่อเดือนและใช้เวลาที่ร้านประมาณ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง (2) การวิเคราะห์สถิติแสดงว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ ($p < 0.05$) และ (3) ผลการวิจัยแผนธุรกิจสำหรับร้าน Sky Cafe ถูกออกแบบอย่างชัดเจน โดยมีการวางแผนให้มีพนักงานจำนวน 5 คนและตั้งเป้าหมายเงินทุนส่วนตัว 5 ล้านบาท มีเป้าหมายคืนทุนใน 2.5 ปี สำหรับการเปิดร้านในอนาคต ซึ่งมีแนวทางตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยเพื่อดึงดูดกลุ่มนักศึกษา

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด กาแฟ แผนธุรกิจ

Abstract

The purpose of this research is as follows: (1) to examine consumer behavior and develop marketing strategies affecting the choice of services in cafes in the Phutthabucha - Rama 2 area, (2) to analyze the relationship between the marketing mix factors (7Ps) and service usage decisions, and (3) to create a business plan for the cafe based on the research findings to enhance future business potential. The research was conducted by collecting

data from a sample of 400 consumers using simple random sampling according to the W.G. Cochran formula (1977) through an online questionnaire on Google Forms and analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The research findings include: (1) Consumer behavior shows an average spending of 100-200 baht per visit, and 75% of consumers rated the importance of drink, bakery, and food taste as high. Marketing strategies, such as offering free drinks with purchases over 1,000 baht, play a role in attracting customers. On average, consumers visit cafes 2-3 times a month and spend about 30 minutes to 1 hour at the cafe. (2) Statistical analysis indicates that the marketing mix factors (7Ps) with significant relationships include product, distribution, personnel, and physical characteristics ($p < 0.05$). (3) The research results indicate that the business plan for Sky Cafe is clearly designed, with plans to employ 5 staff members and a target private investment of 5 million baht, aiming to break even in 2.5 years. The cafe location is intended to be near a university to attract the student market.

Keywords: Marketing mix, cafe, business plan

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟกลายเป็นหนึ่งในแนวโน้มที่ได้รับความนิยมในหมู่คนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะผู้ที่หลงใหลในรสชาติของกาแฟและบรรยากาศของร้านกาแฟการเปิดร้านกาแฟจึงเกิดขึ้นอย่างหลากหลายตั้งแต่สถานที่ริมถนน ตลาด อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล จนถึงสถานศึกษาและปั๊มน้ำมันขนาดของร้านก็มีตั้งแต่เล็กไปจนถึงใหญ่ ซึ่งกาแฟถือเป็นหนึ่งในเครื่องดื่มที่มีความนิยมสูงที่สุดในระดับโลกแม้ว่าประเทศไทยจะไม่ใช่ในอันดับต้น ๆ ของประเทศที่มีการบริโภคกาแฟมากที่สุด แต่การบริโภคกาแฟในประเทศไทยกลับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีอัตราการเฉลี่ยเติบโตที่ร้อยละ 15 หรือเฉลี่ย 300 แก้วต่อคนต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟในประเทศแนวโน้มดังกล่าวสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ซึ่งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ผู้คนเริ่มหันมาสนใจการดื่มกาแฟสดที่มีคุณภาพสูง และมีความชื่นชอบไม่เพียงแค่รสชาติ แต่ยังรวมถึงบรรยากาศของร้านที่สะดวกสบายและบริการที่น่าประทับใจ (บุษญารักษ์ นักเสียง, 2561) การศึกษายังพบว่า ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวที่สูงมาก โดยมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้กาแฟจะเป็นเครื่องดื่มที่รู้จักกันมานานในประเทศ แต่ความนิยมในการบริโภคกาแฟกลับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีปัจจัยส่งเสริมมากมายที่ทำให้ร้านกาแฟกลายเป็นสถานที่นัดพบปะสังสรรค์รวมถึงการใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียจากข้อมูลทางการตลาดพบว่าธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยคาดว่าจะมีการเติบโตที่ประมาณ 4.0-5.0% ต่อปี โดยมีรายได้รวมประมาณ 275-300 พันล้านบาท โดยปัจจัยสนับสนุนในการเติบโตนี้มาจากการฟื้นฟูของ

เศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะจากประเทศจีน มาเลเซีย และเกาหลีใต้ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมทานอาหารและเครื่องดื่มในร้านมากขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19 ผู้วิจัยมีความสนใจในการเปิดร้านกาแฟในพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2 เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีนักศึกษาและกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป โดยร้านกาแฟที่จะเปิดจะมีการตกแต่งที่ดึงดูดใจพร้อมมุมถ่ายรูปและมีเมนูกาแฟที่หลากหลายเพื่อดึงดูดลูกค้า นอกเหนือยังมีพื้นที่สำหรับการอ่านหนังสือและการพบปะพูดคุยการออกแบบร้านจะเน้นความสะดวกสบายและสะดวกสบายสำหรับผู้ใช้บริการ ที่ทำให้ร้านกาแฟไม่ใช่เพียงแค่สถานที่จำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มแต่ยังเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาแผนธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยหวังว่าผลการศึกษากลายเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาดร้านกาแฟต่อไป (สุนิษฐา เศรษฐีธร, 2565; วิเชียร โสมวิภาต, 2567; จิธญา ตรังคิณานถและคณะ, 2565)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในร้านกาแฟเขตพุทธบูชา - พระราม 2
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจใช้บริการ
3. เพื่อสร้างแผนธุรกิจสำหรับร้านกาแฟในเขตพุทธบูชา - พระราม 2 โดยอ้างอิงจากผลการวิจัยเพื่อต่อยอดศักยภาพทางธุรกิจในอนาคต

สมมติฐานการวิจัย

1. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2
2. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2
3. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2
4. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2
5. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2
6. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2

7. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์หมายถึงพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันไปตามปัจจัยหลายประการ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาและกำหนดตัวแปรที่สำคัญด้านประชากรศาสตร์ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยปัจจัยเหล่านี้ช่วยบ่งชี้ถึงลักษณะทางจิตวิทยาและพฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ โดยสรุปคือ: 1.เพศเป็นตัวชี้วัดความต้องการที่แตกต่าง 2.อายุ ช่วยบ่งบอกพฤติกรรมที่แตกต่าง 3.ระดับการศึกษาเป็นตัวชี้วัดความต้องการที่แตกต่าง 4.รายได้แสดงถึงความสามารถในการบริโภค 5.อาชีพแสดงถึงทัศนคติและค่านิยมที่ต่างกัน (กาญจพรพรหม เมฆอรุณ และกนกพร ชัยประสิทธิ์, 2561)

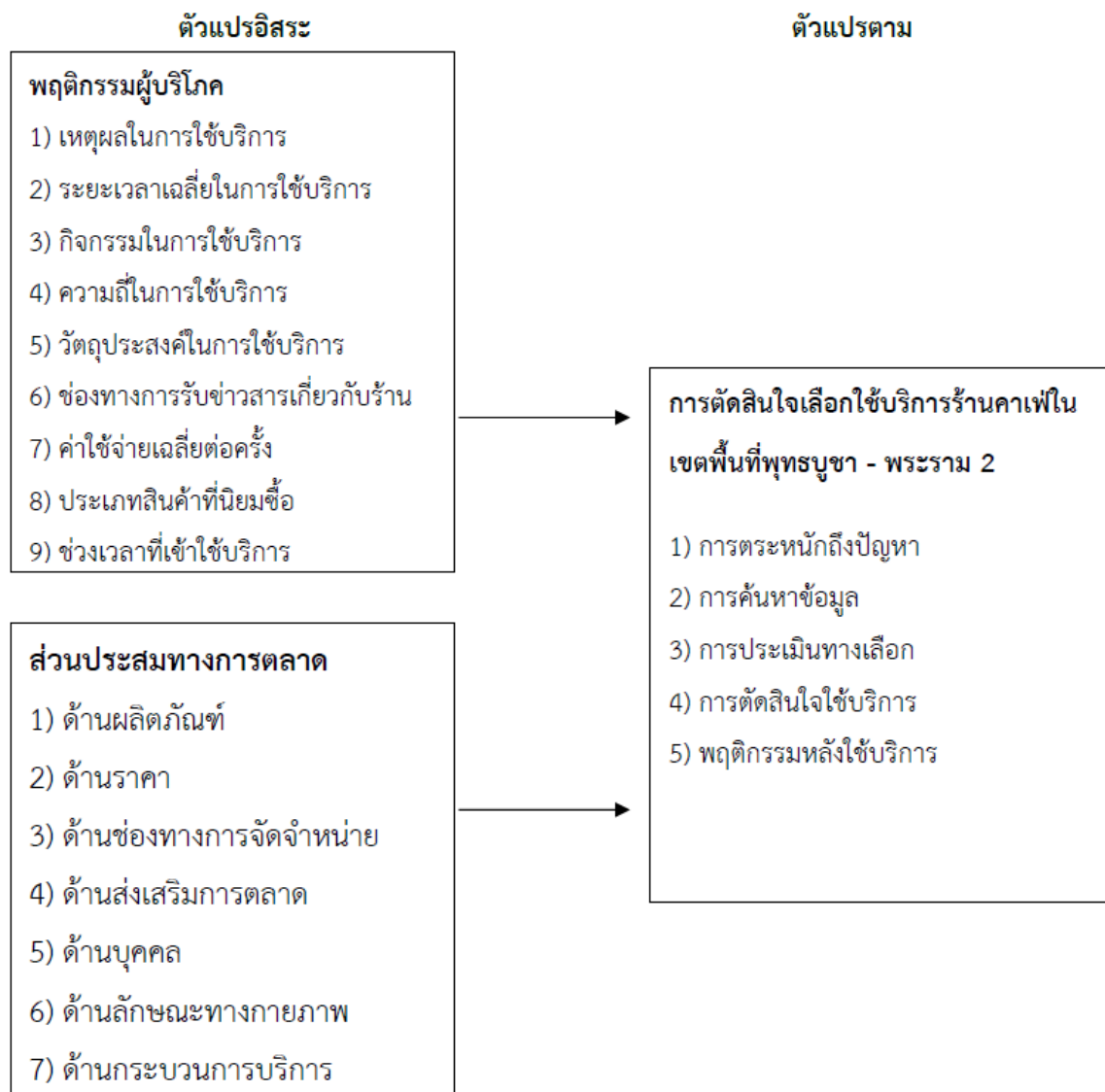
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในการช่วยนักการตลาดเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค เพื่อวางแผนและใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมโดยมีองค์ประกอบหลักสามประการ: 1.สิ่งกระตุ้น (Stimulus) คือปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ 2.กล่องดำ (Black Box) คือความรู้สึกละความคิดของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซึ่งธุรกิจไม่สามารถเข้าถึงได้ 3. การตอบสนอง (Response) คือการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ได้รับการกระตุ้น (Kotler & Armstrong, 2016 อ้างถึงใน วสุดา รังสิเสนา ณ อยุธยา, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด Kotler, Philip, Armstrong, Gary (2016) ได้อธิบายว่าส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงตัวแปรหรือเครื่องมือที่บริษัทใช้ควบคุมเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคปลายทางซึ่งรวมถึง: 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านส่งเสริมการตลาด 5. ด้านบุคคล 6. ด้านลักษณะทางกายภาพ 7. ด้านกระบวนการบริการ ส่วนประสมการตลาดนี้มีบทบาทสำคัญโดยเฉพาะในธุรกิจบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องแผนธุรกิจที่ร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2 มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้คือผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านคาเฟ่ในพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2 ซึ่งตั้งอยู่ในแขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร ขอบเขตนี้รวมถึงบริเวณที่เชื่อมโยงกับถนนประชาอุทิศในเขตทุ่งครุ โดยไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่ชัดได้

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2 โดยไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ขนาดตัวอย่างถูกคำนวณตามสูตรขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนตามแนวทางของ Cochran (1977) โดยตั้งค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่

ยอมรับได้ที่ 5% ซึ่งได้ผลลัพธ์เป็นจำนวน 400 คน โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Sampling Method)

3. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้คือแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งดำเนินการในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนนำที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในร้านกาแฟ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice Questions) ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ โดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการใช้บริการ เวลาที่ใช้ กิจกรรมขณะใช้บริการ ความถี่ในการใช้ ช่องทางรับรู้ร้านค้า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง และประเภทสินค้าที่นิยมซื้อ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในร้าน โดยประกอบด้วยการตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

4. การทดสอบความถูกต้องของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีความเที่ยงตรงและตอบสนองต่อเนื้อหา โดยมีการตรวจสอบค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งกำหนดมาตรฐานไว้ว่าต้องมีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.66 รวมถึงผลการรายงาน IOC ในการวิจัยนี้อยู่ในช่วง 0.67-1.00

5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มต้นด้วยการขออนุญาตกลุ่มตัวอย่าง เพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของการศึกษาจากนั้นได้มีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ในสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ควบคู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุดเพื่อนำมาจัดเก็บและวิเคราะห์

6. การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งใช้การคำนวณค่าร้อยละสำหรับประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับส่วนประสมการตลาดและการตัดสินใจใช้บริการ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

7. การจัดทำแผนธุรกิจสำหรับร้านกาแฟในพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2 ได้ถูกกำหนดในรูปแบบที่รวมถึง (1) บทสรุปผู้บริหาร (2) แนวคิดและข้อมูลธุรกิจ (3) โมเดลธุรกิจ (4) รายละเอียดผลิตภัณฑ์ / บริการ (5) การวิเคราะห์ตลาดและอุตสาหกรรม (6) แผนการตลาด (7) แผนการบริหารจัดการ (8) แผนการผลิต / แผนบริการ (9) แผนการเงิน (10) แผนบริหารจัดการความเสี่ยง

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.5) มีช่วงอายุต่ำกว่า 26 ปี (ร้อยละ 60.0) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา (ร้อยละ 60.0) และมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 46.5)

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลในการใช้บริการ คือ รสชาติของเครื่องดื่ม/อาหาร (ร้อยละ 34.0) มีระยะเวลาในการใช้บริการ 30 นาที - 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 42.5) กิจกรรมที่ชื่นชอบทำในคาเฟ่ คือ ทำงาน/เรียน (ร้อยละ 25.5) เข้าใช้บริการคาเฟ่อยู่ที่เดือนละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 48.5) โดยซื้อสินค้าจากคาเฟ่ เพื่อรับประทานเอง (ร้อยละ 90.5) นิยมใช้บริการคาเฟ่ที่หน้าร้าน (ร้อยละ 93.5) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการอยู่ที่ 100-200 บาท (ร้อยละ 62.5) สินค้าที่นิยมซื้อจากคาเฟ่ คือ เครื่องดื่มประเภทเย็น (ร้อยละ 33.5) และส่วนใหญ่เข้าใช้บริการช่วงเวลา 12.01 – 15.00 น. (ร้อยละ 43.5)

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	n=400			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	0.70	มากที่สุด	7
2. ด้านราคา	4.33	0.68	มากที่สุด	1
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.32	0.69	มากที่สุด	2
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.26	0.76	มากที่สุด	5
5. ด้านบุคลากร	4.29	0.67	มากที่สุด	4
6. ด้านกระบวนการ	4.26	0.70	มากที่สุด	6
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.32	0.71	มากที่สุด	3
เฉลี่ย	4.28	0.70	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28, SD.=0.70$) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.33, SD.=0.68$) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.32, SD.=0.69$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.32, SD.=0.71$) ด้านบุคลากร ($\bar{x} = 4.29, SD.=0.67$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.26, SD.=0.76$) ด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.26, SD.=0.70$) และน้อยที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.02, SD.=0.769$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2

การตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ	n=400			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การใช้บริการร้านกาแฟเป็นที่นิยม	3.95	0.79	มาก	5
2. การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านกาแฟจากคนรู้จักในแพลตฟอร์มต่างๆ	4.07	0.86	มาก	4
3. มีการเปรียบเทียบร้านกาแฟจากคุณภาพ และราคาของร้าน	4.31	0.83	มากที่สุด	3
4. ตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านกาแฟเนื่องจากราคา และคุณภาพของเครื่องดื่มและอาหาร	4.42	0.75	มากที่สุด	1
5. จะใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา -พระราม 2 อีกในอนาคต	4.33	0.84	มากที่สุด	2
เฉลี่ย	4.21	0.71	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, $SD.=0.71$) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านกาแฟเนื่องจากราคา และคุณภาพของเครื่องดื่มและอาหาร ($\bar{x} = 4.42$, $SD.=0.75$) รองลงมาคือ จะใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2 อีกในอนาคต ($\bar{x} = 4.33$, $SD.=0.84$) มีการเปรียบเทียบร้านกาแฟจากคุณภาพ และราคาของร้าน ($\bar{x} = 4.31$, $SD.=0.83$) การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านกาแฟจากคนรู้จักในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.07$, $SD.=0.86$) และน้อยที่สุด คือ การใช้บริการร้านกาแฟเป็นที่นิยม ($\bar{x} = 3.95$, $SD.=0.79$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.906	0.480		1.887	0.06
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.110	0.046	0.116	2.402	0.01*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2. ด้านราคา	0.005	0.059	0.004	0.078	0.93
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.119	0.063	0.093	1.906	0.05*
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	-0.021	0.055	-0.018	-0.375	0.70
5. ด้านบุคลากร	0.184	0.067	0.142	2.757	0.00*
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.279	0.058	0.240	4.835	0.00*
7. ด้านกระบวนการ	0.095	0.062	0.075	1.523	0.12
R=0.394 R Square= 0.156 Adjusted R Square= 0.140 Std. Error of the Estimate = 0.437					

จากตารางที่ 3 จากสมมติฐาน 7 ข้อที่กล่าวไว้ ทำให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด(7Ps) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา –พระราม 2 อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1,3,5,6 และปฏิเสธสมมติฐานที่ 2, 4 และ 7 โดยรวมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 15.6

การอภิปรายผล

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจสำหรับร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา –พระราม 2 โดยมีการวิจัยและวิเคราะห์ในหลายด้านเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตพุทธบูชา - พระราม 2 พบว่าสาเหตุหลักในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคือ รสชาติของเครื่องดื่มและอาหาร (ร้อยละ 34.0) โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการประมาณ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 42.5) และมักใช้บริการในช่วงเวลา 12.01 – 15.00 น. (ร้อยละ 43.5) นักเรียนและนักศึกษาเป็นกลุ่มหลักที่ใช้บริการ โดยมักเข้าร้านเฉลี่ยเดือนละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 48.5) และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 100-200 บาท (ร้อยละ 62.5) สินค้าที่นิยมคือเครื่องดื่มประเภทเย็น (ร้อยละ 33.5) การศึกษาในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นรภัทร สถานสถิตและจรรยา วังนิยม (2567) ที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมที่คล้ายกันในจังหวัดปทุมธานี

2. การศึกษาส่วนประสมการตลาดของการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา-พระราม 2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากรและลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถพยากรณ์ได้ถึง 15.6% สินค้าของร้านกาแฟ รวมถึงเครื่องดื่ม ขนมหวาน เบเกอรี่ และอาหารคาว มีรสชาติและบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง สะอาด ทั้งยังมีความหลากหลายในการเลือกซื้อ ร้านตั้งอยู่ในทำเลสะดวกแก่การเดินทาง

ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น โรงเรียนและโรงพยาบาล ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการผ่านเว็บไซต์พร้อมช่องทางการสั่งซื้อที่หลากหลาย พนักงานมีอัธยาศัยดี สุภาพ และมีความกระตือรือร้นในการบริการรวมถึงสามารถแนะนำสินค้าและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ การจัดบรรยากาศภายในร้านสะอาด สวยงาม และมีแสงสว่างเหมาะสม อุณหภูมิและการปรับอากาศอยู่ในระดับที่สบาย มีการจัดเรียงอุปกรณ์อย่างเป็นระเบียบและพื้นที่จอดรถกว้างขวาง การตกแต่งร้านมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของดิณณภพ สมพงษ์, ลักษณะ บุญเฉลิม, และ ฉันทนา ปาปัดดา (2566) ซึ่งระบุว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ บายโฮมเบเกอรี่มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพ

1. การจัดทำแผนธุรกิจ** จากการวิเคราะห์ กลยุทธ์ที่เสนอสำหรับร้านกาแฟในพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2 ได้แก่: 1. ด้านผลิตภัณฑ์มีการรับประกันคุณภาพรสชาติเครื่องดื่ม ขนมเบเกอรี่ และอาหาร ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสะดวกต่อการใช้งาน 2. ด้านราคากำหนดราคาสินค้าและบริการอยู่ระหว่าง 90-120 บาท โดยมีโปรโมชั่นส่วนลด 5% สำหรับนักศึกษาเมื่อแสดงบัตรนักศึกษา และส่วนลด 5 บาท เมื่อมีการนำแก้วมาเอง 3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย*: ตั้งร้านหน้ามหาวิทยาลัยเพื่อให้นักศึกษาเข้าถึงบริการได้ง่าย 4. ด้านการตลาด: โปรโมชั่น เช่น เมื่อซื้อเครื่องดื่มและอาหารสะสมครบ 1,000 บาท จะได้รับเครื่องดื่มฟรี 1 แก้ว 5. ด้านบุคลากร: พนักงานต้องมีความสุภาพและสะอาดสะอ้าน พร้อมให้บริการลูกค้าตลอดเวลา 6. ด้านกระบวนการ: ใช้แอปพลิเคชันในการสั่งสินค้าและบริการ เช่น QueQ และเครื่องชำระเงินแบบอัตโนมัติเพื่อความเร็ว 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ: การตกแต่งภายในร้านให้มีความทันสมัยเหมาะสำหรับการทำการบ้านและทำงาน มีมุมสำหรับถ่ายรูปให้ลูกค้า การลงทุนในร้านกาแฟในพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2 ถือเป็นโอกาสที่น่าสนใจ โดยมีการคำนวณระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2.5 ปีด้วยการลงทุน 5 ล้านบาท ส่วนผลตอบแทนจากการลงทุนแสดงถึงความคุ้มค่าในการทำธุรกิจนี้ โดยคาดว่าร้านกาแฟสามารถทำกำไรได้ในอีกประมาณ 5-10 ปีข้างหน้า การสำรวจความต้องการของตลาดและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดจะช่วยดึงดูดลูกค้าและสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจตามความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้ร้านกาแฟนั้นสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน ในกรณีที่ข้อมูลตลาดหรือความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลง หากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ จำเป็นต้องพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจหรือการปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและการประสบผลสำเร็จในธุรกิจระยะยาวต่อไป ร้านกาแฟในเขตพื้นที่พุทธบูชา - พระราม 2 จึงเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโต และเมื่อดำเนินการตามกลยุทธ์ที่เหมาะสมและมีการบริหารจัดการที่ดี คาดว่า จะสามารถสร้างผลกำไรได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. การออกแบบร้านและการบริการควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักศึกษาเป็นพิเศษเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักในพื้นที่คือกลุ่มนักศึกษา การวางแผนเปิดร้านควรออกแบบบรรยากาศให้เอื้อต่อการเรียน

และทำงาน เช่น จัดพื้นที่นั่งอ่านหนังสือ มีปลั๊กไฟ อินเทอร์เน็ต และมุมถ่ายรูป พร้อมโปรโมชั่นเฉพาะนักศึกษา เช่น ส่วนลดหรือเครื่องดื่มฟรีเมื่อสะสมแต้มครบตามจำนวน

2. พัฒนาและส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายและสะดวกยิ่งขึ้น ผลการวิจัยชี้ว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นร้านควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันสั่งล่วงหน้า การจัดส่งผ่านเดลิเวอรี่ และระบบสั่งจองที่นั่ง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้นในด้านอาชีพและช่วงอายุเนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุและอาชีพที่หลากหลาย เช่น พนักงานออฟฟิศ หรือผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อให้แผนธุรกิจมีความครอบคลุมและสามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านพฤติกรรม การซื้อซ้ำ (Repeat Purchase Behavior) แม้ว่างานวิจัยนี้จะศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการ แต่ยังไม่เจาะลึกในแง่ของความภักดีต่อร้าน (Customer Loyalty) และพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการวางแผนธุรกิจระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กาญจพรพรข เมฆอรุณ และ กนกพร ชัยประสิทธิ์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 9(2), 205-216.
- จิรญา ตรังคณินาถ, นฤมล ลาภธนศิริไพบุลย์, ยลชนก ขวตพุทรา, และ ปาณิสรา วิษุพงษ์. (มกราคม-เมษายน 2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค. *วารสารนวัตกรรมการจัดการ และการสังคมศาสตร์*, 3(1), 42-63.
- ดิณณภาพ สมพงษ์, ลักษณะ บุญเฉลิม, และ ฉันทนา ปาปัดถา. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ บายโฮมเบเกอรี่มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. *วารสารบริหารธุรกิจและนวัตกรรม มทร.พระนคร (JBI)*, 2(2), 36-49.
- นรภัทร สถานสถิตย์ และ จรรยา วังนิยม. (มกราคม-เมษายน 2567). ปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในจังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 26(1), 76-85.
- บุษญารักษ์ นักเสียง. (2561). *พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟขนาดย่อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วสุดา รังสิเสนา ณ อยุธยา. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. Thammasat University Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:148853
- วิเชียร โสมวิภาต. (มกราคม-มิถุนายน 2567). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสด ร้าน ALL CAFÉ ในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารมหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 7(12), 160-177.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่: Marketing Management* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: Diamond In Business World.
- สุนิษฐา เศรษฐีธร. (2565, 9 สิงหาคม). รายงานตลาดอาหารในประเทศไทยร้านกาแฟ. ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร. http://fic.nfi.or.th/upload/market_overview
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Kotler, Philip, Armstrong & Gary. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed). London: Pearson.

การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียน

สังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

Internal Supervision of School Administrators in Schools under the Municipality of Mueang District, Lopburi Province.

ทิพวรรณ นิลละอ¹

Tipawan Nillao¹

นักวิชาการศึกษาปฏิบัติการ เทศบาลตำบลบ้านท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี¹

Academic Officer, Ban Tha Luang Subdistrict Municipality, Tha Luang District, Lop Buri Province¹

Retrieved 11-04-2025; Revised 27-04-2025; Accepted 29-04-2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตามความคิดเห็นของครู และ (2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูต่อการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ครูโรงเรียนในสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 148 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางของเครจซี่และมอร์แกน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .991 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าที และสถิติทดสอบค่าเอฟ ผลการวิจัยประกอบด้วย (1) การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตามความคิดเห็นของครู พบว่าในภาพรวมและรายด้าน มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก และ (2) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การนิเทศภายใน ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

Abstract

The study had two objectives: (1) to study internal supervision of school administrators in schools under the municipality of Mueang District, Lopburi Province, according to teachers' opinions, and (2) to compare teachers' opinions on internal supervision of school administrators in schools under the municipality of Mueang District,

Lopburi Province, classified by gender, education level and work experience. This study was a quantitative research. The sample consisted of 148 teachers in schools under the municipality of Mueang District, Lopburi Province. The sample size was determined by using the Krejcie and Morgan table. The simple with the total reliability of .991. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test. The research results consisted of (1) the internal supervision of school administrators in schools under the municipality of Mueang District, Lopburi Province, according to teachers' opinions, it was found that the practices of the overall aspects and each aspect were at a high level, and (2) the comparison of teachers' opinions on internal supervision of school administrators in schools under the municipality of Mueang District, Lopburi Province, when classified by gender, age and education level, it was found that their opinions on the overall aspects were significantly different at the statistical level of .05.

Keywords: Internal supervision, school administrators, under the municipality of Mueang district, Lopburi province

บทนำ

การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพควรมีการพัฒนาปรับปรุงทำให้ศักยภาพที่มีอยู่ในที่ตัวคนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ คำว่าคุณภาพการศึกษาไม่ใช่หน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานใด หน่วยงานหนึ่งแต่เป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตั้งแต่รัฐบาลที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย เพื่อแก้ไข ปัญหาและพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ หน่วยงานต้นสังกัดที่มีหน้าที่สนับสนุนด้านบุคลากรที่มีคุณภาพ รวมถึงการสนับสนุนอุปกรณ์การเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพ ผู้เรียนตลอดจนกำกับติดตามให้เกิดการพัฒนา ด้านการจัดการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสม เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างและพัฒนาความรู้ ความคิด ความประพฤติ และคุณธรรมของบุคคล สังคมและบ้านเมืองใดที่ให้การศึกษที่ดีแก่เยาวชนได้อย่างครบถ้วน ล้วนพอเหมาะกันทุก ๆ ด้านสังคมและบ้านเมืองนั้นจะมีความมั่นคง ประเทศชาติมีการพัฒนาให้ก้าวต่อไปได้โดยตลอด ซึ่งบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยตรงคือ ครู ที่มีหน้าที่วางรากฐานความรู้ ความดี และความสามารถทุก ๆ ด้านให้แก่ผู้เรียน และผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้ที่มีหน้าที่หลักในการบริหารจัดการศึกษาภายในสถานศึกษา ทั้งด้านการบริหารงานวิชาการ บุคลากร งบประมาณ และการบริหารงานทั่วไป รวมถึงเรื่องการพัฒนาครู และการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญที่การพัฒนาผู้เรียนให้เต็มตามศักยภาพ ผ่านกระบวนการนิเทศภายในอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง การนิเทศภายในจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่จะทำให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการส่งเสริมให้ผู้บริหารสถานศึกษา และคณะครูได้ปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอน

ในชั้นเรียนให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรที่กำหนดไว้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ ตลอดจนสนับสนุน ส่งเสริมและให้กำลังใจแก่ครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียน การนิเทศการศึกษาจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีความรู้และทักษะในการพัฒนาวิชาชีพของตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนให้บรรลุผลตามมาตรฐานตัวชี้วัด หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (วันวิสาห์ โขยชนะ, 2560)

การนิเทศภายในโรงเรียน ถือว่าเป็นภารกิจสำคัญของผู้บริหารสถานศึกษาที่ต้องดำเนินการควบคู่กับการบริหารจัดการศึกษาในสถานศึกษา การนิเทศภายในจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากผู้บริหารสถานศึกษาและครูได้มีการเตรียมการก่อนการนิเทศ และร่วมกันดำเนินการตามกระบวนการนิเทศภายใน ผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องจัดการนิเทศภายในเพื่อปรับปรุงคุณภาพการศึกษา ในฐานะที่เป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับครูและนักเรียน เป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดกับปัญหา และรู้ถึงปัญหาและความต้องการจำเป็นต่าง ๆ ได้ดีกว่าบุคคลภายนอก เป็นการแก้ปัญหาและพัฒนาได้ถูกต้อง มีการใช้หลักมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเองแบบกัลยาณมิตรในการนิเทศครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียน ทำให้การนิเทศภายในโรงเรียนดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนองความต้องการของครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมที่สุด แต่ในปัจจุบันพบว่าการนิเทศภายในยังมีปัญหาค่อนข้างมาก โดยเห็นได้จากสภาพปัจจุบันของการจัดการศึกษาของแต่ละสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และ รายงานผลการนิเทศของศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า กระบวนการนิเทศภายในโรงเรียนมีความแตกต่างกัน ทั้งปัจจัยที่เอื้อและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการนิเทศ การนิเทศภายในยังขาดความต่อเนื่องและความเป็นเอกภาพที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีผลกระทบทางลบของสถานการณ์โควิด 19 ต่อการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา โดยข้อมูลจากรายงานการวิจัยของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2564) ผลกระทบทางลบต่อการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาและครูจากข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า ส่งผลกระทบทางลบต่อการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาและครูระดับมากในเรื่องภาระงานในการจัดการเรียนรู้และการดูแลนักเรียนมากขึ้น ครูบางส่วนเครียด มีความกังวลกับรูปแบบการสอนแบบใหม่ ไม่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี เป็นสิ่งที่ทำให้ครูกังวลและเหนื่อยกว่าปกติ ครูขาดขวัญกำลังใจในการทำงาน เนื่องจากภาระงานมีมากขึ้น ในขณะที่ทรัพยากรทางการศึกษาไม่เพียงพอ และบุคคลภายนอกไม่เข้าใจถึงภาระงานของครู ส่งผลให้ครูรู้สึกท้อแท้และท้อถอยและกำลังใจในการทำงาน และทำให้คุณภาพการจัดการเรียนการสอนลดลง ผู้บริหารสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาครู การส่งเสริมและสนับสนุนการเสริมขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของครู ผ่านกระบวนการนิเทศภายในอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้ครูสามารถพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรสถานศึกษา ในอันที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ

เทศบาลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้แก่เด็กนักเรียนในเขตเทศบาล และการจัดการศึกษาของเทศบาลอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักประสานและพัฒนากิจการการศึกษาท้องถิ่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย มีการดำเนินงานส่งเสริม สนับสนุนช่วยเหลือให้เทศบาลสามารถปฏิรูปการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับแนวนโยบายแห่งรัฐ การบริหารการศึกษาของเทศบาล

ดำเนินการโดยสำนักการศึกษา หรือกองการศึกษาในฐานะหน่วยปฏิบัติ สนับสนุน ส่งเสริมการจัดการศึกษาของเทศบาล ดำเนินการจัดตั้งงบประมาณและดำเนินการพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษาให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิรูปการศึกษา (วศิน โหมุท, 2560) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีการกำหนดนโยบายเรื่องการพัฒนาคุณภาพการศึกษาโดยใช้กระบวนการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา จึงทำให้ผู้บริหารสถานศึกษาของแต่ละโรงเรียนต้องทำการนิเทศ แนะนำการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรให้เป็นไปตามมาตรฐานการนิเทศภายในของสถานศึกษา และทำการนิเทศภายในตามกระบวนการอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายให้สถานศึกษามีคุณภาพที่สูงขึ้น ซึ่งในการดำเนินงานการจัดการศึกษาให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีกระบวนการทำงานเพื่อโน้มน้าวจิตใจคน ในการกระตุ้นหรือสร้างความพึงพอใจให้เกิดพฤติกรรมการทำงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ซึ่งการร่วมมือในการปฏิบัติงานจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริหารเข้าใจถึงความต้องการของมนุษย์และรู้วิธีการจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานมีความมั่นใจและเกิดความรู้สึกอุทิศตนเพื่องาน (เสาวลักษณ์ บุญมาก และตรัยภูมิรินทร์ ตรีศวร, 2564)

โรงเรียนในสังกัดเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ เทศบาลเมืองลพบุรี เทศบาลเมืองเขาสามยอตเทศบาลตำบลโคกตูม เทศบาลตำบลเขาพระงาม อยู่ภายใต้สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้นำในการบริหารจัดการศึกษา และการนิเทศภายในโรงเรียน ตามบทบาทและภาระหน้าที่ที่กำหนดไว้ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ครูผู้ปฏิบัติงานภายในโรงเรียนในสังกัดเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การนิเทศภายในโรงเรียนยังไม่มีระบบที่ชัดเจน ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน และไม่มีผลการนิเทศไปปรับปรุงคุณภาพการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงไม่มีการวางแผนและแจ้งล่วงหน้าในการนิเทศ ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนกันของช่วงเวลาในการทำกิจกรรมและภาระงานอื่น ๆ เช่น ตัวอย่างการสัมภาษณ์ครู ประกอบด้วย อนิรุจน์ สืบไสสงค์, ธิดา รุกกรับ, และ เอกรัตน์ กิ่งกัน(การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มิถุนายน 2567) พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาไม่ได้มีการถามความคิดเห็นครูในเรื่องรูปแบบการนิเทศ และทำการเลือกช่วงเวลาที่มีการนิเทศเป็นช่วงเดียวกับช่วงที่มีโครงการและกิจกรรมอื่น ๆ กระบวนการนิเทศมีเพียงกำหนดปฏิทินการนิเทศ และการดำเนินการนิเทศยังขาดกระบวนการนิเทศที่เป็นระบบชัดเจน และการนิเทศส่วนใหญ่มักจะมีการจัดขึ้นในช่วงที่มีโครงการอื่นที่เร่งด่วนควบคู่กันไป ทำให้ภาระงานที่ต้องทำในแต่ละวันมีมากขึ้น จนบางครั้งไม่สามารถแบ่งเวลาได้ ทำให้ไม่สามารถเตรียมความพร้อมได้ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้หน่วยงานต้นสังกัดโรงเรียนในสังกัดเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ยังไม่มีตำแหน่งศึกษานิเทศก์ ซึ่งศึกษานิเทศก์ ถือว่าเป็นบุคลากรภายนอกที่มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้คำแนะนำและชี้แนะในการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา รวมถึงการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ให้ดำเนินการไปได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาเป็นระบบและต่อเนื่อง ส่งผลดีต่อการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของโรงเรียน และการพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตามความคิดเห็นของครู เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และโรงเรียนสังกัดเทศบาลสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง

และพัฒนาการนิเทศภายในโรงเรียน อันจะนำไปสู่การพัฒนาระบบและกระบวนการนิเทศภายในโรงเรียนที่ดีมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียน และส่งผลดีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนสังกัดเทศบาลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

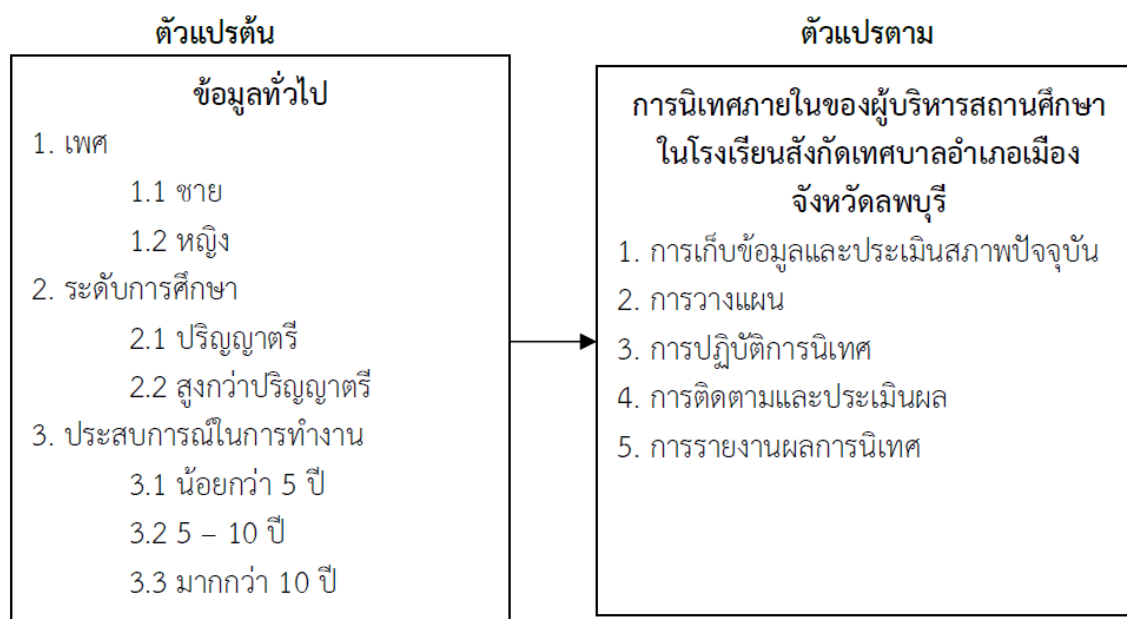
1. เพื่อศึกษานิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตามความคิดเห็นของครู
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูต่อนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา จากแนวคิดของนักวิชาการและนักวิจัย ได้แก่ กรองทอง จิรเดชากุล (2550); สัจด์ อุทรานันท์ (2529); ธารทิพย์ ด้ายศ (2561); ธีรรัตน์ หัตถมา (2566); ธัญพิชชา อุ่นรัมย์ (2564); Allen (1969); Harris (1985) และได้สังเคราะห์เนื้อหาเป็นกระบวนการของการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลและประเมินสภาพปัจจุบัน (2) การวางแผน (3) การปฏิบัติการณ์ (4) การติดตามและประเมินผล (5) การรายงานผลการนิเทศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และกำหนดเป็นกระบวนการของการนิเทศภายใน ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ใช้ในการศึกษา การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย กระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลและประเมินสภาพปัจจุบัน (2) การวางแผน (3) การปฏิบัติการณ์ (4) การติดตามและประเมินผล (5) การรายงานผลการนิเทศ แสดงในรูปที่ 1 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ครู โรงเรียนในสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวนรวม 235 คน (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี, 2566)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ครูโรงเรียนในสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 148 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ ประกอบด้วย 2 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ประสพการณ์ในการทำงาน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของครูต่อการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับของ Likert Scale (Likert, 1987 อ้างถึงใน ธานินทร์, 2551) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน จำนวนรวม 28 ข้อ ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลและประเมินสภาพปัจจุบัน จำนวน 6 ข้อ (2) การวางแผน จำนวน 5 ข้อ (3) การปฏิบัติการนิเทศ จำนวน 6 ข้อ (4) การติดตามและประเมินผล จำนวน 6 ข้อ และ (5) การรายงานผลการนิเทศ จำนวน 5 ข้อ

2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา
- 2) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา
- 3) ศึกษาวิธีสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) เพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือสำหรับการศึกษา
- 4) นำเนื้อหาจากการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา มากำหนดนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อให้สอดคล้องกับตัวแปรที่จะศึกษา
- 5) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามกรอบเครื่องมือที่กำหนดซึ่งมีแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลและประเมินสภาพปัจจุบัน (2) การวางแผน (3) การปฏิบัติการนิเทศ (4) การติดตามและประเมินผล และ (5) การรายงานผลการนิเทศ
- 6) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของภาษาและความครอบคลุมของนิยามตัวแปร แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

2.2 การหาคุณภาพเครื่องมือ

- 1) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามแต่ละข้อ (Content validity) จากนั้นนำร่างแบบสอบถามไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) ตามนิยามศัพท์ของตัวแปรสำคัญของการวิจัย ซึ่งจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปจึงถือเป็นข้อคำถามที่ใช้ได้
- 2) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับครู ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) มีค่าเท่ากับ .991
- 3) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีการกำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- 1) ผู้วิจัยขอหนังสือจากวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จัดทำหนังสือขอความร่วมมือถึงนายกเทศมนตรีที่มีโรงเรียนในสังกัดทั้ง 8 โรงเรียน ในสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล จากครูในโรงเรียน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม
- 2) ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือส่งไปยังเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และจัดทำหนังสือขอความร่วมมือส่งต่อไปยังนายกเทศมนตรีที่มีโรงเรียนในสังกัดทั้ง 8 โรงเรียน เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยจากครูในโรงเรียน

3) ดำเนินการเก็บข้อมูล ผ่านการใช้ Google Form ไปยังโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง กำหนดส่งคืนภายใน 30 วัน

4) เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลตามขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงค่าความถี่ และร้อยละ
- 2) วิเคราะห์ระดับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) วิเคราะห์เปรียบเทียบการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดเทศบาล อำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี ตามความคิดเห็นของครู จำแนกตามเพศ และระดับการศึกษา โดยใช้ค่าสถิติทดสอบค่าที (t-test) และจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยใช้การทดสอบค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มขึ้นไป กรณีพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' s Method)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของครูเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตามความคิดเห็นของครู พบว่า การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากสูงสุดไปต่ำสุด คือ ด้านการเก็บข้อมูลและประเมินสภาพปัจจุบัน ด้านการติดตามและประเมินผล ด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติการนิเทศ และ ด้านการรายงานผลการนิเทศ

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ครูที่มีเพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานของครูภายในสถานศึกษา จึงได้ให้การสนับสนุนและมีการจัดการนิเทศภายในเป็นอย่างดี เพื่อให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทาง อันนำไปสู่การพัฒนาการปฏิบัติงานครูในสถานศึกษาให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายวินิตย์ ดวงสนาม (2561) ได้ทำการศึกษา การนิเทศภายในสถานศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2 ผลการวิจัย พบว่า การนิเทศภายในสถานศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาประถมศึกษา สระบุรี เขต 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารทิพย์ ด้ายศ (2561) ได้ทำการศึกษา การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนขนาดเล็ก ตามการรับรู้ของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 ผลการวิจัยพบว่าการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนขนาดเล็ก โดยภาพรวม และรายด้าน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูต่อการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนสังกัดเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 เพศ พบว่า ครูที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ครูที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติงาน หรือมีความคิดเห็นในมุมมองต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวันสุไลมาน แวสุหลง (2564) ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำทางวิชาการกับการนิเทศภายในของผู้บริหารโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชนจังหวัดปัตตานี ผลการเปรียบเทียบระดับการนิเทศภายในของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามเพศ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธิณี สะไร (2560) ได้ทำการศึกษาการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มสหพัฒนา อำเภอเรือเสาะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามเพศ ในภาพรวมแตกต่างกัน

2.2 ระดับการศึกษา พบว่า ครูที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ครูที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และมีมุมมองในการปฏิบัติงานที่ดีกว่า ครอบคลุมงานด้านต่าง ๆ มากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันสุไลมาน แวสุหลง (2564) ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำทางวิชาการกับการนิเทศภายในของผู้บริหารโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชนจังหวัดปัตตานี ผลการเปรียบเทียบระดับ

การนิเทศภายในของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชนจังหวัดปัตตานี จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธิดา พรหมศรี และภาวิดา ธาราศรีสุทธิ (2563) ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของครูที่มีต่อการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ครูที่มีวุฒิการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการนิเทศภายในสถานศึกษาของ ผู้บริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

2.3 ประสพการณ์ในการทำงาน พบว่า ครูที่มีประสพการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ครูที่มีประสพการณ์ในการทำงานมาก ได้รับประสพการณ์การเรียนรู้ต่าง ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินสภาพปัจจุบันและปัญหา ทำให้เข้าใจปัญหาได้อย่างถ่องแท้ และแสวงหาแนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหาก็ได้ดีกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารทิพย์ คำยศ (2561) ได้ทำการศึกษาการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาใน โรงเรียนขนาดเล็ก ตามการรับรู้ของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 ผลการเปรียบเทียบการนิเทศภายในของ ผู้บริหารสถานศึกษาใน โรงเรียนขนาดเล็ก จำแนกตามประสพการณ์ในการทำงาน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธินี สะไร (2560) ได้ทำการศึกษาการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มสหพัฒนา อำเภอรือเสาะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นราธิวาส เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามประสพการณ์การทำงาน ในภาพรวมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการเก็บข้อมูลและประเมินสภาพปัจจุบัน ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีแนวทางในการนำข้อมูลต่าง ๆ มาประกอบในการวิเคราะห์และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้สามารถกำหนดเป็นแผนปฏิบัติการการนิเทศภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
2. ด้านการวางแผน ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการจัดประชุมคณะกรรมการการนิเทศภายในอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดวาระการประชุมที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาในสถานศึกษาและการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถวางแผนการดำเนินงานในรูปแบบที่หลากหลายได้
3. ด้านการปฏิบัติการนิเทศ ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำหนดแนวทางในการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ครู โดยต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานที่สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาและครูผู้รับการนิเทศ มีการพัฒนาระบบและกลไกในการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับครูผู้รับการนิเทศได้ดียิ่งขึ้น
4. ด้านการติดตามและประเมินผล ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา (R & D) เครื่องมือการนิเทศ และเครื่องมือการประเมินผลที่เหมาะสม และสอดคล้องกับการนิเทศภายในของ

สถานศึกษาให้มากที่สุด รวมทั้งมีการจัดทำคู่มือการใช้เครื่องมือฯ พร้อมระบุระยะเวลาการใช้เครื่องมือแต่ละประเภทตามความเหมาะสมด้วย

5. ด้านการรายงานผลการนิเทศ ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการรวบรวมข้อมูลและจัดทำเป็นรายงานผลการนิเทศ โดยความร่วมมือของคณะกรรมการการนิเทศภายใน และผู้แทนจากฝ่าย/งานต่าง ๆ ในสถานศึกษา เพื่อให้รายงานการนิเทศมีเนื้อหาสาระที่ครบถ้วน ครบคลุม สื่อความหมายที่ชัดเจน รวมทั้งมีการระบุแนวทางในการพัฒนาการนิเทศในครั้งต่อไปด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความรู้ความเข้าใจ ทักษะการปฏิบัติงาน และเจตคติที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อให้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบและรูปแบบการนิเทศภายในให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ทั้งกับครูผู้รับการนิเทศ และผู้นิเทศภายใน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนมากยิ่งขึ้น

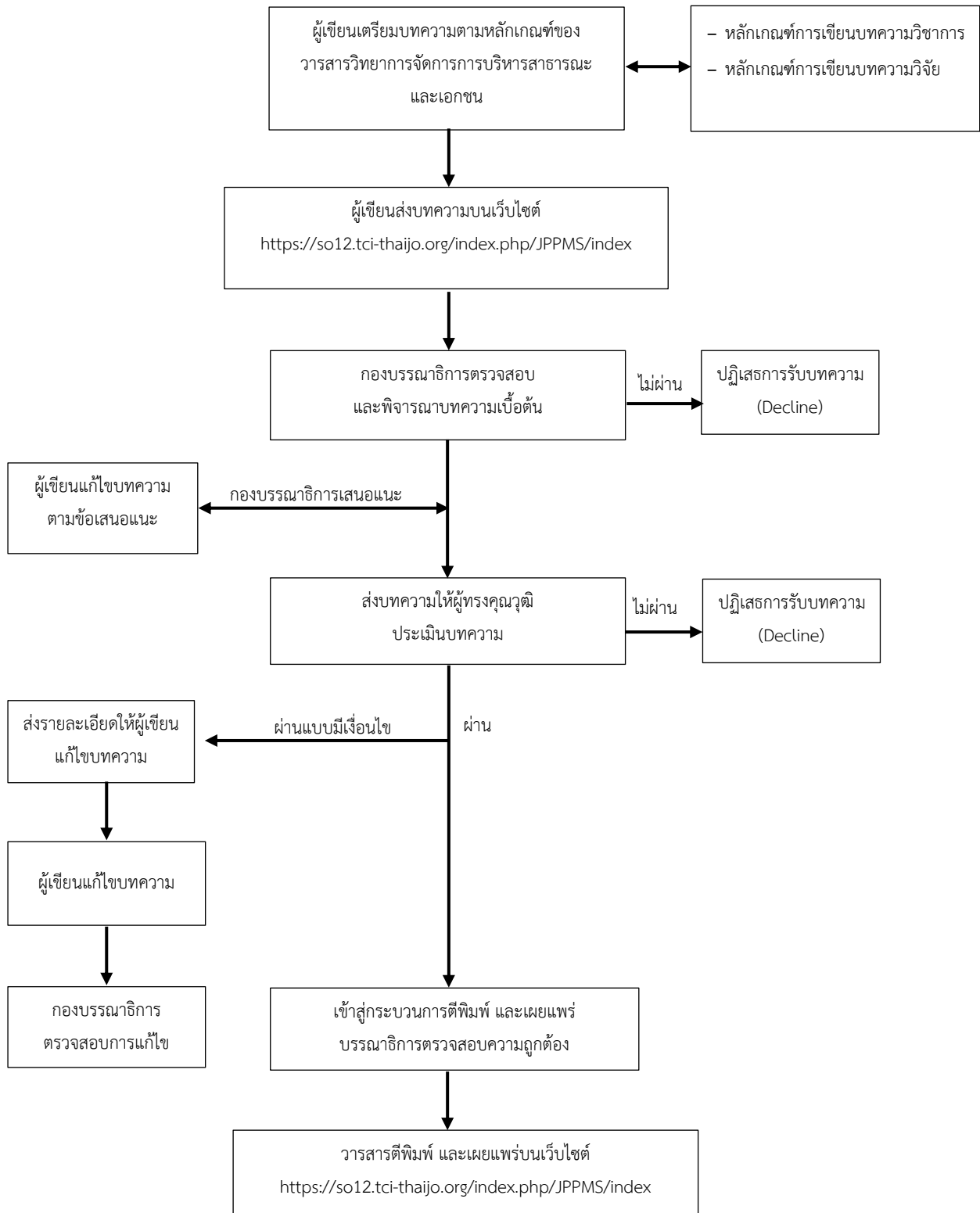
เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2564). รายงานการศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้สำหรับนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด – 19. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภา การศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- กรองทอง จิระเดชากุล. (2550). *คู่มือการนิเทศภายในโรงเรียน*. กรุงเทพฯ: ธารอักษร.
- ธัญพิชชา อุ่นรัมย์. (2564). การพัฒนาแนวทางการนิเทศภายในแบบสอนแนะโดยใช้แนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพสำหรับสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 33 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. Mahasarakham University Intellectual Repository. <http://202.28.34.124/dspace/handle/123456789/857>.
- ธานินทร์ศิลป์ จารุ. (2551). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพมหานคร: บิสนิเนสอาร์แอนด์ดี
- ธารทิพย์ ด้ายศ. (2561). การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนขนาดเล็ก ตามการรับรู้ของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์]. SRU Intellectual Repository. <http://ir.sru.ac.th/handle/123456789/19/simple-search?filterquery=ธารทิพย์+ดำยศ&filtername=author&filtertype>equals>
- ธิดารัตน์ หัตถมา. (มกราคม – มิถุนายน 2566). แนวทางการพัฒนาการนิเทศภายในสถานศึกษาโดยใช้แนวคิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุรินทร์เขต 2. วารสารพุทธปรัชญาวิวัฒน์, 7(1), 637-650.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10), กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- เมธินี สระไร. (2560). *การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มสหพัฒนา อำเภอรือเสาะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา]. YRU Wisdom Bank. <http://wb.yru.ac.th/xmlui/handle/yr/5083>
- วันวิสาห์ ไชยชนะ. (2560). *กระบวนการนิเทศภายในโรงเรียนส่งเสริมพิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น]. Library and Learning Resources Center. http://www2.feu.ac.th/acad/llrc/LIS/WALAI_CatalogStatItem_Detail.aspx?q=2560-08
- วันสุไลมาน แวสุหลง. (2564). *ภาวะผู้นำทางวิชาการกับการนิเทศภายในของผู้บริหารโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชนจังหวัดปัตตานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา]. YRU Wisdom Bank. <https://wb.yru.ac.th/xmlui/handle/yr/5083>
- วศิน โกมุต. (2560). *การจัดการศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับ การเพิ่มโอกาสการศึกษาของกลุ่มผู้ด้อยโอกาส* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5324300127_3751_3460.pdf
- สังต์ อุทรานันท์. (2530). *การนิเทศการศึกษาหลักการทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: มิตรสยาม.
- สายวิมล ดวงสนม (2561). *การนิเทศภายในสถานศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. DSpace at Rajamangala University of TechnologyThanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/3533>
- สุธิดา พรหมศรี และ ภาวดี ธาราศรีสุทธิ. (2563). *ความคิดเห็นของครูที่มีต่อการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร. ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 12 “ศาสตร์พระราชา และการวิจัยเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตในยุค Disruptive Technology”* (น. 2870-2877). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี. (2566, 1 มีนาคม). *ข้อมูลครูโรงเรียนในสังกัดเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี*. <https://www.lopburilocal.go.th/govdoc-detail?hd=3&id=1367>
- เสาวลักษณ์ บุญมาก และตรีภูมิพันธ์ ตรีสุวรรณ. (2564). *บทบาทของผู้บริหารกับการนิเทศภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2. ใน การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12* (น. 976-991). มหาวิทยาลัยมหาดไทย.
- Allen, H.G. (1969). *Analysis and Design of Structural Sandwich Panels*. Pergamon Press, London.

Harris, B. M. (1958). *Supervisory Behavior in Education* (2nd ed.). Englewood Cliff. New Jersey: Prentice-Hall.

ขั้นตอนการส่งบทความตีพิมพ์ วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน



จริยธรรมการตีพิมพ์วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

บทบาท หน้าที่ จริยธรรมของผู้เขียนบทความ

1. ผู้เขียนบทความจะต้องรับรองว่า บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น หรือสิ่งพิมพ์อื่นๆ
2. ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการ หรือบทความวิจัยตามรูปแบบที่วารสารเพื่อตีพิมพ์ใน วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชนอย่างเคร่งครัด
3. ผู้เขียนต้องไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น (Plagiarism) มาเป็นของตนเอง ซึ่งวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ไว้ในระดับไม่เกิน 20%
4. ผู้เขียนซึ่งมีชื่อปรากฏอยู่ในบทความจะต้องเป็นผู้มีส่วนในการจัดทำบทความหรือมีส่วนในการดำเนินการวิจัยจริง และขอสงวนสำหรับบุคคลที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำบทความจะไม่อนุญาตให้ใส่ชื่อลงไปเด็ดขาด หากมีการตรวจสอบทางวารสาร จะถอนบทความนั้นออกทันที
5. ผู้เขียนจะต้องมีความรับผิดชอบในการอ้างอิงเนื้อหาใน ผลงาน ภาพ หรือตาราง หากมีการนำมาใช้ในบทความของตนเอง โดยให้ระบุ “ที่มา” เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์) และจะดำเนินการถอนบทความออกจากการเผยแพร่ของวารสารทันที
6. ผู้เขียนจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของรายการเอกสารอ้างอิง ทั้งในแง่ของรูปแบบและเนื้อหา และไม่ควรนำเอกสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับบทความมาอ้างอิง หรือใส่ไว้ในเอกสารอ้างอิง และไม่ควรอ้างอิงเอกสารที่มากเกินไป โดยจะต้องมีการอ้างอิงตรงตาม ระบบ APA (Version 6) ที่วารสารกำหนดไว้
7. ผู้เขียนจะต้องปรับปรุงแก้ไขบทความตามผลประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ และกองบรรณาธิการ ให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด หากไม่ปรับปรุงตามที่กำหนดจะต้องเลื่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ออกไป หรืออาจถูกปฏิเสธการเผยแพร่บทความ
8. บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารถือเป็นผลงานของผู้เขียน ผู้เขียนและผู้มีชื่อร่วมต้องรับผิดชอบต่อบทความนั้น
9. ในกรณีที่ผู้เขียนทำผิดจริยธรรมจะถูกตัดสิทธิ์การตีพิมพ์เป็นระยะเวลา 3 ปี โดยจะแจ้งผู้เขียนและหน่วยงานสังกัดของผู้เขียน
10. ผู้เขียนจะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จ หรือการปลอมแปลง บิดเบือน รวมไปถึงการตกแต่ง หรือ เลือกลงข้อมูลเฉพาะที่สอดคล้องกับข้อสรุป
11. การพิจารณาอนุญาตให้ลงตีพิมพ์ขึ้นอยู่กับพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และให้ถือเป็นที่สุด

บทบาทหน้าที่ จริยธรรมของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการจะต้องกำกับติดตามดูแลให้การดำเนินงานของวารสาร เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ให้ถูกต้องตามจริยธรรม/จรรยาบรรณ ตามประกาศของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) เรื่องการประเมินด้านจริยธรรม และจรรยาบรรณ
2. บรรณาธิการจะต้องกำกับติดตาม และดำเนินการอย่างเหมาะสมกับเจ้าของบทความ หรือบทความที่ตรวจพบว่ามีผลกระทบด้านจริยธรรม/จรรยาบรรณ เช่น การละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น ซึ่งวารสารได้กำหนดความซ้ำซ้อนของบทความไม่เกิน 20 %
3. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล การตีพิมพ์เผยแพร่บทความที่มีผลประโยชน์ทับซ้อน เช่น การตีพิมพ์เผยแพร่บทความของบรรณาธิการ หรือกองบรรณาธิการ อย่างมีนัยสำคัญ หรือ ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบทความ เป็นต้น
4. บรรณาธิการมีหน้าที่ควบคุมดูแลและพิจารณาคุณภาพของบทความ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร และต้องคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้วโดยพิจารณาจากความชัดเจน และความสอดคล้องของเนื้อหากับนโยบายของวารสาร และจะต้องมีข้อความรู้ที่สะท้อนมุมมอง แนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากประสบการณ์ การสังเคราะห์เอกสาร หรืองานวิจัย มุ่งเน้นการนำเสนอแนวคิดทฤษฎีใหม่รวมถึงแบบจำลองเชิงแนวคิด (Conceptual Model) ที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันจะนำไปสู่การวิจัยในหัวข้อวิชาการที่สำคัญ
5. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของเจ้าของบทความ และผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงเวลาของการประเมินบทความ ซึ่งวารสารได้กำหนดในลักษณะปกปิดรายชื่อทั้งสองด้าน (Double blind peer-reviewed)
6. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์จากวารสารอื่นมาแล้ว โดยต้องมีการตรวจสอบการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง และหากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น เกินตามที่กำหนดไว้ จะต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความหลักทันที เพื่อขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น ๆ
7. บรรณาธิการจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับเจ้าของบทความ และผู้ประเมินบทความ โดยเด็ดขาด เพื่อรักษาไว้ซึ่งธรรมาภิบาลในการดำเนินงานอย่างเคร่งครัด
8. บรรณาธิการต้องไม่นำข้อมูลบางส่วน หรือทุกส่วนของบทความไปเป็นผลงานของตนเอง
9. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้องและให้ผลที่น่าเชื่อถือ โดยนำผลของการวิจัยมาเป็นตัวชี้ว่า สมควรตีพิมพ์เผยแพร่หรือไม่
10. หากบรรณาธิการตรวจพบว่า บทความมีการลอกเลียนบทความอื่นโดยมิชอบ หรือมีการปลอมแปลงข้อมูล ซึ่งสมควรถูกถอดถอน แต่เจ้าของบทความปฏิเสธที่จะถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอนบทความได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของบทความซึ่งถือเป็นสิทธิและความรับผิดชอบต่อบทความของบรรณาธิการ

11. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล ทั้งด้วยตนเองและคณะทำงานในเรื่องจำนวนและคุณภาพการอ้างอิงของวารสารที่ผิดไปจากสภาพความเป็นจริง เช่น มีการกำกับและร้องขอให้มีการอ้างอิงบทความในวารสารอื่นทั้งในลักษณะลับหรือเปิดเผย และมีการใช้อ้างอิงที่ไม่ถูกต้องและสอดคล้องกับเนื้อหา
12. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล การเก็บค่า Page charge หรือ processing fee คือ ต้องมีการดำเนินการอย่างโปร่งใส เช่น กำหนดให้มีการประกาศกระบวนการเรียกเก็บอย่างชัดเจนหรือ ระบุราคาหรือเงื่อนไขของการเรียกเก็บค่า Page charge ตามที่ระบุได้ประกาศไว้อย่างเคร่งครัด

มาตรฐานทางจริยธรรมของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความควรมีจรรยาบรรณคือ ต้องรับประเมินบทความที่ตนเองนั้นมีความถนัดหรือมีความรู้หรือมีความเชี่ยวชาญกับเรื่อง หรือบทความที่ได้รับการประเมินนั้น ๆ ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่มีต่อสาขานั้น ๆ คุณภาพของการวิเคราะห์ และความเข้มข้นของผลงานหรือระบุผลงานวิจัยที่สำคัญ ๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน และในการประเมินบทความด้วยผู้ประเมินไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความ และควรปฏิเสธในบทความที่ตนเองนั้นไม่ถนัด
2. ผู้ประเมินบทความควรมีจรรยาบรรณในความคิดเห็นทางวิชาการของตนเอง ลงในแบบฟอร์มการประเมินหรือเนื้อหาในบทความ ด้วยความยุติธรรม ไม่อคติ ตรงไปตรงมา ไม่ลำเอียงรวมทั้งตรงต่อเวลาตามที่วารสารกำหนดในการประเมิน
3. ผู้ประเมินบทความควรมีจรรยาบรรณในการรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาให้แก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความรวมถึงหลังจากที่พิจารณาประเมินบทความเสร็จแล้ว
4. หลังจากได้รับบทความจากบรรณาธิการวารสาร และผู้ประเมินบทความ ตระหนักว่าตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้พิมพ์ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ
5. ผู้ประเมินบทความ ควรคำนึงถึงการพิจารณาในหัวข้อ ชื่อเรื่อง หากเป็นบทความวิชาการสามารถพิจารณาให้แก้ไขชื่อเรื่องได้ แต่หากเป็นบทความวิจัย ควรพิจารณาเฉพาะความผิดพลาดด้านตัวสะกดและไม่ควรมีการพิจารณาให้เปลี่ยนชื่อเรื่องบทความวิจัย
6. ผู้ประเมินบทความต้องไม่นำข้อมูลบางส่วน หรือทุกส่วนของบทความไปเป็นผลงานของตนเองและคนอื่น ๆ
7. เมื่อผู้ประเมินบทความพบว่า มีส่วนใดของบทความ ที่มีความเหมือนกัน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น ๆ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ พร้อมแสดงหลักฐานให้เห็นเป็นประจักษ์

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน มีนโยบายจัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน, ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม และ ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการด้านการจัดการภาครัฐ บริหารธุรกิจ รัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์

ข้อกำหนดในการส่งบทความ จัดทำขึ้นโดยใช้ภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษเท่านั้น บทความที่นำมอลงในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างตีพิมพ์ในหนังสือหรือวารสารใดมาก่อนกระบวนการคัดเลือกบทความโดยใช้วิธีการประเมินแบบ Double-Blind Review บทความจะถูกส่งไปยังนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญตรงกับสาขาวิชานั้นๆ จำนวน 3 คน เพื่อเป็นผู้ประเมินบทความ

แนวทางการเขียนบทความวิชาการ ประกอบด้วย

- มีประเด็นหรือความแนวคิดที่ชัดเจน มีเนื้อหาทางวิชาการที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และทันสมัย
- วิเคราะห์ประเด็นตามหลักวิชาการ มีการสังเคราะห์ความรู้จากแหล่งต่าง ๆ และเสนอความรู้หรือวิธีการที่เป็นประโยชน์
- สอดแทรกความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ หรือแสดงทัศนะทางวิชาการของผู้เขียนอย่างชัดเจนและเที่ยงตรง
- มีการค้นคว้าอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ทันสมัย และครอบคลุม
- มีการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายและเป็นระบบ ใช้ภาษาทางวิชาการอย่างเหมาะสม

การส่งต้นฉบับ

1) **การตั้งคำหน้ากระดาษ** ต้นฉบับบทความต้องมีความยาว 10 - 15 หน้ากระดาษ A4 (รวมเอกสารอ้างอิง) พิมพ์บนกระดาษหน้าเดียว ภาษาไทยใช้ตัวอักษรแบบ TH Sarabun PSK ตั้งคำหน้ากระดาษโดยเว้นขอบบน ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา ขอบล่าง 1 นิ้ว (2.54 เซนติเมตร) กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 และเว้นบรรทัดระหว่างแต่ละย่อหน้า การนำเสนอรูปภาพและตาราง ต้องนำเสนอรูปภาพ และตารางที่มีความคมชัดพร้อมระบุหมายเลขกำกับรูปภาพไว้ด้านล่าง พิมพ์เป็นตัวหนา เช่น ตาราง 1 หรือ Table 1 และภาพที่ 1 หรือ Figure 1 รูปภาพที่นำเสนอต้องมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนและเข้าใจได้โดยไม่ต้องกลับไปอ่านที่เนื้อความอีก ระบุลำดับของรูปภาพทุกรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในต้นฉบับ โดยคำอธิบายต้องกระชับและสอดคล้องกับรูปภาพที่นำเสนอ

2) **ชื่อเรื่อง** ต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลาง

3) **ชื่อผู้เขียน** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อยู่ใต้ชื่อเรื่องตรงกลาง

4) **ระบุชื่อต้นสังกัด** หรือชื่อหน่วยงาน และอีเมล

5) **มีบทคัดย่อ** ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 300 คำต่อบทคัดย่อ

6) กำหนดคำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (3 - 5 คำ)

8) การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจาก หัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 6 และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกัน ต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ ควรเว้นระยะพิมพ์ เพิ่มอีก 0.5 ช่วงบรรทัด

9) การใช้ตัวเลขคำย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ดังนี้ (Student centred learning)

การอ้างอิงเอกสารในบทความ

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือหรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตก็ได้ ทั้งนี้ผู้เขียนบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด ก่อนส่งต้นฉบับผู้เขียนบทความควรตรวจสอบถึงความถูกต้องของการอ้างอิงเอกสาร เพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่การอ้างอิงไม่ถูกต้องจะไม่ได้รับการส่งต่อเพื่อพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จนกว่าการอ้างอิงเอกสารจะได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง สำหรับการอ้างอิงเอกสารในบทความนั้น ใช้ระบบ APA 6th (ระบบ นาม-ปี) และเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง กำกับท้ายเนื้อความที่ได้อ้างอิงเอกสารที่อ้างอิงในบทความจะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความทุกรายการ และเจ้าของบทความต้องรับผิดชอบถึงความถูกต้องของเอกสารที่นำมาอ้างอิงทั้งหมด โดยรูปแบบของการอ้างอิงเอกสาร มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

- 1) ผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (สุพัตรา ยอดสุรงค์, 2561)
- 2) ผู้แต่ง 1 -3 รายให้อ้างชื่อของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (ชัยฤทธิ์ ทองรอด และวราภรณ์ สารอินมุล, 2559) หากมีเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 รายการให้ใช้เครื่องหมายอัฒภาค (;) คั่นระหว่างรายการอ้างอิง เช่น (อุษา งามมีศรี, 2562; วิศิษฐ์ ฤทธิ์บุญชัย, 2563)
- 3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 3 รายให้อ้างชื่อของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เช่น (อำนวย บุญรัตน์ไตรี และคณะ, 2563)
- 4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

- 1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ปีที่พิมพ์ เช่น (Porter, 1980)
- 2) ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ปีที่พิมพ์ เช่น (Storey & Easingwood, 1999) และให้ใช้เครื่องหมายอัฒภาค (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิง มากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Drucker, 1954; Dooley & O'Sullivan, 2003)

3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วย et al., ปีที่พิมพ์ (Woodman et al., 1993)

4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงชื่อผู้แต่ง

เอกสารอ้างอิง

(1) หนังสือ

รูปแบบ : ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อหนังสือ. / (ครั้งที่พิมพ์). / สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์

ตัวอย่าง : สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2549). การบริหารเชิงกลยุทธ์ STRATEGIC MANAGEMENT (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.

(2) บทความจากวารสาร

รูปแบบ : ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อบทความ/ ชื่อวารสาร, ปีที่/ (ฉบับที่), / เลขหน้าแรกที่ตีพิมพ์-เลขหน้าสุดท้ายที่ตีพิมพ์.

ตัวอย่าง : ภคมน โภคะธีรกุล. (2562). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป. *สารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน*, 1(2), 116-125.

Pensirivasup, J. (2022). Causal factors influencing attitudes on consumption behavior through perceived quality of functional drink products for beauty. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 12(2), 366-378.

(3) วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย

รูปแบบ : ชื่อผู้เขียน./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อวิทยานิพนธ์/ (ระดับคุณวุฒิ) วิทยานิพนธ์/ สารนิพนธ์/ หรือการค้นคว้าแบบอิสระ). ชื่อมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง: สุภาพร เพชรรัตน์. (2565). การพัฒนากลยุทธ์ตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มประเภทอาหารแปรรูปจากสับปะรดในเขตภาคกลางตอนล่าง 2 (คุณวุฒิ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

Meesangpant, M. (2022). Development of quality management in the cosmeceutical industry (Doctoral Dissertation). Rajamangala University of Technology Rattanakosin.

(4) สื่อออนไลน์

รูปแบบ: ผู้แต่ง./ (วันที่ เดือน ปีที่เผยแพร่)/ ชื่อบทความ./ สืบค้นเมื่อ วันที่ เดือน ปี,/ จาก แหล่งที่อยู่ไฟล์ (URL)

ตัวอย่าง : อิทธิพงศ์ ประดิษฐ์กุล. (2563). กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่น่าสนใจ บางอย่างคุณอาจคาดไม่ถึง. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.thaiprint.org/2020/11/vol127/knowledge127-03/>

Clark, D. (1999). Instructional system design: The ADDIE model. Retrieved October 12 2022 from <http://www.nwlink.com/~donclark/hrd/sat.html>

การส่งบทความ

ให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ไปที่ <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JPPMS/index>

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการ

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการ บทความปริทรรศน์ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) บทคัดย่อ
- 2) บทนำ
- 3) เนื้อเรื่อง แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ
- 4) องค์ความรู้จากการศึกษา ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการนำเสนอ การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับเข้าใจง่าย
- 5) บทสรุป
- 6) เอกสารอ้างอิง

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์
วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน

↔ 1 นิ้ว	↕ 1 นิ้ว	↔ 1 นิ้ว
TH Sarabun PSK 18 Point Bold {	ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) Title	
TH Sarabun PSK 16 Point Bold {	ผู้เขียน¹, ผู้เขียน² และ ผู้เขียน³ Author¹, Author² and Author³ สังกัด¹ สังกัด² สังกัด³ Affiliation¹ Affiliation² Affiliation³	} TH Sarabun PSK 14 Point
	E-mail: ¹.....; ².....; ³..... Tel.....	

บทคัดย่อ → 18 Point Bold

16 Point

{

คำสำคัญ : } 16 Point

16 Point Bold

Abstract → 18 Point Bold

16 Point

{

Keywords: } 16 Point

16 Point Bold

บทนำ → 18 Point Bold

16 Point {

กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา โดยกว้างๆ (อ้างกฎหมาย นโยบาย หรือทฤษฎีมารองรับ).....

.....

ปัญหาเชิงพื้นที่หรือเชิงปัญหาเชิงสถานการณ์ (Main Idea).....

.....

สรุปหลักการและเหตุผล (Main Idea).....

.....

บทความนี้จะนำเสนอในประเด็นดังต่อไปนี้ (ปรับตามบริบท).....

.....

เนื้อหา 1 → 18 Point Bold

16 Point {

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เนื้อหา 2 } 18 Point Bold

16 Point {

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ฯลฯ

องค์ความรู้จากการศึกษา → 18 Point Bold

16 Point

ระบุงค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการนำเสนอ การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....

สรุป

18 Point Bold

16 Point

สรุปในภาพรวมของบทความ

เอกสารอ้างอิง

18 Point Bold

ตัวอย่าง

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

พยอม วงศ์สารศรี. (2530). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระนครพาณิชย์.

พลศักดิ์ จิรไกรศิริ. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: เทคนิคแผนที่นำทางการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ฉัตรชัย นาล่ำพลอย. (2562). การบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ในสังคมปัจจุบัน. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 3(3), 171-178

สุนันทา ภักดีไทย. (2561). *องค์ประกอบ ตัวชี้วัด และปัจจัยเชิงสาเหตุของความเป้นพลเมืองของนักเรียนอาชีวศึกษา ในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*(ดุษฎีนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

อาภรณ์ รัตนมณี. (9 มิถุนายน 2559). *ทำไมระบบการศึกษาไทยจึงพัฒนาช้า*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2561, จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/448>

Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

Kittichayathorn, P. (2012). *Styles and Steps of Community Management Movement for Drug Problem Prevention Learning Center: A Case of Thoraneekum, KhokFaet, Nong Chok, Bangkok*(Doctoral Dissertation). National Institute of Development Administration.

Nanposri, N. (2020). Factors Affecting Employee Savings Decision in Central Bangna Department Store, Bangkok. *Journal of Educational Innovation and Research*, 3(2), 131-140.

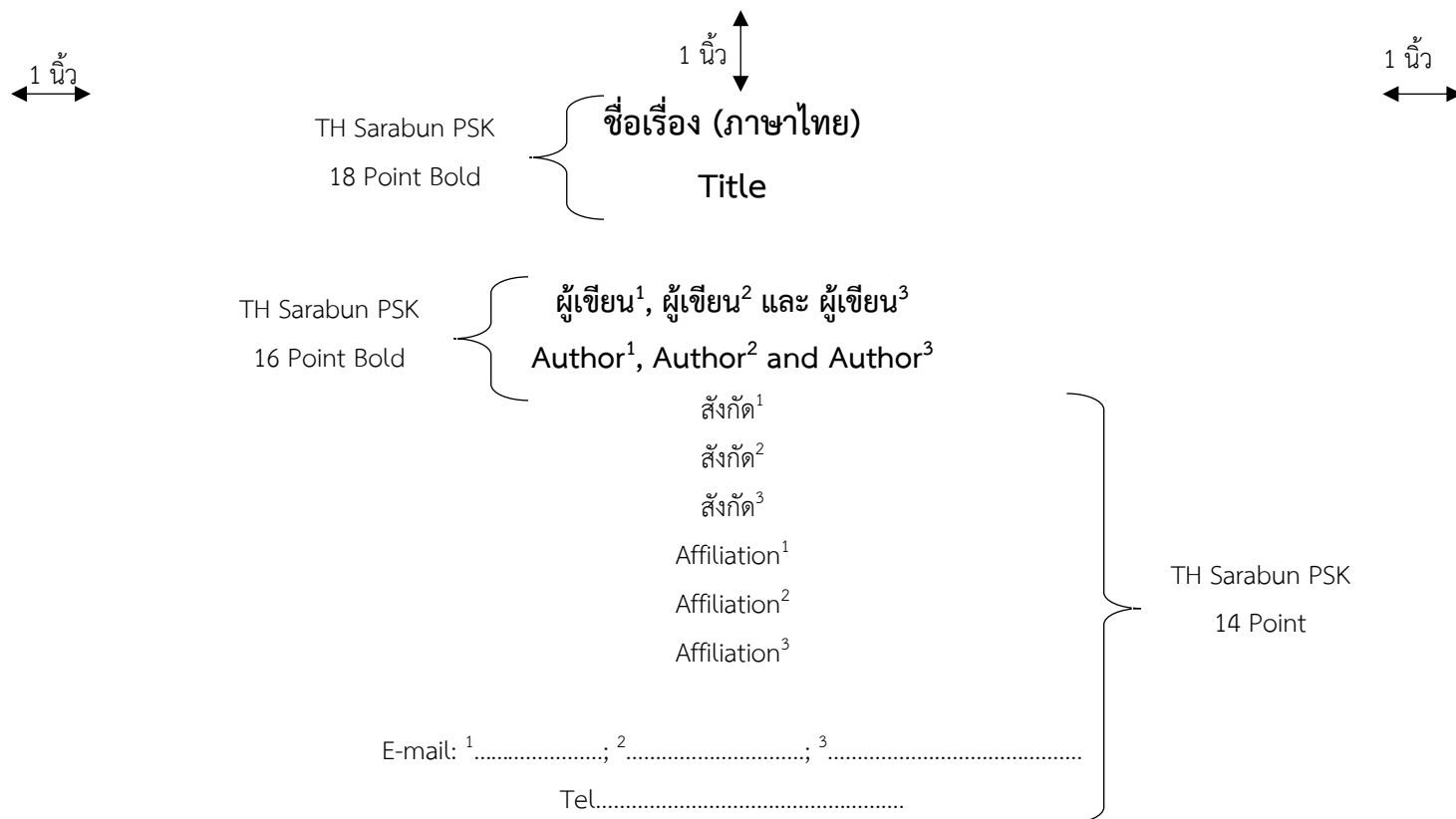
Schermerhorn, J., Hunt, J., and Osborn, R. (2000). *Organizational Behavior*. (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิจัย

การเขียนบทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) บทคัดย่อ
- 2) บทนำ
- 3) วัตถุประสงค์การวิจัย
- 4) สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)
- 5) การทบทวนวรรณกรรม เขียนครอบคลุมถึงผลการสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา
- 6) กรอบแนวคิดการวิจัย
- 5) ระเบียบวิธีวิจัย ระบุแบบแผนการวิจัย การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
- 6) ผลการวิจัย/ผลการทดลอง เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปแบบตารางหรือแผนภูมิ
- 7) อภิปรายผล/วิจารณ์ เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ แต่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด
- 8) องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย ระบุองค์ความรู้ที่ได้อันเป็นผลมาจากการวิจัย ผ่านการสังเคราะห์ ออกมาในรูปแบบของ แผนภูมิ แผนภาพ หรือ ผังมโนทัศน์ พร้อมทั้งการอธิบายที่รัดกุมเข้าใจได้ง่าย
- 9) สรุป ระบุข้อสรุปที่สำคัญ
- 10) ข้อเสนอแนะ
 - (1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
 - (2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
- 11) เอกสารอ้างอิง ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ ทั้งในเนื้อเรื่องและเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์
วารสารวิทยาการจัดการการบริหารสาธารณะและเอกชน



บทคัดย่อ → 18 Point Bold

16 Point

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อ..... 2) เพื่อ..... และ 3) เพื่อ.....
รูปแบบการวิจัยเป็น.....(การวิจัยเชิงปริมาณ/การวิจัยเชิงคุณภาพ/การวิจัยแบบผสมวิธี)ใช้แนวคิด (หรือ
ทฤษฎี).....เป็นกรอบการวิจัย พื้นที่วิจัย คือ..... กลุ่มตัวอย่าง(กลุ่มเป้าหมาย/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ)คือ
..... จำนวน คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบ.....เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี ชนิด คือ 1) 2)
3) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้...(สถิติพื้นฐาน/สถิติอ้างอิง ในกรณีการวิจัยเชิงปริมาณ ...ส่วนการวิจัยเชิง
คุณภาพ ใช้วิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา)ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยสรุปสาระสำคัญสั้นๆ
2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยสรุปสาระสำคัญสั้นๆ
3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยสรุปสาระสำคัญสั้นๆ

องค์ความรู้/ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ (จะเป็นประโยชน์หรือนำไปใช้อย่างไรได้บ้าง ประมาณ 1-
3 บรรทัด)

คำสำคัญ :,, 16 Point

16 Point Bold

Abstract → 18 Point Bold

16 Point

This Article aimed to study (1)
(2) the sample was.....
They was selected by the instrument for collecting data
was Analysis data by Descriptive statistics and Content Analysis.
The research results were found as follows;

- 1.....
.....
- 2.....
.....
- 3.....
.....

Keywords:;; } 16 Point

16 Point Bold

บทนำ } 18 Point Bold

16 Point

ย่อหน้าแรก เขียนอธิบายประเด็นวิจัย ปรากฏการณ์ ความน่าสนใจ ความสำคัญ โดยนำข้อมูลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เพื่อที่จะบ่งชี้สถานการณ์ปัจจุบันขององค์ความรู้ (knowledge) หรือการทำงานของนักปฏิบัติ (practice) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาพอสังเขปเพื่อชี้ให้เห็นว่าที่ผ่านมา มีการค้นพบอะไรบ้างและค้นพบโดยใครบ้างเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการนำเสนอให้เห็นว่ายังมีช่องว่าง (gap) ของงานวิจัย

(อ้างอิงข้อมูลตัวเลขจากหน่วยงานราชการ/บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ 1-2 ปี/เจ้าของทฤษฎี)

ย่อหน้าที่สอง พื้นที่วิจัย ปัญหา ความต้องการ หรือลักษณะกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของการวิจัยเป็นอย่างไร นักวิจัยได้มีประสบการณ์หรือมีส่วนร่วมในพื้นที่นั้นอย่างไรบ้าง มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับพื้นที่กลุ่มเป้าหมายอย่างไร

ย่อหน้าที่สาม เขียนแนะนำวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของงานวิจัยซึ่งจะเป็นเหมือนเข็มทิศบอกแนวทางการทำวิจัย [how?, where?, when?] นักวิจัยชี้ให้เห็นระเบียบวิธีวิจัยที่จะใช้เพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยที่วางไว้พอสังเขป

บทความวิจัยนี้นำเสนอ (โครงสร้าง และเนื้อหาของบทความที่จะนำเสนอ โดยปกติจะเขียนตามวัตถุประสงค์ หรือประเด็นตามหัวข้อบทความ และประโยชน์ที่จะเกิดแก่วงวิชาการหรือสังคม)

วัตถุประสงค์การวิจัย } 18 Point Bold

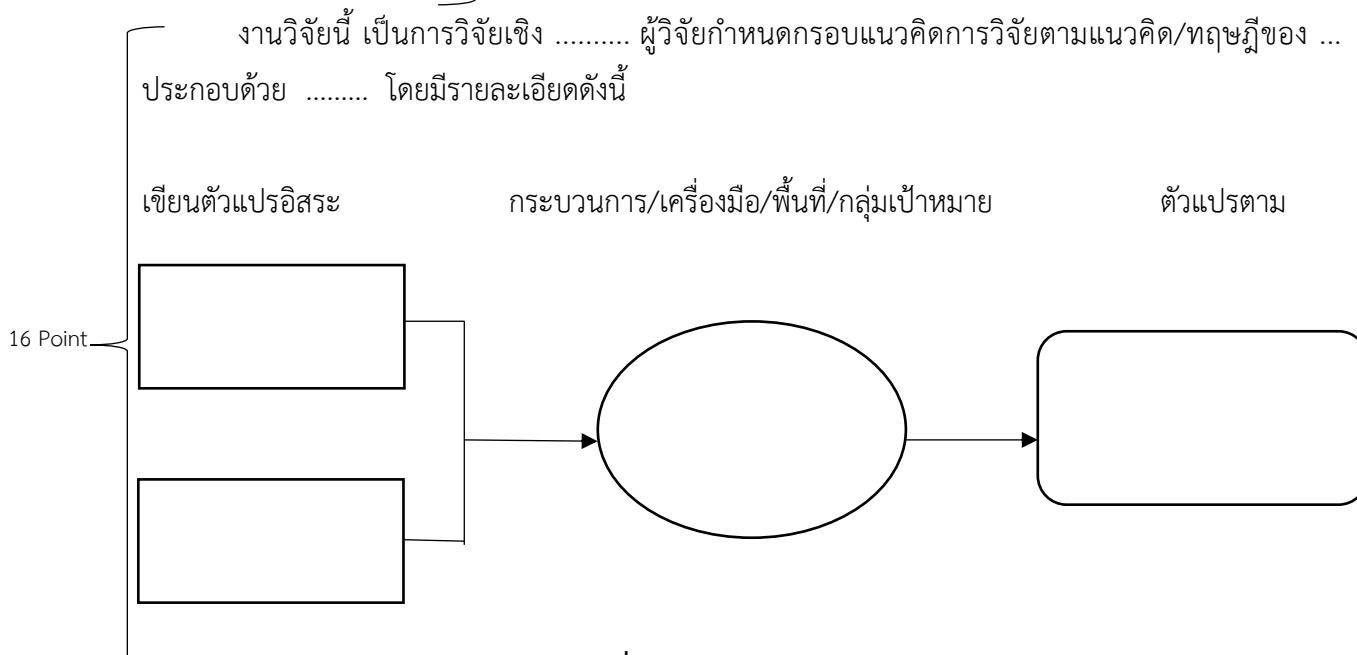
- 16 Point {
1. เพื่อศึกษา.....
 2. เพื่อศึกษา
 3. เพื่อศึกษา

สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) } 18 Point Bold

การทบทวนวรรณกรรม } 18 Point Bold

- 16 Point {
- เขียนควรรอธิบายถึงผลการสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเติมเต็มช่องว่างของความรู้นี้ได้ การทบทวนวรรณกรรมต้องมีการอ้างอิงอย่างครบถ้วน รวมทั้งควรมีการวิเคราะห์และจัดระบบความสัมพันธ์ของวรรณกรรมเหล่านั้นด้วย
1.
 2.
- สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนนำเอาทฤษฎี /แนวคิดที่ทบทวนมาใช้ในการวิจัยอย่างไร ในประเด็นไหน

กรอบแนวคิดการวิจัย } 18 Point Bold



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

18 Point Bold

16 Point

ผลการวิจัย

18 Point Bold

16 Point

วัตถุประสงค์ที่ 1. ผลการวิจัยพบว่า.....

วัตถุประสงค์ที่ 2. ผลการวิจัยพบว่า.....

วัตถุประสงค์ที่ 3. ผลการวิจัยพบว่า.....

อภิปรายผลการวิจัย

18 Point Bold

16 Point

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า

.....ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....

.....(เอกสารสนับสนุน).....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า

.....ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....

.....(เอกสารสนับสนุน).....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า

.....ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....

.....(เอกสารสนับสนุน).....

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

18 Point Bold

16 Point

ระบุงค์ความรู้ันเป็นผลมาจากการนำเสนอ การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....

สรุป

18 Point Bold

16 Point

สรุปในภาพรวมของบทความ

ข้อเสนอแนะ

18 Point Bold

16 Point

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ (องค์ความรู้) ที่สำคัญ คือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ

..... โดยควรให้ความสำคัญกับ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควร

ทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

เอกสารอ้างอิง

18 Point Bold

ตัวอย่าง

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

พยอม วงศ์สารศรี. (2530). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระนครพาณิชย์.

พลศักดิ์ จิรไกรศิริ. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: เทคนิคแผนที่นำทางการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7).

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ฉัตรชัย นาถำพลอย. (2562). การบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ในสังคมปัจจุบัน. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 3(3), 171-178
- สุนันทา รักดีไทย. (2561). องค์ประกอบ ตัวชี้วัด และปัจจัยเชิงสาเหตุของความเป็นพลเมืองของนักเรียนอาชีวศึกษา ในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(ชุมชนนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อาภรณ์ รัตน์มณี. (9 มิถุนายน 2559). ทำไมระบบการศึกษาไทยจึงพัฒนาช้า. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2561, จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/448>
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Kittichayathorn, P. (2012). *Styles and Steps of Community Management Movement for Drug Problem Prevention Learning Center: A Case of Thorraneekum, KhokFaet, Nong Chok, Bangkok*(Doctoral Dissertation). National Institute of Development Administration.
- Nanposri, N. (2020). Factors Affecting Employee Savings Decision in Central Bangna Department Store, Bangkok. *Journal of Educational Innovation and Research*, 3(2), 131-140.
- Schermerhorn, J., Hunt, J., & Osborn, R. (2000). *Organizational Behavior*. (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Wathanapradith, K., & Soma, P. (2016). *Peace Village in the 26th Buddhist Century: Knowledge Learned from Ta Koy Nang Village Sisaket Province*(Research Report). Ayuthaya: Buddhist Research Institute of MCU.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ

บทความที่ส่งเข้ามาตีพิมพ์ในวารสาร จะไม่มีค่าใช้จ่ายในการตีพิมพ์ การส่งบทความเข้ามาเพื่อพิจารณาการตีพิมพ์ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น ผู้เขียนจะต้องตรวจสอบความสมบูรณ์ของบทความตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียน หากไม่ปฏิบัติตามกติกา กองบรรณาธิการวารสารขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการตีพิมพ์ดังต่อไปนี้

1. หากบทความมีความซ้ำซ้อนมากกว่า 20%
2. เจ้าของบทความไม่ปฏิบัติตามรูปแบบของวารสาร
3. บทความไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ หรือ ไม่แก้ไขบทความตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิตามระยะเวลาที่กำหนด (1 เดือน หลังการแจ้งจากกองบรรณาธิการ)

การส่งบทความเข้าระบบออนไลน์ของวารสาร เพื่อได้รับการตีพิมพ์การส่งในระบบ (Online Submission) สามารถส่งเข้าระบบออนไลน์ได้เว็บไซต์ของวารสาร ได้ที่

<https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JPPMS/index>