

วารสารวิชาการ รับใช้สังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

RMUTL
Journal of Socially
Engaged Scholarship

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563
Vol.4 No. 1 January - June 2020

ISSN 2586-8268

ISSN 2651-0723 (Online)

Rajamangala University of Technology Lanna



วารสารวิชาการ รับใช้สังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

RMUTL
Journal of Socially
Engaged Scholarship

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563
Vol.4 No. 1 January - June 2020

ISSN 2586-8268

ISSN 2651-0723 (Online)

Rajamangala University of Technology Lanna

วารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

วัตถุประสงค์

วารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์ผลงานวิชาการด้านรับใช้สังคม ทั้งงานวิจัยและงานบริการวิชาการ เผยแพร่เพื่อพัฒนาสังคมและส่งเสริมให้นักวิชาการด้านรับใช้สังคมในหน่วยงานต่าง ๆ ได้มีแหล่งนำเสนอผลงานทางวิชาการสู่สาธารณะ

เจ้าของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ศีลศิริ	สง่าจิตร	ผู้ปฏิบัติหน้าที่อธิการบดี
ดร.สุรพล	ใจวงศ์ษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
		รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.จักรี	เส้นทอง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.อารี	วิบูลย์พงศ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ศาสตราจารย์ ดร.ผดุงศักดิ์	รัตนเดโช	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.พีระพงศ์	ทีฆสกุล	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา	แก้วเทพ	สถาบันคลังสมองของชาติ
รองศาสตราจารย์ ดร.อาวรรณ	โอภาสพัฒนกิจ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.เศรษฐ์	สัมภัสระกุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย	ฟองสมุทร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติ	บุญเลิศนิรันดร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย	ตัมภ์จิตานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.ชิตี	ศรีตันทิพย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.พานิช	อินตะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ สุทัศน์	จุลศรีไคววัล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพรธม	พรหมศิริ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฎิภาณ	สุทธิกุลบุตร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์	มณีโชติ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกฤตย์	ชมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไกรสิทธิ์	วสุเพ็ญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร	อ่อนหวาน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุทธนา	เขาสุเมรุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สันติ	ช่างเจรจา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งนภา	ช่างเจรจา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.สมคิด	แก้วทิพย์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

คณะกรรมการดำเนินงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงไกร	ธารพรศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นทีชัย	ผัสดี
นายวิสุทธิ	บัวเจริญ
นางสาวสุรีวรรณ	ราชสม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุทธนา	เขาสุเมรุ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชิตี	ศรีตันทิพย์
รองศาสตราจารย์ ดร.พานิช	อินตะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร	อ่อนหวาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพโรจน์	วรพจน์พรชัย
นายนริศ	กำแพงแก้ว
ว่าที่ร้อยตรีรัชต์พงษ์	หอยชัยรัตน์
ว่าที่ร้อยตรีเกรียงไกร	ศรีประเสริฐ
นายพิษณุ	พรมพราย
นายวิษณุลักษณะ	คำยอง
นายจักรรินทร์	ชื่นสมบัติ
นางสาวทิน	อ่อนนวล
นางสาวรัตนภรณ์	สารภี
นายเจษฎา	สุภาพรเหมินทร์
นางสาวสุธาสิณี	ผู้อยู่สุข
นางสาวหนึ่งฤทัย	แสงใส
นางสาววราภรณ์	ต้นใส
นายวีรวิทย์	ณ วรรณมา

พิมพ์ที่

สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
98 หมู่ 8 ตำบลป่าป้อง อำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 50220

สำนักงาน

สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
98 หมู่ 8 ตำบลป่าป้อง อำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 50220

บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ข้อความและบทความในวารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่ความ

บทบรรณาธิการ

ปัจจุบัน รัฐได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยการมุ่งเสนอนโยบายต่าง ๆ ที่ให้ชุมชน สังคม เป็นฐานรากของการพัฒนาประเทศ ด้วยเหตุนี้เราจึงได้เห็นหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้เข้าไปดำเนินการพัฒนาพื้นที่ชุมชน หรือการพัฒนาสังคม ด้วยวิธี และรูปแบบการทำงานอย่างหลากหลาย ก่อเกิดเป็นผลความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชน สังคม ไม่มากนักน้อย ซึ่งในพื้นที่หรือแนวทางการดำเนินการที่ ประสบความสำเร็จ มักเป็นเรื่องราว ที่ผู้สนใจอยากทำการศึกษาหาความรู้ เพื่อก่อเกิดเป็นประโยชน์ที่ใช้เป็น แบบอย่างที่ดี (Best Practice) ในการพัฒนาชุมชน สังคม ด้วยเหตุนี้การขยายผลของการศึกษาเหล่านี้ หน่วยงานวิชาการต่าง ๆ จึงได้เข้ามาสร้างแหล่งเรียนรู้ (Learning Space) เพื่อนำเสนอความรู้ดังกล่าว สู่สาธารณะ ให้ผู้ที่ต้องการศึกษา หรือผู้ที่ต้องการเรียนรู้ สามารถเข้าทำการศึกษา หรือเรียนรู้ได้อย่างตลอด ชีวิต ดังที่เรามักได้ยินคำว่า lifelong learning นั่นเอง

วารสารวิชาการรับใช้สังคม มทร.ล้านนา จึงเป็นพื้นที่แหล่งวิชาการแห่งหนึ่งที่ได้ร่วมให้ความสำคัญ ของการเผยแพร่บทความวิชาการด้านการรับใช้สังคม ให้เกิดการเผยแพร่สู่สาธารณะ เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยได้ดำเนินการเผยแพร่บทความวิชาการในรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเผยแพร่ในรูปแบบ หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ที่ปัจจุบันได้รับความนิยม และมีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก เทคโนโลยี ซึ่งได้ถูกดำเนินการพัฒนาขึ้นผ่านระบบเว็บไซต์ (Website) ของหน่วยงาน และการเข้าร่วมใช้ แพลตฟอร์ม (Platform) ขององค์กรที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ โดยมุ่งให้เกิดการขยายผลความรู้สู่สาธารณะ อย่างกว้างขวางเพิ่มขึ้น และก่อเกิดเป็นระบบการเผยแพร่ที่มีความยั่งยืน สามารถสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง นั้นเอง

ปัจจุบันวารสารวิชาการรับใช้สังคม มทร.ล้านนา ได้ดำเนินการเข้าสู่ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 โดย กองบรรณาธิการยังคงดำเนินการรวบรวมบทความวิชาการที่ได้รับการตรวจประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ มาเผยแพร่ให้ผู้สนใจหรือผู้ที่ทำการศึกษางานวิชาการรับใช้สังคม ได้เห็นภาพและแนวทางของการทำงานรับใช้ สังคมในรูปแบบที่แตกต่าง หลากหลายศาสตร์ จากผลงานของคณะนักวิชาการหลากหลายสถาบันการศึกษามหาวิทยาลัยของพื้นที่ดำเนินการที่ต่างกันไป ซึ่งในวารสารฉบับนี้ปรากฏพื้นที่ดำเนินการ ภายใต้จังหวัดของ แต่ละภูมิภาค ทั่วประเทศ มากถึง 8 แห่ง ด้วยกัน ได้แก่ พื้นที่ในจังหวัด เชียงราย ตาก สุพรรณบุรี นครราชสีมา สกลนคร ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง

โดยการดำเนินการเผยแพร่บทความวิชาการที่ได้รับการตรวจประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ ของวารสาร ฉบับนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 8 บทความ ซึ่งแต่ละบทความได้ดำเนินการอธิบาย ให้เห็นแนวทางการรับใช้สังคม บนบริบทของพื้นที่ ให้สอดคล้องกับวิธีการทำงานรับใช้สังคมที่ดี ดังปรากฏในประกาศ ก.พ.อ. ฉบับที่ 9 ที่มุ่งเน้นให้เห็นกระบวนการคิดวิเคราะห์และดำเนินการ ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ จนกระทั่งปลายน้ำ รวมทั้งการใช้องค์ความรู้จากงานวิจัย เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นให้กับชุมชน สถานประกอบการ ทั้งนี้ ผู้สนใจหรือผู้ที่ต้องการศึกษา สามารถเข้าไปดูรายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละบทความที่เป็นประโยชน์ ต่อการนำไปประยุกต์หรือใช้เป็นแนวทาง สำหรับการพัฒนางานรับใช้สังคมที่เหมาะสมกับความต้องการได้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ดี และก่อเกิดเป็นพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านการพัฒนาชุมชน สังคม ที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)

ประจำฉบับ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - มิถุนายน 2563

รองศาสตราจารย์สุทัศน์	จุลศรีไกรวัล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย	ตันทจิตานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.พานิช	อินตะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา	แสนสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสุธิดา	นุริตมนต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกาญจน์	วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์	วงศ์ทิพย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรศักดิ์	เชี่ยวชาญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินิจ	เนื่องภิรมย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุทธนา	เขาสุเมรุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร	อ่อนหวาน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสริญสุดา	ปรีชานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรวรรณ	เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



สารบัญ

	หน้า
การออกแบบและพัฒนาระบบบริการตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโอง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก <i>พรรณธิดา เพชรบุญมี, จักรพันธ์ วงศ์ฤกษ์ดี</i>	1
การศึกษาปัจจัยด้านการตลาดบริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจในการใช้ บริการห้างสรรพสินค้าของลูกค้าในสามจังหวัด EEC <i>เอก ชุมทชัชราชัย</i>	11
การแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องของร้านอาหาร บริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี <i>ฐาปกรณ์ อ่วมสถิตย์, ลักษณ์มา รุ่งโรจน์, กนกวรรณ ศรีบุญธรรม</i>	23
การกระจายของฝุ่น และความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบและอันตรายจากฝุ่น ของผู้ประกอบการในโรงจิวมอญ ตำบลหนองกินเพล อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี <i>กตिका สระมณีอินทร์, ภูษณิศรา ชนมะมนตรี, รุ่งทิพา ทันธิมา</i>	35
การพัฒนาการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนในพื้นที่ต้นแบบภายใต้ต้นแบบนักจัดการขยะ- มงคลกร ศรีวิชัย, ปาริชาติ วงศ์ฉายา, วรินทร์ เรืองศรี	45
แผนการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านพัฒนาใต้แบบมีส่วนร่วม <i>เดือนรุ่ง สุวรรณโสภา, กรรณิการ์ สมบุญ, สุดารัตน์ สกุลคู, ศิริพร สารคล่อง, ราตรี พระนคร สุเอียร นามวงศ์, ไกรสิทธิ์ วสุเพ็ญ, พัชรี ครอบกิจศิริ, ชลินุช คนซื่อ</i>	53
คุณภาพการบริการของธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักศึกษาหลังการใช้บริการ บ้านเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี <i>เสาวณีย์ คงเจริญพร, ชลธิศ ดาราวงษ์</i>	65
การพัฒนาระบบบริการและตราผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ “คงคุณ” <i>ดุษฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง, พรทิพย์ รอดพัน, สิริภัก ฤทธิ์น้ำคำ, เพลงพิน เพียรภูมิพงศ์, อนิวรรณ ทาสุข จิรายุส วรรัตน์โกคา, น้ำฝน สามสาลี, ชมภูษุช ฆ้องลา, สุมาลี มุลิกา</i>	75



การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์
สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

The Packaging Design and Development Based on the Creative Economic Concept for
Honey Coated Banana (Ban Hong) Product of Maeramat District, Tak Province

พรรณธิภา เพชรบุญมี^{1*} จักรพันธ์ วงศ์ฤกษ์ดี²
Phanthipha Petchboonmee^{1*} Chakkapan Wongrerckdee²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

²อาจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

¹ Assistant Professor, Rajamangala University of Technology Lanna Tak

² Lecturer, Rajamangala University of Technology Lanna Tak

Email: gift.phanthipha@gmail.com, เบอร์โทรศัพท์ 081-5342492

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ 3) กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้ 1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน 2) ออกแบบโลโก้และออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกล้วยอบน้ำผึ้ง 3) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4) สร้างแบบสอบถามสำหรับประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น และ 5) ประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้ใช้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้น ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้วิจัยได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่โดยทำการออกแบบฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์ และกล่องบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.37) และ 2) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40)

คำสำคัญ เศรษฐกิจสร้างสรรค์, กล้วยอบน้ำผึ้ง

Abstract

The aim of this research is 1) to design and develop the package of honey roasted banana (Ban Hong) Tambon Mae Ramat, Mae Ramat District, Tak Province, following the Creative Economy Concept 2) to assess the satisfaction of experts in packaging design to develop the package and 3) to assess the satisfaction of customers in packaging design to develop the package. A sample was selected from 1) The Community Enterprise Group Member of Honey Coated Banana (Ban Hong) 2) The experts in packaging design to develop the package and 3) The customers in packaging design to develop the package. This research procedure are as follows: 1) Study the basic information regarding the packaging of the community 2) Design logo and packaging for honey roasted banana 3) Develop the packaging according to the Creative Economy Concept 4) Create a questionnaire for evaluating the developed

package, and 5) evaluate the satisfaction of experts and consumers' forwards to the developed package. The results of the research showed that 1) The experts were satisfied with the packaging design of the honey roasted banana (Ban Hong), in overall, as on high level ($\bar{X} = 4.37$) and 2) The consumers were satisfied with packaging design of the honey roasted banana (Ban Hong), in overall, as on the high level ($\bar{X} = 4.40$).

Keywords Creative Economy Concept, Honey Coated Banana

บทนำ

บรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ซึ่งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (packaging) เป็นกระบวนการที่ช่วยทำให้ธุรกิจการค้าขายต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน เนื่องจากสภาพด้านการตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาดจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีความแตกต่าง นอกจากนี้ยังต้องมีความสอดคล้องตรงกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภค

สำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้น นอกเหนือจาก 4Ps ซึ่งได้แก่ ราคา (Price) ผลิตภัณฑ์ (Product) สถานที่จำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) แล้ว P อีกตัวหนึ่งที่นับว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญไม่น้อยกว่า P ตัวอื่น ๆ คือ บรรจุภัณฑ์ (Packaging) นับว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้าในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่มามีวัฒนธรรม พร้อมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า ด้วยการสร้างความแตกต่างของสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ (กฤษณา ลิกขมาน, 2551) นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทสำคัญเสมือนโฆษณา ณ จุดขาย ที่สามารถสื่อสาร สร้าง อารมณ์และรับรู้ต่อผู้บริโภค เนื่องจากเป็นจุดสำคัญในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อและผู้ใช้ และเร่งให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกตราสินค้าที่จะซื้อได้

ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ดีมีคุณภาพ ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงองค์ประกอบที่มีความสำคัญ และต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถนำเอาวิธีการต่าง ๆ มาผสมผสานเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยเดียวกันหรือเป็นเป็นกลุ่มเดียวกัน เพราะจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งต้องคำนึงถึงความสมดุลที่เกิดขึ้นอาจมาจากองค์ประกอบต่าง ๆ กัน เช่น รูปทรง ขนาด ความหนาแน่น สี และคำนึงถึงความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Art) ได้แก่ การเน้นส่วนสำคัญหรือจุดที่มีความน่าสนใจ (Emphasis or Center of Interest) สำหรับงานทางด้านศิลปะ ผู้ออกแบบจะต้องเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้ซื้อโดยไม่ต้องบอกกล่าว (ฐิตาวรรณ สุประพาส, ศุภานัน สุณรงค์ และณัฐกร สงคราม, 2561) นอกจากนี้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อาจใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นแนวทางในการออกแบบได้ โดยคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และรวมถึงการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้ (จรีวรรณ จันทลา, วลี สงสุวงศ์, เพ็ญสินี กิจคำ และ สุรรัตน์ วงศ์สมิง, 2559)

อำเภอแม่ระมาด เป็นหนึ่งในอำเภอของจังหวัดตากที่ตั้งอยู่ฝั่งตะวันตก จะมีลักษณะภูมิประเทศเป็นแอ่งกระทะ มีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก ชาวบ้านในแถบนี้จึงนิยมเพาะปลูกกล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่อง ซึ่งผลผลิตของกล้วยจะมีขนาดใหญ่ และมีรสชาติอร่อย ในสมัยก่อนผลผลิตจากกล้วยน้ำว้าจะขายได้ราคาดี ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดและผู้บริโภค จึงทำให้ชาวบ้านหันมาปลูกกล้วยน้ำว้ากันอย่างแพร่หลาย แต่เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ได้ชะลอตัวลง ส่งผลต่อผลผลิตกล้วยน้ำว้า ในอำเภอแม่ระมาด ที่มีจำนวนมาก ทำให้เกษตรกรประสบกับภาวะขาดทุน เนื่องจากผลผลิตกล้วยน้ำว้าขายไม่ได้ มีผลผลิตมากเกินความต้องการของตลาด ดังนั้นผู้ใหญ่บ้านจึงมีแนวคิดในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยน้ำว้า โดยทำการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก โดยการรวมกลุ่มนี้ได้ทำการผลิตกล้วยอบน้ำผึ้งแบบม้วน เพื่อจำหน่ายในชุมชนระดับอำเภอ และจำหน่ายตามเทศกาลต่าง ๆ ที่จังหวัดได้จัดกิจกรรม

กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ได้รับความนิยมในการรับประทานจากผู้บริโภคมานาน มีรูปแบบที่แตกต่างจากแบบเดิมที่ผลิตเป็นลูก ก็คิดค้นรูปแบบใหม่ขึ้นมา โดยนำกล้วยอบมาทำให้เป็นแผ่น เพื่อให้มีรูปแบบแตกต่างจากแบบเดิม สำหรับบรรจุภัณฑ์ของกล้วยอบน้ำผึ้งแบบม้วนของวิสาหกิจชุมชนบ้านโฮ้งในปัจจุบันนี้ ยังมีลักษณะที่ไม่ดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค กล่าวคือบรรจุภัณฑ์ของกล้วยอบน้ำผึ้งแบบแผ่นบรรจุในกล่องพลาสติก ยังไม่มีสติ๊กเกอร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเลือกผลิตภัณฑ์ตามที่ตนเองชอบได้ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก็จัดจำหน่ายเฉพาะที่ ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างอาชีพในท้องถิ่น และประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่รู้จักกันอย่าง

แพร่หลายต่อไป วัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น ขอบเขตการดำเนินงานได้แก่

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ วิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบล แม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1 สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) จำนวน 5 คน ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยร่วมออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์ที่จะพัฒนาขึ้น

2.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 คน โดยมีคุณสมบัติคือ มีประสบการณ์ในการออกแบบและบรรจุภัณฑ์มาไม่น้อยกว่า 3 ปี การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2.3 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) จำนวน 15 คน ทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) จากวิสาหกิจชุมชนดังกล่าว

วิธีการดำเนินงาน

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก โดยสอบถามข้อมูลจาก ประธานกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 3 คน ใ้ดำเนินการสัมภาษณ์ และพูดคุยแลกเปลี่ยนในประเด็นด้านข้อมูลด้านการผลิต ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้านต้นทุนของ

บรรจุภัณฑ์ รวมถึงด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบต่าง ๆ ที่ใช้ในปัจจุบัน นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้

ขั้นที่ 2 การออกแบบฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ร่วมพัฒนาและออกแบบร่วมกับประธานวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) โดยออกแบบเป็นตัวอย่างของฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการออกแบบจะใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กล่าวคือ การออกแบบฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ จะเน้นการออกแบบให้มีลักษณะที่โดดเด่น มีสีสันสวยงามสะดุดตา โดยประธานวิสาหกิจชุมชนได้เสนอแนวคิดว่าจะจัดทำเป็นสติ๊กเกอร์ติดบรรจุภัณฑ์ และจัดทำตารางสำหรับพิมพ์บรรจุภัณฑ์ เพื่อลดต้นทุนและช่วยประหยัดเวลา

ขั้นที่ 3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลในด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงวัสดุที่ใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้ ซึ่งสมาชิกในกลุ่มมีความคิดเห็นในภาพรวมว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ ควรเน้นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง และบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นควรมีต้นทุนต่อหน่วยไม่สูงมากเกินไป

ขั้นที่ 4 หลังจากทำการออกแบบและพัฒนาฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือสร้างแบบสอบถามสำหรับประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น และทำการเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 คน และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) จำนวน 15 คน โดยทำการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปกป้อง ด้านการใช้งาน ด้านความสวยงาม และด้านรูปแบบ แบบประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่าง ๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ความหมาย
4.51 - 5.0	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	ระดับมาก
2.51 - 3.50	ระดับพอใช้
1.51 - 2.50	ระดับต้องปรับปรุง
1.00 - 1.50	ระดับน้อย



ภาพที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นร่วมกับวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 2 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นร่วมกับวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 3 ต้นแบบฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์





ภาพที่ 4 ตรายางสำหรับปั๊มบรรจุภัณฑ์

ขั้นที่ 5 หลังจากทำการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคที่ทำแบบสอบถามสำหรับการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการประเมินมาสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยในลำดับต่อไป

ผลการดำเนินงาน

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ่ง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1) ผลการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ่ง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก 2) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น รายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิจัยด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำการออกแบบให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการจะเน้นด้านการนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง นอกจากนี้ยังเน้นด้านการประหยัด และลดต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ โดยทำการออกแบบฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จะออกแบบให้มีลักษณะที่โดดเด่น มีสีสันสวยงามสะดุดตา ซึ่งฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์ จะใช้คำว่ากล้วย

อบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ่ง) เป็นชื่อของผลิตภัณฑ์ โดยใช้ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีส้ม วางอยู่เหนือรูปกล้วยน้ำว่าสีเหลือง ในตัวฉลากจะมีคำอธิบายว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกล้วยอินทรีย์ Organic และมีคำขวัญเพิ่มเติม คือ คำว่า กล้วยอบมีสาระ จากแม่ระมาด ตาก สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นจะมีลักษณะเป็นกล่องกระดาษแข็ง สีเขียว มีฉลากติดประกอบบรรจุภัณฑ์อยู่ตำแหน่งบนด้านซ้ายของกล่อง พร้อมกับมีชื่อผลิตภัณฑ์ “กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ่ง)” อยู่ตำแหน่งบนด้านขวาของกล่อง พร้อมกับมีข้อความแสดงสตอรี่ของผลิตภัณฑ์ปรากฏอยู่บนกล่องด้วย ส่วนด้านหลังกล่องจะเป็นสีพื้นสีเขียว สีสื้เดียวกับกล่อง

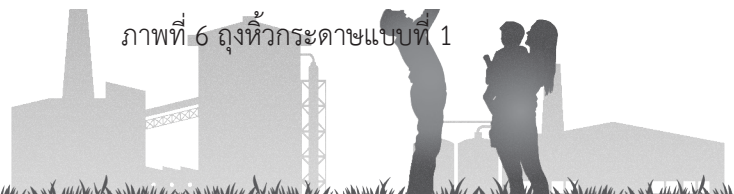
สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการวิจัยอีกประเภทหนึ่งได้แก่ ถุงกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งให้แก่ผู้บริโภคที่ซื้อเป็นจำนวนมาก โดยสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความเห็นตรงกันว่าควรใช้ถุงกระดาษที่มีตราสินค้าพิมพ์ลงไป นอกจากนี้ถุงกระดาษควรมีหูหิ้วเป็นแบบเชือก เพราะมีราคาต้นทุนที่ไม่สูงเกินไป



ภาพที่ 5 บรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่พัฒนา



ภาพที่ 6 ถุงหิ้วกระดาษแบบที่ 1





ภาพที่ 7 ถุงหิ้วกระดาษแบบที่ 2



ภาพที่ 8 ถุงหิ้วกระดาษแบบที่ 3



ภาพที่ 9 ถุงหิ้วกระดาษแบบที่ 4

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน (ผลการประเมินแสดงตารางที่ 1) พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวคิดที่นำความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในความคิด

ของมนุษย์มาออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า สามารถจำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

- 1) ความพึงพอใจด้านการปกป้องของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.10) โดยผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีความพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน (ค่าเฉลี่ย = 4.30) และ บรรจุภัณฑ์ที่มีการป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ (ค่าเฉลี่ย = 4.00)
- 2) ความพึงพอใจด้านการใช้งานของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.35) โดยผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตรวจพิจารณาสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.50) และบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดบริโภคและเก็บสินค้าได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย = 4.20)
- 3) ความพึงพอใจด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.35) โดยผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเหมาะสมในการบรรจุ (ค่าเฉลี่ย = 4.50) และการออกแบบของบรรจุภัณฑ์มีสีสันและลวดลายมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย = 4.20) และ 4) ความพึงพอใจด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.70) โดยผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเรียบง่ายมีการจัดองค์ประกอบกลมกลืน (ค่าเฉลี่ย = 4.80) และบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.60) และผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านที่มีต่อบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโอง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.35)

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น โดยทำการสำรวจจากผู้บริโภค จำนวน 15 คน (ผลการประเมินแสดงตารางที่ 2) ผลการวิจัย สามารถจำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

- 1) ความพึงพอใจด้านการปกป้องของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.50) โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีความพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.60) และบรรจุภัณฑ์ที่มีการป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40)
- 2) ความพึงพอใจด้านการใช้งานของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40) โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตรวจ

พิจารณาสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40) และบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดบริโภค และเก็บสินค้าได้สะดวก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.30) 3) ความพึงพอใจด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.50) โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40) และการออกแบบของบรรจุภัณฑ์มีสีสันและลวดลายมีความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.60) และ 4) ความพึงพอใจด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.10) โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเรียบง่ายมีการจัดองค์ประกอบกลมกลืน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20) และบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) และผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40)

การนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ประสานงานไปยังสำนักงานพัฒนาชุมชน เพื่อได้ดำเนินการในการจัดหาตลาดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ให้สามารถขายในงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดจำหน่ายทำให้วิสาหกิจชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้คณะกรรมการผู้วิจัย ได้เขียนโครงการเพื่อของบประมาณสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการแปรรูป และการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ จากโครงการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในอนาคตได้

อภิปรายผล

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่มากกว่าแบบเดิมที่นำมาจากกล่อง

พลาสติกแบบธรรมดา ที่ไม่มีฉลากตราสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่พัฒนาขึ้นมา มีความสวยงามและมีความคงทน นอกจากนี้ยังมีฉลากและตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ที่นำคำว่ากล้วยอินทรีย์มาใส่ ซึ่งเป็นจุดเด่นของชุมชนที่ปลูกกล้วยแบบอินทรีย์ไม่มีสารเคมี ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องได้รับการพัฒนา เพราะบรรจุภัณฑ์นอกจากมีหน้าที่หลักในการปกป้องและขนส่งสินค้า ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์แล้ว บรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารการตลาดในการแนะนำให้ข้อมูล รวมถึงกระตุ้นใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อโดยบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรารธนา ศิริสาสน์ และคณะ (2559) ที่ทำการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรพร้อมขงกลุ่มแม่บ้านแหลมคุณก้าวหน้า โดยใช้แนวคิดเพื่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวไกล อีกทั้งความเร่งรีบในสังคม ทำให้เกิดการนำวัสดุที่สามารถอำนวยความสะดวกได้มากกว่าการใช้วัสดุจากธรรมชาติ ซึ่งมีการผลิตได้จำนวนมาก และ มีความคงทนต่อการใช้งานมากกว่า จึงมีส่วนทำให้คนในชุมชนมองข้ามสิ่งใกล้ตัว ที่สามารถนำมาใช้ได้ สารพัดประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นการก่อให้เกิดปัจจัยเสี่ยงมลภาวะทางอากาศ หรือสภาพแวดล้อมต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม หรือที่สามารถย่อยสลายได้โดยง่าย จึงเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สามารถช่วยลดมลพิษทางสังคม และเป็นการมองย้อนกลับไปมองประโยชน์จากธรรมชาติรอบตัวนำมาพัฒนา และ ประยุกต์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยการใช่วัสดุธรรมชาติ เพื่อให้สามารถกระจายกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมการใช่วัสดุท้องถิ่นให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น และผลการวิจัยยังพบว่า ผู้บริโภคให้การตอบรับกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลวดลายและสีสันสวยงามยัง สามารถดึงดูดความสนใจซื้อของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับเกษแก้ว ประดิษฐ์ (2561) ที่ระบุว่าบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบกราฟิกเหมาะสมมีผลต่อสถิติการเลือกซื้อของผู้บริโภค หากบรรจุภัณฑ์ไม่มีความน่าสนใจ ดึงดูด ผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ ส่งผลทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ไม่คุ้มการลงทุน ซึ่งการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่ศึกษาแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้าน

กราฟิกของบรรจุภัณฑ์ โดยคำนึง ถึงด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิก จากการศึกษาลักษณะบรรจุภัณฑ์ตราสินค้าและการแสดงข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่ได้ สำหรับการประเมินบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนา ด้านเอกลักษณ์ ด้านความน่าสนใจ และ ด้านรูปแบบด้านรูปทรงบรรจุภัณฑ์ วิธีการเปรียบเทียบยอดขายของบรรจุภัณฑ์เดิมและบรรจุภัณฑ์ใหม่ จะทำให้เกิดทราบแนวโน้มการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผู้ผลิต

สามารถมียอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นหลังจากพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้ ซึ่งหลังจากการปิดโครงการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการติดตามผลการใช้บรรจุภัณฑ์แบบใหม่โดยการสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้คณะผู้วิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ่ง) ยังได้ร่วมกันออกแบบเพื่อเป็นแนวทางและเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบใหม่

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ด้านการปกป้อง		
1.1 ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ	4.00	มาก
1.2 บรรจุภัณฑ์ที่มีความพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.30	มาก
โดยรวมด้านการปกป้อง	4.10	มาก
2. ด้านการใช้งาน		
2.1 เปิดบริโภคและเก็บสินค้าได้สะดวก	4.20	มาก
2.2 สามารถตรวจพิจารณาสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์	4.50	มาก
โดยรวมด้านการใช้งาน	4.35	มาก
3. ด้านความสวยงาม		
3.1 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและมีความเหมาะสม	4.50	มาก
3.2 สีสันและลวดลายมีความสวยงาม	4.20	มาก
โดยรวมด้านความสวยงาม	4.35	มาก
4. ด้านรูปแบบ		
4.1 ประโยชน์ใช้สอย	4.60	มากที่สุด
4.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความเรียบง่ายมีการจัดองค์ประกอบกลมกลืน	4.80	มากที่สุด
โดยรวมด้านรูปแบบ	4.70	มากที่สุด
โดยรวมทุกด้าน	4.35	มาก

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์แบบใหม่

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ด้านการปกป้อง		
1.1 ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ	4.40	มาก
1.2 บรรจุภัณฑ์ที่มีความพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.60	มากที่สุด
โดยรวมด้านการปกป้อง	4.50	มากที่สุด
2. การใช้งาน		
2.1 เปิดบริโภคและเก็บสินค้าได้สะดวก	4.30	มาก
2.2 สามารถตรวจพิจารณาสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้	4.40	มาก



รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
โดยรวมด้านการใช้งาน	4.40	มาก
3. ด้านความสวยงาม		
3.1 บรรจุกฎที่มีที่สวยงามและเหมาะสมในการบรรจุ	4.40	มาก
3.2 สีสันและลวดลายที่สวยงาม	4.60	มากที่สุด
โดยรวมด้านความสวยงาม	4.50	มากที่สุด
4. ด้านรูปแบบ		
4.1 ประโยชน์ใช้สอย	4.00	มาก
4.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความเรียบง่ายมีการจัดองค์ประกอบ กลมกลืน	4.20	มาก
โดยรวมด้านรูปแบบ	4.10	มาก
โดยรวมทุกด้าน	4.40	มาก

ข้อเสนอแนะ

1. ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยและผู้ประกอบวิสาหกิจวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) สามารถนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางสำคัญสู่การพัฒนาและยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) และสามารถวางแผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เพื่อส่งเสริมอาชีพให้กับสมาชิกในกลุ่มให้มีความยั่งยืนยิ่งขึ้น

2. ผลสรุปที่ได้จากการวิจัย ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) สามารถนำไปพัฒนาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภคได้ และสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาสถานประกอบการให้ก้าวสู่ระบบอุตสาหกรรมในอนาคตได้

3. สำหรับผู้วิจัยคนอื่น ๆ ที่จะนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาต่อยอดควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในการออกแบบมากยิ่งขึ้น โดยใช้หลักการหรือทฤษฎีในการออกแบบด้านต่าง ๆ มาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น แรงบันดาลใจหรือแนวความคิดใหม่ๆ มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และตรงกับสภาพสังคมในปัจจุบัน

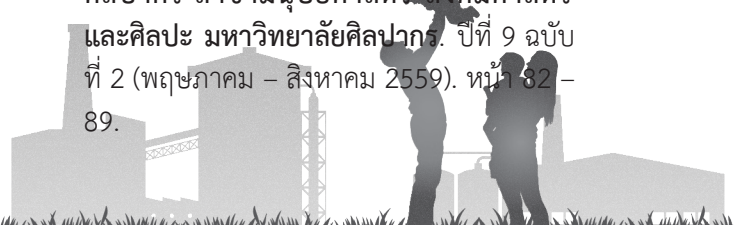
กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยอบน้ำผึ้ง (บ้านโฮ้ง) ตำบลแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก และ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นอย่างสูงที่ได้ส่งเสริม สนับสนุน และอนุมัติงบประมาณในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสนับสนุนบุคลากรและสถานที่ในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

บรรณานุกรม

- กฤษณา ลิกขมาน. (2551). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตากบางกระทุ่ม. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 หน้า 103 -110.
- เกษแก้ว ประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องพันธุ์ข้าวหอมกระดังงาที่มีผลต่อการตอบรับในเชิงพาณิชย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบ่อขอ อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2561) หน้า 127-139.
- จวีร์วรรณ จันปลา, วลี สงสูงค์, เพ็ญสินี กิจคำ และ สุวีร์รัตน์ วงศ์สมิง. (2559). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2559). หน้า 82 – 89.



ฐิตาวรรณ สุประพาส, ศุภานัน สุธีรงค์ และณัฐกร สงคราม. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาลี นเหล็กอินทรีย์ กรณีศึกษาภายใต้ยี่ห้อใหม่หอม กรุ่นออร์แกนิกไรซ์. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า ปีที่ 36 ฉบับที่ 1 หน้า 30 – 39.

ปรารธนา ศิริसानต์, ชิตพล ประนม, ธีรยุทธ ตีคา และ ปรีพันธ์ จันทะนา. (2559). การออกแบบบรรจุ ภัณฑ์สมุนไพรพร้อมขงกลุ่มแม่บ้านแหลมคุณ ก้าวหน้า โดยใช้แนวคิดเพื่อสิ่งแวดล้อม. วารสารวิจัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและ วิศวกรรม. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (2559). หน้า 31 – 46.



การศึกษาปัจจัยด้านการตลาดบริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจในการใช้
บริการห้างสรรพสินค้าของลูกค้าในสามจังหวัด EEC

The Study of Service Marketing Factors, Behavior and Satisfaction Toward the
Department Store's Customer Service In Three EEC Provinces.

เอก ชูณหัชชราชัย*

Ake Choonhachatrachai*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาตินานาชาติแสตมฟอร์ด

Assistant Professor Dr., Master of Business Administration, Stamford International University.

*E-mail : akechoon@hotmail.com, เบอร์โทรศัพท์ 087-5944665

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือสังคมด้วยการพัฒนาความพร้อมให้แก่ชุมชนท้องถิ่นด้วยการ
ศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการรวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
ห้างสรรพสินค้าในสามจังหวัดพื้นที่เขตส่งเสริมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกซึ่งประกอบไปด้วย ฉะเชิงเทรา
ชลบุรี และระยอง ซึ่งถือเป็นพื้นที่สำคัญต่อการลงทุน หนึ่งในธุรกิจที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการรองรับการ
เจริญเติบโตของพื้นที่ดังกล่าวคือธุรกิจค้าปลีกซึ่งถือเป็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับคนในท้องถิ่น และธุรกิจค้าปลีกยังเป็น
ตัวกำหนดมาตรฐานความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่และยังสามารถดึงดูดคนนอกพื้นที่และนักท่องเที่ยวเข้ามาได้อีกด้วย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มาจากการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจาก ผู้มาใช้บริการ
ห้างสรรพสินค้า 3 แห่งใน 3 จังหวัด จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่
ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ
สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย Independent Samples t-test, One Way ANOVA โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่
โดยใช้ Scheffe และ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันในเรื่อง อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา
อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้าที่ต่างกัน 2) ปัจจัยด้านส่วน
ประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร
ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ
ห้างสรรพสินค้าในสามจังหวัด EEC 3) พฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกันในเรื่อง บุคคลที่ไปใช้บริการด้วย ความถี่ใน
การใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ มีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า
ห้างสรรพสินค้าอย่างแตกต่างกัน

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด การตลาดบริการ พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้มาใช้บริการ ความพึงพอใจ



Abstract

The objective of this research is to provide social service by pave the ways for local community to be ready for new development by studying the relationship between service marketing factors, behavioral factors and customers' satisfaction toward customer service at 3 department stores in 3 Eastern Economic Corridor provinces (EEC) namely Chacheongsao, Chonburi, and Rayong.

This research study used 400 samples collected by using the convenience sampling method in which the questionnaires were given to the customers who visited department stores within 3 EEC provinces. As this research is using questionnaire to be the tool for data collection, Statistics used in this research is descriptive statistics, which consists of frequencies, percentage, mean, standard deviation and inferential statistics, Independent Samples t-test, One Way ANOVA by pair to Scheffe's test and Pearson Product Moment Correlation Coefficient at a significance level of 0.05.

The result of this study was divided into 3 parts which were found that 1) different age, status, education, occupation, income in personal factors caused different satisfaction of the customers 2) product, price, place, promotion, people, process and physical evidence in service marketing mix factors related with satisfaction of the customers who visited department stores in 3 EEC provinces and 3) Differences of behavioral factors also caused different satisfaction levels of customers who visited department stores in 3 EEC provinces as well. Keywords Service Marketing Mix, Behavior, Customer, Satisfaction

Keywords Service Marketing Mix, Behavior, Customer, Satisfaction

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ถือเป็นยุคที่อาจกล่าวได้ว่า สภาพของเศรษฐกิจมีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจไทยในหลายยุคหลายสมัย ไม่พ้น "ธุรกิจค้าปลีก" ในช่วงย้อนหลัง 2-3 ปีที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่า ยังไม่มีปัจจัยที่โดดเด่น ที่เกื้อหนุนต่อภาคธุรกิจค้าปลีกให้ขยายตัวได้มากเหมือนอย่างในอดีต อย่างไรก็ตามถึงแม้ไม่มีปัจจัยสนับสนุนมากเท่าที่ควรแต่ก็สามารถหยุดยั้งให้ผู้ประกอบการภาคค้าปลีกหยุดการลงทุนได้ ดังจะเห็นได้ว่าการดำเนินการวางแผนการลงทุนขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีกอยู่อย่างต่อเนื่องดัชนีอุตสาหกรรมค้าปลีกโดยรวมย้อนหลังนับตั้งแต่ ปี 2559 เติบโตขึ้นถึง 2.97% ซึ่งใกล้เคียงกับตัวเลข 3.0% ที่ประมาณการไว้จากช่วงต้นปี นับว่ามีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2558 ที่มีการเติบโตเพียง 2.8% สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิผลของ

นโยบายการใช้จ่ายภาครัฐและมาตรการเร่งรัดงบประมาณ ที่ส่งผลให้การบริโภคของประชาชนในระดับฐานรากเพิ่มสูงขึ้นรวมทั้งมาตรการของภาครัฐที่ช่วยใส่เงินในระบบ และการส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร ก็ส่งผลให้เศรษฐกิจเริ่มขับเคลื่อน สภาพทางด้านกำลังซื้อของเกษตรกรก็ทยอยปรับตัวดีขึ้น ทำให้ยอดขายในช่วงต้นปีมีแนวโน้มดีขึ้นตามลำดับ และถึงแม้ช่วงปลายปียอดขายจะลดลงไปบ้าง แต่ในเดือนธันวาคม 2559 ที่รัฐบาลได้มีการออกมาตรการ "ซื้อช่วยชาติ" และล่าสุดในปี 2562 มีนโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยครั้งยิ่งใหญ่อีกครั้งภายใต้โครงการ "ชิมช้อปใช้" ซึ่งก็ส่งผลให้หมวดสินค้าไม่คงทนถาวร มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2558 อยู่ที่ 3.03% และจากการคาดการณ์ปัจจัยเสี่ยงที่มีต่อสถานการณ์ธุรกิจค้าปลีก 2564 ก็มีหนี้ครัวเรือน ที่อยู่ที่ระดับ 80.2% ทำให้การซื้อของภาคครัวเรือนต่ำ การบริโภคสินค้าในหมวดคงทนถาวรและ

หมวดสินค้ากึ่งคงทนถาวรอาจต้องชะลอออกไป
แนวโน้มหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม จากสถาบันการเงินมีแนวโน้มที่จะ
เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการปล่อยสินเชื่อทั้งระบบหดตัว
ลง การลงทุนลดลง การว่างงานเพิ่มขึ้น ราคาน้ำมัน
สูงขึ้น ส่งผลให้เงินเฟ้อสูงขึ้น ซึ่งจะเพิ่มแรงกดดันต่อการ
ใช้จ่ายของครัวเรือนไทย ให้ชะลอการจับจ่ายลง และ
เป็นภาระต้นทุนการขนส่งที่เพิ่มขึ้น การส่งออกและการ
ลงทุน ซึ่งในประเด็นดังกล่าวก็จะส่งผลให้ภาคเอกชน
ต้องดูแลปรับตัวตามเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวน
อย่างต่อเนื่องจนทำให้บางครั้งต้องมีการพึ่งพาการลงทุน
จากภาครัฐเป็นหลัก

ทิศทางการค้าปลีก ในปี 2564 หมวดสินค้าไม่
คงทนถาวร ยังมีแนวโน้มที่จะปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า
หมวดอื่น ซึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันการใช้จ่าย
งบประมาณของภาครัฐสู่ฐานรากได้อย่างมีประสิทธิภาพ
และมีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบ เป็นจำนวนกว่า 2 ล้านล้านบาท

หมวดสินค้าคงทนถาวร แม้ว่าภาครัฐจะ
พยายามเร่งรัดการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อผลักดัน
การเติบโตของอสังหาริมทรัพย์ แต่ก็อาจจะยังไม่สามารถ
ทำให้เห็นยอดการเติบโตที่ชัดเจนได้ภายในเร็ว
อัตราการเติบโตในหมวดนี้น่าจะอยู่ในระดับทรงตัว

หมวดสินค้ากึ่งคงทนถาวร สินค้าแฟชั่น
เครื่องสำอาง และเครื่องหนัง ยังต้องหวังผลจากนโยบาย
ภาครัฐในการผ่อนปรนการพิจารณาภาษีนำเข้า เพื่อ
กระตุ้นการจับจ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นกว่า 12%
รวมทั้งพิจารณาผ่อนปรนการอำนวยความสะดวกการค้า
ชายแดน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเพื่อน
บ้าน ส่วนการบริโภคภายในประเทศน่าจะยังทรงตัว แต่
อาจจะมีการขยายตัวในบางพื้นที่ที่มีการกระตุ้นการ
เจริญเติบโตด้วยโครงการเมกะโปรเจกต์จากภาครัฐอย่าง
โครงการพัฒนาพื้นที่เขตส่งเสริมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ
ภาคตะวันออก

สถานการณ์ค้าปลีก ในช่วง 9 เดือนแรกของปี
2564 น่าจะมีเติบโตระหว่าง 2.8-3.0% คืออยู่ในระดับ
ทรงตัว อย่างไรก็ตามการเติบโตที่เห็นเด่นชัดในเกือบทุก
หมวดสินค้ามีลักษณะกระจุกตัวเฉพาะที่โดยเฉพาะใน
กรุงเทพฯ และหัวเมืองหลักๆ โดยหมวดที่มีการ
เติบโตมากยังเป็นหมวดสินค้า “ซูเปอร์มาร์เก็ต”
(Supermarket) ซึ่งมีเป้าหมายกลุ่มผู้บริโภคคือ

ระดับกลางขึ้นไป ขณะเดียวกันธุรกิจค้าปลีกประเภท
ร้านสะดวกซื้อเช่น 7-Eleven, 108 shop, Family Mart
ที่เน้นการเข้าถึงชุมชนและพื้นที่ต่าง ๆ เป็นร้านเล็ก ๆ
ในชุมชน ไม่ต้องใช้ พื้นที่มาก ลงทุนน้อยกว่า อยู่ใกล้
ชุมชนแวะซื้อของเมื่อใดก็ได้ สะดวกสบาย ไม่จำเป็นต้อง
ซื้อของที่ละ จำนวนมาก ๆ และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการ
เดินทางเพื่อไปซื้อของเยอะ มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้
มากกว่า ธุรกิจไฮเปอร์มาร์เก็ตก็มีการขยายตัวอย่าง
รวดเร็ว และยังมีการแข่งขันทางราคาให้ถูก เพื่อสู้กับ
ธุรกิจไฮเปอร์มาร์เก็ตด้วยตัวเองและสู้กับธุรกิจประเภท
อื่นอย่างร้านสะดวกซื้อด้วย ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้
ธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันต้องปรับตัวเป็นอย่างมาก (จรรยา
จิราวัฒน์ ประธานสมาคมผู้ค้าปลีกไทย, 2560) ธุรกิจ
ค้าปลีกซึ่งมักจะมีการเติบโตในพื้นที่ที่มีประชากร
หนาแน่น ซึ่งสามจังหวัด EEC ที่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกมา
เป็นพื้นที่ในการสำรวจความเป็นไปของพฤติกรรม
ผู้บริโภคตลอดจนความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการใน
ห้างสรรพสินค้าของพวกเขา ก็ถือเป็นพื้นที่
ที่กำลังได้รับการพัฒนาเป็นอย่างมาก จนมีจำนวน
ประชากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการคาดการณ์ไว้ว่า
จำนวนประชากร ประชากรแฝง แรงงาน
และนักท่องเที่ยว จะเข้ามาในพื้นที่ประมาณ 4.38
ล้านคนในปี 2565 และเพิ่มสูงถึง 6 ล้านคน ภายในปี
2580 (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนา
พิเศษภาคตะวันออก สกพอ, 2019)

ด้วยการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรดังกล่าวจึง
ทำให้ภาคเอกชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการใน
ธุรกิจค้าปลีกควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อเพิ่มหรือ
เน้นย้ำการสร้างคุณภาพการให้บริการของธุรกิจตนเอง
เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ
โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์
ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้
ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ
ห้างสรรพสินค้าในสามจังหวัด EEC

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วน
ประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านความ
ส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล
(People) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง

กายภาพ (Physical and Presentation) และปัจจัย
ด้านกระบวนการ (Process) กับความพึงพอใจของลูกค้า
ในการใช้บริการทางสรรพสินค้าในสามจังหวัด EEC

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการของ
ลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าใน
การให้บริการทางสรรพสินค้าในสามจังหวัด EEC

4. เพื่อส่งเสริมให้ห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งซึ่ง
ถือเป็นสถานที่สำคัญในการดำรงชีวิตของคนในสังคม
สามารถนำเอาข้อมูลการทำวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อการ
พัฒนารูปแบบการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ
(Quantitative Research) โดยเน้นการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้
บริการในห้างสรรพสินค้าชั้นนำสามแห่ง แห่งละหนึ่ง
จังหวัด รวมเป็นสามจังหวัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่สามจังหวัด
EEC ผ่านเครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถาม วิธีการสุ่ม
ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ
สะดวกหรือ convenient sampling หลังจากที่ได้ข้อมูล
ดิบจากการลงพื้นที่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้หลัก
สถิติในการวิเคราะห์ได้แก่ หลักการหาค่าเฉลี่ยและส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน

นอกเหนือจากนี้แล้วผู้วิจัยได้ทำการส่งหนังสือ
ขออนุญาตถึงผู้จัดการทั่วไปของห้างสรรพสินค้าทั้งสาม
แห่งในการเข้าไปในพื้นที่เพื่อแจกแบบสอบถามแก่ลูกค้า
ของทางห้างโดยวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยนี้ได้มีการ
อธิบายไปยังห้างสรรพสินค้าอย่างชัดเจนว่าต้องการทำ
เพื่อศึกษาวิจัยความพึงพอใจต่อการให้บริการและยังม
ีความประสงค์ที่จะมอบผลวิจัยดังกล่าวให้กับทาง
ห้างสรรพสินค้าหลังสิ้นสุดงานวิจัยด้วย

ทางทีมผู้วิจัยมีความเห็นตรงกันกับผู้จัดการ
ทั่วไปของห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งว่าผลวิจัยนี้ควร
ได้รับการเผยแพร่โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ผู้ที่เกี่ยวข้อง
กับธุรกิจค้าปลีกในพื้นที่สามจังหวัด EEC ซึ่งไม่
จำเป็นต้องเป็นห้างสรรพสินค้าแต่รวมไปถึง ธุรกิจค้า
ปลีกอื่น ๆ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ตลาดสด หรือแม้แต่ร้าน
ขายของชำทั่วไปที่ยังพบอยู่เยอะในพื้นที่



ภาพที่ 1 ลงพื้นที่ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยด้าน
การตลาดบริการ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึง
พอใจในการใช้บริการทางสรรพสินค้าของลูกค้าในสาม
จังหวัด EEC



ภาพที่ 2 ผู้วิจัยและทีมงานได้ลงพื้นที่พูดคุยกับ
ประชาชนในพื้นที่สามจังหวัด EEC ที่มีประสบการณ์การ
ใช้บริการจับจ่ายใช้สอยในห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ในสาม
จังหวัด EEC



ภาพที่ 3 พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ระดับสูงของ
คณะกรรมการนโยบายการพัฒนา ระเบียงเศรษฐกิจ
พิเศษภาคตะวันออก EEC ถึงโอกาสในการเจริญเติบโต
ของธุรกิจค้าปลีกในพื้นที่สามจังหวัด EEC
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่
ได้มาซื้อสินค้าและใช้บริการทางสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ใน
พื้นที่สามจังหวัด EEC ซึ่งมีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ

9,000 คน ต่อวัน การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้มาจากการคำนวณ เนื่องจากทางผู้วิจัยมีการทำเรื่องติดต่อขอเข้าพื้นที่ห้างสรรพสินค้าโดยมีการทำหนังสือขออนุญาตอย่างเป็นทางการ และได้ทราบจำนวนของผู้มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งจากทางผู้บริหารห้างสรรพสินค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) กำหนดระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5 %

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างโดยการแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended questions) โดยคำถามเป็นลักษณะ (Multiple choices)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทางการตลาดต่าง ๆ กับด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าโดยใช้คำถามปลายปิด (Close – ended questions) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตราวัดส่วนประมาณค่าของ ลิกเคิร์ตสเคล (Method of summated rating the Likert scale) จำนวน 21 ข้อ โดยการให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความพึงพอใจ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ บุคคลที่เดินทางไปใช้บริการด้วย, เหตุผลที่ไปใช้บริการ, ความถี่ในการไปใช้บริการต่อเดือน, ช่วงเวลาที่มักไปใช้บริการอยู่บ่อย ๆ ในส่วนนี้จะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended questions) โดยคำถามเป็นลักษณะ (Multiple choices)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในภาพรวมของการมาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยใช้คำถามปลายปิด (Close – ended questions) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตราวัดส่วนประมาณค่าของ ลิกเคิร์ตสเคล (Method of summated rating the Likert scale) โดยการให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความพึงพอใจ

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานในครั้งผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหลักสถิติ 2 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า และความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้า

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของประชากรในแต่ละกลุ่มที่เป็นอิสระกัน ด้วยค่าสถิติ t-test (Independent Sample t-test) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มด้วยค่าสถิติ F-test (One-way ANOVA) โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่วิธี Scheffe สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และ 3 ตลอดจนทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามทีระดับการวัดของข้อมูลตั้งแต่ระดับช่วง (Interval Scale) ขึ้นไป ด้วยค่าสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient สำหรับ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 โดยทดสอบสมมติฐานทีระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95% ($\alpha=0.05$)

ผลการวิจัย

จากข้อมูลศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในกลุ่มครั้งนี้ จำนวน 400 ตัวอย่างในสามห้างสรรพสินค้าของสามจังหวัด EEC พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.5 และเพศชาย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา เป็นช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 สถานภาพโสดจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาเป็นสถานสมรส จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ระดับปริญญาตรีจำนวน 225 คน คิดเป็น

ร้อยละ 56.3 รองลงมาเป็น ต่ำกว่าปริญญาตรี 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 อาชีพหลักเป็นธุรกิจส่วนตัวจำนวน 122 คนคิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาเป็นรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) แยกออกเป็นหัวข้อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{x} = 4.14$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.02$) น้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{x} = 3.42$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุป ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงมาตรฐานของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างสรรพสินค้าในสามจังหวัด EEC ทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน	\bar{x}	ระดับความสำคัญ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.14	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	3.83	มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.02	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75	มาก
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	3.42	ปานกลาง
6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.95	มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.00	มาก
รวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน	3.87	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจโดยรวมต่อการมาใช้บริการห้างสรรพสินค้าในสาม

จังหวัด EEC โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน(ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงมาตรฐานของผู้มาใช้บริการจำแนกตามความพึงพอใจโดยรวมต่อการมาใช้บริการห้างสรรพสินค้าในสามจังหวัด EEC

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการมาใช้บริการ ($\bar{x} = 4.02$, S.D.=0.52)	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	58	14.5
มาก	291	72.8
ปานกลาง	51	12.8
น้อย	0	0.0
น้อยที่สุด	0	0.0
รวม	400	100

การนำไปใช้

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และพฤติกรรมการเข้าใช้ที่มีต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในพื้นที่สามจังหวัด EEC” ผู้วิจัยได้สรุปแบ่งออกมาเป็นหัวข้อ ดังนี้

จากผลจากการวิจัย ผู้ทำการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้น ด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจ ดังตารางที่ 4.36 ที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ทำให้ทราบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งอย่างมีนัยยะสำคัญ

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค จากข้อมูลตรงส่วนนี้สามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ของทางห้างสรรพสินค้าได้ โดยสามารถวางแผนในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เข้ามาวางจำหน่าย และต้องมีความหลากหลาย

ของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ในขณะที่ปัจจัยทางด้านราคามีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยระดับราคาต้องมีความเหมาะสม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้ รวมถึงมีการแจ้งราคาชัดเจนด้วย

ปัจจัยทางด้านสถานที่ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค มีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนปรับปรุงทางด้าน สถานที่จัดจำหน่าย โดยมีการพัฒนาในเรื่องของอาคารสถานที่รวมถึงที่จอดรถ รวมถึงการจัดแผนกสินค้าต่าง ๆ ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความสะดวกรวดเร็วในการที่จะมาจับจ่ายสินค้า ที่ห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่ง นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตกแต่งอาคารสถานที่ บริเวณภายในห้างสรรพสินค้า รวมถึงความสะดวกสบาย บรรยากาศภายในห้าง ก็เป็นส่วนที่ต้องนำมาพิจารณา เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในการดำเนินธุรกิจเช่นกัน

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเช่นกัน จากข้อมูลตรงส่วนนี้สามารถนำมาใช้ ในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดของห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งได้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภค มีความต้องการมาจับจ่ายสินค้าที่ห้างสรรพสินค้ามากขึ้น ไม่เกิดความเบื่อหน่ายและจำเจ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าย่อมสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาจับจ่ายมากขึ้น ส่งผลต่อยอดขายทางธุรกิจ ที่เพิ่มขึ้น จากการวางแผนการส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง นอกจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ แล้ว อาจให้พนักงานของห้างสรรพสินค้าเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการทำการส่งเสริมการตลาด ภายในห้างสรรพสินค้าโดยตรง ย่อมเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าได้เป็นอย่างดี

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรของห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งมีผลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีกระตุ้นให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นและทีมผู้บริหารควรเพิ่มการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงานและการกระบวนกรให้บริการที่เท่าเทียมกันและเป็นระบบ

ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการอบรมพนักงานในเรื่องของการให้บริการ อีกทั้งปลูกจิตสำนึกให้พนักงานทุกคนมีจิตบริการมีใจรักงานบริการ และเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการ และควรวางแผนการส่งเสริมการตลาด ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง [(Integrated Marketing Communication (IMC)] เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ทุกเครื่องมือของการจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าได้ข่าวสารและภาพพจน์ที่สอดคล้องกันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยถือเกณฑ์แนวความคิด 4 ประการ คือ เลือกใช้การสื่อสารทางการตลาดทุกรูปแบบที่เหมาะสมกับลูกค้า เริ่มที่ลูกค้าไม่ใช่จากผลิตภัณฑ์ ค้นหาการสร้างการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าด้วยความถี่สูงและเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทางหรือการให้ลูกค้ามีส่วนร่วม โดยใช้วิธีการสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง ซึ่งมีตัวอย่างดังนี้ คือ

1. โฆษณา (Advertising) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มาก ขึ้น เช่น การทำโฆษณาเคลื่อนที่เพื่อเรียกความสนใจของผู้บริโภคบริเวณใกล้เคียงศูนย์การค้าซึ่งสามารถ สร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี
2. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) โดยใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สินค้าเข้าร้านเช่นช่วยในเรื่องการจัดแสดงสินค้าให้กับร้านค้าที่มาเช่าที่ในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า และกลยุทธ์ดึงเพื่อให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อและดึงสินค้าออกจากร้าน เช่น การให้ส่วนลดการสะสมแต้มปี หรือคะแนนการให้คูปองแลกซื้อการแจกของตัวอย่างการให้ของแถม การรับประกัน และรับเปลี่ยนสินค้าหรือคืนเงิน การจัดกิจกรรมพิเศษ การให้ทดลองใช้ การให้คำปรึกษาฟรี ฯลฯ
3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เพื่อเป็นการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับศูนย์การค้า ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเช่นส่ง SMS เพื่อแจ้งข่าวเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษ
4. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) และการจัดแสดงสินค้า (Display) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมากจากกิจกรรมทางการตลาดเพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาจับจ่ายใช้สอยและมาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า ดังนั้นจึงต้องพยายามสร้างให้มีเอกลักษณ์ที่เป็นเฉพาะ

ซึ่งในส่วนของเพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าต่างมีจุดมุ่งหมายในการมาใช้บริการในแต่ครั้งคล้ายๆกัน ซึ่งทำให้มีความต้องการและความพอใจในการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมมิกา แตงรอด (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2541) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะหรือปัจจัยส่วนบุคคล เป็นบางปัจจัยเช่น อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว บุคลิกภาพ และรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งความแตกต่างทางด้านเพศจะไม่ได้ถูกนำมากล่าวถึงเมื่ออภิปรายถึงความไม่แตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อความพึงพอใจหรือการตัดสินใจของผู้บริโภค

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าภายในสามจังหวัด EEC กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน

จากงานวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลเชิงพรรณนาและอนุमान โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่าไปสอดคล้องกับแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler (2000) กล่าวว่า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งตรงกับงานวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าภายในพื้นที่สามจังหวัด EEC ซึ่งสามารถสรุปมาเป็นผลวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ทำวิจัยพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าภายในพื้นที่สามจังหวัด EEC ที่ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาก จึงทำให้มีความคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสูง ซึ่งมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ มีการ

รับประกัน มีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐาน และมีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการค่าปลิกของ Oxden (2005) กล่าวว่าปัจจุบันผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในร้านที่มีความหลากหลาย หรือครบวงจรในร้านเดียว ซึ่งตรงความต้องการซึ่งส่งผลโดยตรงกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า

2. ปัจจัยด้านราคา ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าของพื้นที่ 3 จังหวัด EEC ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามาก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่มากขึ้นด้วย เพราะลูกค้าต้องการสินค้าที่คุ้มค่าและเหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าต้องจ่าย

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ 3 จังหวัด EEC ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมาก จึงทำให้มีผลต่อความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการที่มากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีธุรกิจค้าปลีกของ Michael Levy (2007) กล่าวว่า การพิจารณาการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีก ซึ่งคำนึงถึงความหนาแน่นของประชากร อำนาจการซื้อ การแข่งขันของธุรกิจ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก เพราะห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งมีทำเลที่ตั้งของห้างสรรพสินค้าอยู่ในตัวเมือง ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ 3 จังหวัด EEC ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมาก จึงทำให้มีผลต่อความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการที่มากขึ้นด้วย เพราะด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อและการใช้บริการ และห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งก็มีการจัดทำบัตรสมาชิก The 1 Card เพื่อสะสมคะแนน เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการใช้จ่ายเพื่อสะสมแต้ม ดังนั้นจึงมีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร และโปรโมชั่นต่าง ๆ มีการจัดรายการโปรโมชั่นส่วนลดพิเศษอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับช่วงเทศกาลต่าง ๆ ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างทั่วถึงในตัวพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดโดยเฉพะอย่างยิ่งพื้นที่ตัวเมือง เพื่อให้ลูกค้าทราบข้อมูลและมีแรงจูงใจในการมาใช้บริการ



5. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ 3 จังหวัด EEC ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมาก จึงทำให้มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่มากขึ้นด้วย ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ค่อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีต่อปัจจัยด้านบุคลากรในการมาใช้บริการของห้างสรรพสินค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ทราบข้อมูลในภายหลังว่าเนื่องจากห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งมีการหมุนเวียนเปลี่ยนพนักงาน ทำให้พนักงานขายบางจุด ขาดความชำนาญในการแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ทำให้พนักงานไม่สามารถให้ความช่วยเหลือในการหาสินค้าได้ดีเท่าที่ควร และพนักงานควรมีอริยาวัตรที่ดี ต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม ที่สำคัญควรปลูกฝังความรักและกระตือรือร้นในการให้บริการ

6. ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ 3 จังหวัด EEC ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมาก จึงทำให้มีผลต่อความพึงพอใจ ต่อการมาใช้บริการที่มากขึ้นด้วย ซึ่งผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการกระบวนการในการให้บริการนั้นยังถือว่าอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากห้างสรรพสินค้ามีปัญหาในเรื่องการให้ความช่วยเหลือกรณีสินค้ามีปัญหา ซึ่งสาเหตุมาจากพนักงานขาดการให้ข้อมูลอย่างละเอียดถี่ถ้วนจึงไม่สามารถให้คำตอบและจัดการกับปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ 3 จังหวัด EEC ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยลักษณะทางกายภาพมาก จึงทำให้มีผลต่อความพึงพอใจ ต่อการมาใช้บริการที่มากขึ้นด้วย เพราะห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่และปรับอากาศและอุณหภูมิภายในอาคารเย็นสบายรวมทั้ง มีการจัดบรรยากาศภายในห้างสรรพสินค้าให้มีความสะอาดสวยงาม มีแสงสว่างพอเหมาะ อากาศถ่ายเทได้ อีกทั้งยังมีพื้นที่จัดแต่งสวยงามให้ลูกค้าสามารถถ่ายรูปได้

ผลจากการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจ สอดคล้องกับ อริสา ศรีตมกุล (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคใน

เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่บอกว่า ส่วนในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านการมีส่วนลดราคาให้ ด้านการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ด้านการบริการรวดเร็วคล่องแคล่ว และถูกต้อง และด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน ผู้บริโภคให้ความพอใจแตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าห้างสรรพสินค้าในพื้นที่สามจังหวัด EEC จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคได้แก่ บุคคลที่ไปใช้บริการด้วย, เหตุผลที่ไปใช้บริการ, ความถี่ในการใช้บริการ และช่วงเวลาที่มักไปใช้บริการอยู่เป็นประจำ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรม ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

บุคคลที่ใช้เวลาร่วมกัน ส่วนใหญ่พบว่า ไปกับครอบครัว และ ประเภทที่เลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่พบว่า เดินพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับ เอมมิกา แดงรอด (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ ศูนย์การค้าชุมชน ของผู้บริโภค เขตกรุงเทพมหานคร จากผลวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่าห้างสรรพสินค้าทั้งสามแห่งเป็นแหล่งซื้อสินค้า จับจ่ายใช้สอยรับประทานอาหาร ชมภาพยนตร์ อีกทั้งยังมีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจเช่นกัน จึงเหมาะสำหรับการนัด พบปะกับเพื่อนฝูง หรือจะใช้เป็นสถานที่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจของครอบครัว

ความถี่การใช้ต่อเดือน ส่วนใหญ่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน, วันที่นิยมไปใช้บริการ ส่วนใหญ่พบว่าในวันเสาร์ ซึ่งสอดคล้องกับ กนกพรรณ สุขฤทธิ (2557) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมมาใช้บริการช่วง วันเสาร์-อาทิตย์

และเพื่อให้ผลวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีด้านใดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีด้านใดที่มีระดับน้อยที่สุด ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาธุรกิจได้ แต่ในการที่จะนำไปปรับปรุงหรือพัฒนานั้นจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นหาก

ผลการวิจัยสามารถระบุเป็นด้านต่าง ๆ ของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดได้อย่างเฉพาะเจาะจง เช่น ปัจจัย ด้านบุคลากร ที่ห้างสรรพสินค้าควรให้การปรับปรุงคือ ด้านทักษะการสื่อสารของพนักงาน และ ด้านการแต่ง กายของพนักงาน เป็นต้น

2. การวิจัยครั้งนี้สำรวจความพึงพอใจของ ผู้ตอบแบบสอบถามภายใต้การทำวิจัยแบบเชิงปริมาณ คำตอบที่ได้จากการวิจัยจึงอาจไม่ลึกเพียงพอ หากการ ทำวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยสามารถดำเนินการทำวิจัยแบบ เชิงคุณภาพด้วยก็จะทำให้คำตอบที่ได้จากการทำวิจัยมี ความลึกซึ้งมากขึ้น

3. เนื่องจากในปัจจุบันพื้นที่สามจังหวัด EEC ซึ่งประกอบไปด้วย ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และ ระยอง มี การขยายตัวอย่างต่อเนื่องทำให้มีนักลงทุนและแรงงาน ชาวต่างชาติเข้ามาอาศัยอยู่อย่างหลากหลาย เช่น จีน อเมริกา ยุโรป อินเดีย และประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรมี การศึกษาความพึงพอใจของคนต่างชาติด้วยในการมาใช้ บริการ ซึ่งอาจใช้ตัวแปรและขอบเขตเนื้อหาที่แตกต่าง กันไปจากงานวิจัยนี้ เช่นอาจระบุลงไปถึงช่องทางการ ติดต่อ ความสะดวกในการเดินทาง ทักษะการใช้ ภาษาต่างประเทศของพนักงานขาย ตลอดจนความ เหมาะสมของคนประเทศนั้น ๆ

โดยภาพรวมหลังจากที่ได้ทำการสรุปผลวิจัยใน งานครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยทางการตลาดหลายปัจจัย เช่น ปัจจัยด้านบุคลากร ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ ห้างสรรพสินค้ามากมายไม่ว่าจะเป็นข้อสรุปที่พนักงาน ขายของห้างสรรพสินค้าควรได้รับการพัฒนาทักษะ ทางด้านการสื่อสารให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลสรุปของ งานวิจัยนี้ก็จะสามารถส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพในการ ให้บริการได้ดีขึ้นต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

กนกพรรณ สุขฤทธิ. 2557. ส่วนประสมการตลาด บริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร ญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต.กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชุตินา ชัยบัญชาการ. 2559. ปัจจัยที่มีผลต่อความ พึงพอใจในการใช้บริการศูนย์อาหารที่ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล พลาซ่า เวสต์เกต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.

ฉนวนรณ แสงสุวรรณ. 2557. “การจัดการการตลาด”. พิมพ์ครั้งที่ 10. ฉบับถูกต้องตามลิขสิทธิ์ แปลและ เรียบเรียงจาก MARKETING MANAGEMENT, 11th edition. (บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โดไชน่า จำกัด: กรุงเทพฯ)

ธนาทิพย์ ทอนไธสง. 2557. อ้างอิงในวารสารราช นครินทร์ กรกฎาคม-ธันวาคม 2557. กรุงเทพฯ. บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน). ข้อมูลองค์กร. เข้าถึงเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www.cpn.co.th>.

บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน). ธุรกิจของบริษัท. ชื่อ. เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2560, เข้าถึงได้จาก <http://robins-th.listedcompany.com>.

กฤษติกา คงสมพงษ์. กลยุทธ์การจัดการธุรกิจบริการ ยุคดิจิทัล. เข้าถึงเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, เข้าถึงได้จาก <https://marketeeronline.com/archives/23735>.

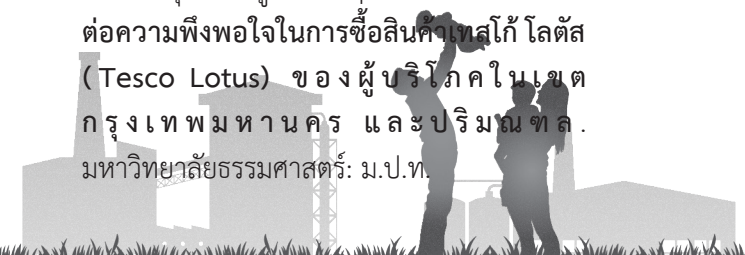
ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2552. การบริหาร การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด

สมาคมผู้ค้าปลีกไทย. 2555. ภาวะอุตสาหกรรมค้าปลีก. เข้าถึงเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www.theretailacademy.wordpress.com/tag/สมาคมผู้ค้าปลีกไทย:ภาวะอุตสาหกรรมค้าปลีก/>.

สยามนิวส์. การเจริญเติบโตธุรกิจค้าปลีกในจังหวัด จันทบุรี. เข้าถึงเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, เข้าถึง ได้จาก <http://www.siamnewschan.com/>.

สยามฟิวเจอร์ตีเวลอปเมนต์ จำกัด. รูปแบบธุรกิจ. เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www.siamfuture.com/>

อริสา ศรีพัฒนกุล และผู้แต่งอื่นๆ. 2559. ปัจจัยที่มีผล ต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขต ก รุง เ ท พ ม ห น ค ร และ ป ร ิ ม ณฑ ล . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: ม.ป.ท.



เอมมิกา แดงรอด. 2557. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
การใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เดอะ เซอร์
เคิล ราชพฤกษ์ .วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Best, John W. 1981. "Likert Method," Research
in Education. 4 th ed. Eaglewood Cliffs: N.S,
Prentice – Hall.

Cronbach, J. (2003). **Essential of psychology
testing**. New York: Hanpercollishes.

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. 1996.
Theories of mass communication. London:
Longman.

James R. Oxden and Denise T. Oxden. 2005.
Retailing (1st Ed). Houghton Mifflin.

Kotler, P. (203) **Marketing Management**. 11th
Edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River.

Maslow, A H. 1970. **Motivation and Personality**
2nd ed.). New York: Harper & Row.

Michael Lev and Barton Weitz . 2007. **Retailing
Managemen**. (6th Ed). McGraw-Hill.

Schiffman Lon G. and Kanuk Leslis Lazar. 1991.
Consumer Behavior. 4 th ed. Englewood
Cliffs

New Jersey Prentice – Hall, Inc, **A Division of
Simon & Schuster**.



การแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องของร้านอาหาร
บริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
A Solution to The Misspelling of The Words At The Restaurants Near
The Educstional Institutes in Sam Chuk District, Suphanburi Province.

ฐาปกรณ์ อ่วมสถิตย์^{1*} ลักขณา รุ่งโรจน์², กนกวรรณ ศรีบุญธรรม³
Thapakon Uamsathit^{1*}, Lakkana Rungrot², kanokwan Sribuntham³

^{1,2,3}อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี

^{1,2,3} Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Suphanburi Campus Instructor

*E-mail : Thapakonuamsathit@gmail.com เบอร์โทรศัพท์ 088-1625950

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยใช้แบบสังเกตการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้องเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล และแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยเครื่องมือแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่พบคำสะกดผิดในร้านอาหารประเภททั่วไปและริมบาทวิถี โดยพบคำสะกดผิดทั้งสิ้น 49 คำ นับเป็นจำนวนครั้งรวมทั้งสิ้น 175 คำ คำที่พบมากที่สุดคือ ผัดกะเพรา รองลงมาคือ ผัดไทยและซุบหน่อไม้ ส่วนสาเหตุหลักที่ทำให้เขียนสะกดไม่ถูกต้องคือใช้แนวเทียบผิดและเป็นคำภาษาต่างประเทศ

การแก้ไขปัญหาดังกล่าวพบว่าปัญหาการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้องส่วนใหญ่อยู่ที่ร้านอาหารบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี และโรงเรียนสามชุกรัตนโกคาราม โดยพบคำสะกดไม่ถูกต้องทั้งสิ้น 175 คำ ได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง 129 คำ คิดเป็นร้อยละ 73.71 ซึ่งถือว่าสัมฤทธิ์ผลตามตัวชี้วัดที่ตั้งไว้คือร้านอาหารดังกล่าวได้แก้ไขคำสะกดไม่ถูกต้องให้ถูกต้องมากกว่าร้อยละ 70

คำสำคัญ การเขียนสะกดคำ ร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา

Abstract

The purposes of this research were 1) to investigate the misspelling of Thai words found at the restaurants near the educational institutes in Sam Chuk District, Suphanburi Province, and 2) to solve the misspelling of Thai words found at the restaurants near the educational institutes in Sam Chuk District, Suphanburi Province. The research instrument was observation form of word-spelled writing. The data analysis by descriptive statistics was frequency and percentage.

The result showed that the most frequently misspelled words were 49 misspelled word forms lexical items with 175 times. The problem words were fried rice with basil (Pad-Ka-Prao), followed by Thai-style stir-fried noodles (Pad-Thai) and Thai-Esan spicy salad of shredded bamboo

shoots (Soup-Nor-Mai). The causes of misspelling were form spelling guidelines overgeneralization of loanwords.

The most of the problem words were at the food stalls and carts around Rajamangala University of Technology Suvarnabumi and Samchuk Ratanapokaram school in Suphanburi. The problem words that were resolved were 129 out of 175, calculated as 73.71 percent. The result was higher than 70 percent as the criterion.

Keywords spelling, restaurants around educational institutes

บทนำ

ภาษาไทยเป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารของคนในชาติไทย เป็นวัฒนธรรมประจำชาติอย่างหนึ่งซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ของไทยได้อย่างชัดเจน การใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการใช้ภาษา ผู้ใช้ภาษาควรคำนึงถึงหลักเกณฑ์การใช้ภาษาไทย ถึงแม้ภาษาไทยเป็นภาษาที่ยังไม่ตาย เป็นเรื่องปกติที่จะมีการเปลี่ยนแปลง แต่ถ้าผู้ใช้ภาษาไม่คำนึงถึงหลักเกณฑ์และความถูกต้องก็จะทำให้เกิดความสับสนและอัตลักษณ์ของภาษาไทยก็จะค่อย ๆ เลือนจางไป

ปัญหาการใช้ภาษาไทยเป็นปัญหาหนึ่งที่รัฐบาลให้ความสนใจโดยระบุไว้ในแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) (2559) โดยในตอนที่ 1 : เหตุผลความจำเป็นในการจัดทำแผนพัฒนาการศึกษา ได้กล่าวถึงปัญหาการใช้ภาษาไทยที่ไม่เหมาะสมของคนในชาติ ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงถึงความเสื่อมถอยทางวัฒนธรรมของไทย

ในปัจจุบันนี้มีหลากหลายประเด็นที่แสดงถึงการใช้ภาษาไทยไม่ถูกต้อง เช่น การเขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง การใช้คำไม่ตรงความหมาย การใช้คำกำกวม การใช้คำฟุ่มเฟือย การใช้คำทับศัพท์โดยไม่จำเป็น การใช้สำนวนต่างประเทศ การใช้ลักษณะนามไม่ถูกต้อง การใช้คำซ้ำบริเวณใกล้เคียง (ไม่หลากหลาย) การใช้ภาษาผิดระดับ เป็นต้น ซึ่งปัญหาที่เด่นชัดและตรวจสอบได้สะดวกที่สุดคือปัญหาการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง โดยสามารถตรวจสอบได้ทันทีเมื่อเทียบกับคำที่ถูกต้องในพจนานุกรมไทย ซึ่งการเขียนสะกดคำหมายถึงการนำ

อักษร ทั้งพยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ และเครื่องหมายต่าง ๆ มาร้อยเรียงให้เป็นคำที่มีความหมายได้อย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์ ซึ่งถ้าเป็นคำภาษาไทยนั้นสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2556) (สุธา ขวัญพุด, 2550. สมลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2550 และกระทรวงศึกษาธิการ, 2552)

การเขียนสะกดคำไม่ถูกต้องและเผยแพร่ออกสู่สาธารณะทำให้ผู้พบเห็นที่ไม่ได้ตรวจสอบ จะจดจำและนำไปใช้ ซึ่งสื่อสารณะคือสื่อที่ประชาชนเข้าถึงง่ายและเป็นติดตามของผู้พบเห็น เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ โดยเฉพาะป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ในร้านอาหารที่ไม่ค่อยใส่ใจในเรื่องความถูกต้องของรายการอาหาร จึงทำให้ลูกค้าที่ไม่ได้ตรวจสอบคำถูกต้องจดจำและนำไปใช้

ร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาควรเป็นแบบอย่างในการใช้ภาษาด้านการเขียนสะกดคำให้ถูกต้อง เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ถ้าหากมีคำผิดในร้านอาหารหรือรายการอาหาร นักเรียนนักศึกษาจะจำและนำไปใช้อย่างไม่ถูกต้อง และถือเป็นการแพร่กระจายคำผิดได้รวดเร็วและคงทน เพราะสถานการศึกษาคือแหล่งความรู้อันทรงคุณค่าและเป็นสถานที่ที่ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนภายนอกทางด้านวิชาการมากกว่าหน่วยงานอื่น

จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลของผู้วิจัย โดยสังเขป ณ ร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาในอำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี พบการเขียนสะกดคำผิดในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาหลายแห่ง เช่นคำว่า

ผัดกระเพรา ผัดไท ก๋วยจั๊บน้ำร้อน หมูกระทะ หอยจ๊อ ปลากระพง ซุปหน่อไม้ ไอศกรีม น้ำแข็งไส พนงหมู แขนหมูหยอง ช็อคโกแลต สตอเบอร์รี่ เป็นต้น ซึ่งค่าเหล่านี้เขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง ควรได้รับการแก้ไข

ฉะนั้นผู้วิจัยเห็นควรแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาในเขตอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนและเป็นปัญหาทางการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมของชาติ และเพื่อให้นักเรียน นักศึกษา และผู้ใช้บริการในร้านอาหารเหล่านี้ในชุมชนได้สัมผัสคำที่เขียนได้ถูกต้อง เพื่อจะใช้ในการเขียนของตนเองได้อย่างถูกต้อง ซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1. เพื่อศึกษาปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2. เพื่อแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) และเชิงทดลอง (Experimental research) ซึ่งมีขอบเขตของการศึกษาคือคำภาษาไทยในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา (ในสถานศึกษาและรอบอาณาเขตสถานศึกษาไม่เกิน 500 เมตร) อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีรายละเอียดของกระบวนการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยด้วยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยจำแนกประเภทร้านอาหารตามเกณฑ์ของวนิดา สิงห์จาวลา (2554) ดังต่อไปนี้

2.1 ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีต สวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว

2.2 ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอสมควรเน้น

บรรยากาศแบบสบาย ๆ เป็นกันเองราคาอาหารระดับปานกลางพนักงานบริการแบบเป็นกันเองไม่มีพิธีรีตอง

2.3 ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก

2.4 ร้านริมบาทวิถี (Kiosk) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่าย ๆ เน้นอาหารจานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

ร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาจึงหมายถึงสถานที่ประกอบอาหาร หรือปรุงอาหารสำเร็จ และจำหน่ายให้ผู้ซื้อสามารถบริโภคได้ทันที ซึ่งตั้งอยู่ในและบริเวณรอบสถานศึกษา โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักคือนักเรียนนักศึกษาและบุคลากรในสถานศึกษา

3. ลงพื้นที่รวบรวมข้อมูลตามขอบเขตของการวิจัย โดยใช้แบบสังเกตการณ์เขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง

4. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสังเกตการณ์เขียนสะกดคำไม่ถูกต้องโดยใช้หลักเกณฑ์การเขียนสะกดคำภาษาไทย และใช้พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2554 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2557) เป็นแนวเทียบ หากคำใดเขียนสะกดคำไม่ตรงตามหลักเกณฑ์และพจนานุกรมดังกล่าวถือว่าคำนั้นสะกดไม่ถูกต้อง



ภาพที่ 1 การเก็บข้อมูลการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง ณ ร้านข้าวแกงป้าแจ้ บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลสุพรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี





ภาพที่ 2 การเก็บข้อมูลการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง ร้านกาแฟโบราณเจ็ยอย บริเวณโรงเรียนวัดบางขวาง



ภาพที่ 3 การเก็บข้อมูลการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง อาหารตามสั่ง บริเวณโรงเรียนสามชุกรัตนโกคาราม

5. สร้างเครื่องมือการแก้ไขปัญหาเขียนสะกดคำภาษาไทยในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาและสถานศึกษาในอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

6. ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่จะใช้แก้ปัญหการเขียนสะกดคำภาษาไทยในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาและสถานศึกษาในอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

7. ใช้เครื่องมือในการแก้ไขปัญหาโดยการเผยแพร่ให้กับร้านอาหารบริเวณสถานศึกษาและสถานศึกษา อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี พร้อมบอกถึงปัญหา อธิบายถึงความสำคัญของการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง และกำหนดระยะเวลาในการแก้ไขไม่เกิน 1 เดือน

8. ประเมินผลการแก้ไขปัญหาด้วยการลงพื้นที่โดยใช้แบบสังเกตการเขียนสะกดคำในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี

9. สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะ

ผลการดำเนินงาน

การศึกษาและแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษาปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยสรุปผลโดยจำแนกประเด็นเป็น 3 ประเด็นและนำเสนอในรูปแบบตารางดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี แต่ละประเภทที่เขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้อง

ประเภทของร้านอาหาร	จำนวนร้านอาหาร	ร้อยละ	จำนวนคำผิด	ร้อยละ
1. ระดับหรู (Fine Dining)	0	0.00	0	0.00
2. ระดับกลาง (Casual Dining)	12	12.00	27	15.42
3. อาหารทั่วไป (Fast Dining)	54	54.00	101	57.71
4. ริมบาทวิถี (Kiosk)	34	34.00	47	26.87
รวม	100	100	175	100

จากตารางที่ 1 พบว่าร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่เขียนสะกดคำไม่ถูกต้อง มีมากที่สุดคือร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) มีทั้งสิ้น 54 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 54.00 โดยพบคำสะกดผิด 101 คำ คิดเป็นร้อยละ 57.71 รองลงมาคือร้านอาหารริมบาทวิถี (Kiosk) มีทั้งสิ้น 34 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 34.00 โดยพบคำสะกดผิด 47 คำ คิดเป็นร้อยละ 26.87 ของคำสะกดผิดทั้งหมด และอันดับ 3 คือร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) มีทั้งสิ้น 12 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 12.00 โดยพบคำสะกดผิด 27 คำ คิดเป็นร้อยละ 15.42 ของคำสะกดผิดทั้งหมด ส่วนร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) ไม่พบในบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนคำภาษาไทยที่สะกดไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

คำภาษาไทยที่สะกดไม่ถูกต้อง	คำที่สะกดถูกต้อง	สาเหตุที่สะกดคำไม่ถูกต้อง	จำนวน	ร้อยละ
1. ผัดฉ่าปลากระพง	ปลากระพง	ใช้แนวเทียบผิด	1	0.57
2. ผัดคึ้นช่ายหมูสับ	ชิ้นฉ่าย	ออกเสียงผิด	1	0.57
3. พแนงไก่	พะแนง	ใช้แนวเทียบผิด	1	0.57
4. หมูกะทะ/หอยกะทะ	กระทะ	ใช้แนวเทียบผิด	2	1.14
5. บุฟเฟต์	บุฟเฟต์/บุฟเฟ่ต์	คำภาษาต่างประเทศ	3	1.72
6. ซีฟู๊ด	ซีฟู้ด/ซีฟู้ด	คำภาษาต่างประเทศ	1	0.57
7. ผัดซีอิ้ว/ปลานึ่งซีอิ้ว	ซีอิ้ว	เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด	5	2.86
8. สตอเบอร์รี่	สตอว์เบอร์รี่	คำภาษาต่างประเทศ	8	4.58
9. ผัดกระเพราะ/ผัดกระเพา	ผัดกะเพรา	ใช้แนวเทียบผิด	56	32
10. ข้าวผัดกั่ว	ข้าวผัดกุ้ง	เลียนเล่อ	1	0.57
11. สุกี้ยากี้	สุกี้ยากี้	คำภาษาต่างประเทศ	2	1.14
12. ผัดไท	ผัดไทย	เข้าใจความหมายผิด	10	5.71
13. ลาดหน้า	ราดหน้า	เข้าใจความหมายผิด	3	1.72
14. ซุปหน่อไม้	ซุบหน่อไม้	เข้าใจความหมายผิด	10	5.71
15. น้ำยากระทิล/ลอดช่องน้ำกระทิล	กะทิล	ใช้แนวเทียบผิด	3	1.72
16. ข้าวยำไก่แซบ/ต้มแซบ	แซบ	ยึดการสะกดแบบเดิม	2	1.14
17. น้ำแข็งใส	น้ำแข็งไส	เข้าใจความหมายผิด	4	2.29
18. สเต็ก	สเต๊ก	คำภาษาต่างประเทศ	5	2.86
19. สับปะรด/สับปะรส/สัปรด	สับปะรด	ใช้แนวเทียบผิด	3	1.72
20. เฟรนฟราย	เฟรนช์ฟรายส์	คำภาษาต่างประเทศ	4	2.29
21. ก้วยจ๊ับ	กวยจ๊ับ	ออกเสียงผิด	3	1.72
22. ต้มใส่นื้อ/ใส้กรอก/ ใส้กรอกอีสาน	ใส้	ใช้แนวเทียบผิด	3	1.72
23. กระหล่ำปลีทอดน้ำปลา	กะหล่ำปลี	ใช้แนวเทียบผิด	2	1.14
24. น้ำแครอท	แครร์อต	คำภาษาต่างประเทศ	1	0.57
25. น้ำโค้กปั่น	โค้ก	เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด	1	0.57
26. พินซ์แดง	พินซ์/พินซ์	คำภาษาต่างประเทศ	1	0.57
27. ซ็อกโกแลต/ซ็อกโกแล็ต	ซ็อกโกแลต/ ซ็อกโกเลต	คำภาษาต่างประเทศ	7	4.00
28. แชนวิช	แซนด์วิช	คำภาษาต่างประเทศ	2	1.14
29. ปลาเค้าทอดน้ำปลา	ปลาเค้า	ออกเสียงผิด	1	0.57
30. ไอศกรีม	ไอศกรีม	คำภาษาต่างประเทศ	7	4.00
31. ปูผัดผงกระหรี่/ทะเลผัดผง กระหรี่	ผงกระหรี่	ใช้แนวเทียบผิด	1	0.57
32. แกงมัสมั่นไก่	มัสมั่น	ใช้แนวเทียบผิด	1	0.57

คำภาษาไทยที่สะกดไม่ถูกต้อง	คำที่สะกดถูกต้อง	สาเหตุที่สะกดคำไม่ถูกต้อง	จำนวน	ร้อยละ
33. น้ำดอกอัญชัญ-มะนาว	อัญชัน	ใช้แนวเทียบผิด	1	0.57
34. วนิลา	วานิลลา	คำภาษาต่างประเทศ	1	0.57
35. ทอดมันปลากลาย	ปลากราย	เข้าใจความหมายผิด	1	0.57
36. ข้าวเหนียวมูลน้ำกะทิ/ข้าวเหนียวมูลทุเรียน	ข้าวเหนียวมูน	เข้าใจความหมายผิด	2	1.14
37. ตับหวาน	ตับหวาน	เลียนเล่อ	1	0.57
38. หมูกระเทียม	หมูกระเทียม	ใช้แนวเทียบผิด	1	0.57
39. ขนมปังพริกเผาหมูหยอง	หมูหย็อง	ไม่ทราบความหมายของคำ	3	1.72
40. ต้มจืดวุ้นเส้น	วุ้นเส้น	เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด	1	0.57
41. แกงจืดเต้าหู้ไข่	เต้าหู้	เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด	1	0.57
42. เค้กนมสด	เค้ก	เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด	1	0.57
43. สปาเก็ตตี้	สปาเกตตี	คำภาษาต่างประเทศ	1	0.57
44. ผัดกะฉนดหมูกรอบ	กระฉนด	ใช้แนวเทียบผิด	1	0.57
45. ยำขนมจีน	ยำขนมจีน	เลียนเล่อ	1	0.57
46. หอยจ๊อทอด	ฮ้อยจ๊อทอด	เข้าใจความหมายผิด	1	0.57
47. ส้มตำปู+ปลาร้า	ปลาร้า	เลียนเล่อ	1	0.57
48. เย็นตาโฟ	เย็นตาโฟ	เลียนเล่อ	1	0.57
49. เฉาก้วย	เฉาก้วย	เลียนเล่อ	1	0.57
รวม			175	100

จากตารางที่ 2 พบคำภาษาไทยที่สะกดไม่ถูกต้อง ในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งสิ้น 49 คำ รวมจำนวนที่พบ 175 ครั้ง โดยพบคำภาษาไทยที่สะกดไม่ถูกต้องมากที่สุดได้แก่คำว่ากะเพรา 56 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาได้แก่คำว่า ผัดไทยและซุบหน่อไม้ คำละ 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.71 อันดับ 3 ได้แก่คำว่า สตรอว์เบอร์รี่ 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.58 อันดับ 4 ได้แก่คำว่า ซ็อกโกเลต/ซ็อกโกเลตและไอศกรีม คำละ 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.00 อันดับ 5 ได้แก่คำว่า ซีอิ๊วและสเต็ก คำละ 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.86 อันดับ 6 ได้แก่คำว่า

น้ำแข็งไสและเฟรนช์ฟรายส์ คำละ 4 ครั้ง อันดับ 7 ได้แก่คำว่า บุฟเฟต์/บุฟเฟต์ รัตหน้า กะทิ สับปะรด กวยจั๊บ ไข่ และหมูหย็อง คำละ 3 ครั้ง อันดับ 8 ได้แก่คำว่า กระทะ สุกียากี้ แซ่บ กะหล่ำปลี แชนด์วิช และข้าวเหนียวมูน คำละ 2 ครั้ง และอันดับสุดท้ายได้แก่คำว่า ปลากะพง ขึ้นฉ่าย พะแนง ซีฟู้ด/ซีฟู้ด ข้าวผัดกุ้ง แคร่รอต ไค้ก พันซ์/พันซ์ ปลาข้าว ผงกะหรี่ มัสมัน อัญชัน วานิลลา ปลากราย ตับหวาน หมูกระเทียม วุ้นเส้น เต้าหู้ เค้ก สปาเกตตี้ กระฉนด ยำขนมจีน ฮ้อยจ๊อทอด ปลาร้า เย็นตาโฟ และเฉาก้วย คำละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.57

ตารางที่ 3 แสดงสาเหตุที่ทำให้เกิดการสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

สาเหตุที่สะกดคำไม่ถูกต้อง	จำนวนคำผิด	ร้อยละ
1. ใช้แนวเทียบผิด	13	26.53
2. ออกเสียงผิด	3	6.12
3. คำภาษาต่างประเทศ	13	26.53
4. เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด	5	10.20
5. เลินเล่อ	6	12.25
6. ยึดการสะกดแบบเดิม	1	2.04
7. เข้าใจความหมายของคำผิด	7	14.29
8. ไม่ทราบความหมายของคำ	1	2.04
รวม	49	100

จากตารางที่ 3 พบว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดการสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรีมากที่สุดคือใช้แนวเทียบผิดและเป็นการทับศัพท์คำภาษาต่างประเทศ โดยพบทั้งสิ้น 13 คำ คิดเป็นร้อยละ 26.53 รองลงมาคือเข้าใจความหมายของคำผิด 7 คำ คิดเป็นร้อยละ 14.29 อันดับ 3 คือ เลินเล่อ 6 คำ คิดเป็นร้อยละ 12.25 อันดับ 4 คือ เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด 5 คำ คิดเป็นร้อยละ 10.20 อันดับ 5 คือ ออกเสียงผิด 3 คำ คิดเป็นร้อยละ 6.12 และอันดับสุดท้ายได้แก่ยึดการสะกดคำแบบเดิมและไม่ทราบความหมายของคำ 1 คำ คิดเป็นร้อยละ 2.04

จากผลการศึกษาปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือเพื่อใช้แก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยเป็นเครื่องมือในลักษณะแผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกถึงคำที่สะกดไม่ถูกต้องต้องแก้ไขด้วยการสะกดอย่างไรจึงจะถูกต้อง และที่สะกดไม่ถูกต้องนั้นมีสาเหตุจากอะไร โดยเครื่องมือดังกล่าวมีลักษณะดังนี้

2. การแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีจากการใช้เครื่องมือแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องใน

ร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ปรากฏผลดังตารางที่ 4



ภาพที่ 4 เครื่องมือแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี หน้า 1



ภาพที่ 5 เครื่องมือแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี หน้า 2



ตารางที่ 4 แสดงผลการแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา
อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ร้านอาหาร บริเวณสถานศึกษา	จำนวน คำผิด	ร้อยละของ คำผิด ทั้งหมด	จำนวน คำที่แก้ไข	ร้อยละของ คำผิด ทั้งหมด	ร้อยละ ของการแก้ไข
1. มทร. สุพรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี	66	37.71	47	26.86	71.21
2. รร. สามชุกรัตนโกศาราม	28	16	25	14.29	89.29
3. รร. วัดบางขวาง	5	2.86	4	2.29	80.00
4. รร. วัดสามชุก	2	1.14	2	1.14	100.00
5. รร. อนุบาลสมเด็จพระวันรัต	5	2.86	3	1.71	60.00
6. รร. ศรีรัตนวิทยา	5	2.86	4	2.29	80.00
7. รร. วัดใหม่สระพลอย	7	4	3	1.71	42.86
8. รร. วัดหนองสังข์ทอง	3	1.71	3	1.71	100.00
9. รร. วัดหนองสะเดา	2	1.14	2	1.14	100.00
10. รร. วัดหนองโรง	0	0	0	0.00	0.00
11. รร. วัดหนองไผ่	5	2.86	5	2.86	100.00
12. รร. วัดหนองผักนาก	3	1.71	3	1.71	100.00
13. รร. วัดสุวรรณตะไล่	0	0.00	0	0.00	0.00
14. รร. วัดวังหิน	5	2.86	1	0.57	20.00
15. รร. วัดวังหว่า	4	2.29	4	2.29	100.00
16. รร. วัดวังจิก	4	2.29	3	1.71	75.00
17. รร. วัดลาดสิงห์	0	0	0	0.00	0.00
18. รร. วัดโป่งแดง	4	2.29	4	2.29	100.00
19. รร. วัดบ้านสระ	5	2.86	4	2.29	80.00
20. รร. วัดบ้านทิง	1	0.57	1	0.57	100.00
21. รร. วัดนางพิมพ์	2	1.14	2	1.14	100.00
22. รร. วัดโคกหม้อ	0	0.00	0	0.00	0.00
23. รร. วัดคลองขอม	4	2.29	3	1.71	75.00
25. รร. บ้านหนองบัวทอง	0	0.00	0	0.00	0.00
26. รร. บ้านทุ่งใหญ่	7	4.00	1	0.57	14.29
27. รร. บรรหารแจ่มใสวิทยา 6	8	4.57	5	2.86	62.50
รวม	175	100	129	73.71	73.71

จากตารางที่ 4 พบคำสะกดไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรีมากที่สุด โดยพบคำสะกดไม่ถูกต้อง 66 คำ คิดเป็นร้อยละ 37.71 ของคำสะกดไม่ถูกต้องทั้งหมด

และได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง 47 คำ คิดเป็นร้อยละ 26.86 ของคำสะกดไม่ถูกต้องทั้งหมด ซึ่งคำร้อยละของการแก้ไขเท่ากับ 71.21 รองลงมาคือร้านอาหารบริเวณสามชุกรัตนโกศารามโดยพบคำสะกดไม่ถูกต้อง 19 คำ

ภาพที่ 6 หนังสือรับรองการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
สุพรรณบุรี เขต 3

ภาพที่ 7 หนังสือรับรองการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9

คิดเป็นร้อยละ 16.00 ของค่าสะกดไม่ถูกต้องทั้งหมด
และได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง 25 คำ คิดเป็น ร้อยละ
14.29 ของค่าสะกดไม่ถูกต้องทั้งหมด ซึ่งค่าร้อยละของ
การแก้ไขเท่ากับ 89.29 ผลการแก้ไขปัญหาการเขียน
สะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหาร บริเวณ
สถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวม

คือ พบคำสะกดไม่สะกดถูกต้องทั้งสิ้น 175 คำ ได้รับ
การแก้ไข 129 คำ คิดเป็นร้อยละ 73.71 ของค่าสะกด
ไม่ถูกต้องทั้งหมด

การนำไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือการ
แก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องใน
ร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัด
สุพรรณบุรี สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาในร้านอาหาร
บริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีได้
จริงและมีประสิทธิภาพ และนอกจากนั้นผู้วิจัยยังนำ
เครื่องมือและผลการศึกษาดังกล่าวไปใช้ประโยชน์กับ
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 และ
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุพรรณบุรี
เขต 3 เพื่อให้หน่วยงานดังกล่าวได้ใช้ประโยชน์ใน
เชิงนโยบายด้านงานวิชาการอันเป็นการพัฒนาศักยภาพ
ผู้เรียนต่อไป

อภิปรายผล

1. ปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่
ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก
จังหวัดสุพรรณบุรี

การเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องส่วน
ใหญ่พบในร้านอาหารทั่วไปคือเป็นร้านที่มีการออกแบบ
ตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย
เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และ
สามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก รongลงมาคือ
ร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่ง
แบบง่าย ๆ เน้นอาหาร จานเดียว สามารถปรุง ได้ง่าย
และรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็น
พ่อครัวเอง โดยผู้วิจัยพบร้านอาหารลักษณะนี้ในรูปแบบ
รถเข็น รถพ่วงข้าง และการตั้งโต๊ะขายชั่วคราวเป็นส่วน
ใหญ่ เหตุเพราะว่า ร้านอาหารประเภทดังกล่าว ไม่ได้
เน้นตกแต่งให้สวยงามหรูหรา ไม่ประณีต รอบคอบ
ต่อรายละเอียด เน้นนำเสนอสินค้าเป็นหลัก ฉะนั้นจึง
ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเขียนสะกดคำมากนัก
จึงไม่ได้ตรวจสอบให้แน่ชัดว่าสะกดได้ถูกต้องหรือไม่

สำหรับคำภาษาไทยที่สะกดไม่ถูกต้องที่พบในร้านอาหาร บริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบทั้งสิ้น 49 คำ รวมจำนวนที่พบ 175 ครั้ง โดยพบคำว่า “กระเพรา” มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการจัดอันดับของทีมงานที่อพเพนไทยแลนด์ (Topten Thailand, 2556 : ออนไลน์) ที่จัดอันดับให้คำว่ากระเพราเป็นคำที่คนไทยเขียนผิดเป็นอันดับ 1 โดยที่ถูกต้องต้องสะกดว่า “กะเพรา” เหตุเพราะใช้แนวเทียบผิด อีกประการหนึ่งเกิดจากการเข้าใจตามสื่อต่าง ๆ ว่าถูกต้องจึงยึดเป็นแบบอย่าง เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสาธารณะทั่วไปที่เขียนคำนี้ผิดจนชินตา โดยสอดคล้องกับแนวคิดของวิรัชพัชร ศรีจันทร์และจอมขวัญ สุทธิพันธ์ (มปป. : ออนไลน์) โดยกล่าวว่าการใช้ภาษาไทยปัจจุบันมักมีปัญหาเกิดขึ้นเสมอ เนื่องจากสังคมไทยได้รับอิทธิพลการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ประยุกต์ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต จึงเคยชินกับการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่มในเครือข่ายสังคมออนไลน์ อีกทั้งผิดกะเพรายังเป็นอาหารจานเดียวยอดนิยมของคนไทย ร้านอาหารที่ขายอาหารจานเดียวแทบทุกประเภทก็มีผิดกะเพราอยู่ในรายการอาหาร จึงเป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้คำสะกดไม่ถูกต้องนี้มากที่สุด

ส่วนคำสะกดผิดที่พบรองลงมาคือคำว่า ผัดไทและซูปหน่อไม้ โดยคำว่า “ผัดไท” สะกดให้ถูกต้องคือ “ผัดไทย” เหตุที่สะกดผิดเพราะเข้าใจความหมายผิด กล่าวคือไม่ทราบความหมายที่แท้จริงหรือเข้าใจคลาดเคลื่อน ระหว่างคำว่า “ไท” และ “ไทย” โดยคำว่า “ไท” หมายถึง กลุ่มชาติพันธุ์ที่ใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร ส่วน “ไทย” หมายถึง ชาติที่อดีตเรียกตนเองว่าสยามอันปรับตามนโยบายของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ซึ่งในช่วงนั้นวัฒนธรรมอาหารจากชาวจีนเข้ามามีอิทธิพลต่อคนไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยว ดังนั้นเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อ การปกครอง จอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงคิดค้นก๋วยเตี๋ยวสูตรของไทยขึ้น นั่นคือผัดไทย อันเกิดในช่วงหลังจากการเปลี่ยนชื่อประเทศจากสยามเป็นประเทศไทยแล้ว ฉะนั้นผัดไทยจึงต้องเขียนว่า ผัดไทย ไม่ใช่ ผัดไท ส่วนอีกคำหนึ่งคือ “ซูปหน่อไม้” ต้องสะกดด้วยบ ไม่ใช่ ป เพราะ ซูป หมายถึงอาหารประเภทนี้ มาจาก

คำภาษาอังกฤษว่า soup แต่ ซูป ที่สะกดด้วย บ เป็นภาษาถิ่นอีสานหมายถึงอาหารจำพวกยำ ฉะนั้นซูปหน่อไม้ต้องสะกดด้วย บ เพราะเป็นอาหารประเภทยำ

สำหรับสาเหตุที่ทำให้เกิดการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องดังกล่าว ผู้วิจัยพบทั้งหมด 8 สาเหตุ ได้แก่ ใช้แนวเทียบผิด ออกเสียงผิด เป็นคำภาษาต่างประเทศ เทียบเสียงวรรณยุกต์ผิด เลินเล่อยึดการสะกดแบบเดิม เข้าใจความหมายของคำผิด และไม่ทราบความหมายของคำ โดยคำสะกดไม่ถูกต้องส่วนใหญ่มีสาเหตุจากการใช้แนวเทียบผิดและเป็นคำภาษาต่างประเทศ โดยการใช้แนวเทียบผิดคือการนำคำอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันมาเป็นแม่แบบในการเขียน ซึ่งบางคำอาจมิได้สะกดตามแม่แบบ เช่น กระเพรา (กะเพรา) กะทะ (กระทะ) กะเทียม (กระเทียม) กระพง (กะพง) เหล่านี้เป็นคำที่มี ประวิสรรชนีย์ในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ผู้เขียนสับสนและเป็นเหตุหลักที่ทำให้สะกดผิด ส่วนคำที่เป็นคำภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ที่ส่วนใหญ่สะกดไม่ถูกต้องเนื่องจากหลักเกณฑ์การใช้ตัวอักษรแทนเสียงของภาษาต่างประเทศแตกต่างกับของภาษาไทย และบางคำยังไม่ปรากฏอยู่ในพจนานุกรม ผู้เขียนจึงต้องเขียนสะกดคำขึ้นเองและไม่ได้เขียนตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาต่างประเทศของสำนักงานราชบัณฑิตยสภา จึงเป็นเหตุให้เขียนสะกดผิดไม่ถูกต้อง

2. การแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษาปัญหาปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้ง 26 แห่ง พบคำสะกดไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรีมากที่สุด เหตุเพราะเป็นสถานศึกษา ระดับอุดมศึกษามีนักศึกษาและบุคลากรจำนวนมากว่าสถานศึกษาอื่น ฉะนั้นร้านอาหารจึงมากกว่าสถานศึกษาอื่นเช่นกัน รองลงมาคือร้านอาหารบริเวณสามชุกรัตนโกการาม ซึ่งตั้งอยู่บริเวณตลาดสามชุกเป็นแหล่งชุมชนที่มีร้านอาหารเป็นจำนวนมาก ฉะนั้นจึงพบ

คำสะกดผิดเป็นอันดับต้น ๆ ส่วนสถานศึกษาแห่งอื่น ๆ ตั้งอยู่ห่างจากชุมชนที่ชุกชุม จึงพบร้านอาหารและคำสะกดผิดไม่มากนัก บางแห่งก็ไม่พบเลย โดยพบคำสะกดไม่ถูกต้องทั้งสิ้น 175 คำ ได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง 129 คำ คิดเป็นร้อยละ 73.71 ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จตามตัวชี้วัดคือ ร้อยละ 70 ที่ได้รับการแก้ไข จากคำสะกดไม่ถูกต้องทั้งหมด โดยเหตุผลที่ร้านค้าแก้ไขคำที่สะกดไม่ถูกต้องดังกล่าวเพราะต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ภาษาไทยที่ถูกต้องและเป็นตัวอย่างการใช้ภาษาไทยให้แก่ชุมชน

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้เขียนได้จัดทำแบบทดสอบการเขียนสะกดคำให้ถูกต้องและใช้ทดสอบกับนักเรียน นักศึกษา ตามขอบเขตของการวิจัยดังกล่าว เพื่อติดตามและธำรงรักษาพัฒนาการที่เกิดขึ้นให้คงอยู่ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ควรเผยแพร่เครื่องมือที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา ให้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานในร้านอาหาร

1.2 ควรนำไปใช้ในการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านการเขียนสะกดคำภาษาไทยและเสริมสร้างทักษะการสังเกตให้แก่ นักเรียน นักศึกษา อันเป็นประโยชน์ยิ่งในการพัฒนาการเรียนรู้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การแก้ไขปัญหาการเขียนสะกดคำภาษาไทยไม่ถูกต้องในร้านอาหารบริเวณสถานศึกษา ในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย

บรรณานุกรม

ท็อปเทนไทยแลนด์. 2556. 10 คำภาษาไทยที่เรามักจะเขียนผิดกันบ่อย ๆ. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน

2561 จาก <http://www.toptenthailand.com/detail.php?id=20131120154857594>

ราชบัณฑิตยสถาน. 2557. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.

วนิดา สิงห์จาวลา. 2554. ร้านอาหารเนื้อย่าง-หมูย่าง "โนบิตะ". การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิรัชพัชร ศรีจันทร์ และจอมขวัญ สุทธิอินทร์. มปป. การอุบัติและการวิบัติของภาษาไทยในสังคมปัจจุบัน. สืบค้นวันที่ 3 มิถุนายน 2561 จาก https://research.dru.ac.th/hjournal/file/2018_07_16_110123.pdf

ศึกษาธิการ, กระทรวง. 2552. การเขียนสะกดคำ. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2561 จาก http://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID=10433&Key=news_research

ศึกษาธิการ, กระทรวง. 2599. แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ : สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ

สมลักษณ์ สุวรรณวงศ์. 2550. การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้และแบบฝึกทักษะการเขียนสะกดคำยาก กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 5 โรงเรียนอนุบาลศรีวิไล สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองคาย เขต 3. วิทยานิพนธ์ คม., มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สุธา ขวัญพุด. 2550. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การสะกดคำภาษาไทยที่มีภาระน้ดของนักเรียนชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 3 ที่เรียนแบบบูรณาการทักษะกับการเรียนแบบร่วมมือ. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.





การกระจายของฝุ่น และความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบและอันตรายจากฝุ่น
ของผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญ ตำบลหนองกินเพล อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
Distribution of dust in brickwork plants and understanding of brick workers
in relation to health effects and dangers from dust at Nongkinplane,
Warinchamrab, Ubon Ratchathani

กติกิา สระมณีอินทร์^{1*} ภูษณิศา ชนมะมนตรี² รุ่งทิวา ทันธิมา²
Katika Samaneein^{1*} Poosanisa Chanamontree² Rungthiwa Tanthima²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

²นักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

¹Assistant Professor Dr., Faculty of Science, Ubon Ratchathani University

²Student, Faculty of Science, Ubon Ratchathani University

E-mail: katika.s@ubu.ac.th, เบอร์โทรศัพท์ 093-3205982

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาปริมาณการกระจายของฝุ่นในโรงอิฐมอญ และเพิ่มความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญเกี่ยวกับผลกระทบและอันตรายจากฝุ่น เพื่อนำผลการศึกษาไปหาแนวทางจัดพื้นที่การทำงานที่ปลอดภัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปฏิบัติงานในโรงงานอิฐมอญขนาดเล็ก 64 คน จำนวน 9 แห่ง ในตำบลหนองกินเพล อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี เก็บตัวอย่างฝุ่นในพื้นที่การทำงานทั้งฝุ่นรวม และฝุ่นขนาดเล็ก ตามหลักสุขศาสตร์อุตสาหกรรม พบว่าฝุ่นรวมในบริเวณปฏิบัติงานไม่เกินมาตรฐานทุกจุด และมีการกระจายลดลงอย่างมีนัยสำคัญตามระยะทางในรัศมี 5 เมตร จากเตาเผาอิฐ ส่วนฝุ่นขนาดเล็กมีค่าเกินมาตรฐาน แต่ปริมาณความเข้มข้นฝุ่นลดลงในระยะที่ไกลขึ้นจากแหล่งกำเนิดฝุ่น มีการกระจายตัวอย่างไม่มีนัยสำคัญ ผู้วิจัยได้วัดความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น ก่อน และหลังการหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่นร่วมกัน พบว่าผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่นเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีข้อสรุปแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยร่วมกัน คือ ผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญควรป้องกันตนเอง โดยสวมหน้ากากผ้าในขณะที่ปฏิบัติงาน หรือหน้ากากกรองฝุ่นขณะปฏิบัติงานในบริเวณเตาเผาอิฐมอญ ควรมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนพนักงานเข้ามาทำงานในบริเวณเตาเผาอิฐมอญ เพื่อไม่ให้พนักงานได้รับสัมผัสฝุ่นในระยะเวลาการทำงานที่มากเกินไป หากไม่จำเป็น ไม่ควรนั่งพัก หรือเข้าไปอยู่ในบริเวณเตาเผา ควรชำระล้างร่างกาย และทำความสะอาดเสื้อผ้าหลังเลิกงาน หรือก่อนกลับบ้าน เพื่อลดโอกาสการนำฝุ่นที่ติดตามร่างกาย และเสื้อผ้าไปสู่สิ่งแวดล้อม หรือคนในครอบครัว

คำสำคัญ การกระจายของฝุ่น โรงอิฐมอญ ช่างทำอิฐมอญ

Abstract

The aims of this study were to examine the distribution of dust during the brickwork manufacturing process and also to increase the levels of understanding of brick workers about the health effects and dangers of dust. The results of the study were used to formulate safety guidelines for brick manufacturers. 64 workers, from 9 small brickworks in Nongkinplane subdistrict,

Warinchamrab district, Ubon Ratchathani province, were recruited in this study. Total dust and respirable dust were determined in the work area. The results showed that the distribution of total dust did not exceed the total dust standard at any of the sampling points and was significantly reduced from each point to a distance of 5 meters radius from the brick burning area. However, the results of the distribution of respirable dust showed that it exceeded the standard and showed no significant reduction by increasing the distance. The understanding of brick workers in relation to the dangers and health effects from dust from pre and post tests showed a significant increase after they were provided with information educating them about work safety at brickwork plants (p-value = 0.03). The conclusions of the safety guidelines were as follows: workers should wear a cloth mask in the general area and dust masks while working at the brick burning area; workers should be rotated during the brick burning process to reduce their exposure to dust; workers should not be near the brick burning area unless absolutely necessary; and, finally, workers should wash their body and clean their clothes after exposure to reduce the chance of transferring dust to public environments out with the manufacturing plant, or to their family members.

Keywords distribution of dust, brickwork plants, brick workers

บทนำ

ประชากรส่วนใหญ่ในตำบลหนองกินเพล อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบอาชีพทำอิฐมอญแดง โดยมีจำนวนโรงเผาอิฐมอญแดงประมาณ 50 โรงเผา มีการพัฒนารูปแบบการผลิตเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ในระดับอุตสาหกรรมครัวเรือน มีทั้งวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม ขนาดกลาง ไปจนถึงประกอบกิจการโรงงานผู้คนที่เกิดขึ้นในกระบวนการการผลิตอิฐมอญนั้น พบได้ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมดินก่อนเผาอิฐมอญ การขึ้นรูปดิน การตากดิน การเผาอิฐมอญ และการจำหน่ายอิฐมอญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนการเผาอิฐมอญ (ภาพที่ 1) ผู้ปฏิบัติงานจะตั้งอิฐมอญเพื่อเผา โดยจะนำผนังสังกะสี หรืออลูมิเนียมมาเป็นกำแพงปิดเตา รอบเตาอิฐมอญด้านบนของอิฐเปิดโล่งไว้เพื่อใส่แกลบที่จะเผา เมื่อปิดเตาเผาอิฐมอญแล้ว จะหาบแกลบมาเติมให้เต็มเตาเผา และจุดเตาเผา การจุดเตาจะจุดไฟรอบเตาเพื่อให้อิฐมอญสุกพร้อมกัน และระหว่างเผาต้องคอยเติมแกลบ อย่านำให้แกลบหมดก่อนอิฐมอญจะสุก และต้องคอยกลิ้งขี้เถ้าเสมอเพื่อให้มีช่องไฟผ่านไปเผาอิฐมอญตลอด เพราะหากไม่กลิ้งขี้เถ้าจะทำให้การเผาอิฐมอญช้าใช้เวลานาน และสิ้นเปลืองแกลบ การ

เผาอิฐมอญจะใช้เวลาในการเผาประมาณ 7-10 วัน (พงษ์เจษฎาคำวิสดุ, 2559) ซึ่งการเผาในที่โล่ง จะเป็นแหล่งกำเนิดมลพิษทางอากาศเชิงพื้นที่ ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัยของประชาชน (กรมควบคุมมลพิษ, 2559) ทั้งนี้ฝุ่นสามารถกระจายไปยังบริเวณภายในโรงอิฐมอญเอง และบริเวณรอบนอกโรงงาน อาจทำให้บ้านเรือนที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงเกิดความสกปรก เครื่องอุปโภคบริโภคปนเปื้อนละออง และเกิดการระคายเคือง แสบหรือคันตา คันตามร่างกาย คัดจมูกเกิดการระคายเคืองของระบบทางเดินหายใจ หากได้รับสัมผัสฝุ่นละอองลักษณะนี้เป็นระยะเวลาต่อเนื่องยาวนาน อาจก่อให้เกิดอาการเรื้อรังคือโรคปอดฝุ่นหิน (Rosen, 1996; Law et al., 2001) นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจสุขภาพของผู้คนที่อาศัยอยู่รอบเตาเผาอิฐมีแนวโน้มที่จะเจ็บป่วย จากการได้รับมลพิษของเตาเผาอิฐและความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจและมลพิษจากเตาเผาอิฐ (Sanjel et al., 2017) อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ของตำบลหนองกินเพล อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีนั้น นิตยา ชาคำรุณ และลักษณีย์ บุญชาว (2562) ได้ศึกษามลพิษในอากาศ โดยได้ตรวจประเมิน

ฝุ่นละอองในชุมชนหนองกินเพล รอบนอกโรงงานอิฐมอญ พบว่ามีค่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้งหมด แต่หากมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดฝุ่นในบางพื้นที่หรือบางช่วงเวลาและประกอบกับมีพนักงานหรือชาวบ้านเข้าไปสัมผัสอยู่ใกล้กับพื้นที่หรือกิจกรรมดังกล่าว อาจจะได้รับผลกระทบต่อสุขภาพได้ ดังนั้นโรงงานเผาอิฐมอญแดงควรดำเนินการเฝ้าระวังและประชาสัมพันธ์แนวทางป้องกันเบื้องต้นให้กับคนงานหรือชาวบ้านในชุมชน เพราะส่วนใหญ่แล้ว ผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมครัวเรือนหรือขนาดเล็ก จะแสวงหาความรู้ด้วยตนเองหรือจากเพื่อนร่วมงานในเรื่องของพฤติกรรมป้องกันตนเองจากการทำงาน อาจไม่เพียงพอจำเป็นต้องอาศัยการฝึกอบรมและเรียนรู้อย่างเป็นระบบจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือเจ้าหน้าที่ด้านอาชีวอนามัย (จิราภรณ์ หลาบคำ จินตนา สิริบุรณพิพัฒนา และธนาพร ทองสิม, 2560) ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานใด เข้าไปศึกษาปัญหาเรื่องฝุ่นที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตอิฐมอญ ที่ฟุ้งกระจายอยู่ในบริเวณปฏิบัติงาน (ภาพที่ 2) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นปัญหาและโอกาสในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบอาชีพในโรงอิฐมอญที่กำลังเผชิญกับความเสี่ยงต่อสุขภาพ หากไม่มีการควบคุมป้องกันที่เหมาะสมขณะปฏิบัติงาน โดยเฉพาะจากการสัมผัสฝุ่นจากการเผาอิฐมอญแดงอยู่เป็นประจำ จากการศึกษาก่อนหน้านี้เกี่ยวกับสมรรถภาพปอดของช่างทำอิฐมอญ โดยรุจิรา สีสาร์ตัน และสุทธิดา ทองทรัพย์ (2561) พบว่า ช่างทำอิฐมอญนั้นจะมีความเสี่ยงทำให้เกิดการเจ็บป่วยต่อระบบทางเดินหายใจจากฝุ่นละอองในสถานที่ทำงานจะมีการสัมผัสกับฝุ่นละอองตลอดระยะเวลาการทำงาน และยังไม่มีการใช้อุปกรณ์ป้องกันระบบทางเดินหายใจที่ถูกต้อง ส่งผลให้มีการหายใจเอาฝุ่นละอองในสถานที่ทำงานเข้าสู่ร่างกายซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงของโรคจากการทำงาน แม้ว่าผู้ปฏิบัติเล็กทำงาน หรือเลิกสัมผัสกับฝุ่นไปแล้วก็ยังมีความเสี่ยงของการเกิดโรคได้เมื่อสูงอายุ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ปฏิบัติงานไม่เคยได้รับความรู้ในการป้องกันตนเองจากฝุ่นขณะปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ด้วยเหตุนี้ยังทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปริมาณการกระจายของฝุ่นในโรงอิฐมอญ และศึกษาความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญเกี่ยวกับผลกระทบและอันตรายจากฝุ่น โดยใช้หลักการทางสุขศาสตร์อุตสาหกรรม และหลักการทาง

สถิติ เพื่อนำผลการศึกษาไปหาแนวทางจัดพื้นที่การทำงานที่ปลอดภัยร่วมกับช่างทำอิฐมอญ และเพิ่มความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น เรียนรู้การป้องกันตนเองจากฝุ่น และสามารถปฏิบัติงานในโรงอิฐได้อย่างความปลอดภัยยิ่งขึ้น ตลอดจนโอกาสในการเกิดโรคในระบบทางเดินหายใจ หรือโรคปอดที่เป็นผลกระทบในระยะยาวของการสัมผัสฝุ่นตลอดระยะเวลาการทำงาน

วิธีการดำเนินงาน

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) โดยแบ่งวิธีการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การศึกษาการกระจายของฝุ่นจากกระบวนการทำอิฐมอญ 2) การวัดความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น และ 3) การหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่นร่วมกับช่างทำอิฐมอญ กลุ่มตัวอย่างที่ คือ ผู้ปฏิบัติงานทำอิฐจำนวน 64 คน ในโรงงานอิฐมอญขนาดเล็ก (ผู้ปฏิบัติงานประมาณ 5 - 10 คน) จำนวน 9 แห่ง ในตำบลหนองกินเพล อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ดำเนินการวิจัยและเก็บตัวอย่างในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูล สถิติเชิงอนุมาน ทดสอบความแตกต่างของค่าคะแนนก่อนและหลังด้วย Paired t-test และทดสอบการกระจายของฝุ่นโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย

1) การศึกษาการกระจายตัวของฝุ่นจากกระบวนการทำอิฐมอญ โดยเก็บตัวอย่างฝุ่นในพื้นที่การทำงาน ทั้งฝุ่นรวม หรือฝุ่นที่สามารถหายใจเข้าไปได้ (Total Dust) และฝุ่นขนาดเล็กที่สามารถเข้าถึงและสะสมในถุงลมของปอดได้ (Respirable Dust) ตามหลักสุขศาสตร์อุตสาหกรรม (ภาพที่ 3) โดยวิธีเก็บตัวอย่างฝุ่นรวมในบรรยากาศ (Total Dust) ตาม NIOSH Method No. 0500 (NIOSH, 1994) เก็บตัวอย่างฝุ่นขนาดเล็ก (Respirable Dust) ตาม NIOSH Method No. 0600 (NIOSH, 1998) แบบพื้นที่ ซึ่งเก็บจุดแรกคือ จุดที่ก่อมลพิษหลัก



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการเผาอิฐมอญ



ภาพที่ 4 การเก็บตัวอย่างฝุ่นในพื้นที่เผาอิฐ



ภาพที่ 2 การปฏิบัติงานบริเวณทั่วไป



ภาพที่ 5 การอธิบายขั้นตอนการวิจัยแก่ช่างทำอิฐมอญ



ภาพที่ 3 การเก็บตัวอย่างฝุ่นในพื้นที่การทำงาน



ภาพที่ 6 การวัดความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญ



มลพิษหลัก ได้แก่ ขั้นตอนการเผาอิฐมอญ (ภาพที่ 4) และห่างออกไปทุก 1 เมตร ในรัศมี 5 เมตร หรือ 5 จุด เก็บตัวอย่าง ตามทิศทางลม โดยเก็บตลอดระยะเวลาการทำงาน 8 ชั่วโมง โดยใช้พลาสติกไซโคลนอัตราการไหลที่ 2.2 ลิตรต่อนาที และอลูมิเนียมไซโคลนอัตราการไหลที่ 2.5 ลิตรต่อนาที

2) การวัดความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญ เกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น (ภาพที่ 5 และภาพที่ 6) โดยใช้แบบสอบถาม 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลความเข้าใจเกี่ยวกับอันตรายของฝุ่น 25 ข้อและความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพของการสัมผัสฝุ่นจากการทำงาน จำนวน 19 ข้อ มีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ โดยระดับ 1 หมายถึง มีความเข้าใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด และ 5 มีความเข้าใจอยู่ในระดับดีมาก โดยทำการวัดก่อน และหลังการหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่น ร่วมกับช่างทำอิฐมอญ เพื่อเปรียบเทียบกัน

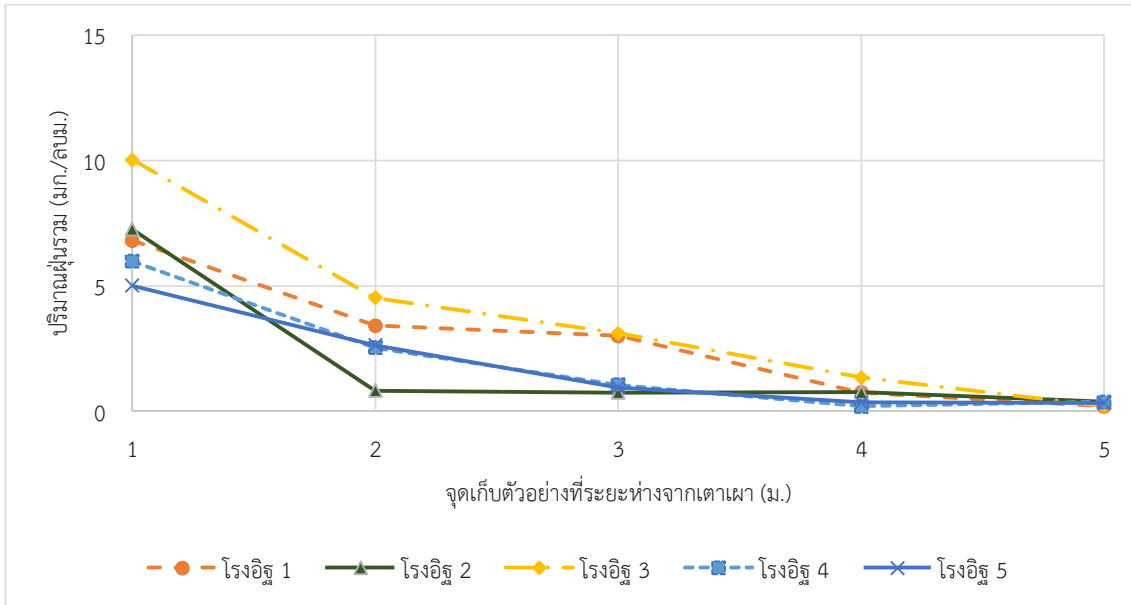
3) การหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่นร่วมกับช่างทำอิฐมอญ คณะผู้วิจัยได้ถอดบทเรียนจากการวัดความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น เพื่อหาแนวทางสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากการทำงานที่มีฝุ่น และลงพื้นที่ให้ข้อมูลผลการตรวจวัดการกระจายของฝุ่น พุดคุยเพื่อเสนอแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่นร่วมกันกับผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญ

ผลการดำเนินงาน

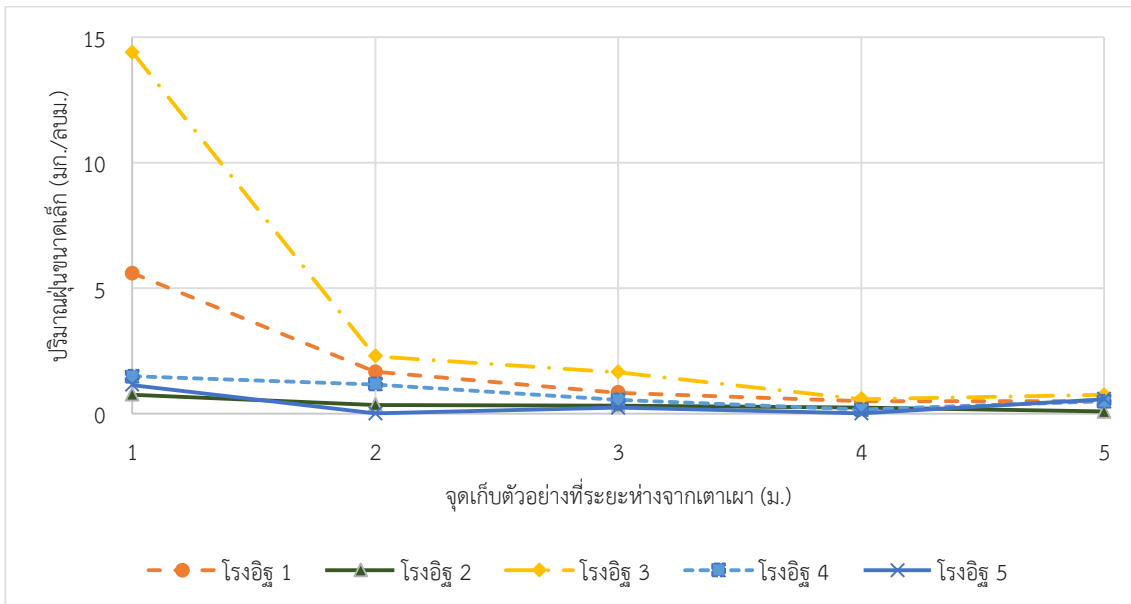
การตรวจวัดฝุ่นจากกระบวนการทำอิฐมอญ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเครื่องมือ และเวลาในการเผาอิฐ ผู้วิจัยสามารถเก็บตัวอย่างฝุ่นได้ 5 แห่ง โดยเก็บตัวอย่างทั้งฝุ่นรวม และฝุ่นขนาดเล็ก โดยเทียบกับค่ามาตรฐานของไทยที่กำหนดค่าฝุ่นรวมให้ไม่เกิน 15 มิลลิกรัมต่อลูกบาศก์เมตร และฝุ่นขนาดเล็กไม่เกิน 5 มิลลิกรัมต่อลูกบาศก์เมตร ผลการเก็บตัวอย่างฝุ่นรวมพบว่า ทั้ง 5 โรงอิฐมีปริมาณของฝุ่นไม่เกินค่ามาตรฐาน และมีการกระจายลดลงตามระยะทางจากจุดกำเนิดฝุ่น โดยมีสมการการถดถอยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณของฝุ่น (y) และระยะห่างจากเตาเผา (x) คือ

$y = -1.5548x + 7.1724$ (Coefficient of Determination $R^2 = 0.83$) รายละเอียดแสดงในภาพที่ 7 ส่วนในภาพที่ 8 แสดงการกระจายของฝุ่นขนาดเล็ก พบว่า ในระยะ 1 เมตรของการตรวจวัดค่าความเข้มข้นของฝุ่นขนาดเล็กมีค่าเกินค่ามาตรฐานซึ่งตรวจพบในโรงอิฐที่ 1 และโรงอิฐที่ 3 เพราะว่าทั้งสองโรงเป็นเตาเผาค่อนข้างที่จะมีขนาดใหญ่กว่ามากกว่าโรงอิฐอื่นๆ และมีปริมาณการเผาแคลสที่มากกว่าด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า การกระจายของฝุ่นขนาดเล็ก ไม่ได้ลดลงตามระยะทางจากแหล่งกำเนิดอย่างมีนัยสำคัญ (Coefficient of Determination $R^2 = 0.35$) เหมือนกับการกระจายของฝุ่นรวม ซึ่งฝุ่นขนาดเล็กสามารถกระจายได้ทั่วไปในพื้นที่ปฏิบัติงาน แต่อย่างไรก็ตาม ปริมาณความเข้มข้นของฝุ่นขนาดเล็กที่ระยะห่างจากเตาเผา มากกว่า 2 เมตร ก็มีค่าลดลง และไม่เกินค่ามาตรฐานที่ยอมรับได้

ผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญ จำนวน 64 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ปฏิบัติงานเพศหญิง อายุเฉลี่ยประมาณ 37 ปี ประสบการณ์การทำงานในโรงอิฐมากกว่า 5 ปี โดยประกอบอาชีพช่างทำอิฐมอญเป็นหลัก วันละ 8 ชั่วโมง ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยห่างจากสถานที่ทำงานมากกว่า 25 กิโลเมตร ไม่มีอาการป่วยเป็นโรคระบบทางเดินหายใจขณะปฏิบัติงาน ระดับความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น ก่อนการดำเนินการหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่นร่วมกับช่างทำอิฐมอญ พบว่า ไม่มีพนักงานได้คะแนนในระดับดีมาก ส่วนใหญ่มีคะแนนความเข้าใจอยู่ในระดับดี ร้อยละ 55.56 ระดับพอใช้ ร้อยละ 41.67 และระดับน้อย ร้อยละ 2.78 ข้อคำถามที่ผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญตอบผิดมากที่สุด คือ ความเข้าใจเกี่ยวกับขนาดของฝุ่น โดยไม่ทราบว่าฝุ่นในโรงอิฐมอญมีทั้งที่มองเห็นได้และมองไม่เห็น คิดเป็นร้อยละ 80.6 ฝุ่นขนาดเล็กมีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยมากกว่าฝุ่นที่มีขนาดใหญ่ ร้อยละ 66.67 ฝุ่นขนาดเล็กสามารถเดินทางเข้าสู่ระบบทางเดินหายใจ ได้ลึกกว่าฝุ่นใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 65.89 และความรู้เกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากฝุ่น โดยไม่ทราบว่าการใช้ผ้าชุบน้ำสามารถป้องกันฝุ่นได้ดีกว่าผ้าแห้ง คิดเป็นร้อยละ 69.40



ภาพที่ 7 การกระจายของฝุ่นรวมตามปริมาณความเข้มข้นในอากาศที่จุดเก็บตัวอย่างทั้ง 5 จุด



ภาพที่ 8 การกระจายของฝุ่นขนาดเล็กตามปริมาณความเข้มข้นในอากาศที่จุดเก็บตัวอย่างทั้ง 5 จุด

ตารางที่ 1 ระดับความเข้าใจอันตรายเกี่ยวกับฝุ่นก่อนและหลังหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัย

ระดับความเข้าใจอันตรายเกี่ยวกับฝุ่น	ก่อน	หลัง
ระดับ 5 ดีมาก (21 – 25 คะแนน)	0	100
ระดับ 4 ดี (16 – 20 คะแนน)	55.56	0
ระดับ 3 พอใช้ (11 – 15 คะแนน)	41.67	0
ระดับ 2 น้อย (6 – 10 คะแนน)	2.78	0
ระดับ 1 น้อยที่สุด (0 – 5 คะแนน)	0	0

และคิดว่าการใช้ผ้าฝ้ายหรือผ้าขาวม้ามาปิดจมูกสามารถป้องกันฝุ่นได้ดีเท่าหน้ากากกรองฝุ่น ร้อยละ 61.10

จากผลการศึกษาการกระจายตัวของฝุ่นจากกระบวนการทำอิฐมอญ และความเข้าใจของช่างทำอิฐมอญเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น จึงนำมาสู่แนวทางการทำงานที่ปลอดภัย โดยผู้วิจัยได้ให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น โดยเฉพาะความเข้าใจเกี่ยวกับขนาดของฝุ่น อันตรายต่อระบบทางเดินหายใจ และการป้องกันตนเองขณะปฏิบัติงาน หลังการดำเนินการพูดคุยเพื่อเสนอแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่นร่วมกับผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญพบว่า ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจอยู่ในระดับดีมากทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1 และจากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่นมากขึ้น หลังการดำเนินการหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่นร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.03$)

การนำไปใช้

ในการลดความเสี่ยงโรคทางเดินระบบทางเดินหายใจจากการทำงานกับฝุ่นในโรงอิฐนั้น ผู้วิจัยและผู้ปฏิบัติงานได้พิจารณาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยร่วมกัน จึงได้ข้อสรุปว่า ผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญควรมีแนวทางในการป้องกันตนเอง โดยสวมหน้ากากผ้าในขณะปฏิบัติงานทั่วไป หรือหน้ากากกรองฝุ่นขณะปฏิบัติงานในบริเวณเตาเผาอิฐมอญ ควรมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนพนักงานเข้ามาทำงานในบริเวณเตาเผาอิฐมอญ เพื่อไม่ให้พนักงานได้รับสัมผัสฝุ่นในระยะเวลาการทำงานที่มากเกินไป หากไม่จำเป็น ไม่ควรนั่งพัก หรือเข้าไปอยู่ในบริเวณเตาเผา ควรชำระล้างร่างกาย และทำความสะอาดเสื้อผ้าหลังเลิกงาน หรือก่อนกลับบ้าน เพื่อลดโอกาสการนำฝุ่นที่ติดตามร่างกาย และเสื้อผ้าไปสู่สิ่งแวดล้อมนอกโรงงาน หรือนำไปสู่คนในครอบครัว โรงงานควรมีการควบคุมและปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสม เช่น การปิดกั้นบริเวณ การใช้ระบบเปียกหรือการปิดคลุม เพื่อลดปริมาณฝุ่นในพื้นที่ทำงานให้น้อยลง และควรจัดให้มีการฝึกอบรม หรือให้

ความรู้ถึงอันตรายของฝุ่นที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและแนวทางการป้องกันที่ถูกต้อง ให้กับผู้ปฏิบัติงานในโรงอิฐมอญ



ภาพที่ 9 การป้องกันตนเองจากฝุ่นในพื้นที่การทำงานทั่วไป



ภาพที่ 10 การป้องกันตนเองจากฝุ่นขณะฝุ่นฟุ้งกระจายจากการเขี่ยเชื้อจากเตาเผา

อภิปรายผล

การกระจายของฝุ่นกับระยะห่างจากเตาเผาอิฐมอญ ในโรงงานอิฐมอญ ขนาดเล็ก จำนวน 5 แห่ง ในตำบลหนองกิงเพล อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปริมาณความเข้มข้นฝุ่นรวมมีค่าไม่เกินค่ามาตรฐานที่ยอมรับได้ และมีการกระจายลดลงแปรผันตรงกับระยะห่างจากจุดกำเนิดฝุ่น โดยมีสมการการถดถอยที่สามารถทำนายความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณของฝุ่น และระยะห่างจากเตาเผาได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา มะโร ศุภิสรา

อินดิเชซ และกติกา สระมณีอินทร์ (2560) ที่ได้ศึกษา การกระจายของฝุ่นข้าวในโรงสีข้าวชุมชน และ ผลกระทบในบริเวณปฏิบัติงานและที่พักอาศัย ซึ่งพบว่า ยิ่งจุดที่ตรวจวัดใกล้เครื่องสีข้าวมาก หรือแหล่งกำเนิด ฝุ่นในกระบวนการผลิตมาก ปริมาณความเข้มข้นของฝุ่น มาก และปริมาณฝุ่นรวมจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญตาม ระยะทางที่ไกลออกไป

ผลการเก็บตัวอย่างฝุ่นขนาดเล็ก พบว่า ในโรง อีฐที่มีกำลังผลิตขนาดใหญ่ มีค่าความเข้มข้นของฝุ่น ขนาดเล็กในบริเวณเตาเผาอีฐ ระยะรัศมี 1 เมตร เกินค่า มาตรฐานที่ยอมรับได้ ดังนั้นผู้ปฏิบัติควรสวมใส่หน้ากาก ป้องกันฝุ่นขณะที่ต้องทำงานเผาอีฐ หรือต้องปฏิบัติงาน ในบริเวณเตาเผาอีฐ อย่างไรก็ตามปริมาณความเข้มข้น ของฝุ่นขนาดเล็กที่ระยะห่างจากเตาเผามากกว่า 2 เมตร มีค่าลดลง และไม่เกินค่ามาตรฐานที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ซาคำรุณ และ ลักษณะณีย์ บุญขาว (2562) ที่ได้ตรวจประเมินฝุ่นละอองในชุมชน หนองกินเพล นอกจรั้วโรงอีฐ พบว่ามีค่าผ่านเกณฑ์ มาตรฐานทั้งหมด

ผู้ปฏิบัติงานในโรงอีฐมอญ มีระดับความเข้าใจ เกี่ยวกับการอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น ก่อน การดำเนินการหาแนวทางการทำงานที่ปลอดภัยจากฝุ่น ร่วมกัน ส่วนใหญ่มีคะแนนความเข้าใจอยู่ในระดับดี (ระดับ 4 จาก 5 ระดับ) ข้อคำถามที่ผู้ปฏิบัติงานใน โรงอีฐมอญตอบผิดมากที่สุด คือ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ขนาดของฝุ่น ผลกระทบต่อสุขภาพอนามัย และความรู้ เกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากฝุ่น โดยสภาพการณ์ก่อน การศึกษาวิจัย ผู้ปฏิบัติงานรับประทานอาหาร นั่งพัก และนำบุตรหลานเข้ามาในบริเวณปฏิบัติงานที่มีการ กระจายของฝุ่นทั่วบริเวณ โดยจะใช้เสื้อยืดโทกสีระชะ พันหน้า หรือผ้าขาวม้าคาดหน้าเพื่อกันฝุ่น (ภาพที่ 9 และ ภาพที่ 10) เฉพาะบริเวณที่ผู้ปฏิบัติงานมองเห็น ฝุ่น และปฏิบัติคล้ายกันกับหัวหน้า และเพื่อนร่วมงาน สอดคล้องกับงานของจิราภรณ์ หลาบคำ จินตนา สิริ บุรณ์พิพัฒนา และธนาพร ทองสิม (2560) ที่พบว่า ผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมครัวเรือนหรือขนาดเล็ก การ แสวงหาความรู้ด้วยตนเองหรือจากเพื่อนร่วมงานในเรื่อง ของพฤติกรรมป้องกันตนเองจากการทำงาน ซึ่งอาจ

ไม่เพียงพอ ดังนั้นจำเป็นต้องอาศัยการฝึกอบรมและ เรียนรู้อย่างเป็นระบบจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือ เจ้าหน้าที่ด้านอาชีวอนามัย ซึ่งหลังจากที่ผู้วิจัยได้ สะท้อนผลการตรวจวัดปริมาณฝุ่น และสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพ จากการดำเนินงานที่มีฝุ่นแล้ว พบว่าผู้ปฏิบัติงานมีคะแนน ความเข้าใจอยู่ในระดับดีมากทั้งหมด (ระดับ 5 จาก 5 ระดับ)

ข้อเสนอแนะแนวทางในการวิจัยต่อไปในอนาคต เกี่ยวกับการกระจายของฝุ่น และผลกระทบจาก อันตรายจากฝุ่นในโรงอีฐมอญ ควรศึกษาเพิ่มเติมการ ตรวจวัดฝุ่นแบบติดตามส่วนบุคคล เพื่อศึกษาปริมาณฝุ่น สะสมตลอดระยะเวลาการทำงาน ที่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละ คนรับสัมผัส และหาแนวทางป้องกัน ควบคุมปัจจัยเสี่ยง ในการทำงานในโรงอีฐมอญ และติดตามการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการป้องกันตนเองจากฝุ่นตาม แนวทางการทำงานที่ปลอดภัยที่ได้ตกลงร่วมกันระหว่าง ผู้วิจัยและผู้ปฏิบัติงาน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาต่อยอดจากโครงการวิจัย ภายใต้งบอุดหนุนการวิจัยโครงการความร่วมมือเพื่อ พัฒนาบทบาทของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีในการทำ วิจัยเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัด เรื่อง ผลกระทบต่อสุขภาพทางเดินหายใจในระยะยาวของช่าง ทำอีฐมอญ ตำบลหนองกินเพล อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2559). การดำเนินงานของกรม ควบคุมมลพิษ. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.pcd.go.th/operation>.
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2537). มลพิษทางอากาศ. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.deqp.go.th/knowledge>.

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2558). **กรณี ฝุ่นละอองขนาดเล็ก**. [ออนไลน์] ได้จาก: www.oic.go.th > DATA0000

จิราภรณ์ หลาบคำ, จินตนา สิริบุรณพิพัฒนา, และ ธนาพร ทองสิม. (2560). ศึกษาพฤติกรรมการป้องกันฝุ่นหินของพนักงานโรงโม่หินในอำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**, 19(1), 71 –83.

นิตยา ชาคำรุณ และลักษณะณีย์ บุญขาว. (2562). การประเมินปริมาณฝุ่นละอองของคนงานทำอิฐมอญแดงในตำบลหนองกินเพล อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**, 21(1), 64-70.

พงษ์เจษฎาคำวิสด. (2559). **วิธีการทำอิฐมอญ**. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.pongjadesda.com>

รุจิรา สีลารัตน์ และสุทธิดา ทองทรัพย์. (2561). ผลกระทบต่อสุขภาพทางเดินหายใจในระยะยาวของช่างทำอิฐมอญ ตำบลหนองกินเพล อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. กิจกรรมเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณะ ร่วมกับงานประชุมวิชาการระดับชาติ มอว.วิจัย ครั้งที่ 12 ณ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. วันที่ 12-13 กรกฎาคม 2561.

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลปากกุดหวาย กองยุทธศาสตร์และแผนงานสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2556). **สรุปผลการดำเนินงานสาธารณสุขโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลปากกุดหวาย**. [ออนไลน์] ได้จาก: http://203.157.10.8/hcode_2014

สุภัทรา มะโร, ศุภิสรา อินธิเดช และกตিকা สระมณี อินทร์. (2560). การกระจายของฝุ่นโรงสีข้าว

ชุมชน และผลกระทบในบริเวณปฏิบัติงานและที่พักอาศัย. **วารสารการประชุมระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์**, 2(1), 127 - 134.

Law, Y.W., Leung, M.C., Yu, T.S., & Tam, C.M. (2001). Characteristics of workers attending the pneumoconiosis clinic for silicosis assessment in Hong Kong: retrospective study. **Journal PubMed**, 7(4), 34-39.

National Institute for Occupational Safety and Health [NIOSH]. (1994). **Particulates not otherwise regulated Total 0500**. [Online] Available at: <https://www.cdc.gov/niosh/docs>

National Institute for Occupational Safety and Health [NIOSH]. (1998). **Particulates not otherwise regulated Respirable 0600**. [Online] Available at: <https://www.cdc.gov/niosh/docs/2003-154/pdfs/0600.pdf>

Rosenman KD, Reilly MJ, Rice C, Hertzberg V, Tseng CY, Anderson HA. (1996). Silicosis among foundry workers. Implication for the need to revise the OSHA standard. **Am J Epidemiol**. 144(9), 890-900. DOI: 10.1093/oxfordjournals.aje.a009023

Sanjel, Seshananda & Khanal, Sanjay & Thygerson, Steven & Carter, William & Johnston, James & Joshi, Sunil Kumar. (2017). Exposure to respirable silica among clay brick workers in Kathmandu valley, Nepal. **Archives of Environmental & Occupational Health**. 73. 00-00 DOI: 10.1080/19338244.2017.1420031





การพัฒนาการจัดการขยะมูลฝอยชุมชนในพื้นที่ต้นแบบภายใต้ต้นแบบนักจัดการขยะ Development of Community Waste Management in the Prototype Area Under the Waste Manager Model.

มงคลกร ศรีวิชัย^{1,2*}, ปาริชาติ วงศ์ฉายา² และวรินทร์ เรืองศรี³
Mongkonkorn Srivichai^{1,2*}, Parichart Wongchaya² and Warin Wruangsri³

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศูนย์วิศวกรรมสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

² นักวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

³ อาสาสมัครพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหมู่บ้าน เชียงราย

¹ Assistant Professor, Center of Creative Engineering for Sustainable Development, Rajamangala University of Technology Lanna

² Scientist, Faculty of Engineering Rajamangala University of Technology Lanna Chiang-Rai

³ Natural Resources and Environmental Protection Volunteer Chiang-Rai

*E-mail : mongkonkorn@rmutl.ac.th, srivichai.m@gmail.com

บทคัดย่อ

การจัดการขยะได้ถูกจัดให้เป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งทุกองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ต้องเร่งดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์เป็นรูปธรรม บทความนี้ได้นำเสนอรูปแบบการจัดการขยะในชุมชนโดยเปลี่ยนมุมมองขยะเป็นวัสดุรีไซเคิลด้วยโมเดลนักจัดการขยะ โดยสร้างตัวเชื่อมในการจัดการขยะส่วนสุดท้ายเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลด้วยการเสริมกระบวนการพัฒนานักจัดการขยะเชิงพาณิชย์ โดยสนับสนุนให้องค์ความรู้ ภาควิชาเครือข่าย และด้านเงินทุน เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการขยะของชุมชน ผลการดำเนินงานของนักจัดการขยะสามารถแยกวัสดุรีไซเคิลออกจากขยะในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลย่านรี และ เทศบาลตำบลไม้งาม ของเดือน ตุลาคม 2561 ได้ 1,447.1 และ 4,195.4 กิโลกรัมตามลำดับ กิจกรรมยังสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง และทำงานร่วมกับนักจัดการขยะจิตอาสาของพื้นที่ซึ่งจะทำให้เพิ่มศักยภาพและความยั่งยืนของในการจัดการขยะในชุมชนให้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การจัดการขยะ, นักจัดการขยะ, วัสดุรีไซเคิล

Abstract

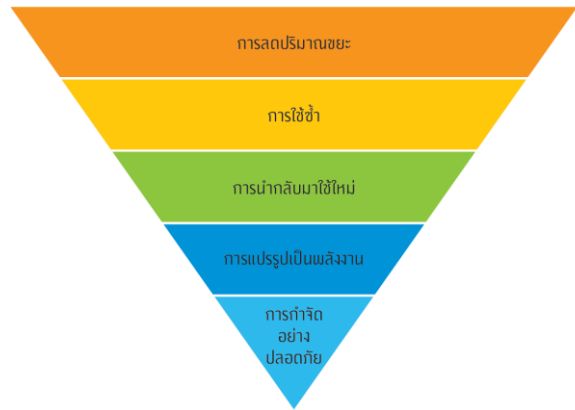
Solid waste management issue is considered as a national agenda. Local government organizations have to implement and show achievement on this particular problem. This article propose the model of community waste management, called waste manager, by changing people's perspective of waste to recyclable materials. This model will cover all relevant process starting from beginning to end of recyclable materials management. In addition, to enhance capacity of waste manager, knowledge skill, network cooperation, and funding support are also provided. Results showed that waste manager could show important roles in increasing volume of recyclable materials, which covered the area of Yanree subdistrict administrative organization and Maingam subdistrict municipality, in October 2018 from 1,447.1 kg to 4,195.4 kg, respectively. This prototype model works quite well and can be continued in these two locations. Waste managers not only

work by himself but also work with local waste volunteers resulted on increasing the potential of sustainable development on community waste management.

Keyword : Solid Waste Management, Waste Manager and Waste Recycling

บทนำ

ปัญหาเรื่องขยะมูลฝอย เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกพื้นที่ ซึ่งทุกพื้นที่ที่มีความพยายามที่จะบริหารจัดการขยะมูลฝอยให้ได้เกิดผลสัมฤทธิ์ให้มากที่สุด(พัชญทัฬห์ กิณเรศ และ นารัตระพี นาคะวัจนะ, 2560 และ สุวิน ศรีเมือง และ ฤทธิกร ยลชญาวงศ์, 2563) แต่ด้วยการทำงานในเชิงรุกของหน่วยงานระดับท้องถิ่นที่ปฏิบัติตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทย ที่ให้มีโครงการ 3R ประชากรรัฐ โดยอาศัยหลักการใช้น้อย ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ ดังแสดงในภาพที่ 1 ให้ทุกพื้นที่ที่มีการจัดการขยะ แต่หลาย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังมุ่งเน้นการจัดอบรมให้ความรู้ แต่ทั้งนี้ยังขาดกระบวนการกระตุ้นให้เกิดตามต่อเนื่องจากนโยบายของภาครัฐ ด้วยเหตุนี้การพยายามหากระบวนการหรือวิธีทางให้สามารถจัดการขยะได้ถูกรูปแบบ(อัครพงศ์ อ้นทอง และคณะ 2558) และครบวงจรจึงเกิดขึ้น ภายใต้กลุ่ม CR-Zero waste (Panate Manomaivibool และคณะ, 2018) ที่นำเรื่องเสวียนมาบริหารจัดการขยะอินทรีย์ การนำระบบสารสนเทศเพื่อมาบริหารจัดการผ่านระบบออนไลน์ D-Toc การพัฒนาคู่มือการบริหารจัดการขยะ(ปเนตมโนมัยวิบูลย์และคณะ, 2561) โดยแบ่งชั้นตามระดับประกอบไปด้วย ระดับครัวเรือน ระดับกลุ่ม และระดับชุมชน เป็น 30 เมนูการจัดการขยะ เพื่อให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือกลุ่มคนที่สนใจในการบริหารจัดการขยะ สามารถเลือกนำไปใช้ในการบริหารจัดการได้ อีกทั้งยังมีคู่มือสำหรับการบริหารจัดการขยะชุมชน จากพื้นที่ต้นแบบที่ได้นำองค์ความรู้ลงไปทำงานจริงในพื้นที่ถอดบทเรียนเพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับผู้ที่สนใจ สามารถนำไปใช้ได้อย่างสะดวกและปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ (มงคลกร ศรีวิชัย และ กนกทิพย์ อโนราช, 2562)



ภาพที่ 1 รูปแบบการจัดการขยะ



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการจัดการขยะในครัวเรือน

การเริ่มต้นการจัดการขยะเริ่มตั้งแต่ในครัวเรือน (มงคลกร ศรีวิชัย, 2562) แนะนำให้แยกเป็นชนิด ขยะรีไซเคิล เป็นสิ่งที่ยังมีประโยชน์สามารถนำไปแปรรูปแล้วกลับมาใช้ใหม่ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ กล่องเครื่องดื่มแบบ UHT กระจก ซึ่งปริมาณประมาณ หนึ่งในสาม ของขยะทั้งหมด แต่กระบวนการแยกขยะโดยจัดประเภทถึงขยะตามสีกลับพบว่าไม่สามารถแก้ปัญหาของการแยกขยะได้อย่างสมบูรณ์ จึงเป็นที่มาของวิธีการแยกขยะ 4 ประเภท ได้แก่ แก้ว, กระดาษ, โลหะและพลาสติก ดังแสดงในภาพที่ 2 ซึ่งพบว่าช่วยให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มรายได้จากการแนะนำวิธีการแยกขยะ อาทิ การจัดทำแผ่นพับแสดงราคาขยะหรือการรับซื้อขยะระดับ

ครัวเรือน ซึ่งการสร้าง ความเข้าใจเหล่านี้ย่อมเป็นการสร้างแรงจูงใจในการคิดแยกขยะให้เกิดประสิทธิผล

บทความนี้ แสดงให้เห็นถึงระบบการจัดการขยะรีไซเคิล เพื่อต่อยอดขยายผลสู่ความยั่งยืน โดยธุรกิจการคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ตัวเชื่อมสำหรับการจัดการขยะชุมชน เป็นธุรกิจที่มีการให้บริการรับซื้อขยะของเก่า กากของเสียที่ไม่เป็นอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรม วัสดุเหลือใช้ เพื่อนำไปทำการคัดแยก และส่งไปขายต่อยังบริษัทที่ทำธุรกิจแปรรูปขยะรีไซเคิล ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงธุรกิจรีไซเคิลในประเทศไทยโดยภาพรวม จะพบว่า ในปัจจุบัน มีกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจรีไซเคิลแบบครบวงจร มีกิจกรรมตั้งแต่การรับซื้อขยะหรือของเก่า การคัดแยกประเภทขยะ การย่อยหรือบดขยะ ไปจนถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มคนประกอบอาชีพรับซื้อของเก่า และคนเก็บของเก่า นำเอาขยะมาแยกประเภทแล้วนำมาขายเปลี่ยนเป็นรายได้ ซึ่งนอกจากนำไปขายแล้วยังนำสิ่งของเหลือใช้ไปเพิ่มมูลค่าด้วยการซ่อมแซมยกตัวอย่างเช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ขายเป็นสินค้ามือสอง หรืออาจเช่าหาละวัสดุประเภทต่าง ๆ เพื่อแยกขายเช่น ทองแดง เหล็ก พลาสติก เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มคนที่สามารถบริหารจัดการขยะได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ จึงเรียกบุคคลกลุ่มนี้ว่า “นักจัดการขยะเชิงพาณิชย์”

วิธีดำเนินงาน

การดำเนินการจัดการขยะในชุมชน

นักจัดการขยะเชิงพาณิชย์

เป็นที่ยอมรับแล้วว่าขยะแบ่งเป็นสี่ประเภทแล้ว จึงมีคำถามที่เกิดขึ้นว่า จะส่งต่อบ้านไปสู่กระบวนการจัดการอย่างไร คนส่วนมากคิดสิ่งที่ยากที่สุดคือ การนำทุกอย่างใส่ถุงดำเพื่อนำส่งอย่างปลอดภัย หัวข้อนี้จะได้นำเสนอการสร้างธุรกิจเพื่อสังคมจะสามารถช่วยบริหารจัดการขยะให้ถูกวิธีรวมถึงการสร้างเป็นธุรกิจ การรับซื้อของเก่าหรือขยะรีไซเคิล โดยทำการรับซื้อขยะพลาสติกมาจากชาเล้งหรือรถรับซื้อขยะตามบ้านเรือน คนเก็บขยะ หรือแม้แต่รับซื้อจากผู้บริโภค

โดยตรง ซึ่งอาจแบ่งได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มร้านรับซื้อของเก่าและกลุ่มรถจักรยานสามล้อ (รถชาเล้ง) ซึ่งเป็นพ่อค้าคนกลาง

1. กลุ่มร้านรับซื้อของเก่า สามารถแบ่งได้ 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก สิ่งที่ต้องจำต้องมีการประกอบธุรกิจของกลุ่มนี้ คือต้องเปิดใจรับองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อนในการสังเกต จดจำ แยกแยะ และสิ่งจำเป็นอื่น ๆ ได้แก่ แหล่งทุนงบประมาณเพื่อที่จะเก็บ หรือกักตุนสินค้าในระหว่างที่รอราคาตลาด อีกทั้งต้องมีบุคลากรมียานพาหนะ มีรถยนต์ และเครื่องมือช่างวัดน้ำหนัก 2 – 3 ขนาด และควรเป็นแบบดิจิทัล เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งและความไม่เที่ยงตรง สถานที่ที่ต้องจัดระเบียบหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการเก็บ หรือนำออก และสิ่งสำคัญที่สุดคือรู้จักแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยน และประมาณการราคา

2. กลุ่มรถจักรยานสามล้อ (รถชาเล้ง) หรือรถเร่ ที่เป็รถรับซื้อของเก่าในชุมชน นำมาขายให้ร้านรับซื้อของเก่าอีกต่อหนึ่ง รถชาเล้งจะใช้ต้นทุนต่ำ ใช้เงินในการไปรับซื้อน้อย โดยอาจจะเป็นรถพ่วงหรือรถสามล้อก็ได้แต่รถเร่ จะมีต้นทุนมากกว่า สามารถออกไปซื้อในปริมาณที่มาก ซึ่งกลุ่มชาเล้ง และรถเร่ก่อนที่จะนำของมาขายที่ร้านรับซื้อของเก่า จะนำของเก่าไปคัดแยกเพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าก่อน และเวลาไปขายที่ร้านรับซื้อของเก่า จะได้ราคาในกลุ่มของ ลูกค้าประจำ ซึ่งมากกว่าลูกค้าขาจรทั่วไป ส่วนเหตุผลที่ประกอบอาชีพนี้ เพราะมองเห็นช่องทางทำธุรกิจ เป็นการซื้อขายเงินสด และรายได้ชัดเจน สามารถคำนวณรายรับหรือกำไรได้ ของที่ซื้อเข้ามาไม่เน่าเสียแต่ต้องขยัน ในการคัดแยกเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น นำสายไฟมาปอกแยกทองแดงออกขายส่วนเปลือกสายไฟก็ขายได้เช่นกัน

ข้อจำกัดของกลุ่มรถจักรยานสามล้อ (รถชาเล้ง) คือ มักจะไม่ได้ของที่มีมูลค่าในปริมาณมากเท่ากับรถรับซื้อของเก่า และไม่ทราบถึงการคัดแยกขยะในเชิงลึก เช่น การชำแหละอุปกรณ์ไฟฟ้าหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นควรจัดกิจกรรมฝึกอบรมเสริมความรู้ด้านนี้ให้กลุ่มรถจักรยานสามล้อ (ชาเล้ง) หรือรถรับซื้อของเก่า ส่วนทางร้านรับซื้อของเก่าจะได้ประโยชน์



ภาพที่ 3 ธุรกิจร้านรับซื้อของเก่า



ภาพที่ 4 ธุรกิจรถรับซื้อของเก่า



ภาพที่ 5 การรวมกลุ่มเพื่อจัดการขยะชุมชน



ภาพที่ 6 การทำผ้าป่าขยะ

ตามมาด้วยการลดต้นทุนในการบริหารจัดการ เรื่องสำคัญอีกเรื่องที่ควรเสริมความรู้ การสืบค้นข้อมูลราคา การขึ้นลงของเก่าโดยการจัดตั้งกลุ่ม Line ของกลุ่มคนรับซื้อของเก่า เพื่อแจ้งราคาข้อมูลข่าวสาร จะทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีข้อมูลในการออกไปรับซื้อเพื่อลดความเสี่ยงในการขาดทุน และสามารถกำหนดราคาและคาดคะเนผลกำไรได้

เนื่องจากนักจัดการขยะเชิงพาณิชย์พัฒนามาจากนักจัดการขยะจิตอาสาธรรมะจึงทำให้สามารถสนับสนุนข้อมูล ด้านการจัดการขยะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และช่วยบริหารจัดการโครงการขยะในพื้นที่ ที่บริหารจัดการยากเช่นการหาตลาดเพื่อรับซื้อถุงพลาสติกและกล่องนมเป็นต้น

นักจัดการขยะจิตอาสาธรรมะ

นักจัดการขยะจิตอาสาธรรมะคือ บุคคลทั่วไป อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เยาวชน นักเรียน นักศึกษา ที่สนใจด้านการบริหารขยะ โดยพื้นฐานต้องมีจิตอาสาธรรมะ มีความกระตือรือร้นพร้อมรับรู้และเปิดใจรับความรู้ใหม่ๆ มีลักษณะเป็นผู้ให้ และช่วยเหลือสังคม คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก มีความเคารพ ความแตกต่างระหว่างบุคคล สิ่งที่ต้องเสริมความรู้ ให้คนกลุ่มนี้คือ องค์ความรู้การคัดแยกขยะพื้นฐาน และการคัดแยกขยะเชิงลึก การพาไปศึกษาดูงานสถานที่ต่าง ๆ ที่มีการบริหารจัดการได้ผลสำเร็จเพื่อเป็นแนวทาง ในการบริหารจัดการ กลุ่มของตนเองต่อไป องค์การบริหารส่วนตำบลจะต้องสนับสนุนให้ทุนองค์ความรู้ ตลอดจนอุปกรณ์พื้นฐานในการคัดแยก และเป็นพี่เลี้ยงสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมของนักจัดการขยะจิตอาสาธรรมะนั้นสามารถดำเนินกิจกรรมได้หลากหลาย อาทิ ขยะแลกครัว (ขยะแลกของกินของใช้) ขยะสร้างบุญ (ผ้าป่าขยะ, ขยะเพื่อสวัสดิการ) ขยะแลกเงิน (กองทุนขยะ, ธนาคารขยะ, ตลาดนัดขยะ) เป็นต้น ในชุมชนอาจมีอุปกรณ์ต่าง ๆ ช่วยนักจัดการขยะจิตอาสาธรรมะ เช่นมีเครื่องอัดแบบมือ เพื่ออัดวัสดุรีไซเคิลให้มีปริมาตรที่ลดลง ได้แก่อัดขยะจำพวกถุงพลาสติกเพื่อนำส่งจำหน่ายต่อไป



ภาพที่ 7 การรวมกลุ่มออมขยะในชุมชน



ภาพที่ 9 การสร้างตลาดนัดขยะ



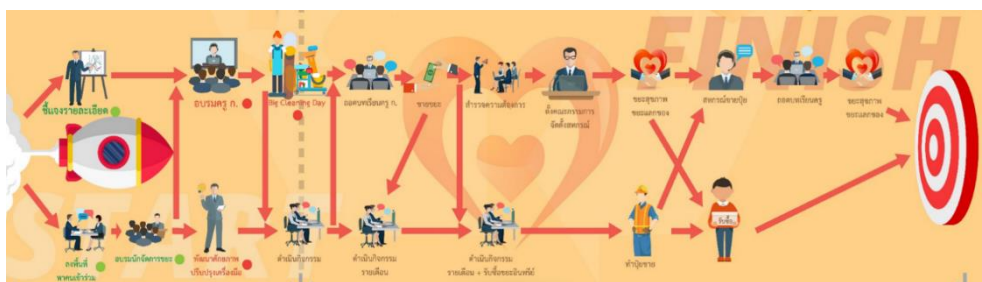
ภาพที่ 8 การอัดถุงพลาสติกเพื่อเตรียมจัดจำหน่าย



ภาพที่ 10 การอบรมนักจัดการขยะเชิงพาณิชย์



ภาพที่ 11 แผนการดำเนินกิจกรรมขยะตำบลไม้งาม จังหวัดตาก



ภาพที่ 12 แผนการดำเนินกิจกรรมตำบลย่านรี จังหวัดตาก

การดำเนินกิจกรรมนั้กจัดการขยะ

แนวความคิดการบริหารจัดการขยะภายใต้ต้นแบบนั้กจัดการขยะ จำเป็นอย่างยิ่งต้องพัฒนานั้กจัดการขยะเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของโครงการเมืองตากน้าอยู่ทีสนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ทีได้พัฒนาพื้นที่ต้นแบบการจัดการขยะระดับตำบล การจัดการขยะเพื่อสุขภาพทีดี สหกรณ์ขยะ และขยะเงินออม ขยะปลดหนี้ มีพื้นที่ดำเนินโครงการ 3 อำเภอได้แก่ อำเภอสามเงา อำเภอเมือง และอำเภอม้าสอด ตามลำดับ โดยเบื้องต้นได้ดำเนินการในพื้นที่ 2 แห่ง ได้แก่พื้นที่ของ องค์การบริหารส่วนตำบลย่านรี และเทศบาลตำบลม้างาม

เนื้อหาเบื้องต้นของการพัฒนานั้กจัดการขยะเชิงพาณิชย์ ได้แก่การเพิ่มองค์ความรู้และสร้างภาคีเครือข่าย โดยให้ร่วมโครงการการอบรมคัดแยกขยะเชิงธุรกิจ รุ่น 77 วันที่ 6-10 มีนาคม 2561 ณ จังหวัดพิษณุโลก เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับนั้กจัดการขยะเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ ตำบลย่านรี และตำบลม้างาม เมื่อมีการพัฒนานั้กจัดการขยะเชิงพาณิชย์เสร็จแล้วจึงมีการวางแผนเพื่อสร้างกลไกคณะทำงานด้านการจัดการขยะและนโยบายขับเคลื่อนโครงการ มีการสร้างนั้กจัดการขยะจิตอาสาธรรณะในพื้นที่ เพื่อสร้างกลุ่มในการบริหารจัดการขยะทั้ง 4 ประเภท สำหรับขยะอินทรีย์โดยการจัดการในครัวเรือน แนะนำให้ใช้ถังกินน้ำแกง เสวียนหรือเลี้ยงสัตว์ ส่วนขยะอันตรายได้ ถูกแยกเพื่อนำส่งไปกำจัดโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดตาก ขยะทั่วไปต้องส่งให้องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาลตำบล นำไปกำจัด ขยะรีไซเคิล จะถูกส่งออกมาโดยนั้กจัดการขยะ มีการชี้แจงถึงวัสดุรีไซเคิลว่ามีกรรับซื้อที่ประเภท รวมถึงการวางแผนเพื่อนัดการจัดกิจกรรมรับซื้อในชุมชนตำบลย่านรี และตำบลม้างาม ได้มีการจัดอบรมในวันที่ 11 และ 12 ตุลาคม 2561 ตามลำดับ

ผลการดำเนินการ

การจัดกิจกรรมเก็บกวาดพื้นที่ชุมชน โดยนั้กจัดการขยะจิตอาสาธรรณะร่วมกับนั้กจัดการขยะ

เชิงพาณิชย์ ในช่วงปลายเดือนตุลาคม 2561 สามารถเก็บวัสดุรีไซเคิลในชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลย่านรี และ เทศบาลตำบลม้างาม ดังตารางที่ 1



ภาพที่ 13 การอบรมนั้กจัดการขยะจิตอาสาธรรณะ



ภาพที่ 14 การเก็บกวาดพื้นที่ชุมชน ตำบลย่านรี



ภาพที่ 15 การเก็บกวาดพื้นที่ชุมชน ตำบลม้างาม

ตารางที่ 1 รายละเอียดชนิดวัสดุรีไซเคิลจากการจัดกิจกรรมเก็บกวาดพื้นที่ชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลย่านรี และ เทศบาลตำบลไม้งาม

ลำดับ	วัสดุรีไซเคิล	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	
		อบต.ย่านรี	ทต.ไม้งาม
1	แก้วแดง	433.0	484.1
2	แก้วขาว	177.0	777.4
3	แก้วเขียว	29.0	612.1
4	ขวดรวม	394.0	5.0
5	เหล็กบาง	42.5	462.4
6	สังกะสี	17.0	76.0
7	ทองแดง	17.0	0.6
8	กระป๋องเปียร์	14.8	15.3
9	ขวด PET	99.3	406.7
10	พลาสติกกรวม	78.0	569.1
11	พลาสติกกรอบ	2.0	2.5
12	ถุงพลาสติก	6.0	-
13	กระดาษลัง	99.5	327.8
14	กระดาษสี	15.0	205.6
15	กระดาษ ขาว-ดำ	9.5	171.0
16	กล่องนม	3.0	-
17	รองเท้ายาง	1.0	3.7
18	สายยางขาว	4.0	15.6
19	น้ำมันพืช	5.5	-
20	ท่อPVC	-	4.4
21	อลูมิเนียม	-	56.2
	รวม	1447.1	4195.4

การจัดกิจกรรมเก็บกวาดพื้นที่ชุมชน พบว่าเมื่อให้ครัวเรือนจัดการขยะอินทรีย์ของตนเอง ได้พบว่ามีขยะรีไซเคิลที่เคยถูกนำไปทิ้ง ได้ถูกแยกออกจากขยะทั่วไป โดยได้นักจัดการขยะจิตอาสาฯ เข้าไปช่วยแนะนำให้กับทุกครัวเรือน โดยตำบลย่านรี มี 5 หมู่บ้านสามารถดึงวัสดุรีไซเคิลได้จำนวน 1,447.1 กิโลกรัม ส่วนตำบลไม้งาม มี 9 หมู่บ้าน สามารถแยกวัสดุรีไซเคิลได้จำนวน 4,195.4 กิโลกรัม วัสดุที่แยกออกมาได้ส่วนมากจะเป็นประเภท ขวดแก้ว พลาสติก กระดาษ และโลหะ

การนำไปใช้ประโยชน์

ผลจากการมีต้นแบบนักจัดการขยะนี้จะใช้เป็นแนวทางในการขยายผลการพัฒนาการจัดการขยะของชุมชนต่อไป ซึ่งแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของสภาพปัญหาของขยะและความพร้อมของชุมชนในเรื่องปัจจัยต่าง ๆ เช่น บุคลากร เวลา และทุน เป็นต้น ชุมชนควรวิเคราะห์ตนเองก่อนแล้ว นำเอาต้นแบบนักจัดการขยะแต่ละเมนูไปใช้ให้เหมาะสมกับชุมชนจากบทเรียนเรื่องนักจัดการขยะ ซึ่งมีการขยายผลต้นแบบนักจัดการขยะสู่เทศบาลตำบลแม่แก้ว



โดยได้พัฒนาหลักสูตรนักจัดการขยะเชิงพาณิชย์ 28 เมษายน – 3 พฤษภาคม 2562 ที่จังหวัดศึกษาดูงานในพื้นที่จังหวัด ตาก-กำแพงเพชร-อยุธยา-กรุงเทพฯ-ชลบุรี-สมุทรปราการ มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 40 คน จากตำบลแม่ตาว ตำบลแม่กุ ตำบลแม่ปะ อำเภอแม่สอด และตำบลอุ้มผาง อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ซึ่งผู้ได้รับการอบรมครั้งนี้สามารถนำความรู้ไปพัฒนาการจัดการขยะในพื้นที่ของตนเอง และยังได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อพัฒนากิจกรรมการจัดการขยะในพื้นที่ต่อไป บทความนี้ผู้เขียนคาดหวังว่าจะเป็นอีกหนึ่งแรงบันดาลใจให้กับหลาย ๆ ท่านที่มีจิตสำนึกและนำองค์ความรู้จากสถาบันการศึกษาถ่ายทอดไปถึงการพัฒนาชุมชนแต่ละท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผล

นโยบาย 3Rs ของรัฐบาล สามารถทำให้เกิดผลเป็นรูปธรรมได้ในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลย่านรี และเทศบาลตำบลไม้งาม จังหวัดตาก ซึ่งมีการเพิ่มตัวเชื่อมที่เรียกว่า นักจัดการขยะ ซึ่งในพื้นที่ส่วนมากเป็นอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) ของหมู่บ้าน โดยมีการเริ่มให้ทุกครัวเรือนแยกขยะก่อน แล้วจัดกิจกรรมที่เสริมกลุ่มโดยนักจัดการขยะจิตอาสา โดยมีการได้คืนให้กับครัวเรือนในการจัดกิจกรรมเก็บกวาดชุมชน ประมาณครัวเรือนละ 100 บาท ซึ่งลดแหล่งเพาะพันธุ์ยุงลาย รวมถึงจัดบ้านเรือนให้สะอาดและเสริมสร้างกระบวนการคัดแยกขยะ ซึ่งกิจกรรมซื้อขายวัสดุรีไซเคิลหลังจากนี้กระบวนการรวมกลุ่มจะสามารถนำเงินไปทำกิจกรรม เช่น กิจกรรมขยะแลกของ ตลาดนัดขยะ ขยะฮอมบุญ หรืออื่น ๆ แล้วส่งของที่ได้จากการทำกิจกรรมนี้ให้กับ นักจัดการขยะเชิงพาณิชย์ นำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลต่อไป

บรรณานุกรม

- Panate Manomaivibool, Mongkonkorn Srivichai, Pattayaporn Unroj and Pannipha Dokmaingam “Chiang Rai Zero Waste: Participatory action research to promote source separation in rural areas” Resources, Conservation and Recycling Volume 136, September 2018, Pages 142-152
- ปเนต มโนมัยวิบูลย์, พรณนิภา ดอกไม้งาม, พัทยาพร อุโนโรจน์ และมงคลกร ศรีวิชัย (2561). 30 เมนูปลอดขยะ. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- พัชญ์ทัฬห์ กิณเรศ และ นารัตระพี นาคะวัจนะ (2017). กระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการขยะที่ต้นทางเพื่อลดปริมาณขยะของชุมชนนาราชาควาย จังหวัดนครพนม. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 9(3), 191-205.
- มงคลกร ศรีวิชัย และ กนกทิพย์ อโนราช (2562) “ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการขยะองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองพาน” โครงการประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลครั้งที่ 11 วันที่ 24 – 26 กรกฎาคม 2562 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เชียงใหม่
- มงคลกร ศรีวิชัย.(2562). นักจัดการขยะชุมชน. สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- สุวิน ศรีเมือง และภูกิจ ยลชญาวงศ์ (2563). การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาขยะชุมชนในเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์, 15(1), 203-212.
- อัครพงศ์ อันทอง, ปเนต มโนมัยวิบูลย์ และ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2558). โครงสร้างวิสัยทัศน์ การขับเคลื่อนสุขภาวะ และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ



แผนการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านปันนาใต้แบบมีส่วนร่วม

Panna-Tai village Participation Development plan

เดือนรุ่ง สุวรรณโสภา^{1*} กรรณิการ์ สมบุญ² สุदारัตน์ สกกุลคุ³ ศิริพร สารคล่อง⁴ ราตรี พระนคร⁵
สุเชียร นามวงศ์⁶ ไกรสิทธิ์ วสุเพ็ญ⁷ พัชรี ครองกิจศิริ⁸ ชลีนุช คนเชื้อ⁹
Duenrung Suwannaopa¹ Kannika Sombun² Sudarath Sakhukhu³ Siriporn Sarnklong⁴
Ratree Pranakhon⁵ Sutien Namwong⁶ Kaisit Vasupen⁷ Pacharee Krongkitsiri⁸ Chaleenuch Khonsue⁹

^{1,8} อาจารย์ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

²⁻⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

⁶ อาจารย์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

⁷ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

⁹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

^{1,8} Lecturer, Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus.

²⁻⁵ Assistant Professor, Faculty of Natural Resources, Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus.

⁶ Lecturer, Faculty of Natural Resources, Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus.

⁷ Assistant Professor, Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan.

⁹ Assistant Professor, Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus.

*E-mail:duenrung.ub@rmuti.ac.th , เบอร์โทรศัพท์ 081-9642789, 042-772391-2

E-mail:kannika_aec@hotmail.com, เบอร์โทรศัพท์ 081-4804218, 042-734723

บทคัดย่อ

บ้านปันนาใต้ ตำบลปันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร เป็นชุมชนที่ถูกคัดเลือกพัฒนาภายใต้โครงการหมู่บ้านราชมกลอีสาน ซึ่งการวางแผนที่ดีมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนให้บรรลุตามเป้าหมายของโครงการ วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านปันนาใต้ โดยการดำเนินงานเน้นกระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Rural Appraisal; PRA) เป็นระยะ 4 ปี (พ.ศ.2562 - 2565) เพื่อนำแผนที่ได้มาร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาหมู่บ้านปันนาใต้ในเชิงบูรณาการ ให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน ยกย่องคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน สร้างรายได้ สร้างความสุขอย่างยั่งยืน ผลที่ได้จากการศึกษานี้คือได้แผนพัฒนาชุมชนจำนวน 3 แผนภายใต้แผนจะมีแผนยุทธศาสตร์และโครงการดำเนินงานจำนวน 10 แผน ยุทธศาสตร์ และ 25 โครงการตามลำดับ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหมู่บ้านให้ประสบผลสำเร็จและเกิดความยั่งยืน เป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่มีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาหรือยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน

คำสำคัญ การพัฒนาชุมชน, แผนชุมชน, วิธีการมีส่วนร่วม, โครงการหมู่บ้านราชมกลอีสาน

Abstract

Panna-Tai village, Panna Sub-district, Sawang Daen Din District, Sakon Nakhon Province, Thailand, was selected to be a development village model under Rajamankala Isan village project. Hopefully that to set a good plan for development is a key to approach project's objectives which will provide potential analysis and creation of community-development plan of Panna-Tai village by focusing on Participatory Rural Appraisal (PRA) way, for 4 years (2019-2022). The objective of this study are to develop plans in order to drive the development of Panna-Tai village in an integration

manner to strengthen the community, local population's life quality elevated, obtain more incomes and sustainable happiness. The obtained results comprised of 3 community development plans consisting of 10 strategic plans, and 25 projects, which will be used as a guideline for a successful and sustainable development. In addition, the development plans are also useful for work integrating among the sectors which play important roles in developing and/or improving the population's life quality in the community.

Keywords Community development, Community plan, Participatory approach, Rajamangala Isan village project

บทนำ

การวางแผน (Planning) เป็นหัวใจสำคัญของการเริ่มต้นในการบริหารจัดการในหน่วยงานทุกระดับเป็นการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไร อย่างไร เมื่อไหร่ ใครเป็นคนทำเพื่อจะดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามที่คาดคะเนไว้

ในการบริหารจัดการชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวางแผนชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งซึ่งต้องเกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมภายใต้บริบทศักยภาพของชุมชนเอง โดยร่วมคิด ตัดสินใจ นำแนวทางไปใช้ในการดำรงชีวิตของคนในชุมชนทั้งระดับครอบครัวและชุมชนเพื่อให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นในอนาคตโดยกำหนดกิจกรรม/โครงการในลักษณะที่ชุมชนทำได้เองทันทีด้วยความสามารถและศักยภาพของชุมชนหรืออาศัยความสามารถร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ ในการดำเนินการร่วมกันหรืออาจยกให้เป็นภาระของหน่วยงานภายนอกชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ในกิจกรรม/โครงการ ที่เกินขีดความสามารถของชุมชนเพื่อผลการพัฒนา ป้องกันและแก้ไขปัญหาของชุมชนสู่จุดมุ่งหมายของการเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง อยู่เย็นเป็นสุข (กรมการพัฒนาชุมชน, 2550) แผนพัฒนาชุมชนจึงเปรียบเสมือนแผนที่ทางเดินซึ่งจะทำให้คนในชุมชนก้าวไปสู่เป้าหมายและสำเร็จร่วมกัน

บ้านพันทนาใต้ หมู่ 10 ตำบลพันทนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร เป็นหนึ่งชุมชนหมู่บ้านราชวมงคลอีสาน เพื่อพัฒนาชุมชนตามกระบวนการส่งเสริมภายใต้โครงการหมู่บ้านราชวมงคลอีสาน การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาชุมชนจึงเป็นหัวใจสำคัญ เป็นตัวกำหนดทิศทางพัฒนาสำหรับชุมชน

ภายใต้บริบทศักยภาพของชุมชน จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาแผนชุมชนหมู่บ้านพันทนาใต้แบบมีส่วนร่วมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน และจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพันทนาใต้ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน ด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Rural Assessment - PRA) (Narayanasamy, 2009) สำหรับเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาชุมชนในระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562-2565) ซึ่งเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

วิธีการดำเนินงาน

การศึกษานี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เน้นกระบวนการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ประยุกต์ใช้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นในการพัฒนาชุมชน องค์กร หรือในสถาบันการศึกษา (Selener., 1997) มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ประชุมชี้แจงการดำเนินงานต่อชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจวัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการทำงานกับผู้นำและประชาชนในชุมชน รวมทั้งสร้างความร่วมมือในการทำงานระหว่างคณะทำงานกับประชาชนในชุมชน ดังภาพที่ 1

2. ศึกษาบริบทชุมชนบ้านพันทนาใต้ ตามกรอบประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ สภาพทางกายภาพของชุมชน สังคมประเพณี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน โดยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ และการสำรวจภาคสนาม (Field survey) สอดถามสัมภาษณ์ (Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังภาพ ที่ 2



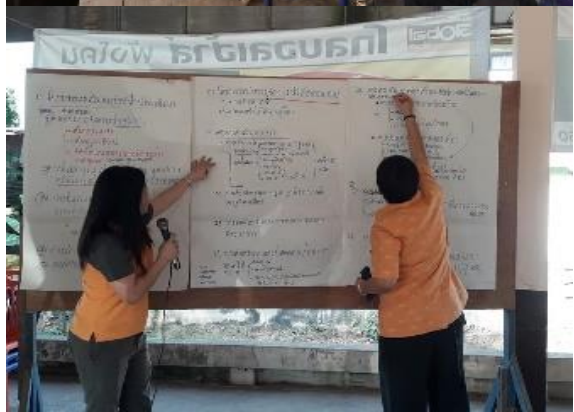
ภาพที่ 1 การประชุมชี้แจงการดำเนินงาน



ภาพที่ 3 การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อทบทวนบริบทชุมชน



ภาพที่ 2 การลงพื้นที่ศึกษาบริบทชุมชน



ภาพที่ 4 การจัดทำแผนพัฒนาชุมชนด้วยการมีส่วนร่วม





ภาพที่ 5 การจัดเวทีคืนข้อมูล

3. จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อทบทวนข้อมูลบริบทชุมชนและวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน ในประเด็นต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้รวบรวมมา รวมทั้งวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และความต้องการในการพัฒนาชุมชน เพื่อนำมาสู่การกำหนดแผนการพัฒนาชุมชน ดังภาพที่ 3

4. จัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพันนาใต้ ด้วยการจัดเวทีกลุ่มย่อยร่วมกับผู้นำและตัวแทนชุมชน ดังภาพที่ 4 เพื่อพิจารณาเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน/โครงการ สำหรับการพัฒนาในระยะ 4 ปี (พ.ศ.2562 – พ.ศ.2565)

5. จัดเวทีคืนข้อมูลให้กับประชาชนในชุมชนบ้านพันนาใต้ โดยนำเสนอข้อมูลและรับฟังประเด็นความคิดเห็นเพิ่มเติม ดังภาพที่ 5

6. จัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลแผนพัฒนาสำหรับชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อเป็นแผนงานในการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมต่อไป

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพันนาใต้ด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วม สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพชุมชนบ้านพันนาใต้

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพของชุมชนในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านสังคมประเพณีวัฒนธรรม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ/อาชีพในชุมชน ด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วม ทำให้คนในชุมชนได้รับรู้และเข้าใจชุมชน รู้จุดแข็ง จุดอ่อน/ประเด็นที่เป็นปัญหา ตลอดจนโอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาชุมชน ซึ่งพบว่าชุมชนบ้านพันนาใต้ค่อนข้างมีศักยภาพ มีทุนทรัพยากรธรรมชาติทุนโบราณสถาน โบราณวัตถุ ทุนภูมิปัญญา ที่สามารถต่อยอดพัฒนาสู่การสร้างอาชีพ รายได้ และความสุขในชุมชน อย่างไรก็ตามยังพบปัญหาที่ยังต้องปรับปรุงแก้ไขในหลายประเด็น ซึ่งคนในชุมชนต้องนำข้อมูลต่าง ๆ เข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ พิจารณาโครงการหรือกิจกรรมที่จะเสริมศักยภาพ และแก้ปัญหาที่มีความเหมาะสมตามบริบทของพื้นที่ชุมชน โดยข้อมูลศักยภาพของชุมชนบ้านพันนาใต้ สรุปดังตารางที่ 1

2. ความต้องการในการพัฒนาชุมชน

ความต้องการในการพัฒนาชุมชน ได้จากการจัดประชุมกลุ่มย่อยและให้ตัวแทนชุมชนนำเสนอประเด็นต่าง ๆ และทำการสรุปร่วมกัน ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่จะนำมาสู่การพัฒนาแผนชุมชนแบบมีส่วนร่วม โดยตัวแทนชุมชนบ้านพันนาใต้ ได้แสดงถึงความต้องการในการพัฒนาชุมชนในประเด็น กายภาพ เศรษฐกิจ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรม สรุปได้ดังภาพที่ 7 ซึ่งประเด็นความต้องการต่าง ๆ ได้ถูกนำไปใช้วิเคราะห์จัดทำแผนพัฒนาชุมชน โดยมีผู้ดำเนินงาน (Facilitator) ที่มีความเชี่ยวชาญ

3. แผนชุมชนบ้านพันนาใต้

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์บริบทชุมชน และความต้องการของชุมชน นำมาจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพันนาใต้ตามกรอบระยะเวลาดำเนินงานภายใต้โครงการหมู่บ้านราชมงคลระยะเวลา 4 ปี (พ.ศ.2562 - พ.ศ.2565) โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญจนได้แผนพัฒนาชุมชนบ้านพันนาใต้ ซึ่งประกอบด้วย

วิสัยทัศน์

บ้านปันนาได้เป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมเข้มแข็ง มีความสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความสามัคคี ปลอดภัย เป็นศูนย์เรียนรู้ทางการเกษตร และการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพที่มีศักยภาพ นำสู่หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เกษตร และวัฒนธรรม สร้างรายได้ สร้างสุขในชุมชนอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1) ยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างงานสร้างอาชีพ และรายได้ให้แก่คนในชุมชน

2) อนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมของชุมชน

3) อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน

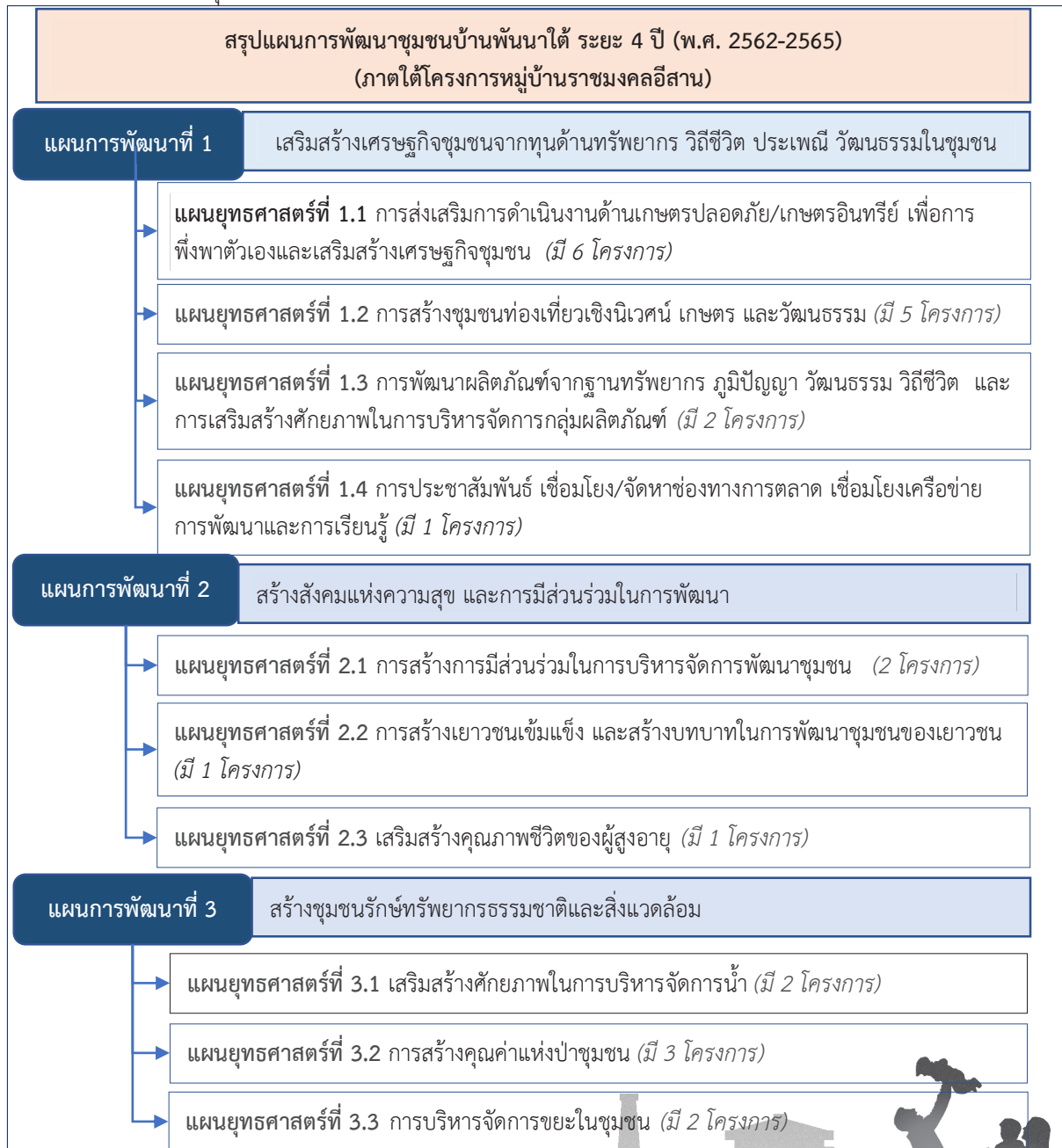
4) สร้างความสามัคคี การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชน

5) สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ชุมชนเป็นที่รู้จักของสังคม

ยุทธศาสตร์-กลยุทธ์-โครงการ

แผนการพัฒนาชุมชนบ้านปันนา ประกอบด้วย

3 แผน 10 แผนยุทธศาสตร์และ 25 โครงการ สรุปดังภาพที่ 6 รายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 6 แผนพัฒนา แผนยุทธศาสตร์ และโครงการต่าง ภายใต้แผนพัฒนาชุมชนบ้านปันนาได้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนบ้านพันนาใต้

จุดเด่น/จุดแข็งของชุมชน	ปัญหา/จุดอ่อนของชุมชน
ด้านกายภาพ <ul style="list-style-type: none">- สถานที่ตั้งชุมชนอยู่ติดถนนหมายเลข 22 เชื่อมโยงจังหวัดอุดรธานี สกลนคร นครพนม ง่ายต่อการเข้าถึงของดินภายนอก- มีระบบสาธารณูปโภคที่สะดวกและทั่วถึง เช่น ไฟฟ้าและประปา- ระบบบริหารคมนาคมที่คนในชุมชนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ในการสื่อสารได้ง่าย เช่น อินเทอร์เน็ต- ประชากรรัฐ หอกระจายข่าวชุมชน ฯลฯ	ด้านกายภาพ <ul style="list-style-type: none">- ตำแหน่งที่ตั้งชุมชน เสี่ยงต่อการเกิดน้ำท่วม- ระบบการกระจายน้ำเพื่อการเกษตรยังไม่ทั่วถึง
ด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรม <ul style="list-style-type: none">- มีกลุ่มหรืออาสาสมัครบริการในชุมชน เช่น อาสาสมัครสาธารณสุข ฯ (อสม.) อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) กลุ่มกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี (คกส.) กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กองทุนหมู่บ้าน ฯลฯ- มีสถานศึกษา สถานพยาบาล ศูนย์เรียนรู้ ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน เพื่อบริการคนในชุมชน- ความสามัคคีกันในชุมชน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และชาติพันธุ์เดียวกัน- โบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณคดีที่สำคัญ เป็นศูนย์รวมความเชื่อและศรัทธาของคนในชุมชน และบุคคลภายนอกชุมชน- มีประเพณี วัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่คนในชุมชนร่วมสืบสานอย่างต่อเนื่อง เช่น “ประเพณีบุญข้าวเจี๋ยกษอน์รักษ์ ปราสาทขอม ออนซอนผ้าคราม” และมีพิธีสืบสานประเพณีตามฮีตสิบสองศอกสิบสี่- มีเสน่ห์ทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตไม่ว่าจะเป็น ภาษา การแต่งกายชนเผ่าลาวอีสานและอาหารพื้นถิ่น	ด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรม <ul style="list-style-type: none">- ปัญหาเยาวชนติดเกมส์ และยาเสพติด- ผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้น ยังขาดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ- คนในชุมชนขาดการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการจัดการขยะในครัวเรือนและในชุมชน- คนในชุมชนมีค่านิยมการดำรงชีวิตแบบคนเมืองมากขึ้น (ทุนนิยม)- การรับรู้ข่าวสารของชุมชนยังมีน้อย/การบริหารจัดการชุมชนยังมีปัญหา- แหล่งโบราณสถาน โบราณคดีที่สำคัญ ขาดการดูแลและบูรณาการอย่างต่อเนื่อง
ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none">- มีแหล่งน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ที่เป็นแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร การบริโภคและอุปโภค เช่น บึงคำอ้อ ห้วยคำอ้อ ห้วยยาม- มีป่าชุมชนที่มีทรัพยากรพันธุ์ไม้ที่หลากหลาย เช่น ป่าเหตาเหมาเมียย ป่าต้นน้ำบึงคำอ้อ ป่าหนองนกเขียน- แคนน้ำ/คนในชุมชนส่วนหนึ่งมีความตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความสนใจปลูกป่าสวนครัว และดูแลป่าชุมชน และรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none">- ป่าไม้หรือทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ถูกทำลายทั้งจากคนในชุมชนและคนนอกชุมชน- การทิ้งขยะในที่สาธารณะหรือป่าชุมชน- มีแหล่งน้ำธรรมชาติหลายแห่งแต่การกระจายทรัพยากรธรรมชาติไม่ทั่วถึง ทำให้บางพื้นที่ขาดน้ำเพื่อการเกษตร- มีป่าชุมชนแต่ยังขาดความเข้าใจในการดูแลรักษา การใช้ประโยชน์ และการบริหารจัดการจัดการป่าและการรักษาสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนบ้านพันนาใต้

จุดเด่น/จุดแข็งของชุมชน

ทางด้านเศรษฐกิจ/อาชีพในชุมชน

- มีการผลิตสินค้าเกษตรที่หลากหลาย มีผลผลิตตลอดทั้งปี
- มีกลุ่มอาชีพในชุมชน เช่น กลุ่มผ้าอ้อมสี่ธรรมชาติ กลุ่มปลูกมะเขือเทศ กลุ่มปลูกยางพารา
- มีสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญา และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่หลากหลาย เช่น ปลาสำลูกแห้งของ เสืออก เกลือต้มโบราณ ผ้าอ้อมสี่ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าคราม ลูกประคบสมุนไพร ฯลฯ
- มีกลุ่มออมทรัพย์เพื่อสนับสนุนการผลิตในชุมชน
- มีจุดเด่นทางด้านอาชีพและกลุ่มอาชีพ สามารถพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ได้

โอกาสในการพัฒนาชุมชน

- 1) มีหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชน เข้าไปสนับสนุนการดำเนินงานของบ้านพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 2) นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 3) นโยบายของรัฐด้านการพัฒนาแหล่งเงินทุนในชุมชน
- 4) นโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 5) เทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ชุมชน

ปัญหา/จุดอ่อนของชุมชน

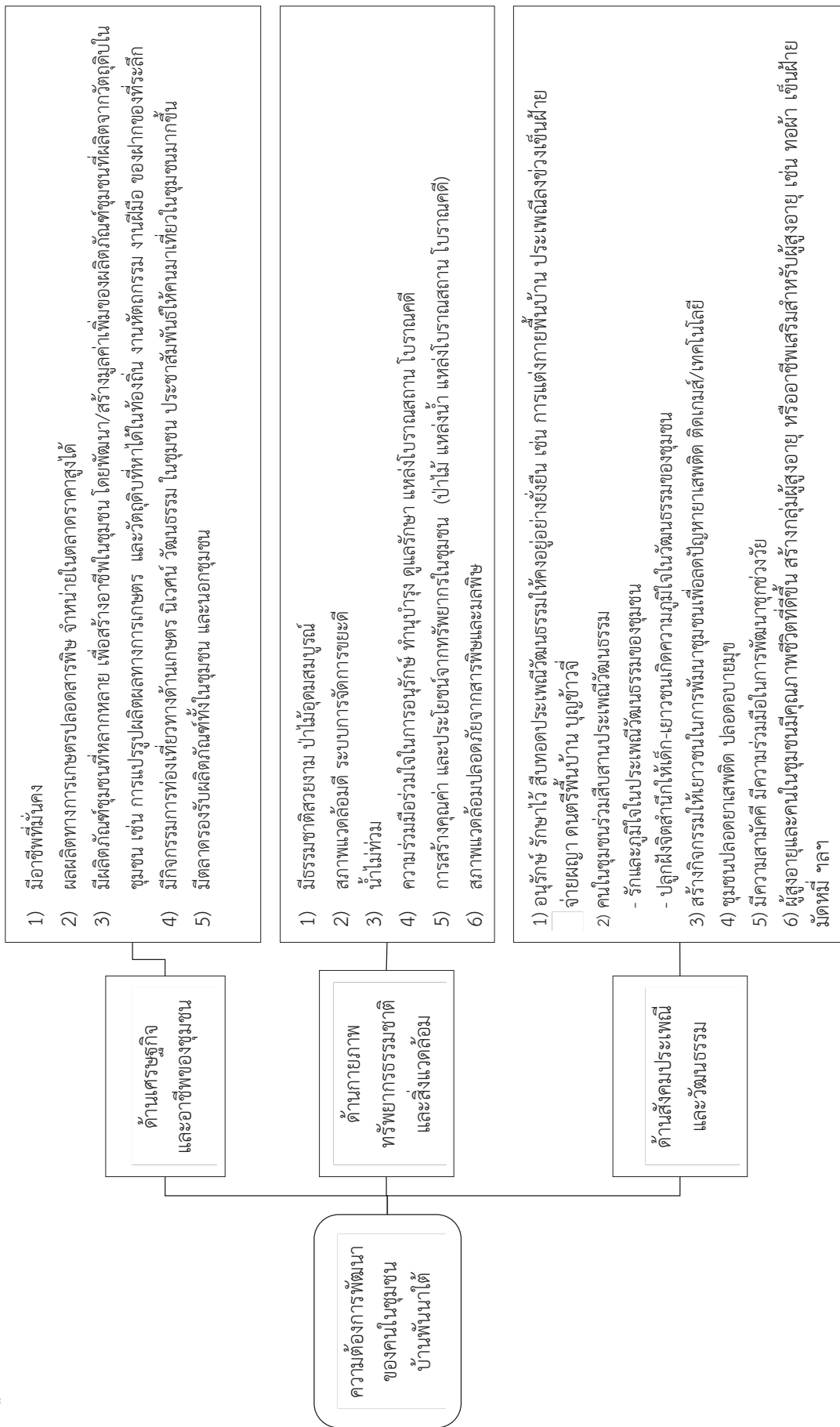
ทางด้านเศรษฐกิจ/อาชีพในชุมชน

- อาชีพหลักในชุมชน เป็นอาชีพด้านการเกษตร ซึ่งยังเป็นระบบเกษตรที่ใช้สารเคมี ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพ และราคาต่ำของผลผลิต ตลอดจนต้องใช้ต้นทุนในการผลิตที่สูง
- ผลผลิตทางด้านเกษตรมีหลากหลาย แต่ช่องทางทางการตลาดสินค้าเกษตรยังมีน้อย
- การรวมกลุ่มชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพยังไม่เข้มแข็ง
- ไม่มีผลิตภัณฑ์ในชุมชนหลากหลาย แต่ขาดการพัฒนาในรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ ตราสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อเชื่อมโยงการตลาดท่องเที่ยว หรือยกระดับคุณภาพสินค้าเพื่อทำการตลาดในระดับที่สูงขึ้น
- การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และอาชีพในชุมชนให้คนรู้จักยังมีน้อย

อุปสรรคในการพัฒนาชุมชน

- 1) ผลผลิตทางการเกษตรที่ตกต่ำ หรือมีความผันแปรสูง ระบบการตลาดที่ขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลาง
- 2) สภาพทางเศรษฐกิจในระดับประเทศส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในหมู่บ้านได้รับผลกระทบเรื่องรายได้และค่าครองชีพที่สูงขึ้น
- 3) รูปแบบการส่งเสริมของภาครัฐที่กระจายไปยังพื้นที่ที่มีลักษณะคล้ายกันจำนวนมาก ทำให้เกิดคู่แข่งทางการตลาดมากขึ้น





ภาพที่ 7 แสดงความต้องการในการพัฒนาชุมชนบ้านพันนาใต้

แผนพัฒนาที่ 1 : เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนจากทุนด้านทรัพยากร วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมในชุมชน มี 3 แผนยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

แผนยุทธศาสตร์ที่ 1.1 : การส่งเสริมการดำเนินงานด้านเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ เพื่อการพึ่งพาตัวเองและเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน มีจำนวน 6 โครงการ

1.1.1 โครงการการอบรม/เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และคุณค่าของการผลิตตามหลักเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง

1.1.2 โครงการการอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ กระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์/เกษตรปลอดภัย (PGS/GAP)

1.1.3 โครงการการส่งเสริมการใช้และการผลิตปุ๋ยชีวภาพ/สารชีวภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มผลผลิต/ลดต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตรในชุมชน

1.1.4 โครงการการสำรวจ/วิเคราะห์ข้อมูลด้านการเกษตรของชุมชน

1.1.5 โครงการการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

1.1.6 โครงการส่งเสริมการสร้างแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรอินทรีย์/เกษตรปลอดภัยในชุมชน

แผนยุทธศาสตร์ที่ 1.2 : การสร้างชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เกษตร และวัฒนธรรม มีจำนวน 5 โครงการ

1.2.1 โครงการจัดทำรูปแบบ/เส้นทาง/กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เกษตร และวัฒนธรรมของชุมชน

1.2.2 โครงการการสร้างองค์กรและการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน

1.2.3 โครงการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน (ไกด์ชุมชน และการบริการการเป็นเจ้าบ้านที่ดี)

1.2.4 โครงการการส่งเสริมฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

1.2.5 โครงการการประชาสัมพันธ์/ทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

แผนยุทธศาสตร์ที่ 1.3 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีชีวิต และ

การเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 2 โครงการ

1.3.1 โครงการการพัฒนา/ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงการท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ)

1.3.2 โครงการส่งเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์/กลุ่มชุมชน (การบริหารองค์การตลาด การเงิน การบัญชี การวิเคราะห์ต้นทุน การตั้งราคาสินค้า ฯลฯ)

แผนยุทธศาสตร์ที่ 1.4 : การประชาสัมพันธ์เชื่อมโยง/จัดหาช่องทางการตลาด และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และการพัฒนา มี 1 โครงการ

1.4.1 โครงการประชาสัมพันธ์ เชื่อมโยงเครือข่าย/จัดหาช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน

แผนพัฒนาที่ 2 : สร้างสังคมแห่งความสุข และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา มี 3 แผนยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

แผนยุทธศาสตร์ที่ 2.1 : การสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพัฒนาชุมชน มีจำนวน 2 โครงการ

2.1.1 โครงการจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านปันนาใต้ ภายใต้โครงการหมู่บ้านราชมงคล

2.1.2 โครงการการถอดบทเรียน/ทบทวนแผนการดำเนินงานประจำปี

แผนยุทธศาสตร์ที่ 2.2 : การสร้างเยาวชนเข้มแข็งและสร้างบทบาทในการพัฒนาชุมชนของเยาวชน 1 โครงการ

2.2.1 โครงการเยาวชน รักและรักษ์ ปันนา

แผนยุทธศาสตร์ที่ 2.3 : เสริมสร้างคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ มี 1 โครงการ

2.3.1 โครงการสานรัก สร้างสุข ผู้เฒ่าวัยเก๋าชาวปันนา

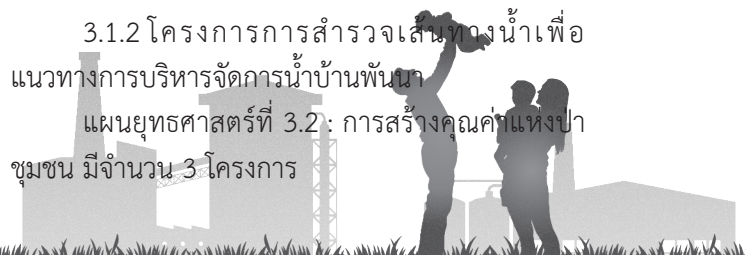
แผนพัฒนาที่ 3 : สร้างชุมชนรักษั้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มี 3 แผนยุทธศาสตร์ประกอบด้วย

แผนยุทธศาสตร์ที่ 3.1 : เสริมสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการน้ำ มีจำนวน 2 โครงการ

3.1.1 โครงการการเสริมสร้างความรู้ด้านการบริหารจัดการน้ำด้วยระบบธนาคารน้ำใต้ดิน

3.1.2 โครงการการสำรวจเส้นทางน้ำเพื่อแนวทางการบริหารจัดการน้ำบ้านปันนา

แผนยุทธศาสตร์ที่ 3.2 : การสร้างคุณค่าแห่งป่าชุมชน มีจำนวน 3 โครงการ



3.2.1 โครงการรักษป่าพินนา (การสำรวจพันธุ์ไม้ และการจัดหาพันธุ์ไม้และปลูกป่าในชุมชน)

3.2.2 โครงการการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ในการบริหารจัดการป่าชุมชนและพัฒนารูปแบบบริหารจัดการป่าชุมชนบ้านพินนา (กฎกติกา แผนการฟื้นฟูอนุรักษ์ ปกป้องป่า)

3.2.3 โครงการรักษต้นไม้ รักษาป่า สร้างคุณค่าจากป่าครอบครัว/ป่าชุมชนในพินนา (ธนาคารต้นไม้)

กลยุทธ์ 3.3 : การบริหารจัดการขยะในชุมชน

3.3.1 โครงการคัดแยกและการจัดการขยะในครัวเรือนเพื่อการสร้างมูลค่าการบริหารจัดการธนาคารขยะในชุมชน การคัดแยกและการจัดการขยะในครัวเรือนเพื่อการสร้างมูลค่า

3.3.2 โครงการบริหารจัดการธนาคารขยะในชุมชน

การนำไปใช้

ผลการศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนบ้านพินนาใต้และหมู่บ้านใกล้เคียง หน่วยงานหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยคณะทำงานได้นำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพินนาใต้ที่ได้ดำเนินการจัดทำขึ้นด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมไปใช้ประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องและนำสู่การบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนา เช่น

- การนำไปใช้โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่ใช้แผนพัฒนาชุมชนของหมู่บ้านพินนาใต้ เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ของหมู่บ้านพินนาใต้ อันจะทำให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ได้ถูกนำมาทบทวนและดำเนินการภายใต้โครงการหมู่บ้านราชมงคลอีสานตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นไป และยังนำไปสู่การบูรณาการด้านการบริการวิชาการ การเรียนการสอน การวิจัยและพัฒนาเชิงพื้นที่ ของบุคลากรในแต่ละคณะของมหาวิทยาลัย เช่น การนำประเด็นปัญหาต่าง ๆ มาเป็นประเด็นการพัฒนาโจทย์การทำโครงการงานของนักศึกษา เป็นต้น

- หมู่บ้านที่สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมของหลายหน่วยงานในด้านการพัฒนา เป็นสถานที่ฝึกนักศึกษาเพื่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยฯ ตลอดจนเป็นประเด็นโจทย์ในการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน ให้สามารถ

แก้ปัญหาของหมู่บ้าน และเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงสาธารณะ ในการศึกษาดูงานให้กับสังคมภายนอกต่อไป

- การนำไปใช้ประโยชน์โดยผู้นำชุมชน คนในชุมชน และองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาร่วมกัน ซึ่งคณะทำงานได้นำเสนอผลการดำเนินการตลอดจนนำเล่มแผนพัฒนาชุมชนมอบให้กับผู้นำและองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นเพื่อเป็นแนวทางในการบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนาต่อไป

- การนำไปใช้ประโยชน์กับหน่วยงานอื่น ๆ หรือผู้สนใจ โดยคณะทำงานได้มอบแผนพัฒนาชุมชนให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้สนใจ เช่น วัฒนธรรมจังหวัด นักศึกษาของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เข้าไปศึกษาดูงานในชุมชน หรือต้องการข้อมูลชุมชน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ในการนำแผนไปใช้ประโยชน์ได้เริ่มดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ในปี 2562 คณะทำงานได้เริ่มดำเนินโครงการหมู่บ้านราชมงคลอีสาน โดยจัดทำข้อเสนอดำเนินโครงการเพื่อภายใต้แผนพัฒนาซึ่งได้พิจารณา ร่วมกับชุมชนตามกรอบระยะเวลาและงบประมาณ เช่น

- โครงการการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและคุณค่าของการผลิตตามหลักเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง

- โครงการพัฒนา/ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เป็นต้น

อภิปรายผล

การจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพินนาใต้ เกิดจากการศึกษาวิเคราะห์ชุมชนในประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม กายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วม ทำให้ทราบสภาพปัจจุบัน จุดแข็ง จุดอ่อน/ปัญหาของชุมชนในประเด็นต่าง ๆ ตลอดจนอุปสรรคและโอกาสในการพัฒนา จนนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพินนาใต้ พ.ศ. 2562 - 2565

การจัดทำแผนพัฒนาชุมชนบ้านพินนาใต้ทำให้คณะทำงานได้เรียนรู้ชุมชน เข้าใจชุมชน เรียนรู้ตัวเอง นำไปสู่การเข้าถึง และพัฒนาตามศาสตร์พระราชานำไปสู่การเข้าถึง และพัฒนาตามศาสตร์พระราชา “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ซึ่งเป็นหลักการทรงงานตามแนวพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 ษัตริย์นักพัฒนา

สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคง เริ่มต้นทำอะไรต้องเข้าใจ ปัญหา เข้าใจหนทางแก้ไข เข้าใจกระบวนการจัดการ และปรับความเข้าใจระหว่างผู้ให้ ผู้รับเสียก่อน ให้เข้าใจซึ่งกันและกัน เมื่อเข้าใจระหว่างกันทุกประการครบถ้วนแล้ว ต้องเข้าใจถึงการกระทำ สร้างความร่วมมือจาก ผู้เกี่ยวข้อง เข้าถึงเครื่องมือเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ และความสามัคคีร่วมใจร่วมใจของผู้ปฏิบัติ ร่วมมือ ร่วมไม้กันทำงาน เมื่อต่างฝ่ายต่างเข้าใจกันแล้ว เข้าถึงกันแล้ว การพัฒนาก็จะดำเนินการไปอย่างยั่งยืน ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการเมือง หากแต่นำไปสู่ความสมดุล มั่นคง และยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2563)

แผนชุมชนที่ได้จากการร่วมคิด ร่วมจัดทำโดยคน ในชุมชนมีความสำคัญ เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการ ขับเคลื่อนผลสำเร็จตามเป้าหมายของชุมชน การร่วมคิด ร่วมค้นหา ร่วมเรียนรู้ของชุมชนเพื่อให้มาซึ่งแผนพัฒนา มีกิจกรรมที่คิดขึ้นมาเพื่อนำสู่การพัฒนาและแก้ปัญหา ของชุมชนอย่างแท้จริง มีการแบ่งหน้าที่ผู้รับผิดชอบใน การประสานงานที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม เพื่อให้สอดคล้อง กับลักษณะของกิจกรรมที่ตั้งไว้ มีการมอบหมายงานตรงกับศักยภาพและความสามารถของบุคคล การกระจาย ทรัพยากรและการให้สมาชิกได้มีส่วนในการดำเนินงาน ต่าง ๆ (ภาสกร นันทพานิช, 2549) ทั้งนี้การดำเนินงาน ตามแผนพัฒนาที่ร่วมคิดร่วมสร้าง จะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับทีมทำงานหลักชุมชน ที่ จะต้องมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นเตือนให้คนในชุมชนตระหนักถึงความ สำเร็จ ของการดำเนินงานตามแผนชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ที่ อยู่นอกชุมชนไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราช มงคลอีสาน หรือ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน อื่น ๆ เป็น เพียงหน่วยงาน หน่วยงานที่คอยให้การสนับสนุนเสริม พลังให้กับชุมชน ไม่ว่าจะในด้านความรู้ และทรัพยากร อื่น ๆ (นงนภัส เทียงกมล, 2551)

ประเด็นที่เกิดผลกระทบต่อชุมชน

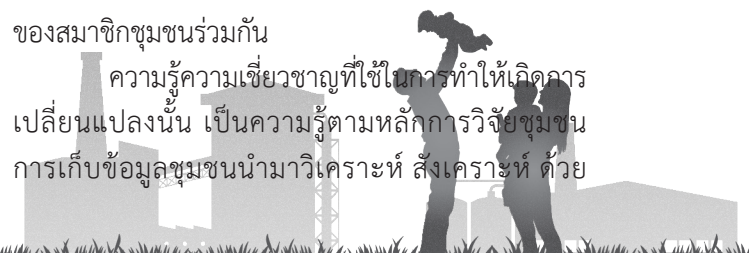
บ้านพันทนาได้เป็นหมู่บ้านที่มีความอุดมสมบูรณ์ ของธรรมชาติ อาชีพของคนส่วนใหญ่ภายในหมู่บ้าน ประกอบอาชีพเกษตรกรรมรายได้จึงมาจากผลผลิต ทางการเกษตรและการรับจ้างภาคเกษตรเป็นหลัก สมาชิกของชุมชนมีอาชีพเสริมเวลาว่าง เช่น การทอผ้า

ทอเสื่อ ไร่ใช้เองยามว่าง เหลือผ้าไว้จำหน่ายบางส่วน เป็นรายได้เสริม มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา แต่ยังไม่มีการรวมกลุ่มด้านอาชีพที่ชัดเจน การจัดทำแผนของหมู่บ้านเป็นแผนที่ผู้นำจัดทำขึ้นเพื่อ ส่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยังขาดแผนเพื่อพัฒนาหมู่บ้าน ให้มีความเป็นอยู่ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ดีขึ้นตามสภาพบริบทจริง

คณะทำงานของหมู่บ้านราชมงคลอีสานได้รับการ ร้องขอจากทางผู้นำหมู่บ้านให้เข้าไปช่วยแนะนำหรือ พา ชาว บ้าน พัฒนา ชุมชน สร้างรายได้เพิ่ม ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขต สกลนคร ดำเนินการพิจารณาตามเกณฑ์ของโครงการ หมู่บ้านราชมงคลอีสานจึงได้เลือกหมู่บ้านพันทนาได้เข้า ร่วมโครงการ “โครงการยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชน บ้านพันทนาได้แบบมีส่วนร่วม” และได้เริ่มดำเนินการ ตามกระบวนการวิจัยชุมชน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ศึกษาสภาพแวดล้อมของชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น ด้าน เศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านกายภาพและ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ประกอบด้วยกิจกรรมการศึกษา บริบทชุมชน กิจกรรมการประชุมตรวจสอบข้อมูล กิจกรรมการระดมความคิดเพื่อพัฒนาแผนของหมู่บ้าน จากจำนวนสมาชิกของหมู่บ้านทั้งหมด 519 คน มีตัวแทนจากชุมชนเข้าร่วมการประชุมกว่า 100 คน ภาพรวมของการทำกิจกรรมที่คณะทำงานดำเนินการ โดยรวมได้รับความร่วมมือจากคนภายในชุมชนเป็น อย่างดี

กระบวนการที่ดำเนินการจึงทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น มีกระบวนการพบปะพูดคุยกันของ สมาชิกภายในหมู่บ้านเพิ่มขึ้น สร้างกระบวนการคิด แนวทางพัฒนาชุมชนจากการวิจัยชุมชน มีการร่วมกัน วิเคราะห์ข้อมูลของชุมชน เกิดความร่วมมือภายในชุมชน ด้วยกระบวนการประชุมอย่างมีส่วนร่วม ใช้การศึกษา ดูงานแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อสร้างเสริมความ เข้าใจกระบวนการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และให้ชุมชน มองเห็นภาพอนาคต เพื่อกำหนดแนวทางจัดทำแผน ชุมชนด้วยคนในชุมชน จึงเกิดแผนของชุมชนจากการ ร่วมกันคิดร่วมกันพิจารณาและร่วมกันเขียน เป็นผลงาน ของสมาชิกชุมชนร่วมกัน

ความรู้ความเชี่ยวชาญที่ใช้ในการทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงนั้น เป็นความรู้ตามหลักการวิจัยชุมชน การเก็บข้อมูลชุมชนนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ด้วย



กระบวนการวิจัย ร่วมกับความเชี่ยวชาญแบบสหวิทยาการ ในการบริหารจัดการ องค์ความรู้ด้าน เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ ที่นำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนบ้านปันนาได้ โดยผลลัพธ์ของการดำเนินโครงการในช่วงปีแรก จะใช้ความรู้ด้านสังคมร่วมกับการบริหารจัดการ และกระบวนการวิจัย ได้ผลลัพธ์เป็นแผนชุมชนแบบมีส่วนร่วม (ภาสกร นันทพานิช, 2549, ศิริพร เลิศยิ่งยศ, 2557)

จากแผนการพัฒนาชุมชน 3 แผน ซึ่งมีแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงาน 10 และ 25 โครงการ คาดการณ์ว่าจะนำพาให้ชุมชนได้ปรับวิธีการทำงานบางอย่าง เริ่มทำบางกิจกรรมใหม่ตามแผนงานที่วางไว้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะมีการประเมินผลจากกระบวนการถอดบทเรียนเพื่อปรับปรุงการทำงานทุกสิ้นปี ทั้งนี้ผลงานที่ได้ในปัจจุบันคือ แผนของชุมชนซึ่งชุมชนกำลังจะดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนและกรอบเวลาที่ได้วางไว้ (ระยะเวลาดำเนินโครงการปี พ.ศ. 2562 - 2565) ทั้งนี้จำเป็นต้องนำความรู้ความเชี่ยวชาญในเชิงสหวิทยาการเพื่อการขับเคลื่อนแผนพัฒนาชุมชนให้บรรลุตามเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการท่องเที่ยว ด้านบริหารจัดการ แหล่งน้ำ ด้านเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านบริหารจัดการ ด้านบริหารผู้สูงอายุ ฯลฯ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

การประเมินผลต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในกระบวนการดำเนินงานช่วงแรกนี้ คือผลลัพธ์ก่อให้เกิดพลังความร่วมมือภายในชุมชน เกิดการรวมตัวนำกิจกรรมที่ชุมชนคาดหวังว่าจะส่งผลต่อการพัฒนาของชุมชน

แนวทางการติดตามและธำรงรักษาพัฒนาการที่เกิดขึ้นให้คงอยู่ต่อไป จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้คณะทำงานได้มีการวางแผนการประเมินติดตามผลหมู่บ้านทุกปีด้วยการถอดบทเรียนของชุมชนเพื่อสรุปทำงานในรอบปีมีการวิเคราะห์การดำเนินงานของคนในชุมชนร่วมกัน ซึ่งชุมชนจะได้ทราบสถานการณ์ของตนเองและพิจารณาการปรับปรุงกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อไปดำเนินการในปีถัดไป

บรรณานุกรม

กรมการพัฒนาชุมชน . 2550. แนวทางการพัฒนาคุณภาพแผนชุมชน. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.

นงนภัส เทียงกมล. 2551. การวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาสกร นันทพานิช. 2549. การศึกษาชุมชนเพื่อการวางแผนพัฒนาการเกษตร. อุบลราชธานี : คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ศิริพร เลิศยิ่งยศ. 2557. โครงการจัดทำแผนชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านโคกแฝก ตำบลขามทะเลสอ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา. Naresuan University Journal: Science and Technology (NUJUST), [S.l.], v. 21, n. 1, p. 93-106, Oct. 2014. ISSN 2539-553X.

สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ .2563. กษัตริย์นักพัฒนา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กับแนวทางการสร้างความสมดุลในการพัฒนา. [ออนไลน์] ได้จาก : <http://www.rdpb.go.th/th>

Narayanasamy, N. 2009. Participatory Rural Appraisal: Principles, Methods and Application: SAGE Publications. [ออนไลน์] ได้จาก: หรือ Available at: แหล่งที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต

Selener, D. 1997. Participatory action research and social change. Ithaca, NY, USA: The Cornell Participatory Action Research Network, Cornell University.

คุณภาพการบริการของธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักศึกษาหลังการใช้บริการบ้าน
เช่าในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
Business Service Quality Affecting Student Behavior After Staying in
The Lodging House in Mueang District, Chonburi Province.

เสาวณีย์ คงเจริญพร^{1*} ชลธิศ ดาราวงษ์²
Saowanee Kongcharaenporn^{1*} Chonlatis Darawong²

¹นักศึกษา สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

²รองศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

*e-mail: m.saowanee107@gmail.com, chonlatis@gmail.com โทรศัพท์ 0891243232

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมหลังการเช่าบ้าน ในจังหวัดชลบุรี เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจบ้านเช่า จำแนกโดยปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการของธุรกิจบ้านเช่า ที่มีต่อระดับพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้เช่าใน จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้คือ ผู้เช่าบ้านเช่าในจังหวัดชลบุรี จำนวน 399 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามแบบมาตรา 4 ส่วน ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวนและการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมโดยรวมของผู้เช่าบ้านเช่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, $SD = 0.52$) คุณภาพการบริการของธุรกิจบ้านเช่า แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ รายได้ต่อเดือน ชั้นปีที่กำลังศึกษา คณะที่กำลังศึกษาและท่านเช่าบ้านหลังนี้มานานแค่ไหน คุณภาพการบริการของธุรกิจบ้านเช่าที่มีต่อระดับพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านการตอบสนอง ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกและด้านการดูแลเอาใจใส่

คำสำคัญ คุณภาพบริการ, บ้านเช่า, พฤติกรรมหลังการใช้บริการ

Abstract

The objectives of this research are to study the level of lodging behavior in Chonburi province. to compare the level service quality of lodging house business in Chonburi province by personal factors, and to examine the influence of service quality on the behavior of lodging house business in Chonburi province. Sample tenant in Chonburi province. Tools used in data collection of this research was questionnaire. Statistics were percentage, average mean, standard deviation, analysis variance and multiple regression analysis.

The results showed that the level of students in post - usage behavior was moderate ($\bar{X} = 3.27$, $SD = 0.52$). Quality service of lodging house business in Chonburi province. was different due to demographic factors in terms of age monthly income year of study faculty currently studying and rental period. Quality service of lodging house business affecting of behavior were process, response, external environment, care.

Keywords Service quality, Lodging house, Behavior after using

บทนำ

บ้านพักอาศัย ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต ของมนุษย์ ซึ่งที่อยู่อาศัยจะมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนารูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมที่แตกต่างกันของคนในยุคปัจจุบัน จากที่สังคมไทยมีการพัฒนาด้านการศึกษา เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมนั้น ทำให้มนุษย์มีการโยกย้ายถิ่นฐานที่อยู่อาศัยตลอดเวลาตามภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มขึ้นของประชากร และการขยายตัวของความเจริญในเมืองย่อมส่งผลให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนไปจากเดิมผู้บริโภคมักมีความพยายามเลือกที่อยู่อาศัยเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเองและครอบครัว จึงทำให้เกิดแนวคิดในการสร้างที่อยู่อาศัยให้กับกลุ่มคนประเภทต่าง ๆ ซึ่งรูปแบบของที่อยู่อาศัยมีความหลากหลายมากขึ้น ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม แมนชั่น หอพัก บ้านเช่า และอะพาร์ตเมนต์ เป็นต้น

สำหรับกลุ่มคนประเภท นักศึกษานั้นก็ย่อมมีความต้องการที่อยู่อาศัยในช่วงระยะเวลาของการเรียนในมหาวิทยาลัยที่แตกต่างจากกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ซึ่งนักศึกษาที่ต้องการหาที่พักอาศัยส่วนใหญ่มีมาจากต่างจังหวัดหรือต่างอำเภอ ดังนั้นหอพัก จึงเป็นอีกทางเลือกอย่างหนึ่ง ที่สำคัญ แต่สำหรับนักศึกษาที่มีกำลังทรัพย์น้อยนั้นได้จับกลุ่มเพื่อนๆ เพื่อลดค่าใช้จ่ายการเดินทางจากบ้านไปยังสถาบันการศึกษา

จากงานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทหอพักนักศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี (ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล, 2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ฝนทิพย์ วงศ์สุภาชาติ, 2558) การตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน (ธนิชพร เลิศเดชเดชา, 2557) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง นอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (จตุจักร) และสถานี่ขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (ถนนบรมราชชนนี) (ดวงสมร เนียมมันต์,

2555) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้เช่าบ้านเช่าใน จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การบริการของธุรกิจบ้านเช่าต่อไป โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมหลังการใช้บริการบ้านเช่าในจังหวัดชลบุรี 2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการบ้านเช่า จำแนกโดยปัจจัยส่วนบุคคล 3. เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการของบ้านเช่าในจังหวัดชลบุรีที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการบ้านเช่า ส่วนขอบเขตของการวิจัยคือ 1. ศึกษาถึงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เช่าที่ใช้บริการบ้านเช่า ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 2. ศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เช่าที่ใช้บริการบ้านเช่าในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (population and sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้เช่าที่ใช้บริการบ้านเช่า ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

วิธีการดำเนินวิจัย

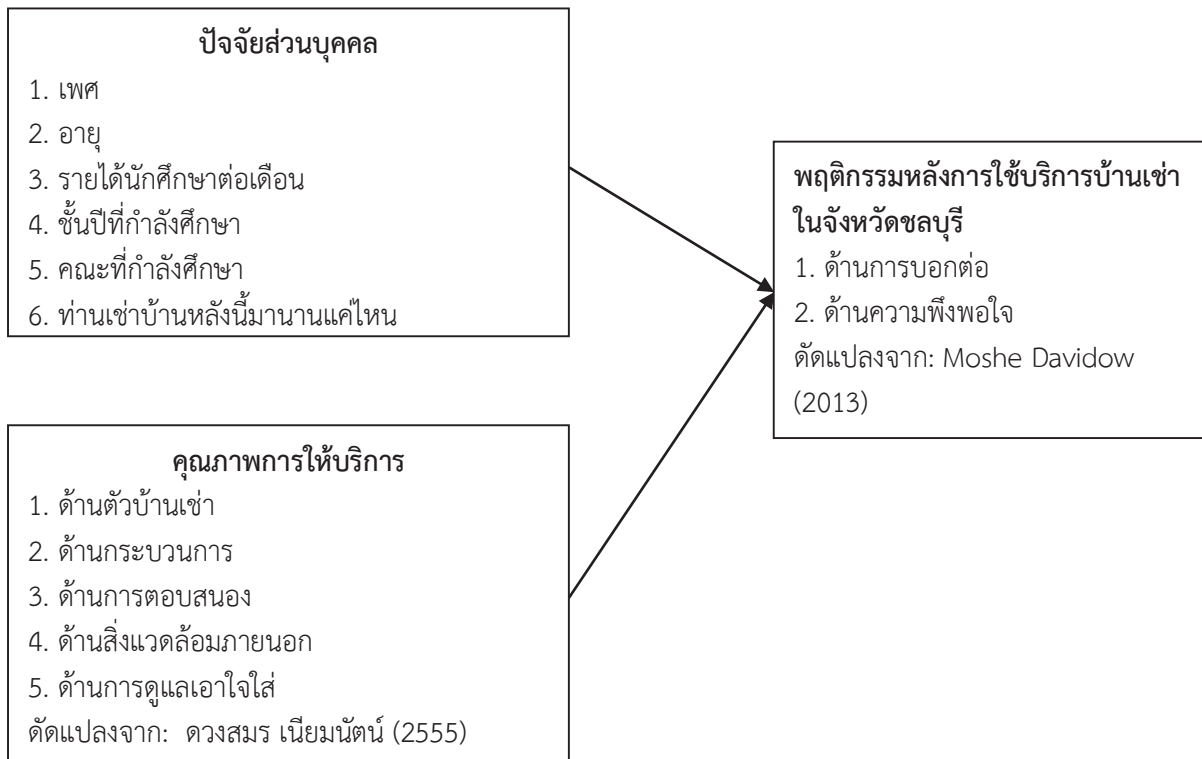
ในการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการมีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้เช่าบ้านเช่าในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (documentary study) โดยการศึกษารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการศึกษาให้สมบูรณ์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ศึกษาจากกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบวัดผลเป็นการศึกษาระยะสั้นที่จุดเวลาใดเวลาหนึ่งโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และใช้วิธีให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (self-administered questionnaire) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากที่สุด โดยดัดแปลงข้อคำถามด้านคุณภาพการให้บริการจาก ดวงสมร เนียมมันต์ (2555)

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบสะดวก (convenience sampling) โดยสุ่มจากกลุ่มลูกค้าที่เช่าบ้านเช่า ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ให้ได้ตามจำนวนที่กำหนด

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น (independent analysis)

ตัวแปรตาม (dependent analysis)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (n=399)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	113	28.3
หญิง	286	71.7
2. อายุ		
18-20 ปี	161	40.4
21-23 ปี	79	19.8
มากกว่า 23 ปี	159	39.8
3. รายได้นักศึกษาต่อเดือน		
5,001 – 7,000 บาท	28	7.0
7,001 – 9,000 บาท	105	26.3
มากกว่า 9,001 บาท	266	66.7
4. ชั้นปีที่กำลังศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	40	10.0

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 2	136	34.1
ชั้นปีที่ 3	106	26.6
ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไป	117	29.3
5. คณะที่กำลังศึกษา		
บริหารธุรกิจ	22	5.5
บัญชี	33	8.3
ศิลปศาสตร์	161	40.4
นิเทศศาสตร์	183	45.9
6. ท่านเช่าบ้านหลังนี้มานานแค่ไหน		
1 ปี	188	47.1
2 ปี	83	20.8
3 ปี	93	23.3
4 ปี	35	8.8

จากตารางที่ 1 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.7 มีอายุอยู่ในช่วง 18-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.4 มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 9,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 34.1 ศึกษาอยู่คณะนิเทศศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 45.9 และเช่าบ้านหลังนี้มานาน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.1

ผลการวิจัยระดับคะแนนปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของบ้านเช่า ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนด้านการดูแลเอาใจใส่ มากที่สุด

(\bar{X} = 3.39) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (\bar{X} = 3.31) ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก (\bar{X} = 3.30) ด้านตัวบ้านเข้ากับด้านการตอบสนอง (\bar{X} = 3.29) ตามลำดับ

สถิติเชิงอนุมาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมหลังการใช้บริการบ้านเช่า ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยสามารถแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมหลังการใช้บริการบ้านเช่า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรมหลังการใช้บริการบ้านเช่า	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	รายได้ต่อเดือน	ชั้นปีที่กำลังศึกษา	คณะที่กำลังศึกษา	เช่าบ้านหลังนี้มานานแค่ไหน
ค่าสถิติ t หรือ F	-1.05	32.44*	23.28*	10.15*	19.03*	16.32*
ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม		18-20 ปี	5,001-7,000	ชั้นปีที่ 1	บริหารธุรกิจ	1 ปี
		(\bar{X} = 3.35)	(\bar{X} = 3.71)	(\bar{X} = 3.28)	(\bar{X} = 3.88)	(\bar{X} = 3.10)
		21-23 ปี	7,001-9,000	ชั้นปีที่ 2	บัญชี	2 ปี
		(\bar{X} = 3.56)	(\bar{X} = 3.05)	(\bar{X} = 3.24)	(\bar{X} = 3.54)	(\bar{X} = 3.53)
	มากกว่า 23 ปี	มากกว่า 9,001	ชั้นปีที่ 3	ศิลปศาสตร์	3 ปี	
	(\bar{X} = 3.05)	(\bar{X} = 3.32)	(\bar{X} = 3.48)	(\bar{X} = 3.13)	(\bar{X} = 3.38)	
			ชั้นปีที่ 4	นิเทศศาสตร์	4 ปี	
			(\bar{X} = 3.12)	(\bar{X} = 3.28)	(\bar{X} = 3.32)	

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน ชั้นปีที่กำลังศึกษา ขณะที่กำลังศึกษา เข้าบ้านหลังนี้มานานแค่ไหน จะมีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ของผู้เช่า บ้านเช่า ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้เช่าที่มีอายุ 21-23 ปี มีพฤติกรรมหลังการใช้บริการมากกว่าผู้เช่าที่มีอายุ 18-20 ปี ผู้เช่าที่มีรายได้ 5,001-7,000 บาท มีพฤติกรรมหลังการใช้บริการมากกว่าผู้เช่าที่มีรายได้ มากกว่า 9,001 บาท ผู้เช่าที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 มีพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

มากกว่าผู้เช่าที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 กำลังศึกษาขณะบริหารธุรกิจ มีพฤติกรรมหลังการใช้บริการมากกว่าผู้เช่าที่กำลังศึกษาขณะบัญชีและเข้ามานานาน 2 ปี มีพฤติกรรมหลังการใช้บริการมากกว่าผู้เช่าที่เข้าบ้านหลังนี้มานาน 3 ปี

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของบ้านเช่าจะมีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้เช่าที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยสามารถแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้เช่า

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	
	B	t
ด้านกระบวนการ	0.22	3.96*
ด้านการตอบสนอง	0.28	5.37*
ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก	0.18	2.66*
ด้านการดูแลเอาใจใส่	0.70	12.68*

$R^2 = 0.79$ * $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของธุรกิจบ้านเช่าในจังหวัดชลบุรี ที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้เช่าบ้านตามลำดับ ดังนี้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

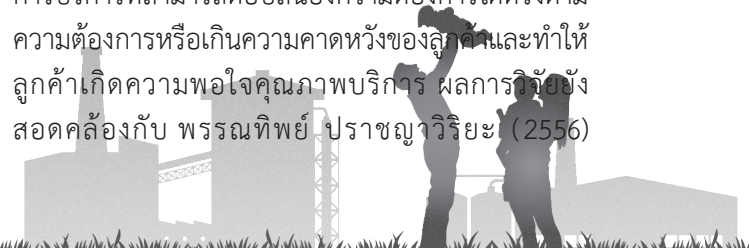
ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้เช่าที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักแตกต่างกัน เช่น อายุแตกต่างกัน มีมุมมองในการเลือกหอพักแตกต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ย่อมส่งผลในการเลือกหอพักแตกต่างกันอย่างแน่นอน

การอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมหลังการใช้บริการบ้านเช่า ในจังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการของธุรกิจบ้านเช่า ในจังหวัดชลบุรี ที่มีต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้เช่าบ้าน ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการของบ้านเช่า ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก ด้านตัวบ้านเช่า และด้านกระบวนการ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ สุพรรณณี อินทร์แก้ว (2555) การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจคุณภาพบริการ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับ พรพรรณทิพย์ ปราชญาวิริยะ (2556)

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจบ้านเช่า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ชั้นปีที่กำลังศึกษา ขณะที่กำลังศึกษาและท่านเช่าบ้านหลังนี้มานานแค่ไหน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมหลังการใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบ้านเช่า แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ผลการวิจัยสอดคล้องกับชัชวาล เวศย์วรุตม์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัย



คุณภาพการบริการของโรงแรมบุญเพลส จังหวัดเลย กล่าวถึงคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ ผู้ใช้บริการว่าโรงแรมมีระบบความปลอดภัยที่ดีและมี กล้องวงจรปิดทางเข้า ออก และบริเวณทางเดินและ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการว่า พนักงาน ให้บริการที่ดีกับผู้ใช้บริการทุกคนโดยไม่เลือกปฏิบัติและ พนักงานเอาใจใส่รายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่จะทำ ให้ลูกค้าพอใจและผลงานวิจัยของ นินา ตั้งเสงี่ยมวิสัย (2553) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแมนชั่น ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี กล่าวถึง ด้านการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าว่า ลูกค้าสามารถ ติดต่อเข้ารับบริการได้สะดวกรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการ ให้บริการของธุรกิจบ้านเช่าที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการ ใช้บริการ พบว่า นักศึกษาที่เช่าบ้านเช่าจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านตัวบ้านเช่า ด้าน กระบวนการ ด้านการตอบสนอง ด้านสิ่งแวดล้อม ภายนอกและด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในเกณฑ์ปาน กลาง ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่า ผู้ใช้บริการ บ้านเช่ามีพฤติกรรมหลังการให้บริการน้อยที่สุดในเรื่อง ของ มีพนักงานรักษาความปลอดภัย ดังนั้นผู้ทำธุรกิจ บ้านเช่าควรจัดระบบควบคุมความปลอดภัยในการ เข้า - ออกห้องพัก ตลอด 24 ชั่วโมงและจัดตั้งศูนย์บริการ รับแจ้งเหตุร้องทุกข์เพื่อรับเรื่องร้องเรียนของผู้เช่า เพื่อเป็นหลักประกันแก่ผู้เช่าได้มั่นใจว่าผู้เช่าได้พักใน สถานที่ที่เหมาะสม มีบริการที่ดี และมีความปลอดภัยต่อ การใช้ชีวิตในบ้านเช่า

2. ด้านการตอบสนอง พบว่า ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการทุกคนโดยไม่เลือก ปฏิบัติ และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการทุกคน ใน เรื่องการบริการที่สามารถจองห้องพักได้อย่างสะดวก และรวดเร็วพนักงานสามารถให้บริการห้องพักที่พร้อม ให้บริการตรงตามกำหนดที่ตกลงกันได้และพนักงาน สามารถอธิบายรายละเอียดขั้นตอนการใช้บริการให้แก่ ผู้รับบริการได้อย่างชัดเจน

3. ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก พบว่า ผู้ใช้บริการบ้านเช่ามีพฤติกรรมหลังการให้บริการน้อย ที่สุดในเรื่องที่พักตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยและสถานที่

ทำงานจะเห็นได้ว่าการลงทุนทำธุรกิจบ้านเช่า ทำเล ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมในบริเวณที่ใกล้กับที่ตั้งถือเป็น ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการ บ้านเช่าควรมีที่ตั้งโครงการอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ สถานประกอบการขนาดใหญ่และมีพนักงานเป็นจำนวนมาก อาทิ มหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า หรือโรงงานจะ ทำให้หอพักมีโอกาสประสบความสำเร็จในการ ดำเนินงานได้มากขึ้น เพราะบ้านเช่าจะมีโอกาสได้กลุ่ม พนักงานของสถานประกอบการเหล่านี้เป็นลูกค้าหลัก ของกิจการ

4. ด้านตัวบ้าน พบว่า ผู้ประกอบการ บ้านเช่าควรให้ความสำคัญกับบ้านพัก โดยบ้านพักต้องมี ระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ราคาห้องพักมี ความเหมาะสมในระดับที่นักศึกษาสามารถจ่ายได้ ทางเข้าบ้านพักควรมีขนาดกว้างขวางและเชื่อมต่อกับ เส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทาง พนักงานต้องมีความกระตือรือร้นมีใจรักในการบริการและมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี บ้านพักต้องพยายามสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือรวมถึงความถูกต้อง แม่นยำในการส่งมอบบ้านพักและบริการผู้เช่า บ้านพัก ควรปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความเสถียรและ รวดเร็วในการเข้าถึง เนื่องจากในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมี ความสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เช่น การสื่อสาร การหาข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นต้น และบริเวณด้านหน้าบ้านพักควรมีไฟส่องสว่างที่ มีความสว่างเพียงพอ เพื่อความปลอดภัยในเวลา กลางคืน เนื่องจากในปัจจุบันมีอาชญากรรมเกิดขึ้นเป็น จำนวนมาก ส่งผลให้ความปลอดภัยเป็นสิ่งหนึ่งที่ นักศึกษาให้ความสำคัญในการตัดสินใจเช่าบ้านพักแห่งนี้

5. ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ใช้บริการ บ้านเช่ามีพฤติกรรมหลังการให้บริการน้อยที่สุดในเรื่อง ของ กฎระเบียบข้อบังคับมีความเหมาะสม ดังนั้น ผู้ทำ ธุรกิจบ้านเช่าควรมีการจัดประชุม หรือ พูดคุยกับผู้เช่า เพื่อแก้ปัญหากฎข้อบังคับให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ผู้ประกอบการก็ไม่ควรละเลย ตามข้อมูลที่พิจารณาเป็น รายชื่อ ระบุว่า นักศึกษาที่เช่าบ้านพักให้ความสำคัญกับ การที่หอพักมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลและให้คำแนะนำ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้เช่าหอพักมากที่สุด ซึ่งการ ที่เจ้าหน้าที่ประจำคอยดูแลและให้บริการแก่ผู้เช่า สามารถตอบคำถามแก่ผู้ที่สนใจเช่าบ้านพักได้โดย ละเอียดนั้น

การนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาคณาคุณภาพบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการเช่าบ้านพัก พบว่า การดูแลเอาใจใส่กับการตอบสนองสิ่งแวดล้อมภายนอกและกระบวนการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการบอกต่อของผู้เช่าบ้านพักที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด และผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับพฤติกรรมดังกล่าวที่ 3 ที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้วทำให้ทราบถึงคุณภาพการบริการมีผลต่อพฤติกรรมของผู้เช่าบ้านแห่งนี้ อย่างมีนัยยะสำคัญ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก มีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการจากข้อมูลตรงส่วนนี้สามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ของทางผู้ประกอบการบ้านเช่าได้ โดยสถานที่ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่าจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนปรับปรุงสถานที่พักและพัฒนาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกบริเวณบ้านพักให้สวยงามอยู่เสมอโดยมีการพัฒนาในเรื่องของอาคารสถานที่ความสะอาด รวมถึงที่จอดรถ การจัดสถานที่ให้มีความสะดวกรวดเร็วในการที่จะมาติดต่อสอบถามที่พักนอกจากนี้ยังสามารถนำ เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจและความต้องการที่จะต่อสัญญาเช่าของลูกค้าย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ในขณะที่เดียวกันก็สามารถเพิ่มปริมาณฐานของลูกค้าที่จะเข้ามาทำการเช่าบ้านและต่อสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 93.00 จากฐานลูกค้าเดิมที่มีอยู่

ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการและมีผลต่อความพึงพอใจ

ของเช่าเช่นกัน จากข้อมูลตรงส่วนนี้สามารถนำมาใช้ ในการวางแผนการจัดการของผู้ประกอบการบ้านเช่าได้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้เช่า มีความต้องการอยากที่จะเช่าบ้านต่อ เพราะพนักงานที่ดูแลบ้านเช่ามีใจรักในการบริการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการส่งผลให้การดำเนินงานของบ้านเช่าได้ร้อยละ 97.00

ดังนั้น ผู้ประกอบการบ้านเช่าควรให้ความสำคัญกับเรื่องของการสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นให้กับผู้เช่าด้วยการเอื้อสิ่งอำนวยความสะดวกและเพิ่มการจัดสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกบ้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล (2558) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ประกอบด้วยกระบวนการรักษาความสะอาดที่มีคุณภาพ อากาศโปร่งถ่ายเทได้ดี สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ ความกว้างของทางเดินในบริเวณที่พักมีขนาดที่เหมาะสม มีการตกแต่งบริเวณอย่างเป็นสัดส่วน บริเวณรอบ ๆ มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย สภาพแวดล้อมของที่พักมีความปลอดภัยสูง เช่น เพิ่มการติดตั้งกล้องวงจรปิดทั้งภายในบริเวณบ้านเช่าและถนนทางเข้าบ้านพัก การสร้างความผูกพันของเจ้าของบ้านเช่ากับผู้เช่าให้มากขึ้นเวลาผู้เช่ามีปัญหาสามารถพูดคุยปรึกษาได้และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สร้างความไว้วางใจกันทั้งฝ่ายเจ้าของบ้านเช่ากับผู้เช่าบ้านถ้ามีความไว้วางใจกันเชื่อใจอยู่กันแบบพี่แบบน้องมีอะไรสามารถช่วยเหลือกันได้



ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างของบ้านเช่าในปัจจุบันหลังจากปรับปรุงและดูแลความสะอาด และเพิ่มเสาสัญญาณอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงให้มีความเสถียรและรวดเร็วในการเข้าถึง



ภาพที่ 3 การจากกล้องวงจรปิดในสถานประกอบการบ้านเช่าที่ได้ติดตั้งไว้เพื่อความปลอดภัยของผู้เช่า
ตลอด 24 ชั่วโมง

บรรณานุกรม

ชัชวาล เวศย์วรุฒม์. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดวงสมร เนียมมันต์น. 2555. พฤติกรรมการใช้บริการและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (จตุจักร) และสถานีขนส่งโดยสารกรุงเทพฯ (ถนนบรมราชชนนี). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิชาเอกการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ธนัชพร เลิศเดชเดชา. 2557. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติ. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พรรณทิพย์ ปราชาภูวารีรัช. 2557. คุณภาพการบริการของโรงแรมบุญเพลส จังหวัดเลย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาดูแลการ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตขอนแก่น.

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล. 2556. ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นีนานี้ ตั้งเสียมวิสัย. 2553. คุณภาพการให้บริการของ
ธุรกิจแมนชั่นในเขตเทศบาลนคร
อุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี, 2553)
สุพรรณณี อินทร์แก้ว. 2555. หลักการตลาด. บริษัท
ทริปปี้ล เอ็ดดูเคชั่น จำกัด

Moshe Davidow. 2013. The A - Craft model
of organizational responses to customer
complaints and their impact on
Post - Complaint customer behavior.
Journals.sagepub.com, January 2014,
Volume. 27, 70-89





การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ “คองคูน”

Development of Organic Rice Product Packaging and Branding “Khong Khung”

ดุษฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง^{1*} พรทิพย์ รอดพัน² สิริภัก ฤทธิ์น้ำคำ³ เพลงพิน เพียรภูมิพงศ์⁴ อนิวรรณ หาสุข⁵
จिरายุส วรรัตน์โกคา⁶ น้ำฝน สามสาลี⁷ ชมภูณูช ฮ่องลา⁸ และ สุมาลี มุสิกา⁹
Dusadee Telmtes Boonmasongsung^{1*}, Porntip Rodpon², Siripuk Ritnamkam³
Plengpin Pianpumepong⁴ Aniwat Hasook⁵ Jirayus Woraratphoka⁶ Namfon Samsalee⁷
Chompoonuch Khongla⁸ and Sumalee Musika⁹

¹⁻² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตนครราชสีมา

³ อาจารย์ คณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

⁵ อาจารย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

⁶⁻⁹ อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

¹ Affiliation (Dusadee T. Boonmasongsung, University of Technology Isan. Nakorn Rachasrima Campus)

E-mail : ajandusadee@gmail.com , skycrow_ann@hotmail.com, 0815-4765-52

บทคัดย่อ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลินครคอง เป็นการรวมตัวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ในหมู่บ้านตลุกม่วง ที่ต้องการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากข้าวอินทรีย์ที่ตนเองปลูกและแปรรูปเป็นข้าวสาร เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น และมีรายได้เพิ่มกลับมายังกลุ่มวิสาหกิจฯ โดยมีนางฐิติรัตน์ วิลแลน เป็นผู้เริ่มก่อตั้ง เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 การศึกษาครั้งนี้เป็นการแก้ปัญหาการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างแบรนด์ โลโก้ สโลแกน และบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น เกิดการรับรู้ข้อมูลที่ดียิ่งขึ้นไปยังผู้บริโภค รวมถึงสามารถนำไปจำหน่ายในช่องทางการตลาดได้เพิ่มมากขึ้น ด้วยกระบวนการพัฒนาวิจัยซึ่งเป็นการศึกษาแบบผสมผสานระหว่างการศึกษเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจข้าวหอมมะลินครคอง จำนวน 57 คน และในส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การจัดสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีทั้งสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย ได้พบว่า การสร้างโลโก้กลุ่มวิสาหกิจข้าวหอมมะลินครคอง แบรนด์ “คองคูน” ที่ได้ทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในนามกลุ่มวิสาหกิจฯภายใต้สโลแกน “สุขภาพดีเริ่มที่ข้าว” การตุนสัญลักษณ์และคำขวัญของกลุ่มวิสาหกิจฯ ฉลากข้าวกล้อง ข้าวหอมมะลิ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ และบรรจุภัณฑ์ข้าวเพื่อเป็นของที่ระลึก 1 ชิ้น โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจในภาพรวมของฉลากข้าวคองคูน ในระดับค่าเฉลี่ย 4.53 บรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.75 และบรรจุภัณฑ์นำเสนอข้อมูลได้ครบถ้วน อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 4.13

คำสำคัญ: ข้าวอินทรีย์, บรรจุภัณฑ์, วิสาหกิจชุมชนนครคอง

Abstract

Nakorn Kong Jasmine rice community enterprise is a group of rice farmers in Talukmuang village, Kong district in Nakornratchasima Province. They needed to change their community business from dried organic paddy Jasmine rice selling to milled rice since May 18, A.D. 2016 lead taken by Mrs. Thitirat Willan.

This research aim developing marketing and branding such as : logo and packaging to access the right health – conscious customer base and also enhance marketing channels. The research combined both qualitative and quantitative methodologies random sampling was used on 57 members of Jasmine rice community and 400 residents from Muang district, Nakornratchasima Province. Where interviews, group discussions, and questionnaires were used. The summary data and content analysis were executed by descriptive statistics such as frequency, percentage, and average.

The result of research showed that the new logo of organic Jasmine rice Nakon Kong under new brand “Khong Khun” had to be patented as trademark slogan “healthy beings from rice”, using cartoon symbols and the motto of Khong Khun Jasmine rice community enterprise. Brown rice, Jasmine rice and riceberry were labeled and a new appealing packaging for souvenir product was also developed.

The overall result of customer satisfaction survey showed. 4.53/5.00 for new branding and labeling, the unique package showed 4.75/5.00 (highest) and the letter information which was printed on the packaging showed 4.13/5.00 (lowest)

Keywords : Organic rice, packaging, Nakon Kong community enterprise

บทนำ

ปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว เป็นปัญหาที่ซับซ้อนเกิดขึ้นกับชาวนาทุกพื้นที่ ไม่เว้นแม้แต่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทย ผลผลิตจากข้าวเป็นอันดับสามของประเทศ ผลผลิต 1,101,661 ตัน (สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) แต่เกษตรกรไทยยังประสบปัญหาความยากจนอยู่เช่นเดิม เกษตรกรบางกลุ่มที่มีศักยภาพของตัวผู้นำมีโรงสีชุมชนของตนเอง และมีองค์ความรู้ทางการตลาด จึงนิยมนำข้าวสารที่สีได้บรรจุถุงขาย ขนาดน้ำหนัก 1 กิโลกรัม และ 5 กิโลกรัม เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ให้มากขึ้น

หมู่บ้านตลุกม่วง ตำบลหนองมะนาว อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา เป็นที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจข้าวหอมมะลินครคง โดยสมาชิกทุกคนของกลุ่มวิสาหกิจฯ เป็นเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์และโรงสีข้าวชุมชน มีจำนวน 57 คน มีจำนวนสมาชิกบางส่วนได้รับการรับรองเครือข่ายแหล่งผลิตข้าวอินทรีย์ จากโครงการเกษตรอินทรีย์ การส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ ปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนสมาชิก 29 คน รวมพื้นที่เพาะปลูก 514 ไร่ สามารถให้ผลผลิต จำนวน 168,153 กิโลกรัม หรือประมาณ 168 ตัน คิดเป็นผลผลิตเฉลี่ย

327.15 กิโลกรัมต่อไร่ การปลูกข้าวมีวิธีการปลูก 2 อย่าง คือ การทำนาหว่าน และการทำนาหยอด กลุ่มวิสาหกิจกลุ่มนี้จัดเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง พบว่า กลุ่มวิสาหกิจฯ มีจุดแข็ง คือ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจฯ นั้นเต็มใจในการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน สมาชิกมีความรู้ในด้านการเกษตรโดยเฉพาะการปลูกข้าวอินทรีย์ ทั้งยังมีความพร้อมรับรององค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจฯ ทุกคนเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการร่วมกลุ่ม เพื่อนำพากลุ่มทำกิจกรรมให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับพ่อค้าคนกลาง และโรงสีเอกชนภายนอก จึงนำผลผลิตข้าวเปลือกอินทรีย์มาขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจฯ โดยกลุ่มวิสาหกิจฯ นำข้าวมาทำการสีและแปรรูป จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากข้าวภายใต้แบรนด์ “ข้าวหอมมะลินครคง” ทำให้เห็นถึงความเข้มแข็งของกลุ่มเกิดจากผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง ซึ่งได้แก่ นางฐิติรัตน์ วิลแลน ที่เป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจฯ และปัจจุบันยังเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจฯ นอกจากนั้นความเข้มแข็งเกิดจากเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานของภาครัฐ และภาคเอกชน ทำให้การทำตลาด ช่องทางการจำหน่าย การเข้าถึงผู้บริโภคเป็นจุดแข็งของกลุ่มวิสาหกิจฯ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงกว่าราคาตลาด

กลุ่มวิสาหกิจฯ ทำการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากข้าวตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ หรือ เรียกว่าเป็นการทำตลอดห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ข้าว (Network Value Chain) โดยนำข้าวเปลือกที่ได้รับซื้อ จากสมาชิกทั้งแบบสดและแบบแห้งมารวบรวมในยุ้งฉาง ของกลุ่มวิสาหกิจฯ เพื่อทำการสีที่โรงสีชุมชนเป็น ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องและข้าวสารจำหน่าย โดยมีสมาชิก ของกลุ่มวิสาหกิจฯ เป็นผู้ทำการสีข้าว การสีข้าวนั้นสี เป็นข้าวกล้องและข้าวสาร การสีเป็นข้าวสารทำการ ขัดขาวเพียงครั้งเดียว ทำให้ข้าวสารมีการแตกหักสูง ข้าวหักจำนวนมากขายไม่ได้ราคา

โจทย์ปัญหาของการเข้าไปวิจัยและพัฒนา คือ ต้องการพัฒนากระบวนการสีข้าวให้เพิ่มมากขึ้น ในส่วน ของปลายข้าวและข้าวหักจะมีการแปรรูปให้เกิดเป็น ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปจำหน่ายในตลาด ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจข้าวหอมมะลินครคง ได้ร่วมทำงาน วิจัยกับคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อีสาน นครราชสีมา โดยนำข้าวหักมาแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น โจ๊กข้าวอินทรีย์และปลายข้าว อินทรีย์อัดเม็ด ส่วนของข้าวสารบรรจุถุงสุญญากาศ จำหน่าย งานวิจัยและพัฒนานี้จึงทำให้เกิดผลผลิตกับ กลุ่มวิสาหกิจฯ ได้แก่ トラผลิตภัณฑ์ โลโก้ สโลแกน การ์ตูนสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจฯ สามารถนำไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความ เข้มแข็งและเกิดความยั่งยืนของชุมชนต่อไป

วิธีการดำเนินงาน

การศึกษานี้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประยุกต์ใช้ด้วยการวิจัยแบบ ผสม (Mixed Method) เน้นกระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Rural Appraisal; PRA) ซึ่งเป็น เครื่องมือที่ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชน องค์กร หรือ ในสถาบันการศึกษา (Selener, 1997) โดยมีวิธีการ ดำเนินงานดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

- วิธีการได้ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์แบบ เจาะลึก การสนทนาแบบกลุ่ม การสังเกต และการ สัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ดังนั้นการวิจัยนี้จึงใช้วิธี แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มวิสาหกิจฯ เพื่อศึกษา ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจฯ อัตลักษณ์และภูมิปัญญามาใช้ เป็นส่วนหนึ่ง ในการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ โลโก้

สโลแกน การ์ตูนสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ

- การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล (Key informant) ได้ ทำการคัดเลือกในลักษณะการตั้งเป้าหมายกลุ่มผู้ให้ กำหนดและเจาะจงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ต้องการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ในการวิจัยและพัฒนา แบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) ผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจฯ ได้แก่ นางฐิติรัตน์ วิลแตน, ร้อยตำรวจเอกทองใบ พันโนราช, นายอารักษ์ เชาว์ขุนทด, นายบุญลู่ เหมือนคำ และนางทิพย์วัลย์ ราชเสนา

2) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจฯ จำนวน 15 คน

3) คณะผู้ทำวิจัยในโครงการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวอินทรีย์โดยการจัดการห่วงโซ่คุณค่าการณศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลินครคง และคณะ ผู้ทำวิจัยโครงการสร้างช่องทางและการจัดการการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวอินทรีย์

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง วิธีการ สุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) การ สุ่ม แบบ เจาะ จง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มที่ผู้ทำวิจัยใช้เหตุผลในการเลือกเพื่อความเหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลที่เป็นเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1) การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) เลือกเฉพาะประเด็นที่ต้องการ โดยข้อคำถามใช้แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) สัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็น กระบวนการสีข้าว อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ จุดเด่นต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางในการแก้ไข ปัญหา แบบสัมภาษณ์เพื่อประกอบการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า (สุภางค์, 2561)

2) การสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นการสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ในอัตลักษณ์และภูมิปัญญา รวมถึงการทดสอบข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแบบสัมภาษณ์

3) อภิปรายและให้ความคิดเห็น แลกเปลี่ยนทัศนคติกันอย่างกว้างขวางในประเด็นต่าง ๆ ที่มี

จุดมุ่งหมายเฉพาะเจาะจงเพื่อจะหาข้อมูลที่ต้องการ ประเด็นสำหรับการตอบคำถามในงานวิจัย (วรรณ และ คณะ, 2559)

4) การสังเกต (Observation) คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสังเกต 2 วิธี คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เพื่อเป็นการสังเกตพฤติกรรมลักษณะท่าทาง ความรู้สึก ปฏิกริยาที่แสดงออกในขณะที่พูดและไม่พูด เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคณะผู้วิจัยและสมาชิกผู้ให้ข้อมูล และใช้ โอกาสนี้ในการสังเกตพฤติกรรมและพูดคุยกับบุคคล กลุ่มเป้าหมาย โดยไม่ใช้ผู้หนึ่งรู้ตัวว่ากำลังถูกสังเกต พฤติกรรมอยู่

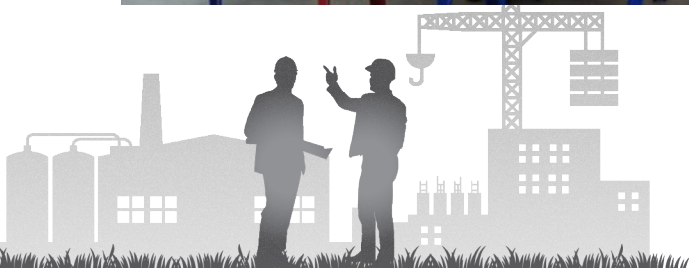
5) แบบสอบถามเรื่อง “ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์มีผลต่อข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว ยี่ห้อคงคุณ ในเขตจังหวัดนครราชสีมา” โดยมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เด่น รักซ้อน ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัยวุฒิ โพธิ์ทองแสงอรุณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรชัย อินทรสังข์



ภาพที่ 1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ผล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) โดยการจำแนกและจัดระบบ (Typology and Taxonomy) การจัดการข้อมูลที่กระจัดกระจายให้อยู่เป็นระบบโดยอาศัยพื้นฐานการจำแนกหมวดหมู่อย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อช่วยให้เข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษา (อकिन และคณะ, 2536) นอกจากนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยมาตรวัดแบบนามบัญญัติ วิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อดูการกระจายของข้อมูล การวิเคราะห์แบบช่วงมาตรฐาน ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อทราบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวม

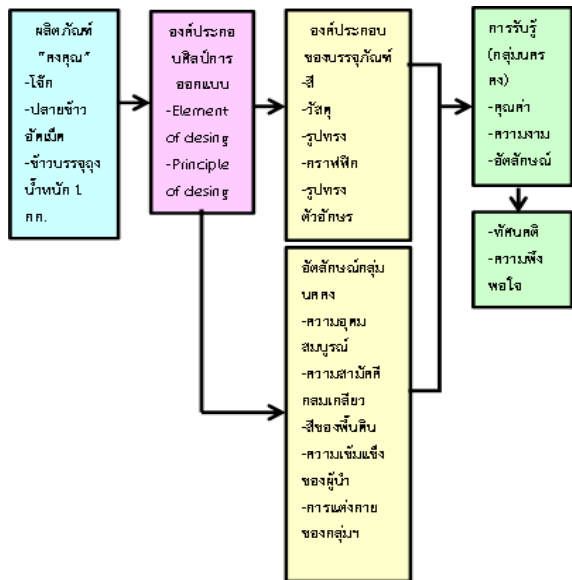
ระยะเวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มีนาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2562



ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ สโลแกน บรรจุภัณฑ์ และการ์ตูนสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ สรุปลงได้ดังต่อไปนี้

แนวคิดหลักในการออกแบบ (Concept Design) โดยอาศัยการออกแบบที่ใช้องค์ประกอบศิลป์และอัตลักษณ์กลุ่มนครคงที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตน มาแนะนำเรื่อง ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ตั้ง ความเข้มแข็งของผู้นำ ความสามัคคีกลมเกลียว กระบวนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การใช้สีที่แสดงถึงพื้นดินที่ใช้ในการปลูกข้าวอินทรีย์ เพื่อนำไปพัฒนาการทำงานออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์รวมถึงการใช้จุดเด่นของความเป็นโคราชมาใช้เรียกผลิตภัณฑ์ว่า “ข้าวโคราช” (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวและแปรรูปข้าว “คงคุณ”

สำหรับการพัฒนาเอกลักษณ์ให้กับตราผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม นำอัตลักษณ์ของกลุ่มที่เป็นเป็นชาวนา ลูกอีสานผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ แสดงผ่านการแต่งกายของนางสาวคงคุณ ที่ใส่เสื้อผ้าฝ้ายทอมือนุ่งผ้าซิ่นลายตีนแดง ใส่อบ และในมืออุ้มกระบุงที่บรรจุข้าวคุณภาพ และข้าวบรรจุถุง “คงคุณ” เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและใส่ในบรรจุภัณฑ์ทุกประเภท สร้างคำขวัญ “สุขภาพดี เริ่มต้นที่ข้าว” รวมถึงการนำความภาคภูมิใจของการได้มาซึ่งฉางข้าวและโรงสีข้าวชุมชนจากเกษตรกรจังหวัด

- นครราชสีมา นำดอกชวงมที่เป็นสัญลักษณ์ของอำเภอคง มาเป็นองค์ประกอบของโลโก้กลุ่มวิสาหกิจฯ (ภาพที่ 3 -4) ในส่วนของชื่อตราผลิตภัณฑ์ (Brand) ใช้ชื่อว่า “คงคุณ” ที่แสดงถึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
 - หยดน้ำ แสดงถึง ความสมบูรณ์
 - วงกลม แสดงถึง ความสามัคคีกลมเกลียวของกลุ่มวิสาหกิจฯ
 - ต้นข้าว แสดงถึง ต้นข้าวอินทรีย์ที่ดั้งมั่น เชื่อตรง มุ่งมั่นในการผลิตข้าวอินทรีย์คุณภาพสูงสู่ผู้บริโภค
 - คง แสดงถึง พื้นที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจฯ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา
 - คุณ แสดงถึง ความมุ่งมั่นตั้งใจในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวให้มีคุณภาพสูงสู่ผู้บริโภค
 - ตัวอักษรสีน้ำตาล แสดงถึง พื้นดินที่ใช้ในการปลูกข้าวอินทรีย์ผลิตภัณฑ์ “คงคุณ”
 - ตัวอักษรสีทอง แสดงถึง ความมั่นคง อบอุ่น และเป็นมิตรกับผู้บริโภค (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 3 โลโก้กลุ่มวิสาหกิจข้าวหอมมะลินครคง



ภาพที่ 4 การ์ตูนสัญลักษณ์และคำขวัญของกลุ่มวิสาหกิจข้าวหอมมะลินครคง และผลิตภัณฑ์ “คงคุณ”





ภาพที่ 5 ตราผลิตภัณฑ์ “คอกคุณ” นำไปจดทรัพย์สินทางปัญญา (เครื่องหมายการค้า)

การออกแบบและการพัฒนาการสัญลักษณ์ ทำให้ได้บรรจุภัณฑ์ ฉลากต้นแบบ ตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจฯ (ภาพที่ 6 – 11)



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์จำกุกข้าวฮอลีเฮดประเภทของ



ภาพที่ 7 ฉลากใจรักข้าวหอมมะลิอินทรีย์



ภาพที่ 8 ฉลากข้าวหอมมะลิ จำนวน 1 กิโลกรัม



ภาพที่ 9 บรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิ จำนวน 1 กิโลกรัม ที่นำไปจดทรัพย์สินทางปัญญา (สิทธิบัตรออกแบบผลิตภัณฑ์ : แบบพับกล่อง)



ภาพที่ 10 การ์ตูนสัญลักษณ์ “คอกคุณ” ที่นำไปจดทรัพย์สินทางปัญญา (ลวดลายบนวัสดุพื้นแผ่น)





นส.คงคุณ ไรซ์เบอร์รี่



นส.คงคุณ กล้องหอมมะลิ



นส.คงคุณ หอมมะลิ

ภาพที่ 11 การตุนสัญลักษณ์ “คงคุณ” ที่นำไปวางลง
ฉลากข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้องหอมมะลิ และข้าวหอม
มะลิน้ำหนัก 1 กิโลกรัม บรรจุถุงสุญญากาศ

จากผลการดำเนินงานที่ได้ออกแบบทั้ง 3 แบบ (ภาพที่ 6 – 8) แบบที่พัฒนาออกมานั้น สมาชิกของ กลุ่มวิสาหกิจฯ พึงพอใจและต้องการแบบ C คณะ ผู้ทำวิจัยจึงได้นำบรรจุภัณฑ์และฉลากไปทำการ ทดสอบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม ผู้บริโภค ณ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตลาด จริงใจ ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์และงานแสดง สินค้าต่าง ๆ ที่จัดโดยภาครัฐ พบว่า ส่วนใหญ่เป็น ผู้หญิง อายุ 41 - 45 ปี สถานภาพสมรส การศึกษา ระดับปริญญาตรี รายได้ต่อครอบครัว 60,001 - 80,000 บาท อาชีพพนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ จำนวน ทั้งสิ้น 400 คน ได้ผลความพึงพอใจดังตารางที่ 1- 3

ตารางที่ 1 ข้อมูลความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์อัดเม็ด “คงคุณ”

ความพึงพอใจ*	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น	อันดับ
1) บรรจุภัณฑ์นำเสนอข้อมูลได้ครบถ้วน	3.17	0.451	ปานกลาง	6
2) บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัด จำได้ง่าย	3.67	0.743	มาก	5
3) บรรจุภัณฑ์โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	4.55	0.624	มากที่สุด	2
4) บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์	3.98	0.834	มาก	4
5) บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่สะอาด ปลอดภัย	4.06	0.673	มาก	3
6) บรรจุภัณฑ์สวยงามโดดเด่น	4.58	0.548	มากที่สุด	1
เฉลี่ย	4.01	0.648	มาก	

ตารางที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ใจักข้าวอินทรีย์ “คงคุณ”

ความพึงพอใจ*	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น	อันดับ
1) บรรจุภัณฑ์นำเสนอข้อมูลได้ครบถ้วน	3.48	0.554	ปานกลาง	6
2) บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัด จำได้ง่าย	3.84	0.648	มาก	5
3) บรรจุภัณฑ์โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	4.68	0.476	มากที่สุด	2
4) บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์	3.99	0.531	มาก	4
5) บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่สะอาด ปลอดภัย	4.16	0.477	มาก	3
6) บรรจุภัณฑ์สวยงามโดดเด่น	4.74	0.744	มากที่สุด	1
เฉลี่ย	4.15	0.573	มาก	

ตารางที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ “คงคุณ”

n = 400

ความพึงพอใจ*	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น	อันดับ
1) ฉลากนำเสนอข้อมูลได้ครบถ้วน	4.13	0.466	มาก	5
2) ฉลากมีความกะทัดรัด จำได้ง่าย	4.53	0.768	มากที่สุด	4
3) ฉลากโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	4.68	0.578	มากที่สุด	2
4) ฉลากสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์	4.55	0.831	มากที่สุด	3
5) บรรจุภัณฑ์สวยงามโดดเด่น	4.75	0.698	มากที่สุด	1
เฉลี่ย	4.53	0.671	มากที่สุด	

* คะแนน 1-5 คะแนน 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด
5 = พึงพอใจมากที่สุด

ผลสรุปความพึงพอใจบนฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวอัดเม็ด โจ๊กข้าวอินทรีย์ และข้าวคงคุณของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (4.01 - 4.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายชิ้น พบว่า ข้าวอินทรีย์อัดเม็ด “คงคุณ” สวยงามโดดเด่นในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.58 บรรจุภัณฑ์โจ๊กข้าวอินทรีย์ “คงคุณ” สวยงามโดดเด่นในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.74 บรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ “คงคุณ” สวยงามโดดเด่นในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.75

การนำไปใช้

ผลลัพธ์ครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจข้าวหอมมะลินครคง ตลอดจนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ทำให้กลุ่มวิสาหกิจได้โลโก้ สโลแกน ตราผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า การ์ตูนสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ที่สร้างการรับรู้ต่อผลิตภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ “คงคุณ” เครื่องหมายการค้าได้นำไปจดทะเบียนการค้าที่กระทรวงพาณิชย์ เลขที่คำขอ 200104667 บรรจุภัณฑ์กล่อง 1 กิโลกรัม จด สิทธิบัตรออกแบบผลิตภัณฑ์ : แบบพับกล่อง เลขที่คำขอ 1902004136 การ์ตูนสัญลักษณ์ “คงคุณ” ที่นำไปจดตลาดขายบนวัสดุผืนแผ่น เลขที่คำขอ 1902002506 - 09 ส่งเสริมให้เกิดการกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค และเกิดรายได้จากการจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งในกระบวนการดำเนินงาน กลุ่มวิสาหกิจฯ เกิดการพัฒนา

กระบวนการสีข้าวที่ทำให้ได้ผลผลิตจากกระบวนการสีข้าวเพิ่มมากขึ้น เกิดองค์ความรู้ทางการตลาดคลังข้อมูล ทราบอัตลักษณ์และภูมิปัญญา และร่วมกันวางแผนทางการพัฒนากลยุทธ์ในการนำพากลุ่มวิสาหกิจฯ ไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน เกิดความร่วมมือร่วมใจจากการมีระบบบริหารจัดการกลุ่มที่นำพากลุ่มวิสาหกิจฯ ไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ข้าว “คงคุณ” มีการขยายตลาดไปสู่จำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ห้างเซ็นทรัล ห้าง The Mall TOP Supermarket ตลาดจริงใจ นครราชสีมา ได้ร่วมงานแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีเครือข่าย เช่น งาน SME ONE FEST 2019 ร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา และในกรุงเทพฯ งานมหกรรมข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าว ปี 2563 ณ ศูนย์สรรพสินค้าซีคอนสแควร์ กรุงเทพฯ (ภาพที่ 12)

ในส่วนของการปลายข้าวและโจ๊กข้าวอินทรีย์จำหน่ายในรูปแบบการสั่งซื้อล่วงหน้า (Pre - Order) เท่านั้น อีกทั้งกลุ่มวิสาหกิจฯ มีเครือข่ายในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชนให้การสนับสนุนเพิ่มมากขึ้น เช่น กรมการข้าวได้ให้ความร่วมมือในการนำข้าวของกลุ่มวิสาหกิจฯ ไปร่วมแข่งขันในงาน Thai Rice Fair ทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าว “คงคุณ” ได้รับรางวัลชนะเลิศในการแข่งขันข้าวอร่อยแห่งปี 2563 และได้เข้าร่วมงาน Business Matching ภายใต้แบรนด์ “คงคุณ” (ภาพที่ 13)



ภาพที่ 12 ผลิตภัณฑ์ “คองคูน” จำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่



ภาพที่ 13 ผลิตภัณฑ์ “คองคูน” ได้รับรางวัลข้าวอร่อยแห่งปี 2563

อภิปรายผล

การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ สโลแกน และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สร้างการรับรู้ สร้างความแตกต่าง รวมถึงสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจฯ ทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวของกลุ่มวิสาหกิจฯ สามารถแข่งขันกับคู่แข่งสินค้าประเภทเดียวกันได้ ซึ่งกระบวนการดำเนินการต้องกระทำได้ มีส่วนร่วม มีหลักการ มีผู้รู้ในเรื่องการออกแบบและการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ การพัฒนาต้องหาจุดแข็ง ของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภครับรู้ และรู้สึกอยากซื้อ ผลิตภัณฑ์นั้น การกำหนดบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการ

ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ของ ศรีกัญญา (2547) ที่กล่าวไว้ว่า การกำหนดตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ ต้องสร้างจุดที่ผลิตภัณฑ์สามารถนำเสนอได้ ต้องเป็นจุดที่แตกต่าง และได้เปรียบคู่แข่ง และสุดท้ายต้องเป็นจุดที่ผู้บริโภคต้องการ และสอดคล้อง นันธิดา (2556) การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์แล้ว โดยนำรูปแบบ รูปทรง วัสดุ และขนาดที่คัดเลือกแล้วมาตกแต่งด้วยการให้สี สีสัน ลวดลาย รูปภาพ ข้อความ เพื่อสื่อสาร ดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า รวมทั้งเกิดความทรงจำในสินค้านั้น เพื่อการซื้อครั้งต่อไปด้วย ขั้นตอนต่าง ๆ ที่ใช้ในการพัฒนาและออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคที่มุ่งเน้นการจำหน่ายในเชิงธุรกิจในระดับอุตสาหกรรมขนาดกลางขึ้นไปจนถึงขนาดใหญ่ ได้แก่ การศึกษาข้อมูลที่ต้องการในการพัฒนาและออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบและข้อกำหนดด้านแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ และสอดคล้องกับ Silveira, Lages and Simoes (2013) แนวคิดในการสร้างเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ให้เป็นแบบพลวัตยิ่งขึ้น ด้วยการมีส่วนร่วมของลูกค้าและกิจการ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดการยอมรับในตลาด และสอดคล้องกับ Burt, Coe and Davies, (2019) โดยในส่วนของลักษณะการสร้างตราผลิตภัณฑ์เป็นการช่วยให้ผู้บริโภคบอก ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการได้ และยังสะท้อนให้เห็นความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการซื้อซ้ำ

การวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ที่เป็นตัวขับเคลื่อนความต้องการของผู้บริโภค ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ จึงเป็นตัวสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จึงถูกนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจฯ ผู้บริโภคจะเกิดการรับรู้และเชื่อถือในตราผลิตภัณฑ์ โดยต้องทำควบคู่กับการส่งเสริมการตลาด ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การสื่อสาร ณ จุดซื้อ การตลาดทางตรง และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าว “คองคูน” ของกลุ่มวิสาหกิจฯ (ภาพที่ 14) ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (ซินจิตต์, 2556)



ภาพที่ 14 สื่อโฆษณาและเครื่องมือช่วยขาย
ผลิตภัณฑ์ข้าว “คงคุณ”

การออกแบบ การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ สโลแกน การ์ตูนสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำให้เกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนั่นเท่ากับเป็นการสามารถสร้าง ยอดขาย และกำไรให้กับผู้ผลิตหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่ในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ สโลแกน การ์ตูนสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ ควรทำการศึกษาค้นคว้า ข้อมูล อุตสาหกรรม ภูมิปัญญาพื้นถิ่น โดยให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม และต้องคำนึงถึงกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ

ประเด็นที่เกิดผลกระทบต่อชุมชน

สภาพการณ์ก่อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจ จากอาชีพเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ การขายผลผลิตกระทำโดยนำมาจำหน่ายให้กับกลุ่มวิสาหกิจ และโรงสีในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งราคาถูกกำหนดโดยโรงสี ทำให้ไม่ได้ราคา เกษตรกรจึงยิ่งยากจนเหมือนเดิม

งานวิจัยเรื่องนี้จึงเป็นปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจ และนำศักยภาพของกลุ่มมาทำการพัฒนา เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม มีการนำผลพลอยได้จากกรสีข้าว หักและปลายข้าวมาแปรรูป เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม มีการนำองค์ความรู้ด้วยการสร้างแบรนด์ การพัฒนา

บรรจุภัณฑ์ มาใช้ในการสื่อสารการตลาดและสร้าง การรับรู้ให้กับผู้บริโภค ผลกระทบที่กลุ่มวิสาหกิจ ได้รับคือ ได้ตราผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า โลโก้ สโลแกน บรรจุภัณฑ์ และการ์ตูนสัญลักษณ์ที่สร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์เดิม ผลิตภัณฑ์ ข้าวทั้ง 3 ชนิดของกลุ่มวิสาหกิจ สามารถตั้งราคาขาย ได้เพิ่มสูงขึ้นจากเดิม และให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ผลิตภัณฑ์ข้าวบรรจุถุงได้รับการยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับ 5 ดาว ทำให้สามารถตั้งราคาขาย เพิ่มขึ้น กิโลกรัมละ 5 บาท จากเดิมข้าวหอมมะลิ กิโลกรัมละ 35 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 40 บาท ข้าวกล้อง กิโลกรัมละ 40 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 45 บาท ข้าวไรซ์เบอร์รี่ กิโลกรัมละ 55 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 60 บาท จากต้นทุน การทำตลาดที่เพิ่มขึ้นเพียงใบละ 1.20 บาท และเพิ่ม ช่องทางการจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และบริษัท P&S จากประเทศอังกฤษ

ประเด็นที่เกิดประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย

งานวิจัยนี้เกิดประโยชน์กับบุคลากรของ มหาวิทยาลัยทำให้นักวิจัยทราบกระบวนการทำงานวิจัยเชิงพื้นที่ งานวิจัยที่มีผลกระทบสูง เริ่มตั้งแต่ การหา โจทย์วิจัยจากชุมชนและผู้ประกอบการโดยตรง และเป็นการทำงานวิจัยตลอดห่วงโซ่มูลค่าที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ ส่งการสร้าง Value ทางเศรษฐกิจฐานราก ผ่าน กระบวนการ Technology transfer และพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์โดยอาศัย design thinking เกิดความร่วมมือระหว่างเครือข่ายและมหาวิทยาลัยฯ ทำให้ดำเนินการให้ บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และเกิดการจดทรัพย์สิน ทางปัญญา และงานวิจัยตีพิมพ์เผยแพร่ ให้กับบุคลากร ของมหาวิทยาลัยฯ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้สนับสนุนทุนวิจัยสำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกว.) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ คณะที่ปรึกษาทุกท่าน

ขอขอบคุณ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ และหน่วยงานราชการ สนับสนุนการวิจัย และขอขอบคุณประธานและสมาชิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลินครคง ที่ให้ข้อมูลและ ความร่วมมือในการศึกษาวิจัยจนการดำเนินการ

ศึกษาวิจัยสำเร็จจุล่งไปด้วยดีและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

บรรณานุกรม

ชื่นจิตต์ แจ้เจนนกิจ. 2556. **กลยุทธ์สื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ทิปปี้ง พอยท์ จำกัด.

นันธิดา รอดสถิต. 2556. **การสร้างแบรนด์สินค้าเปเปอร์มาเช่ของไทย**. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

มยุรี ภาคลาเจียก. 2556. **บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หทัยเออง.

วรรณ คุณดิลกกมล, นิตยา วงศ์ยศ, เพชรรัตน์ เอื้ออภิสิทธิ์วงศ์, สະถิระ เผือกประพันธ์. 2559. การสนทนากลุ่มออนไลน์ : ทางเลือกใหม่สำหรับการวิจัยในยุคไทยแลนด์ 4.0. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, ปีที่ 2 (ฉบับที่ 1), 110-120.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. 2547. **Brand Management** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ High Press Co-Publishing.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2562. **รายงานเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี 2562**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=index>

สุภางค์ จันทวานิช. 2561. **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 24). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดิน รพีพัฒน์, ชยันต์ วรรณระภูติ อมรา พงศาพิชญ์ สุภางค์ จันทวานิช และ ฉวีวรรณ ประจวบเหมาะ. 2536. **การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่องานพัฒนา**. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาลยขอนแก่น.

Burt, S., Coe, N.M. and Davies, K. (2019) A tactical retreat Conceptualizing the dynamics of European grocery retail divestment from East Asia. *International Business Review* 28 (1) : 177 -189.

Selener, D. 1997. **Participatory action research and social change**. Ithaca, NY, USA.

Silveira, c., Lages C. and Simoes, C. (2013) Conceptualizing brand identity in a dynamic environment. *Journal of Business Research* 66 (1) : 28 3-6



แนวทางการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร

“วารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา”

แนวคิดและหลักการ

ปัจจุบัน วิชาการรับใช้สังคม (socially-engage scholarship) ได้มีการดำเนินการกันแพร่หลายและต่อเนื่อง โดยเป็นการทำงานเชิงวิชาการร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยฯ หรือหน่วยงานต่าง ๆ กับสังคมเพื่อเป้าหมายสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสังคมสู่ทิศทางที่ดีขึ้น โดยการทำงานร่วมกันที่วางนั้นตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐาน 4 ประการ คือ ร่วมคิดร่วมทำ (Partnership) ผู้เกี่ยวข้องมีผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefit) เรียนรู้และใช้ความรู้ร่วมกัน (Scholarship) และมีผลกระทบต่อสังคม (Social impact)

การดำเนินงาน “วิชาการรับใช้สังคม” จะเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน หมู่บ้าน/ชุมชนแบบมีส่วนร่วมโดยสมาชิกในชุมชน นักวิชาการของมหาวิทยาลัย หน่วยงาน ร่วมกันคิด กำหนดแนวทางในการดำเนินการร่วมกัน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่ช่วยกันค้นหาความต้องการ หรือปัญหาที่ต้องการการแก้ไข โดยแบ่งได้เป็น

1. งานบริการวิชาการ (community service learning) ที่มีกระบวนการนำองค์ความรู้ที่มีอยู่ภายในหรือภายนอกมหาวิทยาลัยมาปรับปรุง ประยุกต์ และใช้กระบวนการที่เหมาะสมและเข้ากับบริบทของแต่ละชุมชนหรือสถานประกอบการ

2. งานวิจัย (socially-engage research) ที่สร้างองค์ความรู้เพื่อตอบสนองความต้องการและแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้ อาทิ ชุมชนหรือผู้ประกอบการ

ดังนั้นการดำเนินการ “วารสารทางวิชาการรับใช้สังคม” จะเป็นแนวทางหนึ่งให้นักวิจัย นักบริการวิชาการ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ทำงานร่วมกับผู้ใช้ผลงานไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชนหรือผู้ประกอบการ มีแหล่งวารสารที่สามารถตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินงาน วิชาการด้านรับใช้สังคมของมหาวิทยาลัย และประเทศชาติให้พัฒนาขึ้นไป ทั้งงานวิชาการรับใช้สังคมเพื่อประโยชน์ของชุมชนและสาธารณะ และงานวิชาการรับใช้สังคมเพื่อผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของ “วารสารวิชาการรับใช้สังคม”

วารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์ผลงาน วิชาการด้านรับใช้สังคม ทั้งงานวิจัยและงานบริการวิชาการ เผยแพร่เพื่อพัฒนาสังคมและส่งเสริมให้นักวิชาการ ด้านรับใช้สังคมในหน่วยงานต่าง ๆ ได้มีแหล่งนำเสนอผลงานทางวิชาการสู่สาธารณะ

หลักเกณฑ์การเสนอบทความวิจัยสำหรับ “วารสารวิชาการรับใช้สังคม”

1. เป็นบทความที่เกิดจากการค้นคว้าวิจัยโดยมีกระบวนการนำไปสู่การสร้างความรู้เพื่อใช้ประโยชน์ในชุมชน สถานประกอบการ และมีข้ออธิบายได้อย่างชัดเจน และ/หรือ เป็นบทความที่เกิดจากการบริการวิชาการที่สามารถอธิบายกระบวนการนำองค์ความรู้ ไปปรับใช้ ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและความต้องการของชุมชนหรือผู้ประกอบการ



2. เป็นงานวิจัยหรืองานบริการวิชาการที่มีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น และ/หรือผู้ประกอบการ

3. มีการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในสถานประกอบการหรือในชุมชนในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง อาทิ ประโยชน์เชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ เชิงสาธารณะ หรืออื่นๆ

4. เป็นการบริการวิชาการที่สามารถอธิบายกระบวนการหรือวิธีการนำเอาองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ในสถานประกอบการหรือในชุมชน

5. การนำไปใช้ประโยชน์เกิดผลกระทบต่อสังคม ชุมชน ท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการในด้านการยกระดับคุณภาพด้านต่างๆ อย่างชัดเจน อาทิ รายได้ โอกาสในการดำเนินชีวิต สุขภาพตลอดจนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน ฯลฯ และ/หรือมีผลกระทบในทางบวกในด้านต่างๆของโรงงาน สถานประกอบการ

การเขียนบทความจากงานวิจัยและบริการวิชาการเพื่อตีพิมพ์ใน “วารสารวิชาการรับใช้สังคม” จะต้องสอดคล้องกับประกาศ ก.พ.อ. ฉบับที่ 9 ที่เกี่ยวกับการเขียนเอกสารวิชาการรับใช้สังคม ซึ่งมี 7 ประการ คือ สามารถอธิบาย/ชี้แจงในประเด็นดังต่อไปนี้

1. สภาพการณ์ก่อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
2. การมีส่วนร่วมและการยอมรับของสังคมเป้าหมาย
3. กระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น
4. ความรู้ความเชี่ยวชาญที่ใช้ในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น
5. การคาดการณ์สิ่งที่จะตามมาหลังจากการเปลี่ยนแปลงนั้น
6. การประเมินผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
7. แนวทางการติดตามและธำรงรักษาพัฒนาการที่เกิดขึ้นให้คงอยู่ต่อไป



รูปแบบและแนวการเขียนบทความ

เขียนบทความภาษาไทยความยาวไม่เกิน 10 หน้ากระดาษ A4 พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 15 พอยต์ อาจมีภาพ ตาราง แผนภูมิประกอบโดยทั้งหมดต้องอยู่ในข้อจำกัด 10 หน้าดังกล่าว

องค์ประกอบของบทความ

ชื่อโครงการวิจัย การเขียนชื่อเรื่องใช้ภาษาไทยถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ กระชับสามารถสื่อจุดประสงค์การวิจัย ชัดเจน ในกรณีที่มีภาษาอังกฤษให้ทำเป็นตัวพิมพ์ใหญ่เฉพาะตัวแรกของคำนามและคุณศัพท์ เช่น Vaginal Misoprostol in Previous Cesarean Section ที่เหลือทำเป็นเล็กหมด รวมทั้ง คำกริยา คำกริยาวิเศษณ์ และคำที่ไม่ใช่เป็นคำนำเช่น ตัวอย่าง ถ้าสงสัยขอแนะนำให้พิมพ์ตัวใหญ่เฉพาะตัวแรกของบรรทัดเท่านั้น นอกนั้นทำตัวเล็ก เช่น Vaginal misoprostol in previous cesarean section ไม่แนะนำให้ใช้ตัวสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการพิมพ์ชื่อเรื่อง

ชื่อผู้ดำเนินโครงการและผู้ร่วมดำเนินโครงการ

หน่วยงาน

บทคัดย่อ

- ภาษาอังกฤษ ให้ครบประเด็น Objective , Material and Method, Results, Conclusion เขียน 10 – 15 บรรทัด ไม่มีหัวข้อก็ได้
- ภาษาไทยให้มีข้อความเหมือนภาษาอังกฤษ ความยาวไม่ควรเกิน 300 คำ โดยให้สรุปเนื้อหาของบทความทั้งหมดให้เข้าใจที่มาของการทำวิจัย วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย โดยย่อ ผลการวิจัยวิธีการนำไปใช้ประโยชน์ และได้ผลลัพธ์ อย่างไร

คำสำคัญ Keywords

บทนำ

- ชี้ให้เห็นความสำคัญของเรื่องที่ทำ เขียนให้สั้น กระชับ ไม่เกิน 15- 20 บรรทัด
- คั่นคว่าเพิ่มเติมว่ามีผู้ใดทำงานในลักษณะใกล้เคียงแล้วบ้าง ได้ผลอย่างไร
- ระบุแนวทางการวิจัย/กระบวนการดำเนินการบริการวิชาการ จุดประสงค์ เขียนเป็นความเรียงหรือจัดลำดับความสำคัญแล้วจัดเรียงเป็นหัวข้อ

(อาจกล่าวถึงข้อ 1. สภาพการณ์ก่อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น)

วิธีดำเนินงาน

อธิบายวิธีดำเนินการให้เห็นขั้นตอน กระบวนการระบุขอบเขตของการวิจัย วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจน ในลักษณะที่หากมีผู้อื่นต้องการทำวิจัยในลักษณะเดียวกันสามารถอ่าน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (บรรณาธิการ), 1999 จุดเปลี่ยนแห่งยุคสมัย. 90-141. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทความในวารสาร

ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. “ชื่อบทความ.” ชื่อวารสาร. ปีที่ (ลำดับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

ตัวอย่าง พุทธชาติ โปธิบาล และนานันท์ ตรงดี. 2541. “สถานะของภาษาตากใบในภาษาถิ่น”. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 4, 2: 167-187.

สาระสังเขปจากฐานข้อมูล CD-Row

ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อบทความ (ซีดีรอม). ชื่อวารสาร, ปีที่ (ลำดับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความในวารสาร, สาระสังเขปจาก: ชื่อฐานข้อมูลและหมายเลขเอกสารเพื่อการสืบค้น

ตัวอย่าง Preston, W. 1982. Poetry ideas in teaching literature and writing to foreign student (CD-ROM). TESOL quarterly, 16, 489-502. Abstract from: Dialog File: ERIC Item: EJ274529

วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. “ชื่อวิทยานิพนธ์.” ระดับวิทยานิพนธ์หรือปริญญาโทหรือปริญญาตรีมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง เบ็ญจรัช เวชวิรัช. 2541. “การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการให้สินเชื่อเพื่อการส่งออกและนำเข้าของสถาบันการเงินไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

แหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. “ชื่อบทความ.” ชื่อวารสาร. ปีที่หรือเล่มที่, ฉบับที่ สืบค้นเมื่อวันที่ เดือน ปี, จากแหล่งที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต

ตัวอย่าง Indick,W.2002. “Gender Differences in Moral Judgment: Is Non-Consequential Reasoning a Factor?” **Current Research in Social Psychology**. 5,2 Retrieved November 11,2002, from <http://www.uiowa.edu/grpproc/crisp/crisp5.2htm>

การส่งต้นฉบับ

กองบรรณาธิการ “วารสารวิชาการรับใช้สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา”

ส่งอีเมลล์ (E-mail) แฟ้มข้อมูลมาที่ rmutl.jrs@gmail.com

งานคลังความรู้ สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

ที่อยู่ 98 หมู่ 8 ตำบลป่าป้อ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

โทรศัพท์ : 0 5326 6518 ต่อ 1031

โทรสาร : 0 5326 6522





วารสารวิชาการ รับใช้สังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

RMUTL
Journal of Socially
Engaged Scholarship



สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน
<http://kaewpanya.rmutl.ac.th/journal>