



วารสารวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 2558

Vol.10 No.vt1 2014

MANAGEMENT SCIENCES
JOURNAL

FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCES
CHIANGMAI RAJABHAT UNIVERSITY

ISSN 1905-7989



วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

MANAGEMENT SCIENCES JOURNAL CHIANG MAI RAJABHAT UNIVERSITY

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ สิงฆราช

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุ่มอุ่น

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและงานบริการวิชาการ

อาจารย์พลศรีณีย์ ศันยทิพย์

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาและ

ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาร์รัตน์ ไชยาโส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริสา สอนศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์

อาจารย์พิษญานันท์ ออมพิชญ์

อาจารย์อุบลวรรณ เกษตรเอี่ยม

อาจารย์กุสุมา สุธาคำ

อาจารย์รัชชิมา พวงลำ

อาจารย์รจนกร แบ่งทิศ

อาจารย์ศุภหัตต์ แดงเครื่อง

อาจารย์เกษม กุณาศรี

อาจารย์ ดร.อรกัญญา ศิริธารากุล

กองบรรณาธิการกลั่นกรองบทความ (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ สิงฆราช

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ สมยานะ

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัติ ศรีแก้ว

ภาควิชาการตลาด

อาจารย์ ดร.นันทิ์หทัย เกาตระกุล

ภาควิชาการตลาด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตต์ ธรรมโม

ภาควิชานิเทศศาสตร์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน
 อาจารย์ ดร.ศุภกฤษ เมธีโกคพงษ์
 อาจารย์ ดร.กัลยา ใจรักษ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ
 อาจารย์ ดร.กรวีร์ ชัยอมรไพศาล
 อาจารย์ ดร.กาญจนา สุระ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย สาเอี่ยม
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสรี ปานซาง

ภาควิชานิเทศศาสตร์
 ภาควิชาคอมพิวเตอร์
 ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
 ภาควิชาการบัญชี
 ภาควิชาการบัญชี
 ภาควิชาบริหารธุรกิจ
 ภาควิชาภาษาอังกฤษ
 ภาควิชาคอมพิวเตอร์

กองบรรณาธิการกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ
 ศาสตราจารย์ ดร.ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์
 รองศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ เชื้อเมืองพาน
 รองศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์
 รองศาสตราจารย์ จำเนียร บุญมาก
 รองศาสตราจารย์ ธีรภัทร วรรณถนอม
 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ
 รองศาสตราจารย์ ดร.บุญขารวรรณ วิงวอน
 อาจารย์ ดร.กัญญพัสรี กล่อมธงเจริญ
 อาจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร
 อาจารย์ ดร. ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี
 อาจารย์ ดร.สุจิรา ไชยกุลสินธุ์

Geography มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
 สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลล้านนา
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลพระนคร
 สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลพระนคร

ฝ่ายประสานงานทั่วไป

นางสาวเบญจมาศ สีตะพันธ์



ติดต่อส่งบทความตีพิมพ์ได้ที่

กองบรรณาธิการ “วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงใหม่”

202 ถนนช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

โทรศัพท์ : 053 – 885800

สถานที่พิมพ์ : กู๊ดพริ้นท์ พริ้นท์ติ้ง

วัตถุประสงค์ของวารสาร

วารสารวิทยาการจัดการ เป็นวารสารวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้และผลงานวิชาการในลักษณะของบทความวิจัยและบทความวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ บัญชี เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์และสังคมศาสตร์ บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ข้อความและบทความในวารสารเป็นข้อคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ



บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มุ่งเน้นการนำเสนอบทความจากการวิจัยและบทความวิชาการด้านบริหารธุรกิจ การบัญชี การตลาด เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์และสังคมศาสตร์ สำหรับฉบับนี้ ได้นำเสนอบทความจากงานวิจัยที่น่าสนใจ จำนวน 7 เรื่อง

บทความส่วนแรกเป็นบทความจากงานวิจัยในพื้นที่ภาคใต้ของไทยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำบัดเพื่อประโยชน์บ้านแหลมตึกแก ตำบลรัชฎา อำเภอมือเก็ด จังหวัดภูเก็ต และเรื่องความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา ส่วนที่สองเป็นบทความจากการศึกษาเกี่ยวกับสื่อในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เรื่องแรกเป็นกระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านผ้าไหมลายสันกำแพงโดยกลุ่มยุววิจัย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกระบวนการรื้อฟื้นนำไปสู่แผนพัฒนาท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้แก่คนในชุมชนและการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมการทอผ้าไหม เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสืบทอดไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ต่อไป และเรื่องที่สองเป็นมิติของการศึกษาสื่อเชิงการท่องเที่ยว ได้แก่ กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอมือเก็ดจังหวัดภูเก็ต กลุ่มบริษัทเกาหลี-ไทย

ส่วนสุดท้ายเป็นบทความในประเด็นศึกษาที่น่าสนใจในเชิงธุรกิจและการตลาด เรื่องแรก ได้แก่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอมือเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ที่ช่วยขยายความเข้าใจว่าการตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนนั้นอะไรเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ เรื่องที่สอง การจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในวิชาการจัดการการตลาดสำหรับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ซึ่งพบว่าให้ผลผลิตที่สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างได้ผลในระดับมาก ปิดท้ายเล่มด้วยเรื่องการพยากรณ์ความต้องการสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี ซึ่งทำให้เห็นว่าเทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยวิธีแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลานั้นส่งผลให้สามารถประมาณปริมาณความต้องการปุ๋ยได้ใกล้เคียงกับความต้องการสินค้าที่เกิดขึ้นจริงเพียงใด

วารสารวิทยาการจัดการกำหนดจัดพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ในเดือนธันวาคมและเดือนมิถุนายน ขอเชิญชวนนักวิชาการ นักวิจัย และผู้สนใจนำเสนอบทความจากงานวิจัยหรือบทความวิชาการด้านบริหารธุรกิจ และด้านสังคมศาสตร์ผ่านวารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยสามารถส่งบทความที่มีต้นฉบับความยาวไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ A 4 พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียน และแผ่นดิสเก็ตต์ที่บรรจุบทความและบทคัดย่อ จำนวน 1 แผ่น ส่งมาได้ทั้งที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 202 ถนนโชตนา ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 หรือส่งข้อมูลบทความพร้อมรายละเอียดดังกล่าวทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ที่ www.management.cmru.ac.th และสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ คณะวิทยาการจัดการ 053-885800 , 053-885804



สารบัญ Content

หน้า

การจัดเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร A problem-based Learning - teaching in marketing management for Bachelor of business administration, Rajabhat University เพชรฯ บุดลีทา	6
การพยากรณ์ความต้องการสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี Demand forecasting for chemical fertilizer products ไพฑูรย์ ศิริโอฬาร	25
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์บ้านแหลมตึกแก ตำบลรัชฎา อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต The voluntary activities tourism development at Ban Laemtoukhae, Rasada sub-district, Muang district, Phuket province พิภพ สมเวที และคณะ	35
ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา Achievement in business management of small and medium enterprises as perceived by entrepreneurs in Songkhla province อนิวัช แก้วจำนงค์	53
กระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านผ้าไหมลายสันกำแพงโดยกลุ่มยุววิจัย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ The revival process of folk media by young-research :Case study of Sankamphang silk Chiang Mai. ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ และคณะ	63
กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มบริษัทเกาหลี - ไทย Strategic marketing communication of tourism company in Muang Chiang Mai for Korean -Thai travelers. หทัยทิพย์ คงแดง และคณะ	74
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ Factors influencing to decision selecting Chinese language school in Muang district, Chiang Mai province วัลภา ช่างทอง และคณะ	87



**การจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด
สำหรับนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร**

A problem-based Learning - teaching in marketing management
for Bachelor of business administration,
Rajabhat University

เพชร บุดสีทา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็น
หลักวิชา การจัดการการตลาด และ2) เพื่อประเมินผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหา
เป็นหลัก สำหรับนักศึกษา โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แหล่ง
ข้อมูลคือ นักศึกษา โปรแกรมบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่เรียนวิชา
การจัดการการตลาดในภาคเรียนที่ 2/2556 จำนวน 40 คน ตัวแปรอิสระคือ การจัดการ
การเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน ตัวแปรตาม คือ ผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียนความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษาและพฤติกรรมการเรียนแบบใช้ปัญหา
เป็นหลักของนักศึกษาที่เรียนด้วยการใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก
วิชาการจัดการการตลาด ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา สถิติที่ใช้ใน
การวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test Depe dents
ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการ
การตลาด สำหรับนักศึกษาโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร คือ
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็น
หลักวิชาการจัดการการตลาด มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และพฤติกรรมการเรียนแบบแบบใช้ปัญหาเป็น
หลักวิชาการจัดการการตลาดของนักศึกษาได้คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้าน ร้อยละ 82.63 โดย
คะแนนเฉลี่ยด้านการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ ร้อยละ 83.50 ด้านการแก้ปัญหา ร้อยละ 83.85 และ
ด้านกระบวนการกลุ่ม ร้อยละ 80.55 2) ผลการประเมิน การจัดการเรียนชุดการเรียนแบบใช้
ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านปัจจัยนำเข้า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ย = 3.98) ด้านกระบวนการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08)
และด้านผลผลิต สามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนอย่างได้ผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12)

คำสำคัญ : การจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก, วิชาการจัดการการตลาด

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



Abstract

The purposes of this study were 1) teaching of a problem-based learning and 2) to evaluate problem-based learning in marketing management for marketing students ,Business management program, Rajabhat University. This research was divided into 2 steps as follows : The first step was to build and find the efficiency of problem-based in marketing administration. A researcher asked 2 marketing professors to consider the appropriateness of marketing contents, and 2 professors in problem-based learning to consider the suitability of contents, then rectify them . After that the researcher experimented with 5 students to investigate the certainty of language, alphabets , contents , times, and activities and experiment with 40 students to find the efficiency of problem-based learning in marketing administration. The tools used in this research consisted of Teacher look , Students look , 4 learning-teaching sets, academic achievement test , Ability evaluation in problem solving and learning teaching evaluation model. The data were analyzed by the analysis of percentage, means and standard deviation. The second step was evaluation of problem – based learning teaching in marketing administration. The sample were students taught by problem–based learning teaching in marketing administration. The tool for evaluation were evaluation form of a problem–based learning teaching in marketing administration, and the statistics used to analyze the data were means, and Standard deviation.

The results were as follows ; 1) After the experiment , The value of the academic in achievement , the problem-based learning teaching in marketing administration , was higher significantly than the pre-experiment at .01 level and every student had ability to solve the problem about 60 percent. 2) The opinions of students to word the problem-based learning in marketing administration for importation in the aspect of input , process, and output were at the high level.

Keywords: problem-based learning, marketing management



บทนำ

การศึกษาในระดับอุดมศึกษามีจุดมุ่งหมายในการจัดการศึกษา เพื่อผลิตบัณฑิตในระดับสาขาวิชาต่าง ๆ ให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะพึงประสงค์ อันได้แก่ มีคุณธรรมจริยธรรม มีความรู้ในสาขาวิชา เป็นกัลยาณมิตรและเป็นผู้สร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้และทักษะในสาขาวิชาการเฉพาะทางให้มีความชำนาญมากยิ่งขึ้น มุ่งสร้างสรรค์ความก้าวหน้าและความเป็นเลิศทางวิชาการ โดยเฉพาะการศึกษา ค้นคว้า วิจัย การจัดหลักสูตรอุดมศึกษา มุ่งที่จะพัฒนาบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถและทักษะอย่างเพียงพอที่จะแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง และเป็นที่ทราบกันทั่ว ๆ ไปว่า การจัดการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา ครู อาจารย์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเรียนการสอนโดยการบอกเล่า นิสิตและนักศึกษาเป็นผู้ฟังและจดบันทึกเน้นการสอนแบบท่องจำเป็นหลักขาดการฝึกปฏิบัติอย่างจริงจัง (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2551 : 84) ซึ่งวิธีการดังกล่าวได้ส่งผลให้นักศึกษาไม่สามารถต่อยอดความรู้ ไม่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาคำตอบ พิสูจน์ข้อเท็จจริง หรือไม่สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้ โดยเฉพาะในปัจจุบันนี้การที่จะสั่งสอนให้นักศึกษามีความรู้ด้านเนื้อหา (contents) อย่างเดียวคงไม่เพียงพอในการจัดการเรียนการสอน ควรสอนให้นักศึกษารู้จักวิธีการแสวงหาความรู้จากสิ่งแวดล้อมมากกว่าเนื้อหาสำเร็จรูป (สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, 2544 : 1) และสามารถจะแก้ปัญหาได้ ดังนั้นหลักสูตรการเรียนการสอนทางการอุดมศึกษาจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ วิธีการเรียนและการแสวงหาความรู้มากกว่าเรียนจากเนื้อหาสำเร็จรูปและการเรียนการสอนยุคใหม่ต้องเป็นการเรียนรู้แบบแสวงหาให้ผู้เรียนได้ลงมือค้นคว้าทำงานด้วยตนเอง และสามารถแก้ไขปัญหาได้ อาจารย์เป็น ผู้กระตุ้นเร่งเร้าให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้และได้ใช้ศักยภาพแห่งตนเองอย่างสูงสุด (เสาวนีย์ กานต์เดชารักษ์, 2539 : 6)

การจัดการเรียนการสอนรายวิชาการจัดการการตลาดจำเป็นต้องใช้ศาสตร์ทางการตลาดในหลายวิชามารวมกันเพื่อให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ทฤษฎี ความรู้ที่มีอยู่มาใช้ในการแก้ปัญหา แต่รูปแบบการเรียนการสอนแบบบรรยาย ไม่สามารถทำให้นักศึกษาแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาได้ จึงส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาอยู่ในระดับต่ำมาก และส่งผลต่อการพัฒนาผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษาไม่ได้การใช้เทคนิควิธีสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก (problem - based learning) (พวงรัตน์ บุญญานุรักษ์, 2544 : 42) เป็นกระบวนการแสวงหาความรู้ ทักษะ และทัศนคติในบริบทที่สะท้อนความจริงของสถานการณ์ที่ผู้เรียนต้องเผชิญในขณะที่ฝึกปฏิบัติกระบวนการเรียนการสอนนี้ จะออกแบบให้มีความสัมพันธ์กันระหว่างภาคทฤษฎีและปฏิบัติกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียนอยู่ตลอดเวลาการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมีจุดเด่นและความเหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาการเรียนการสอนทางการศึกษาวิชาชีพการตลาดเช่นกัน



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษาโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
2. เพื่อประเมินผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษา โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษา โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คนและนักศึกษาโปรแกรมบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการจัดการการตลาด ในภาคเรียนที่ 2/2556 จำนวน 40 คน

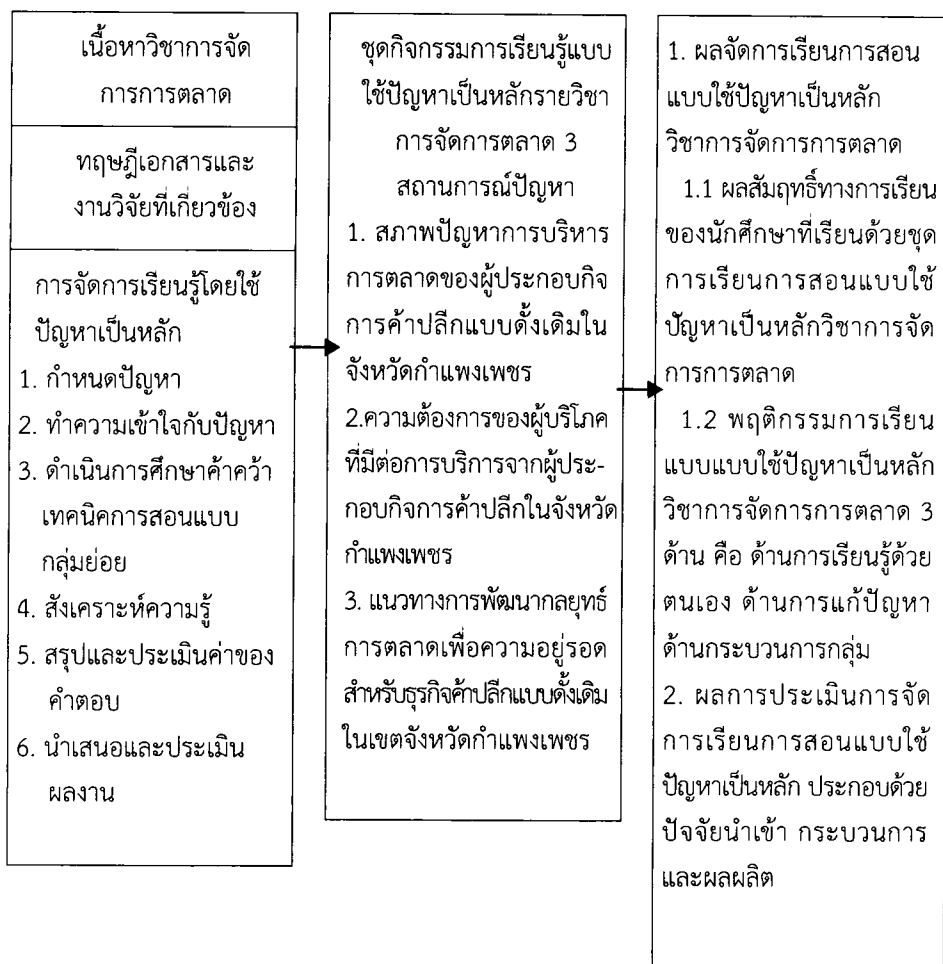
ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ กิจกรรมการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก

ตัวแปรตาม ได้แก่ 1) ผลจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษาโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ประกอบด้วยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการจัดการการตลาด และพฤติกรรมการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักของนักศึกษาที่เรียนด้วยการใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด 2) ผลการประเมินการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และ ผลผลิต



กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการตามกระบวนการของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูลการวิจัย

แหล่งข้อมูลประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และนักศึกษาโปรแกรมบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย-ราชภัฏกำแพงเพชร ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการจัดการการตลาด ในภาคเรียนที่ 2/2556 จำนวน 40 คน



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทางด้านรูปแบบการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก และนำมาสร้างชุดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก รายวิชาการจัดการการตลาด ประกอบด้วย มคอ.3 รายวิชาการจัดการการตลาด คู่มือนักศึกษา สถานการณ์ปัญหาแบบทดสอบ แบบฝึกหัด แบบประเมิน ความสามารถในการแก้ปัญหา และแบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินวิธีการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาด ประกอบด้วย แบบประเมินความเหมาะสมของชุดการเรียนการสอนและวิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก รายวิชาการจัดการการตลาด

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. สัมภาษณ์เอกสารและงานวิจัย
2. นำชุดการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อหาความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบของชุดการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นซึ่งประกอบด้วย คู่มือ นักศึกษา สถานการณ์ที่เป็นปัญหา แบบฝึกหัด และตารางการเรียนการสอน ไปจัดการเรียนการสอนรายวิชาการจัดการการตลาด โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ได้ค่าความสอดคล้อง เท่ากับ 1
3. จัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก โดยใช้กลุ่มเดียวทดสอบก่อน - หลัง (One – Group Pretest- Posttest Design) แล้วนำมาวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาด
4. ให้นักศึกษาประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลักของนักศึกษา ในด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง การแก้ปัญหา และกระบวนการกลุ่ม
5. ให้นักศึกษาประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) ปัจจัยกระบวนการ (Process Evaluation) ผลผลิต (Product Evaluation)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย สถิติทดสอบที (t-test Dependent) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (x) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

1. ผลจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับ นักศึกษาโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร พบว่า
 - 1.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียนการสอนแบบ ใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาดมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อน

การเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนที่เรียนด้วยชุดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักของนักศึกษา

การทดสอบ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนการเรียน	40	14.58	2.50	25.529**	.000
หลังการเรียน	40	23.48	3.29		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากตารางที่ 1

จากตารางที่ 1 แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียน การสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาด มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.2 พฤติกรรมการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ร้อยละของคะแนนพฤติกรรมการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักของนักศึกษาในด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง การแก้ปัญหา กระบวนการกลุ่มและคะแนนรวมทุกด้านที่ประเมินโดยนักศึกษา

นักศึกษา คนที่	พฤติกรรมการเรียน (ร้อยละ)			รวม
	การเรียนรู้ด้วยตนเอง	การแก้ปัญหา	กระบวนการกลุ่ม	
1	91.43	100	93.33	94.92
2	88.57	85.71	88.89	87.72
3	77.14	74.29	80.00	77.14
4	80.00	100	86.67	88.89
5	74.29	94.29	84.44	84.34
6	68.57	68.57	71.11	69.42



ตารางที่ 2 (ต่อ)

นักศึกษา คนที่	พฤติกรรมกรเรียน (ร้อยละ)			รวม
	การเรียนรู้ด้วยตนเอง	การแก้ปัญหา	กระบวนการกลุ่ม	
7	77.14	68.57	73.33	73.02
8	85.71	80.00	66.67	77.46
9	77.14	80.00	86.67	81.27
10	97.14	97.14	80.00	91.43
11	80.00	85.71	84.44	83.39
12	85.71	91.43	88.89	88.68
13	91.43	88.57	88.89	89.63
14	80.00	85.71	80.00	81.9
15	88.57	85.71	84.44	86.24
16	65.71	80.00	77.78	74.5
17	85.71	91.43	84.44	87.2
18	85.71	82.86	73.33	80.63
19	85.71	85.71	77.78	83.07
20	85.71	77.14	82.22	81.69
21	88.57	82.86	84.44	85.29
22	82.86	71.43	73.33	75.87
23	82.86	85.71	84.44	84.34
24	82.86	74.29	77.78	78.31
25	80.00	71.43	66.67	72.7
26	91.43	88.57	68.89	82.96
27	77.14	68.57	73.33	73.02
28	85.71	80.00	66.67	77.46
29	77.14	80.00	86.67	81.27
30	97.14	97.14	80.00	91.43



ตารางที่ 3 (ต่อ)

นักศึกษา คนที่	พฤติกรรมกรเรียน (ร้อยละ)			รวม
	การเรียนรู้ด้วยตนเอง	การแก้ปัญหา	กระบวนการกลุ่ม	
31	80.00	85.71	84.44	83.39
32	85.71	91.43	88.89	88.68
33	91.43	88.57	88.89	89.63
34	88.57	85.71	84.44	86.24
35	65.71	80.00	77.78	74.5
36	85.71	91.43	84.44	87.2
37	85.71	82.86	73.33	80.63
38	85.71	85.71	77.78	83.07
39	85.71	77.14	82.22	81.69
40	88.57	82.86	84.44	85.29
เฉลี่ย	83.50	83.85	80.55	82.63

จากตารางที่ ๒ แสดงว่าพฤติกรรมกรเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาดได้คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้าน ร้อยละ ๘๒.๖๓ เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ ร้อยละ ๘๓.๕๐ ด้านการแก้ปัญหา ร้อยละ ๘๓.๘๕และด้านกระบวนการกลุ่ม ร้อยละ ๘๐.๕๕

๒. ผลการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาดสำหรับนักศึกษา โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และ ผลผลิต ดังนี้

๒.๑ ผลการประเมินชุดการเรียนชุดกรเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านปัจจัยนำเข้า ดังแสดงไว้ในตารางที่ ๓

ตารางที่ ๓ แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินชุดกรเรียนชุดกรเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านปัจจัยนำเข้า



รายการประเมินปัจจัยนำเข้า	$\bar{X}$	S.D.	หมายเหตุ
คู่มือนักศึกษา			
1. คุณภาพการพิมพ์ชัดเจนอ่านง่าย	4.10	.67	มาก
2. การเรียงลำดับเนื้อความ	3.90	.59	มาก
3. ใช้ภาษาที่เหมาะสม	3.93	.73	มาก
4. ตารางการเรียนการสอน	3.83	.59	มาก
รวม	3.93	.40	มาก
สถานการณ์ที่เป็นปัญหา			
1. อ่านเข้าใจชัดเจน	3.95	.71	มาก
2. กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้	3.75	.71	มาก
3. นำไปสู่วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้	4.02	.62	มาก
รวม	3.90	.50	มาก
หนังสือและเอกสารอ้างอิง			
1. รายชื่อหนังสือชัดเจนสามารถค้นได้จริง	3.90	.78	มาก
2. จำนวนชุดของเอกสารแต่ละชุดที่จัดให้	3.92	.57	มาก
3. ความเพียงพอของเอกสารอ้างอิง	3.80	.72	มาก
4. เนื้อหาชัดเจน ทำความเข้าใจได้	4.00	.60	มาก
5. ปริมาณเนื้อหาเหมาะสม	3.98	.73	มาก
6. เนื้อหาตรงตามที่แจ้งไว้	4.03	.62	มาก
7. ต้องการเอกสารอื่นนอกเหนือจากที่แนะนำไว้	3.80	.65	มาก
รวม	3.91	.41	มาก
แหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล			
1. สถานที่ติดต่อถูกต้อง	4.00	.60	มาก
2. สามารถนัดหมายได้ง่าย	4.30	.76	มาก
3. เวลาที่พบสอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหา	3.98	.48	มาก
4. การพบแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคลทำให้ท่าน ได้ความรู้ตามวัตถุประสงค์ ของการเรียน	4.43	.71	มาก
5. วิธีการให้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล กระตุ้นให้คิดและตัดสินใจด้วยตนเอง	3.97	.58	มาก
6. เวลาที่จัดไว้สำหรับพบแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล	4.45	.64	มาก
รวม	4.18	.45	มาก
รวม	3.98	.34	มาก



จากตารางที่ ๓ แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินชุดการเรียนรู้ ชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านปัจจัยนำเข้า ในภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๓.๙๘) แบ่งเป็น คู่มือนักศึกษา มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๓.๙๓) สถานการณ์ที่เป็นปัญหา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๓.๙๐) หนังสือและเอกสารอ้างอิงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๓.๙๑) และ แหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๔.๑๘)

๒.๒ ผลการประเมินชุดการเรียนรู้ชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการ การตลาด ด้านกระบวนการ ดังแสดงไว้ในตารางที่ ๔

ตารางที่ ๔ แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินชุดการเรียนรู้ ชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านกระบวนการ

รายการประเมินกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	หมายเหตุ
ผู้สอน			
1. กระตุ้นให้เกิดความอยากเรียนรู้	3.92	.69	มาก
2. กระตุ้นให้เกิดความคิดเพื่อแก้ปัญหา	3.92	.57	มาก
3. เชื่อมโยงแนวคิดของผู้เรียน	3.82	.59	มาก
4. ชี้แนะไปสู่แนวทางแก้ปัญหา	4.08	.66	มาก
5. เป็นที่ปรึกษาที่ดีของนักศึกษา	3.97	.66	มาก
6. ให้ความกระจ่างในเนื้อหา	3.90	.63	มาก
7. มีการเตรียมตัวที่ดี	4.08	.76	มาก
8. มีความอดทนต่อความไม่รู้ของนักศึกษา	3.75	.71	มาก
9. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักศึกษา	4.08	.53	มาก
10. มีการให้ข้อมูลย้อนกลับแก่นักศึกษา	3.85	.70	มาก
11. ให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไข	3.95	.60	มาก
12. การตรงต่อเวลา	3.90	.63	มาก
รวม	3.93	.41	มาก



ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมินกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	หมายเหตุ
การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา			
1. สนใจขอบเขตและหัวข้องานที่ได้รับมอบหมาย	4.05	.45	มาก
2. รวบรวมข้อมูลความรู้ได้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้	4.15	.53	มาก
3. อ้างอิงแหล่งความรู้ที่น่าเชื่อถือได้	4.22	.66	มาก
4. ใช้เวลาที่เรียนรู้ด้วยตนเองเหมาะกับคุณภาพของงานที่น่าเสนอ	4.30	.52	มาก
5. เสนอเรื่องที่เรียนรู้ด้วยตนเองในเวลาที่กำหนดไว้อย่างเหมาะสม	4.30	.61	มาก
6. แสดงให้เห็นว่าตนเองรู้/สามารถมากขึ้นแค่ไหน	4.03	.48	มาก
7. นำคำติชมจากผู้อื่นมาปรับปรุงตนเอง	4.18	.59	มาก
รวม	4.17	.35	มาก
กระบวนการแก้ปัญหาของนักศึกษา			
1. มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา	4.20	.61	มาก
2. อธิบายสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาได้	4.15	.58	มาก
3. ตั้งสมมุติฐาน(คาดเดาคำตอบล่วงหน้า)ได้อย่างเหมาะสม	4.15	.74	มาก
4. ใช้เหตุผลประกอบการจัดลำดับความสำคัญของสมมุติฐาน	4.20	.46	มาก
5. กำหนดแนวทางแสวงหาความรู้เพื่อตอบสมมุติฐาน	4.30	.76	มาก
6. ตรวจสอบข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์	3.92	.47	มาก
7. กำหนดแนวทางแก้ปัญหาอย่างถูกหลักการ...	4.43	.71	มาก
รวม	4.19	.41	มาก
กระบวนการทำงานกลุ่มของนักศึกษา			
1. กลุ่มยอมรับฟังความคิดเห็นที่น่าเสนอ	3.90	.50	มาก
2. ถ่ายทอดความคิดภายในกลุ่มด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย	4.20	.69	มาก



ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมินกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	หมายเหตุ
3. ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม	3.95	.60	มาก
4. มีความสามารถแก้ไขความขัดแย้งของกลุ่ม	4.05	.64	มาก
5. ช่วยกลุ่มให้คิด หรือทำงานที่ตรงเป้าหมาย	3.95	.50	มาก
6. ช่วยสรุปประเด็นได้ตรงตามหัวข้อ	3.97	.62	มาก
7. เสนอความคิด หรือวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา	3.90	.67	มาก
8. รับผิดชอบต่องานที่กลุ่มมอบหมาย	4.25	.67	มาก
9. มาตรงเวลานัดหมายทุกครั้งในการร่วมกลุ่มกิจกรรมการเรียนรู้	4.07	.62	มาก
รวม	4.02	.34	มาก
รวม	4.08	.25	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินชุดการเรียนรู้ชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านกระบวนการ ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) แบ่งเป็น ด้านผู้สอนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.93) การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.17) กระบวนการแก้ปัญหานักศึกษา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.19) และ กระบวนการทำงานกลุ่มของนักศึกษา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.02)

2.3 ผลการประเมินชุดการเรียนรู้ชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านผลผลิต ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินชุดการเรียนรู้ชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านผลผลิต

รายการประเมินกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	หมายเหตุ
1. มีความพึงพอใจในการเรียนรู้ด้วยชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก (ใบงาน แบบฝึกหัด การออกไปสัมภาษณ์ ภาคสนาม)	4.35	.58	มาก
2. มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกลุ่ม	3.97	.53	มาก
3. เรียนรู้กระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม	4.07	.57	มาก



ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมินกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	หมายเหตุ
4. สามารถแก้ปัญหาด้วยตนเอง	3.90	.63	มาก
5. มีความรับผิดชอบต่อการทำงานร่วมกัน	4.23	.53	มาก
6. ยอมรับความคิดเห็นของเพื่อนมากขึ้น	4.10	.63	มาก
7. รู้จัดเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น	4.18	.68	มาก
8. มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้สอนมากขึ้น	4.03	.58	มาก
9. มีความกล้าในการแสดงออก และนำเสนอ งานด้วยเหตุผล	4.30	.61	มาก
10. มีทักษะในการแก้ปัญหามากขึ้น	4.13	.61	มาก
รวม	4.12	.30	มาก

จากตารางที่ ๕ แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินชุดการเรียนรู้ ชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านผลผลิต พบว่าในภาพรวม สามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนอย่างได้ผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๔.๑๒)

อภิปรายผล

๑. ผลการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชา การจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษาโปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาดมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยชุดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาด มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนการเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ และพฤติกรรมกรเรียนแบบแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาดของนักศึกษาได้คะแนนเฉลี่ยรวมทุกด้านร้อยละ ๘๒.๖๓ โดยคะแนนเฉลี่ย ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ ร้อยละ ๘๓.๕๐ ด้านการแก้ปัญหา ร้อยละ ๘๓.๘๕ และด้าน กระบวนการกลุ่ม ร้อยละ ๘๐.๕๕ ซึ่งผลการวิจัยได้สอดคล้องกับ ผ่องศรี เกียรติเลิศนภา (๒๕๓๖ : ๒๔๕-๒๔๖) เรื่องการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก ทางการศึกษาพยาบาล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่เรียนด้วยรูปแบบการเรียนการสอน แบบใช้ปัญหาเป็นหลักทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมกรเรียนรู้ด้วยตนเองการเรียนรู้แบบกลุ่มย่อย และมีความสามารถในการแก้ปัญหา ทำให้นักศึกษากระตือรือร้นในการเรียนรู้ จึงส่งผลให้นักศึกษา มีทัศนคติต่อการเรียนสูงกว่าการเรียนการสอนแบบปกติรวมทั้งวิธีการจัดการเรียนการสอนแบบ



ใช้ปัญหาเป็นหลักทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้แบบกลุ่มย่อย และมีความสามารถในการแก้ปัญหา ทำให้นักศึกษาระดือร้อ้นในการเรียนรู้ จึงส่งผลให้นักศึกษามีทัศนคติต่อการเรียนสูงกว่าการเรียนการสอนแบบปกติ รวมทั้งวิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในการศึกษาการตลาดที่พัฒนาขึ้นนี้ มุ่งเน้นกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกให้ผู้เรียนคิดแก้ปัญหาอย่างมีเหตุผลตลอดเวลา ดังที่นักศึกษากลุ่มที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักได้แสดงความคิดเห็นต่อผลที่เกิดขึ้นกับตนเอง เมื่อเรียนโดยใช้วิธีการนี้ว่ามีทักษะในการแก้ปัญหาเพิ่มขึ้น และยังส่งผลดีต่อตัวเองในด้านอื่นๆ อีกด้วย ได้แก่ มีความขยันในการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มขึ้น กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผลมากขึ้น มีความเชื่อมั่นในตนเองเพิ่มมากขึ้น ชอบคิดและมีหลักในการคิดมากขึ้น รู้สึกขยันขึ้น มีความคิดกว้างขึ้น มีความกระตือรือร้นในการเรียนมากขึ้น มีความรู้กว้างขวางมากกว่าการเรียนแบบบรรยายไม่เบื่อก่อนการเรียน รู้สึกอยากเรียนเพราะในขณะที่เรียนสามารถเสนอในสิ่งที่ตนเองคิดให้กับกลุ่มได้ และเมื่อเรียนจบสามารถจดจำเนื้อหาได้จากสถานการณ์ ทำให้เข้าใจได้โดยไม่ต้องไปนั่งท่องจำเหมือนเรียนตามปกติ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ผู้เรียนทำหน้าที่ความเป็นผู้นำได้ดีขึ้นอีกด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของโรเจอร์ (Rogers, ๑๙๖๙ : ๑๐๔ อ้างถึงใน ผ่องศรี เกียรติเลิศนภา, ๒๕๓๖ : ๑๘๙) ที่เชื่อว่ากระบวนการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญมากกว่า ความรู้ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและผลการเรียนรู้ที่มีผู้เรียนเป็นศูนย์กลางจะทำให้ตัวผู้เรียนมีการปรับตัว ริเริ่มด้วยตนเอง มีความรับผิดชอบในตนเอง มีการสร้างสรรค์งานอยู่ตลอดเวลา และสอดคล้องกับ สุรพล บุญลือ (๒๕๕๐, หน้า ๘๕-๘๖) ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสอนโดยใช้ห้องเรียนเสมือนจริงแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในระดับอุดมศึกษา พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในห้องเรียนเสมือนจริง กับกลุ่มที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในห้องเรียนปกติมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน โดยที่นักศึกษาที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในห้องเรียนเสมือนจริง มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่านักศึกษาที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในห้องเรียนปกติ นักศึกษาที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในห้องเรียนเสมือนจริงมีความคงทนในการเรียนรู้ไม่แตกต่าง จากหลังสอบไปแล้ว ๒ สัปดาห์ ผู้ที่เรียนผ่านห้องเรียนเสมือนจริงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ผู้วิจัยยังเชื่อว่าวิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมี โอกาสที่จะพัฒนาขึ้นมานี้มีประสิทธิภาพพอที่จะนำไปใช้ได้จริงในการเรียนการสอนบางรายวิชา และน่าจะขยายผลไปสู่การจัดการเรียนการสอนทั้งหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเรียนภาคปฏิบัติ หรือการเรียนการสอนในสายวิชาชีพต่อไปการทดลองใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษาโปรแกรมบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยนำไปทดลองกับนักศึกษาจำนวน ๔๐ คน แบ่งกลุ่มย่อยกลุ่มละ ๘ คนได้ ๕ กลุ่ม พบว่า ผลสัมฤทธิ์หลังการเรียนสูงกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .๐๑ เพราะว่าการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมีขั้นตอนการสร้างอย่างเป็นระบบ มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน มีการจัดลำดับกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการเรียนอยู่ตลอดเวลา



คือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนแบบกลุ่มย่อย และการประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง อันเป็นแรงจูงใจให้นักศึกษาเกิดความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้จากสถานการณ์ปัญหา รวมทั้ง นักศึกษาจะต้องได้รับการประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ประเมินจากเพื่อน ทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสดูฝึกฝนตนเอง และได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เสมอ ฝึกฝนให้ผู้เรียนได้แสดงความสามารถของตนเอง มีความรับผิดชอบต่อกลุ่ม ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์ของแผนการศึกษาแห่งชาติที่ต้องการให้ผู้เรียนเกิดบูรณาการในการเรียนการสอนและยังสอดคล้องกับปรัชญาการศึกษาที่ว่า การศึกษาเพื่อชีวิตและสังคมอีกด้วย

๒. ผลการประเมินวิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักวิชาการจัดการการตลาด สำหรับนักศึกษาโปรแกรมบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร พบว่า ผลการประเมินการจัดการเรียนชุดการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก วิชาการจัดการการตลาด ด้านปัจจัยนำเข้า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๓.๔๘) ด้านกระบวนการ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๔.๐๘) และด้านผลผลิต สามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนอย่างได้ผลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = ๔.๑๒) ซึ่งผลการวิจัยได้สอดคล้องกับ ผ่องศรี เกียรติเลิศินา (๒๕๓๖ : ๒๕๕-๒๕๖) เรื่องการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักทางการศึกษาพยาบาล ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพของรูปแบบการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหา เป็นหลักทางการศึกษา พยาบาล ผลจากการนำรูปแบบที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้ พบว่านักศึกษาพยาบาลนักศึกษากลุ่มที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก มีการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาเพิ่มขึ้นจริง เมื่อเปรียบเทียบคะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาหลังการทดลองระหว่างนักศึกษากลุ่มที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักและ นักศึกษากลุ่มที่เรียนแบบปกติ และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนการทดลองและหลังการทดลองของกลุ่มทดลอง และนักศึกษากลุ่มที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมีพฤติกรรมการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักผ่านเกณฑ์การประเมินของผู้เชี่ยวชาญ คือ ร้อยละ ๖๐ ทุกคน ทั้งนี้เพราะรูปแบบการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักทางการศึกษาพยาบาลที่พัฒนาขึ้นนี้ มุ่งเน้นกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกให้ผู้เรียนคิดแก้ปัญหาอย่างมีเหตุผลตลอดเวลาตามที่นักศึกษา กลุ่มที่เรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักได้แสดงความคิดเห็นต่อผลที่เกิดขึ้นกับตนเอง เมื่อเรียนโดยใช้รูปแบบนี้ว่ามีทักษะในการแก้ปัญหา เพิ่มขึ้นและยังส่งผลดีต่อตัวเองในด้านอื่นๆ อีกด้วย ได้แก่ มีความขยันในการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มขึ้น กล่าวพูด กล่าวแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผลมากขึ้นมีความเชื่อมั่นในตนเองเพิ่มมากขึ้น ชอบคิดและมีหลักในการคิดมากขึ้น รู้สึกขยันขึ้นมีความคิดกว้างขึ้น มีความกระตือรือร้นในการเรียนมากขึ้น มีความรู้กว้างขวางมากกว่าการเรียนแบบบรรยาย ไม่เบื่อต่อการเรียน รู้สึกอยากเรียนเพราะในขณะที่เรียนสามารถเสนอในสิ่งที่ตนเองคิดให้กับกลุ่มได้ และเมื่อเรียนจบก็สามารถจดจำเนื้อหาได้จากสถานการณ์ ทำให้เข้าใจได้โดยไม่ต้องไปนั่งท่องจำเหมือนเรียนตามปกติ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ผู้เรียนทำหน้าที่ความเป็นผู้นำได้ดีขึ้นอีกด้วย สอดคล้องกับยุวัฒน์ คล้ายมงคล (๒๕๔๕, : ๑๑๖-๑๑๗) ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการเรียนการสอนโดยการประยุกต์แนวคิดการใช้ปัญหาเป็น



หลัก ในการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถภาพทางคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๕ ที่มีความสามารถพิเศษทางคณิตศาสตร์ การดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น ๒ ขั้นตอนคือ ขั้นตอนแรกเป็นการวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนการสอน โดยการประยุกต์แนวคิดการใช้ปัญหาเป็นหลักในการเรียนรู้ เพื่อสร้างเสริมสมรรถภาพทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๕ ที่มีความสามารถพิเศษทางคณิตศาสตร์ ขั้นตอนที่สองเป็นการวิจัยกึ่งทดลองเพื่อทดสอบกระบวนการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบเสนอข้อโดยครู แบบทดสอบความสามารถทางคณิตศาสตร์ แบบทดสอบสมรรถภาพทางคณิตศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองสอนคือนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๕ ที่มีความสามารถพิเศษทางคณิตศาสตร์ในโรงเรียนพญาไท ปีการศึกษา ๒๕๔๕ จำนวน ๑๕ คน ผู้วิจัยทดลองสอนเป็นเวลา ๖ สัปดาห์ รวมทั้งสิ้น ๔๑ ชั่วโมง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่า t ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

๑. กระบวนการเรียนการสอนโดยการประยุกต์แนวคิดการใช้ปัญหาเป็นหลัก ในการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถภาพทางคณิตศาสตร์ประกอบด้วย ๗ ขั้นตอน คือ ๑) เตรียมปัญหา ๒) สร้างความเชื่อมโยงสู่ปัญหา ๓) สร้างกรอบของการศึกษา ๔) ศึกษาค้นคว้าโดยกลุ่มย่อย ๕) ตัดสินใจ หาทางแก้ปัญหา ๖) สร้างผลงาน และ ๗) ประเมินผลการเรียนรู้ ๒. ผลการทดลองใช้กระบวนการเรียนการสอนพบว่า กระบวนการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้น สามารถพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาและทักษะการเชื่อมโยงให้เพิ่มสูงขึ้นกว่าเกณฑ์ ๒๐% ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ ได้ แต่พัฒนาทักษะการให้เหตุผลเพิ่มขึ้นเท่ากับเกณฑ์ และพัฒนาทักษะการสื่อสารและทักษะการสื่อความหมายเพิ่มขึ้นยังไม่ถึงเกณฑ์ ผู้วิจัยได้นำผลการทดลองใช้กระบวนการเรียนการสอนไปปรับปรุง กระบวนการเรียนการสอนโดยเพิ่มบทบาทของครูในการพัฒนาทักษะการให้เหตุผล ทักษะการสื่อสารและทักษะการสื่อความหมาย

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้
 - ๑.๑ วิชาที่จะนำมาจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักควรเป็นวิชาที่มีลักษณะบูรณาการ ซึ่งได้แก่ วิชานโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การบริหารช่องทางจัดจำหน่าย การสัมมนาการตลาด การค้าปลีกและการค้าส่ง การบริหารการขาย การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การตลาดเพื่อสังคม การวิจัยตลาด หรือวิชาชีพรสาขาอื่น ๆ
 - ๑.๒ ผู้สอนต้องเข้าใจโมโนทัศน์หลักที่จะนำมาสร้างสถานการณ์ที่เป็นปัญหา และสามารถกำหนดความกว้าง ความลึกของมโนทัศน์นั้นได้อย่างชัดเจน ผู้เรียนจะเป็นผู้สะท้อนให้ทราบว่า มโนทัศน์ที่ต้องการให้ศึกษานั้นเป็นไปตามที่ผู้สอนกำหนดไว้หรือไม่
 - ๑.๓ ในกระบวนการเตรียมความพร้อมของผู้เรียน ต้องใช้เวลาที่มากพอจึงจะทำให้ชั้นการสอน และขยายขอบเขตความรู้ดำเนินไปได้เป็นอย่างดี เวลาที่ใช้ในการเรียนในแต่ละชุดสถานการณ์ปัญหา จะต้องใช้ระยะเวลามากถึง ๒ เท่าของการเรียนแบบปกติ



๑.๔ การเตรียมความพร้อมของผู้สอนต้องได้รับการเตรียมเป็นอย่างดี เพื่อจะได้สร้างชุดการเรียนรู้ และรับบทบาทของผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนที่จะทำให้การเรียนรู้ในกลุ่มย่อยไม่เกิดความเบื่อหน่ายและสามารถที่จะประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด ชั่วโมงพบอาจารย์ควรจัดให้มีทุกชุดการเรียนรู้ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นในข้อความรู้ที่ยังไม่เข้าใจ นอกจากนี้ยังเป็นการตรวจสอบความรู้และพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนอีกทางหนึ่งด้วย

๒. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารระดับคณะ หรือสาขาวิชาควรให้การสนับสนุนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ หรือการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยพิจารณานำกระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน โดยการสอนดังกล่าวมีขั้นตอนที่เป็นระบบ มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน มีการจัดลำดับกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการเรียนอยู่ตลอดเวลา คือ การเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนแบบกลุ่มย่อย และการประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ประเมินจากเพื่อน ทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสฝึกฝนตนเอง และได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เสมอ ฝึกฝนให้ผู้เรียนได้แสดงความสามารถของตนเอง มีความรับผิดชอบต่อกลุ่ม ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์ของแผนการศึกษาแห่งชาติที่ต้องการให้ผู้เรียนเกิดบูรณาการในการเรียนการสอนและยังสอดคล้องกับปรัชญาการศึกษาที่ว่าการศึกษาเพื่อชีวิตและสังคมอีกด้วย

๓. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

๓.๑ ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบผลการใช้วิธีการสอนกับระยะเวลาในการเตรียมความพร้อมของผู้สอนและผู้เรียนที่แตกต่างกัน เพื่อศึกษาระยะเวลาที่เหมาะสมในการเตรียมความพร้อมของผู้สอนและผู้เรียนที่ส่งผลต่อการใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก

๓.๒ ควรมีการวิจัยและพัฒนาสื่อการสอนที่เหมาะสมกับการใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก เพื่อสนับสนุนการศึกษาค้นคว้า และการเรียนรู้ด้วยตนเอง

๓.๓ ควรมีการวิจัยและพัฒนาวิธีการจัดการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา

๓.๔ ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดกลุ่มย่อย ที่ส่งผลต่อการเรียนการสอนแบบใช้กลุ่มย่อย

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (๒๕๕๑). มหาวิทยาลัยที่ทางแยก : จุดประกายวิสัยทัศน์อุดมศึกษาไทยในอนาคต. กรุงเทพฯ. ชัคเชสมิเดีย.
- ผ่องศรี เกียรติเลิศสนา. (๒๕๓๖). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักทางศึกษาพยาบาล. วิทยานิพนธ์ กศ.ด., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พวงรัตน์ บุญญานุรักษ์. (๒๕๔๔). การเรียนรู้โดยใช้ปัญหา. ชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุรวัดน์ คล้ายมงคล. (๒๕๔๕). การพัฒนากระบวนการเรียนการสอนโดยการประยุกต์แนวคิดการใช้ปัญหาเป็นหลัก ในการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถภาพทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๕ ที่มีความสามารถพิเศษทางคณิตศาสตร์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวนีย์ กานต์เดชารักษ์. (๒๕๓๙). การพัฒนารูปแบบการสอนแบบเน้นการวิจัยทางการศึกษาพยาบาล. วิทยานิพนธ์ กศ.ด., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพล บุญลือ. (๒๕๕๐). การพัฒนารูปแบบการสอนโดยใช้ห้องเรียนเสมือนจริงแบบใช้ปัญหาเป็นหลักในระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ กศ.ด., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมหวัง พิชัยณัฐ. (๒๕๔๔). วิธีวิทยาการประเมินศาสตร์แห่งคุณค่า. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



การพยากรณ์ความต้องการสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี Demand forecasting for chemical fertilizer products

ไพฑูรย์ ศิริโอฬาร

บทคัดย่อ

การประกอบธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงในปัจจุบัน การวางแผนความต้องการสินค้าเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ ดังเช่นบริษัทตัวอย่างที่เป็นธุรกิจผลิต และจำหน่ายสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี ที่ทำการวางแผนความต้องการสินค้า จากประสบการณ์ และการคาดเดา ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้วัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปมีอยู่ในคลังสินค้ามีจำนวนมาก ซึ่งส่งผลต่อต้นทุน การถือครองสินค้า และการบริหารพื้นที่จัดเก็บในคลังสินค้า

งานวิจัยนี้จึงประยุกต์ใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยวิธีแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลา มาสร้างตัวแบบการพยากรณ์ความต้องการสินค้าปุ๋ยเคมี ๔ ชนิด คือปุ๋ยเคมีสูตร ๖-๓-๓ สูตร ๔-๔-๔ สูตรมาตรฐาน และสูตรผงทำการพยากรณ์ปริมาณความต้องการสินค้าปุ๋ยเคมีทั้ง ๔ ชนิดในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ พบว่า สามารถประมาณปริมาณความต้องการสินค้าปุ๋ยเคมีทั้ง ๔ ชนิดนี้ได้ใกล้เคียงกับปริมาณความต้องการสินค้าที่เกิดขึ้นจริง โดยมีค่าเปอร์เซ็นต์ความผิดพลาดสมบูรณ์เฉลี่ย (MAPE) เป็น ๑๒.๗๕% ๑๘.๓๒% ๑๘.๕๘% และ ๒๖.๐๑% ตามลำดับ

คำสำคัญ : การพยากรณ์เชิงปริมาณ, การแยกส่วนประกอบของอนุกรมเวลา



Abstract

Every business is highly competitive today. Demand forecasting is what will be featured. Such as an example company which has produced and sold chemical fertilizer products. Demand forecasting is expected by the experience and conjecture of production planner. For this reason, there are a lot of raw materials and finished goods which have an effect on highly inventory holding costs and management of storage spaces in the warehouse are difficult.

This research applied quantitative forecasting using time decomposition method and construct demand forecasting models for ๔ chemical fertilizer products: formula ๖-๓-๓, ๔-๔-๔, standard and powder. Forecast demand for ๔ chemical fertilizer products in year ๒๐๑๔ found that the estimated demand forecasting for these types of fertilizer was close to the actual demand. The mean absolute percentage error (MAPE) is ๑๒.๗๕ %, ๑๘.๓๒ %, ๑๘.๕๘% and ๒๖.๐๑ %, respectively.

Keywords : Quantitative Forecasting, Decomposition of Time Series

บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางด้านการค้าสูง การลดต้นทุนเป็นวิธีการสำคัญที่ช่วย ทำให้ผลกำไรในการประกอบธุรกิจสูงขึ้นได้ ตามหลักความสูญเปล่า ๗ ประการนั้น การมีสินค้าคงคลังมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น และการผลิตที่มากเกินไป สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดต้นทุนที่ไม่จำเป็น ในกรณีของบริษัทตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี ทำการดำเนินการวางแผนความต้องการสินค้า จากลูกค้าจากประสบการณ์ และการคาดเดา ไม่มีการใช้วิธีการ หรือหลักการใดๆ มาใช้ช่วยสนับสนุน การตัดสินใจ จึงส่งผลให้ปริมาณสินค้าคงคลังที่เป็นวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปที่อยู่ในคลังสินค้ามีอยู่จำนวนมาก เนื่องจากผลิตมากเกินไปจนความจำเป็นไม่สอดคล้องกับความต้องการสินค้าที่เกิดขึ้นจริงในสินค้าแต่ละชนิด ทำให้ต้นทุนการถือครองสินค้าคงคลังของบริษัทมีค่าสูงทุกเดือน นอกจากนี้ยังส่งผลให้การบริหารพื้นที่ในคลังเก็บสินค้าสำเร็จรูป และคลังเก็บวัตถุดิบขาดประสิทธิภาพ พื้นที่ในการจัดเก็บไม่เพียงพอ การยกย้ายสินค้าทำได้ยากต้องนำสินค้าด้านนอกออกก่อนจึงสามารถนำสินค้าที่อยู่ด้านในออกได้ เป็นต้น

ปัญหาต่างๆ เหล่านี้เกิดมาจากการขาดการพยากรณ์ข้อมูลที่ดี ไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยแนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาลของสินค้าประเภทต่างๆ การพยากรณ์ที่ดี และแม่นยำ จะสามารถช่วยบริหารจัดการต้นทุนการถือครองสินค้าคงคลัง และบริหารประสิทธิภาพคลังสินค้าให้ดีขึ้นได้ งานวิจัยนี้จึงได้ทำการศึกษาการพยากรณ์ความต้องการสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี ของบริษัท



ตัวอย่าง โดยเลือกสินค้าปุ๋ยเคมีที่เป็นสินค้าคงคลังประเภท A ตามสูตรเคมี ๔ ชนิด ได้แก่ สูตร ๔-๔-๔ สูตร ๖-๓-๓ สูตรมาตรฐานและสูตรปุ๋ยผง เป็นกรณีศึกษา

วัตถุประสงค์งานวิจัย

๑. เพื่อกำหนดสมการการพยากรณ์ความต้องการสินค้า สำหรับปุ๋ยเคมีทั้ง ๔ ชนิด
๒. เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลฤดูกาลที่เกิดขึ้นกับสินค้าปุ๋ยเคมีทั้ง ๔ ชนิด

ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพยากรณ์ หมายถึง การคาดคะเน หรือทำนายการเกิดของเหตุการณ์ หรือสภาพการณ์ต่างๆ ในอนาคต โดยการพยากรณ์จะทำจากการศึกษาแนวโน้มและรูปแบบการเกิดของเหตุการณ์ หรือสภาพการณ์จากข้อมูลในอดีต และ/หรือ ใช้ความรู้ ประสบการณ์ และ วิจารณ์ญาณของผู้พยากรณ์การพยากรณ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการวางแผน และการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจ อุตสาหกรรมเกษตรกรรม การสาธารณสุข เป็นต้น การพยากรณ์เชิงปริมาณเป็นการพยากรณ์ที่นิยมใช้กันมากเมื่อมีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณรวบรวมมาอย่างต่อเนื่อง เรียกว่า อนุกรมเวลา (Time Series)

อนุกรมเวลาหมายถึงกลุ่มของค่าสังเกตที่เก็บรวบรวมมาตามเวลาอย่างต่อเนื่อง จะใช้สัญลักษณ์ $\{ Y_t \}$ แทนอนุกรมเวลา $Y_1, Y_2, \dots, Y_n$ ที่เก็บข้อมูลมา n ช่วงเวลาวิธีการพยากรณ์จะใช้กับกรณีที่ช่วงเวลาห่างเท่ากัน เช่น ปี ครึ่งปี ไตรมาส เดือน เป็นต้น ตัวอย่างอนุกรมเวลา เช่น ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าของโรงงานแห่งหนึ่งจำนวนสินค้าคงคลังรายเดือนของบริษัทแห่งหนึ่ง จำนวนคนไข้นอกรายวันของโรงพยาบาลแห่งหนึ่ง หรืออุณหภูมิรายวันของสถานีตรวจอากาศแห่งหนึ่ง เป็นต้น

๑.๑ ส่วนประกอบของอนุกรมเวลาการเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลาจะมีลักษณะแบบใดนั้นการพิจารณาขั้นต้นจะพิจารณาได้จากกราฟ (t, Y_t) เมื่อ t เป็นเวลาอยู่บนแกนแนวนอน และ Y_t เป็นค่าสังเกต ณ เวลา t อยู่บนแกนตั้ง

๑.๑.๑ แนวโน้ม (Trend) หมายถึง การเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลาในระยะยาวซึ่งอาจจะเป็นแนวโน้มขึ้น หรือแนวโน้มลง แนวโน้มจะสะท้อนให้เห็นถึงความเจริญ และความเสื่อมของเหตุการณ์ต่างๆ

๑.๑.๒ อิทธิพลของฤดูกาล (Seasonal) หมายถึง การเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลา มีผลเนื่องมาจากฤดูกาล การเคลื่อนไหวจะเกิดขึ้นซ้ำๆ ในเวลาหนึ่ง ปีปัจจัยที่ก่อให้เกิดอิทธิพลของฤดูกาลมีได้หลายปัจจัยเช่น สภาพอากาศ อุณหภูมิ เทศกาล เป็นต้น

๑.๑.๓ อิทธิพลของวัฏจักร (Cycle) เป็นอนุกรมเวลาที่เก็บรวบรวมในระยะยาวหลายปี การเคลื่อนไหวอาจจะแสดงอิทธิพลของวัฏจักรที่มีลักษณะทำนองเดียวกันกับอิทธิพลฤดูกาลโดยวัฏจักรหนึ่งจะครอบคลุมระยะเวลาหลายปี วัฏจักรที่พบเสมอได้แก่ วัฏจักร

ธุรกิจ ที่มีทั้งรุ่งเรือง คงที่ และตกต่ำ วัฏจักรอากาศที่มีอิทธิพลต่อผลการเกษตร วัฏจักรเสื้อผ้าของสุภาพสตรี เป็นต้น

๑.๑.๔ เหตุการณ์ที่ผิดปกติ (Irregular) เป็นการเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลาเฉพาะส่วนที่ไม่มี แบบแผนที่แน่นอน ส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อน หรือไม่เกิดขึ้นบ่อยนักเช่น อุบัติเหตุ น้ำท่วม ไฟไหม้ สงคราม เป็นต้น

๑.๒ การวัดความถูกต้องของการพยากรณ์ความถูกต้องของการพยากรณ์เป็นสิ่งที่ผู้ใช้ค่าพยากรณ์ต้องการ ความถูกต้องจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ (Forecasting error , et) ซึ่งเป็นผลต่างของค่าจริงและค่าพยากรณ์ ค่าความคลาดเคลื่อนจะมากถ้าค่าจริงห่างจาก ค่าพยากรณ์มาก และจะน้อย ถ้าค่าพยากรณ์ใกล้เคียงกับค่าจริง ค่าวัดความถูกต้องของการพยากรณ์ที่ใช้กันมากได้แก่

๑.๒.๑ MAD (Mean Absolute Deviation) เป็นค่าวัดความถูกต้องของการพยากรณ์ที่วัดจากค่า ความคลาดเคลื่อนโดย ไม่คำนึงถึงทิศทางของความคลาดเคลื่อน ซึ่งมีหน่วยเดียวกับค่าสังเกต

$$MAD = \frac{\sum_{i=1}^n |e_i|}{n} \quad (1)$$

1.2.2 MSE (Mean Square Error) เป็นค่าวัดความถูกต้องของการพยากรณ์ที่วัดจากค่าความคลาดเคลื่อนจะไวต่อความคลาดเคลื่อนที่มีขนาดใหญ่เพราะได้จากการนำค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่ามายกกำลังสอง

$$MSE = \frac{\sum_{i=1}^n e_i^2}{n} \quad (2)$$

๑.๒.๓ MAPE (Mean Absolute Percent Error) เป็นค่าวัดความถูกต้องของการพยากรณ์ที่วัดจากค่าความคลาดเคลื่อน ของการพยากรณ์เทียบกับค่าจริงเป็นค่าที่ไม่มีหน่วย จึงเหมาะที่จะใช้เปรียบเทียบการพยากรณ์หลายวิธีเมื่อใช้อนุกรมเวลาชุดเดียวกัน

$$MAPE = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{|e_i|}{Y_i}}{n} \quad (3)$$



๑.๓ เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ เมื่อต้องการพยากรณ์อนุกรมเวลาเริ่มแรกต้องทำการสร้างกราฟเวลา ซึ่งเป็นแกนนอน และค่าสังเกต เป็นแกนตั้งเพื่อดูความสัมพันธ์ ของข้อมูลว่าเป็นลักษณะใดเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ทรงศิริ (๒๕๔๙)

๑.๓.๑ ข้อมูลอนุกรมเวลาไม่มีแนวโน้ม และไม่มีฤดูกาล วิธีการที่นิยมใช้ในการสร้างสมการ พยากรณ์คือ

๑.๓.๑.๑ วิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่อย่างง่าย

๑.๓.๑.๒ วิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วงน้ำหนัก

๑.๓.๑.๓ วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลอย่างง่าย

๑.๓.๒ ข้อมูลอนุกรมเวลามีแนวโน้ม วิธีการที่นิยมใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์คือ

๑.๓.๒.๑ วิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ซ้ำ ๒ ครั้ง

๑.๓.๒.๒ วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลซ้ำ ๒ ครั้ง

๑.๓.๒.๓ วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นตรงอย่างง่าย

๑.๓.๓ ข้อมูลอนุกรมเวลามีฤดูกาลวิธีการที่นิยมใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์คือ

๑.๓.๓.๑ วิธีค่าเฉลี่ยแบบง่าย

๑.๓.๓.๒ วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลแบบฤดูกาล

๑.๓.๔ ข้อมูลอนุกรมเวลามีทั้งแนวโน้มและฤดูกาล วิธีการที่นิยมใช้ในการสร้างสมการ พยากรณ์คือ

๑.๓.๔.๑ วิธีแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลา

๑.๓.๔.๒ วิธีของ Holt – Winters

บัญชา และบรรหาญ (๒๕๕๓) ใช้เทคนิคการพยากรณ์ ๔ วิธี เพื่อหาตัวแบบการพยากรณ์ สำหรับความต้องการผ้าผืน ๔ ชนิด คือ ไนลอนเฟลน โพลีเอสเตอร์ด๊อบบี้ ไนลอนด๊อบบี้และ โพลีเอสเตอร์เฟลน พบว่าวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าผืนทั้ง ๔ ชนิด คือวิธี Holt – Winters วิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่วิธีแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลา และวิธีการพยากรณ์ ร่วมตามลำดับสามารถลดค่าใช้จ่ายเพื่อการจัดเก็บสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยลด ค่าความคลาดเคลื่อนของค่าพยากรณ์กับปริมาณคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจริงได้ ๔๐%

ปองภพ (๒๕๕๔) ทำการเปรียบเทียบเทคนิคการพยากรณ์ ๔ วิธี เพื่อพยากรณ์ยอดขาย ธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปนำเข้าขนาดเล็ก พบว่าข้อมูลยอดขายมีแนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาล จากการวิเคราะห์แล้วพบว่าวิธีแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลาเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดกับข้อมูล อนุกรมเวลายอดขายชุดนี้ เนื่องจากให้ค่า MAPE มีค่าต่ำที่สุดเท่ากับ ๑๒.๔๖%

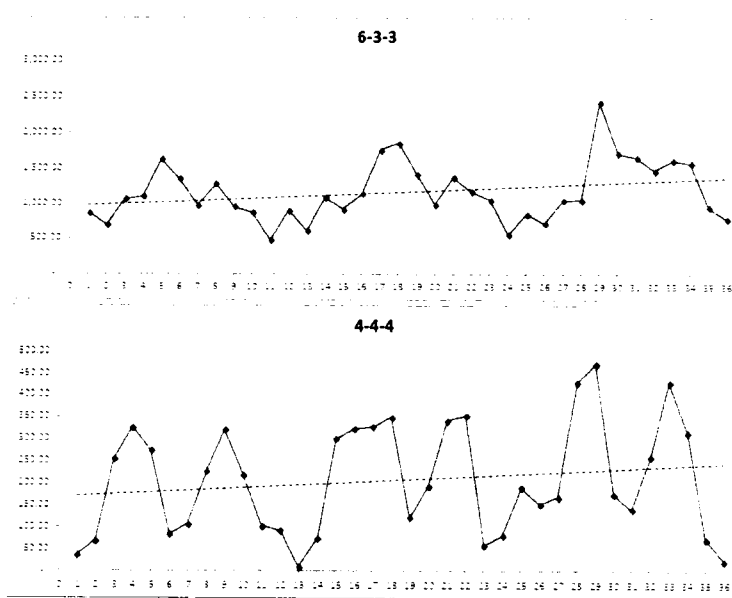
สุพร (๒๕๕๕) พยากรณ์ความต้องการสั่งซื้อสินค้าประเภทกาแฟปรุงสำเร็จ โดยใช้ เทคนิค การพยากรณ์ ๔ วิธี ได้แก่ วิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่อย่างง่าย วิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่แบบถ่วง น้ำหนัก วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลอย่างง่าย และวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลซ้ำสองครั้ง พบว่าวิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลอย่างง่ายเหมาะสมที่จะใช้พยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาชุด นี้ ที่ค่า MAPE เท่ากับ ๑๓.๖๓%



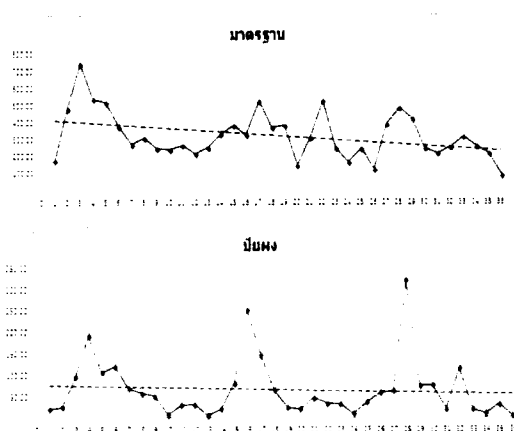
รุ่งรัตน์ และกุสุมา (๒๕๕๓) นำเทคนิคการพยากรณ์ ๔ วิธี คือวิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่อย่างง่าย วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลอย่างง่าย วิธีปรับเรียบเอ็กซ์โปเนนเชียลซ้ำสองครั้งและวิธีของ Holt – Winters มาใช้หาความต้องการของลูกค้าจากการวิเคราะห์ข้อมูลในอดีต เพื่อเลือกวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสม และนำไปใช้ในการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ และกำหนดระดับสินค้าคงคลังสำรองที่เหมาะสม เนื่องจากระบบการผลิตแบบเดิมเป็นการผลิตเพื่อเก็บไว้ในคลังสินค้า ซึ่งทำให้เกิดปริมาณสินค้าคงคลังเกินความต้องการที่มีอยู่จริง ทำให้เกิดต้นทุนการถือครองสินค้าคงคลัง มีค่าสูง จากการพยากรณ์ที่เหมาะสมสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าคงคลังลดลง ๙.๕๕%

วิธีการวิจัย

การพยากรณ์ความต้องการสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี กรณีศึกษาเป็นบริษัทผลิตปุ๋ยเคมีตั้งอยู่ที่จังหวัดกำแพงเพชร ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลยอดขายปุ๋ยเคมี ๔ ชนิด ที่เป็นสินค้าคงคลังประเภท A คือปุ๋ยสูตร ๖-๓-๓ สูตร ๔-๔-๔ สูตรมาตรฐาน และสูตรผง ย้อนหลัง ๓ ปี เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาล ของการขายปุ๋ยเคมีสูตรต่างๆ ซึ่งจากการวิเคราะห์ขั้นต้นโดยการทำแผนภาพการกระจาย พบว่าปุ๋ยเคมีสูตรต่างๆ มีพฤติกรรมการขายที่ไม่เหมือนกัน ปุ๋ย ๖-๓-๓ และ ๔-๔-๔ มีแนวโน้มขายดีขึ้นดังภาพที่ ๑ ปุ๋ยมาตรฐาน และปุ๋ยผง มีแนวโน้มขายได้ลดลง ภาพที่ ๒ ในขณะเดียวกันยอดขายปุ๋ยทั้ง ๔ ชนิด ก็ยังมีรูปแบบอิทธิพลฤดูกาลรวมอยู่ด้วย



ภาพที่ 1 ยอดขายปุ๋ย 6-3-3 และ 4-4-4 (หน่วย : ตัน)

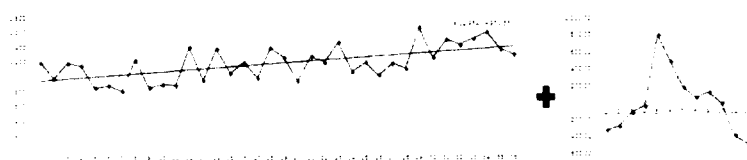


ภาพที่ 2 ยอดขายปุ๋ยมาตรฐาน และปุ๋ยผง (หน่วย : ตัน)

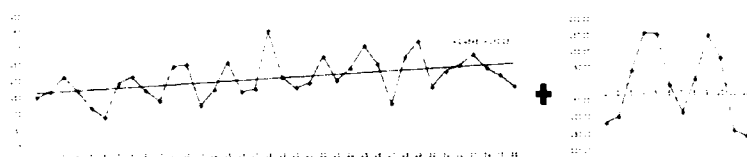
จากการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงใช้วิธีการแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลาหาค่าแนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาลที่เกิดขึ้นกับยอดขายปุ๋ยเคมีทั้ง 4 ชนิด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ จัดเก็บสินค้าคงคลังต่อไป

ผลและการอภิปรายผลการวิจัย

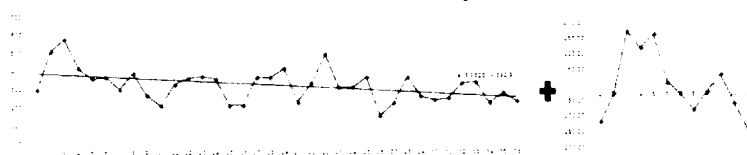
จากการแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลาข้อมูลยอดขายปุ๋ยทั้ง 4 ชนิด สามารถทำการแยก ส่วนประกอบที่เป็นแนวโน้ม และส่วนประกอบที่เกิดจากอิทธิพลของฤดูกาลดังภาพที่ 3 – 6



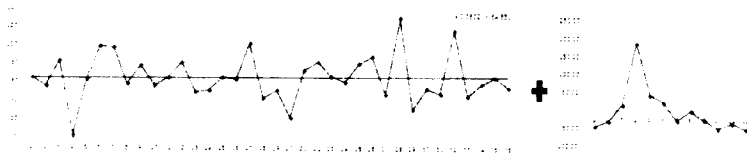
ภาพที่ 3 แนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาลของปุ๋ย 6-3-3



ภาพที่ 4 แนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาลของปุ๋ย 4-4-4



ภาพที่ 5 แนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาลของปุ๋ย มาตรฐาน



ภาพที่ 6 แนวโน้ม และอิทธิพลฤดูกาลของปุ๋ย ผง

เมื่อทำการวิเคราะห์การแยกส่วนประกอบแนวโน้มและอิทธิพลฤดูกาลออกมา สิ่งที่ต้องทำการปรับปรุงในเรื่องคุณภาพสินค้า และการตลาด อย่างเร่งด่วน คือปุ๋ยมาตรฐานที่มีแนวโน้มยอดขายลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยที่ทางบริษัทกรณีศึกษาไม่ทราบข้อมูลมาก่อน เมื่อทำการวิเคราะห์จึงเห็นภาพและได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ในส่วนนี้ต่อไป สำหรับการวิเคราะห์อิทธิพลฤดูกาลยอดขายปุ๋ยทั้ง ๔ ชนิด ทำให้ทราบช่วงเวลาที่ยield ขายดี และขายไม่ดี ทำให้ทราบถึงช่วงเวลาของปริมาณความต้องการปุ๋ยเคมีที่มีสูงใน ๒ ช่วงเวลา กล่าวคือในช่วงแรกตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนมิถุนายน และช่วงที่สองตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึงเดือนตุลาคม ของทุกปี และในทางกลับกันที่เห็นได้ชัดเจนว่าตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในช่วงฤดูหนาวซึ่งไม่นิยมเพาะปลูกพันธ์พืช ประเภทข้าว อ้อย มัน มะม่วง ลิ้นจี่ และลำไย เป็นต้น จะมียอดขายต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเดือนธันวาคม ถึงเดือนมกราคม ดังนั้นการวางแผนการผลิต และการวางแผนการจัดเก็บสินค้าควรนำข้อมูลเหล่านี้มาพิจารณาร่วมในการตัดสินใจด้วย เพื่อจะทำให้ง่ายต่อการบริหารสินค้าคงคลังต่อไป สมการพยากรณ์ที่จะใช้ช่วยพยากรณ์ยอดขายปุ๋ยเคมีทั้ง ๔ ชนิดนี้ คือ

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

จากการแยกส่วนประกอบอนุกรมเวลาข้อมูลยอดขายปุ๋ยเคมีทั้ง ๔ ชนิด ออกเป็นส่วนประกอบที่มีแนวโน้ม และอิทธิพลของฤดูกาล ทำให้ทราบถึงแนวโน้มของยอดขายสินค้าปุ๋ยเคมี ๖-๓-๓ และปุ๋ยเคมี ๔-๔-๔ ที่มีแนวโน้มยอดขายสูงขึ้น ปุ๋ยเคมีมาตรฐานที่มีแนวโน้มขายได้น้อยลง และปุ๋ยเคมีผงที่มียอดขายค่อนข้างคงที่ สำหรับอิทธิพลของฤดูกาลที่มีต่อยอดขายปุ๋ยเคมีทั้ง ๔ ชนิด จะช่วยยืนยันฤดูกาลขายสินค้าในช่วงที่ขายดี และขายไม่ดี รวมถึงค่าพยากรณ์ที่ได้ จะช่วยให้สถานประกอบการตัวอย่างสามารถวางแผนการผลิต และวางแผนการจัดเก็บสินค้าคงคลังได้อย่างเหมาะสมได้ต่อไป ซึ่งจากการพยากรณ์ยอดขายสินค้าปุ๋ยเคมี ๖-๓-๓ ปุ๋ยเคมี ๔-๔-๔ ปุ๋ยเคมีมาตรฐาน และปุ๋ยเคมีผง มีค่า MAPE เป็น ๑๒.๗๕% ๑๘.๓๒% ๑๘.๕๘% และ ๒๖.๐๑ % ตามลำดับ ซึ่งค่า MAPE ที่ได้แสดงให้เห็นถึงความถูกต้องของการพยากรณ์ข้อมูลยอดขายทั้ง ๔ ชนิด ซึ่งยังมีค่าน้อยความแม่นยำของการพยากรณ์จะมีมาก ข้อเสนอแนะในการสร้างสมการพยากรณ์ครั้งต่อไปควรนำข้อมูลที่เกิดขึ้นล่าสุดรวมเข้าไปในการสร้างสมการพยากรณ์ด้วยจะสามารถทำให้ค่าพยากรณ์ที่ได้ใกล้เคียงกับปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ทรงศิริ แต่สมบัติ. (๒๕๔๙). การพยากรณ์เชิงปริมาณ. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บัญชา รอดไพบูลย์ และบรรหาญ ลิลา. (๒๕๕๓). การศึกษาตัวแบบพยากรณ์ผ้าผืน. การประชุม ชำยงาน วิศวกรรมอุตสาหการ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๓.
- ปองภพ ศรีสวัสดิ์กุล. (๒๕๕๔). การพยากรณ์ยอดขายธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปนำเข้าขนาดเล็ก. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งรัตน์ ภัสซัทธิ และ กุสุมา ธรรมภัทรกุล. (๒๕๕๓). การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าและแบบจำลองสินค้าคงคลังของโรงงานผลิตปุ๋ย. การประชุมชำนงานวิศวกรรมอุตสาหการ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๓.
- สุวพร พนมมพธรรม. (๒๕๕๕). การพยากรณ์อุปสงค์ของสินค้าประเภทกาแฟสำเร็จรูปกรณีศึกษา : บริษัท ABC. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยี โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.



การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์บ้านแหลมตึกแก
ตำบลรัชฎา อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

The voluntary activities tourism development at Ban Laemtookae,
Rasada sub-district, Muang district, Phuket province

พิภพ สมเวที¹ | วิญญู วีรยางกูร² | สนธยา ปานแก้ว³

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ๑) ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ ๒) ความต้องการของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ๓) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยว ชาวบ้าน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ใช้เครื่องมือแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ สถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนที่เหมาะสมในการจัดกิจกรรมเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีวิถีชีวิตชุมชน มีแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานพร้อม ด้านชุมชนต้องการมีส่วนร่วมในการร่วมพัฒนา สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ควรระบุกิจกรรมที่บำเพ็ญประโยชน์ช่วงวัน เวลา สถานที่ที่เหมาะสม ความปลอดภัย ก่อเกิดความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ตลอดไป

คำสำคัญ : ท่องเที่ยวบำเพ็ญประโยชน์,ท่องเที่ยวชุมชน,ท่องเที่ยวอาสา,แหลมตึกแก,

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการ พัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต



Abstract

This project was aimed to: ๑) study an appropriate model for voluntary activities in this area to develop tourism, ๒) investigate the needs of the local community, and ๓) determine the satisfaction level of the tourists for the voluntary activities. This study employed both the quantitative and qualitative methods. The sample group consisted of tourists, local people, and staff from involved units. Interviews and questionnaires were employed. The statistics used included means, percentage, and S.D. The results revealed that the community had the potential to develop into a tourist attraction (voluntary activities in tourism) for several reasons. The village had a unique identity with its own culture and way of life, many attractions and basic infrastructure. The local people were willing to participate in the development because they needed extra income from tourism. In terms of the tourists, most of them suggested that the community should designate the exact dates and place for the voluntary activities. Safety should be taken into consideration for the sustainable tourism development.

Keywords : Voluntary tourism, community tourism, volunteer tourism, Laemtookae

บทนำ

“การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์” การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นไปในกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงที่สุดเพราะอยู่ในวัย ที่แสวงหาประสบการณ์ กระตือรือร้น มีความคิดสร้างสรรค์พร้อมเปิดรับสิ่งใหม่ อยู่เสมอรวมทั้ง มีจิตสำนึกที่จะสร้างสรรค์ประโยชน์ให้แก่สังคม ชุมชนมีแนวคิดที่จะจัดให้มีค่ายอาสาสมัครเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์และช่วยพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยว อาทิ การถ่ายทอดความรู้ด้านการเป็นวิทยากรนำชมพื้นที่การออกแบบผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ขณะเดียวกันกลุ่มอาสาสมัครดังกล่าว ก็จะได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่นจากการได้ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนได้ใกล้ชิดกับชาวบ้านที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น”

ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พบว่าปัจจุบันมีการนำเอารูปแบบการท่องเที่ยวมาใช้อยากหลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวชุมชนมาใช้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยพบว่ามีสปากเกิดขึ้นเพื่อรองรับความต้องการ



ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในอีกด้านหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ที่ควรนำมาเสนอ และเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวได้คือ การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ (Voluntary Tourism) เนื่องจากในจังหวัดดังกล่าว มีความเป็นเอกลักษณ์ที่น่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง และยังเป็น การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อชุมชน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นได้ทั้งนักท่องเที่ยว ภายในพื้นที่ และนอกพื้นที่ และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเยาวชน ที่ต้องการศึกษาหาประสบการณ์ใหม่ๆ ผ่านการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ รวมทั้งเป็นการถ่ายทอด ความรู้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งผู้ให้และผู้รับ ซึ่งปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยได้พยายามนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว เช่น ชุมชนเกาะ เตียบ บ้านปากคลอง จังหวัดชุมพร ชุมชนบ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร ชุมชนบ้านนาตาโพ จังหวัดอุทัยธานี ชุมชนคลองตะเคียน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น จากรูปแบบการท่องเที่ยว ข้างต้นที่น่าเสนอ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษา แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว ชุมชนเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ ในพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว ในอนาคต ที่ต้องการแสวงหาความรู้ที่อยู่ในชุมชน รู้จักและเข้าใจตนเองมากขึ้น ผ่านการท่องเที่ยว ในรูปแบบเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ (Voluntary Tourism) และการศึกษาดังกล่าวสามารถ ช่วยพัฒนาชุมชนให้สามารถพัฒนาตนเอง และคงอยู่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงได้ และ พัฒนาไปพร้อมกับความก้าวหน้าด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่
๒. เพื่อหาความต้องการของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์
๓. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง บำเพ็ญประโยชน์

ขอบเขตของการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านพื้นที่

ได้แก่พื้นที่ หมู่ ๔ บ้านแหลมตึกแก ตำบลรัชฎา อำเภอมือง จังหวัดภูเก็ต โดยมี ลักษณะเฉพาะพื้นที่ ได้แก่ วิถีชีวิตชุมชน ภาษา ศาสนา อาชีพ มีความพร้อมด้าน สาธารณูปโภค การเดินทาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจช่วยสนับสนุนให้การจัดการท่องเที่ยว ประสบความสำเร็จ

๒. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ได้แก่ เนื้อหาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ ความเป็นมา ของชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ การรองรับด้านการท่องเที่ยว โครงสร้าง พื้นฐาน การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การเข้าถึงพื้นที่ ความสนใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรม ที่เหมาะสมกับพื้นที่ เป็นต้น



๓. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในฐานะ เจ้าของพื้นที่การท่องเที่ยวได้แก่ เจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว หรือ ผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จำนวน ๑๐ คน

กลุ่มตัวอย่างในฐานะ นักท่องเที่ยวเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา ในพื้นที่ศึกษา และที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน ๒๐๐ คน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นไปในกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงที่สุดเพราะอยู่ในวัยที่ แสวงหาประสบการณ์ กระตือรือร้น มีความคิดสร้างสรรค์พร้อมเปิดรับสิ่งใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งมีจิตสำนึกที่จะสร้างสรรค์ประโยชน์ให้แก่สังคม ชุมชน มีแนวคิดที่จะจัดให้มีค่ายอาสาสมัครเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์และช่วยพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยว อาทิการถ่ายทอดความรู้ด้านการเป็นวิทยากรนำชมพื้นที่ การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ขณะเดียวกันกลุ่มอาสาสมัครดังกล่าวก็จะได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่นจากการได้ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนได้ใกล้ชิดกับชาวบ้านที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใดจะเป็นกลุ่มใหญ่(Mass Tourism) เป็นกลุ่มขนาดเล็กทั้งในเมืองและชนบท ซึ่งสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(๒๕๓๙) กล่าวว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันโดยมีการป้องกันและสงวนรักษาโอกาสต่างๆของอนุชนรุ่นหลัง ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้มีความหมายถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและความงามทางสุนทรียภาพในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและรักษาระบบนิเวศด้วย

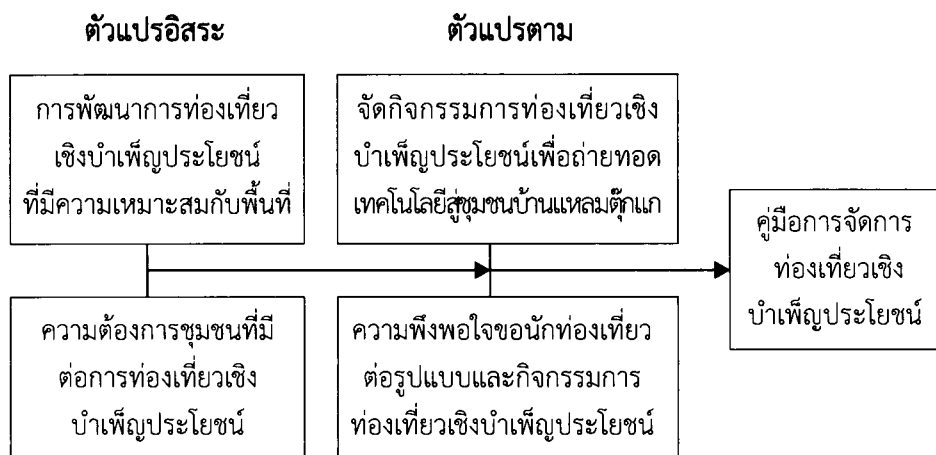
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา : ๒๕๔๒)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยวและสามารถมอบประสบการณ์นันทนาการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึงการเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึงความสมดุลระหว่าง



ความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร (อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล, ๒๕๔๕)

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดด้านการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้นำเสนอกรอบการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ บ้านแหลมตึกแกตำบลรัชฎา อำเภอมือง จังหวัดภูเก็ต”

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งเชิงปริมาณ(Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ สภาพของชุมชนที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ศึกษาศักยภาพและสภาพปัญหาด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านแหลมตึกแก และหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ โดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นหลัก โดยเครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบบันทึก และอัดเทป การประชุมกลุ่มย่อย การเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสังเกต และการสนทนากลุ่ม (focus group) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวจากการสำรวจพื้นที่ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วเขียนรายงานผลการวิเคราะห์ โดยการเขียนเชิงพรรณนา และข้อมูลแบบสอบถามใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ตามลักษณะของเครื่องมือ ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอนดังต่อไปนี้



๑. การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ประกอบด้วย คณะผู้บริหาร หรือตัวแทนจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ หน่วยงานราชการ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.), องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.), มหาวิทยาลัยต่างๆ , หอการค้าจังหวัด, สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว, บริษัทนำเที่ยว ผู้นำชุมชนในพื้นที่, ชมรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆในจังหวัดภูเก็ต

๒. การสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview) ประกอบด้วย เจ้าของหรือคณะผู้บริหารจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์ของจังหวัดภูเก็ต จำนวน ๑๐ ราย ได้แก่ ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว, องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ผู้ประกอบการนำเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ผู้นำชุมชนในพื้นที่ตัวแทนมหาวิทยาลัยต่างๆในพื้นที่ศึกษา หอการค้าจังหวัด ชมรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ

๓. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน ๒๐๐ ชุด โดยคำถามแบบ Likert Scale แบ่งออกเป็น ๕ ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์บ้านแหลมตึกแก ประกอบด้วยกลุ่มเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของจังหวัดภูเก็ต และกลุ่มเยาวชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และสมัครเข้าร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์บ้านแหลมตึกแก

การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

๑. ศึกษาเอกสาร และขอขอยางงานด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ในพื้นที่เป้าหมาย

๒. จัดทำชุดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ โดยบรรจุกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ในพื้นที่เป้าหมาย

๓. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการชุดการท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ในพื้นที่เป้าหมาย

๔. ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของชุดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ด้านเนื้อหา ภาษา ความครอบคลุมรายละเอียดที่เกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจ

๕. ทดสอบชุดการท่องเที่ยว โดยใช้กับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในด้านรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์

๖. ปรับปรุงชุดการท่องเที่ยว และกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ รวมทั้งเครื่องมือให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง



วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. การเก็บข้อมูลศักยภาพชุมชนหมู่ที่ ๔ บ้านแหลมตุ๊กแก เก็บข้อมูลโดยการจัดการประชุมเปิดเวทีชาวบ้านเพื่อให้ชาวบ้านระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนที่จะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ รับฟังความคิดเห็นจากชุมชน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการศึกษาศักยภาพชุมชน

๒. การเก็บข้อมูลความต้องการของชุมชนใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ โดยการลงชุมชน เก็บข้อมูลสอบถามทั้งผู้นำชุมชนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

๓. การเก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดภูเก็ต และนักท่องเที่ยวเยาวชนที่เดินทางมาในจังหวัดภูเก็ตและเข้าร่วมกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจำนวน ๒๐๐ คน

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์บ้านแหลมตุ๊กแก ตำบลรัชฎา อำเภอนี้อ เมือง จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่

ส่วนที่ ๒ ผลการศึกษาความต้องการของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์

ส่วนที่ ๓ ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ โดยวิเคราะห์ลักษณะความเหมาะสม ทั้ง ๘ ด้าน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาดด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ และแหล่งเรียนรู้ด้านแหล่งอาชีพและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวการเก็บข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยใช้แบบสังเกตว่ามีอยู่จริงในแหล่งท่องเที่ยวบ้านแหลมตุ๊กแก ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า

๑.๑ ด้านการคมนาคม พบว่า เส้นทางสัญจรก่อนเข้าถึงหมู่บ้านมีความสะดวก มีป้ายจราจรบอกทางอย่างชัดเจน ไม่ซับซ้อน ถนนค่อนข้างเรียบ ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ เนื่องจากเส้นทางดังกล่าวใช้เป็นเส้นทางหลักในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ท และเมื่อเส้นทางสัญจรเข้าไปยังหมู่บ้านเป้าหมาย พบว่า ถนนค่อนข้างแคบ ไม่เรียบ ขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ ทำให้ต้องระมัดระวัง ในการขับขี่และการกลับรถในหมู่บ้าน



๑.๒ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภายในหมู่บ้านมีอาคารเอนกประสงค์ขนาดใหญ่สำหรับการประชุม จัดกิจกรรมต่างๆ มีศูนย์ให้บริการประจำหมู่บ้านแต่ขาดการดูแลเอาใจใส่ ทำให้สกปรกและหลังคามีรอยรั่ว มีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายภายในหมู่บ้าน บริเวณทางเข้าหมู่บ้านมีการสร้างพิพิธภัณฑ์เพื่อไว้แสดงวิถีชีวิตของชุมชนซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเล และปัจจุบันยังไม่มีเปิดให้บริการนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำ มีสถานที่จอดรถ โทรศัพท์สาธารณะ

๑.๓ ด้านความสะอาด พบว่าหมู่บ้านมีปัญหาเรื่องปริมาณขยะจำนวนมาก เนื่องจากการทิ้งขยะไม่เป็นที่ และขาดความเอาใจใส่เรื่องความสะอาด สุขอนามัยที่ถูกต้อง ปริมาณถังขยะมีจำนวนน้อย และอีกสาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากหมู่บ้านแหลมตึกแกมีพื้นที่ติดทะเล ทำให้ปริมาณขยะถูกพัดเข้าสู่ฝั่งบริเวณหน้าหาดหาดมีปริมาณมากทุกวัน และทางหน่วยงานที่จัดเก็บขยะเพียง ๑ ครั้งต่อสัปดาห์

๑.๔ ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภายในหมู่บ้านมีประชาชนช่วยดูแลความปลอดภัย เช่น การสัญจรภายในหมู่บ้าน ความปลอดภัยในการเลือกซื้อ ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ ความปลอดภัยบริเวณหน้าชายหาดของหมู่บ้าน

๑.๕ ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า พบว่าภายในหมู่บ้านมีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว มีราคาเหมาะสม มีการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา มีสินค้าที่มาจากการผลิตของคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นอาหารทะเล

๑.๖ ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา และแหล่งเรียนรู้ พบว่า ในการจัดชุดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์บ้านแหลมตึกกระหวางเส้นทางท่องเที่ยวสามารถจัดสถานที่ท่องเที่ยวประกอบด้วย จุดชมลิง สักการะพ่อตาโต๊ะหินขาว กราบพระวัดเกาะสีหะ และชายหาดสวยงาม พิพิธภัณฑ์ ทำให้สามารถจัดชุดโปรแกรมการท่องเที่ยวได้น่าสนใจ

๑.๗ ด้านแหล่งอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ยังประกอบอาชีพอยู่กับทะเล เช่น การเก็บหูกุ้ง หอย ปู ปลา ดำปลิงทะเล จับกุ้งมังกร วางลอบ วางไซ และมีบางส่วนทำสวน รับจ้างทั่วไป และรับจ้างและบริกการนำเที่ยวบ้างการแปรรูปสินค้าจากทะเลและการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านการร้อยเครื่องประดับ

๑.๘ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ภายในหมู่บ้านมีการรวมกลุ่มของชาวบ้านขับร้องเพลงพื้นบ้าน เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ในหมู่บ้านแหลมตึกแก เป็นชาวเล จึงมีภาษาพูด แต่ไม่มีภาษาเขียน มีพิธีกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีประเพณีลอยเรือชาวเลเป็นประจำทุกปี ซึ่งเหมาะแก่การจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์อย่างมาก

ส่วนที่ ๒ ผลการศึกษาความต้องการของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์

ความต้องการด้านการท่องเที่ยวของประชาชนอยู่ในระดับมากที่สุดมีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจัดกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับชุมชนทำให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อตัวชุมชนโดยรวม และต่อตัวเองด้วยโดยเห็น



ว่าการท่องเที่ยวชุมชนในลักษณะการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ทำให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหนวัฒนธรรมของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยเน้นกิจกรรมทำให้เกิดความอย่งยั่งยืน สร้างจิตสำนึก ให้คนในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เกิดการพัฒนาคนในชุมชน สิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดความอย่งยั่งยืน มีการบริหารจัดการสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างยุติธรรมและโปร่งใส คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจและประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว

ในด้านของการรับรู้ผลกระทบที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์ พบว่ายังอยู่ในระดับน้อยเป็นการรับรู้ผลกระทบทางด้านลบที่อาจจะส่งผลกระทบต่อชุมชนเมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น คือ การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาต่างๆในชุมชน เช่น ปัญหาการจราจร ปัญหาอาชญากรรม และการท่องเที่ยวอาจก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ น้ำเสีย อากาศเสีย มลภาวะทางเสียง ซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมองผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในทางบวกหรือเป็นประโยชน์มากกว่าที่จะส่งผลเสียกับชุมชนหรือตัวประชาชนเอง

สำหรับความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่ประชาชนในหมู่ที่ ๔ บ้านแหลมตึกแก ได้ให้มุมมองไว้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวได้แก่การเผยแพร่องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ประเพณีการลอยเรือ การขับร้องเพลงพื้นบ้าน วิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น รองลงมาด้านสิ่งปลูกสร้าง ถาวรวัตถุ วัด วา อาราม พิพิธภัณฑ์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเมื่อถามถึงความต้องการเข้าร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ พบว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านแหลมตึกแก

ส่วนที่ ๓ ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์

๓.๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ ๖๐ มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐ มีอายุ ๑๘ - ๒๓ ปี คิดเป็นร้อยละ ๗๗.๖๐ การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ ๘๑.๕๐ มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐ มีรายได้ระหว่าง ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๕๐ ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ ๘๕.๕๐ และเคยเข้าร่วมกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๕๐ ตามลำดับ

๓.๒ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์



ตารางที่ ๑ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุดการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์และ
กิจกรรมการการบำเพ็ญประโยชน์ในชุมชนหมู่ 4 บ้านแหลมตึกแก

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว			
1.1 มีความหลากหลายด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.31	0.79	มาก
1.2 สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	4.21	0.87	มาก
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1.3 สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย	4.14	0.91	มาก
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1.4 แต่ละสถานที่ใช้เวลาเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	3.98	0.92	มาก
1.5 กิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์มีความน่าสนใจ	3.87	0.96	มาก
1.6 การจัดสรรเวลาแต่ละจัดกิจกรรมได้เหมาะสม	4.05	0.93	มาก
1.7 มีการกำหนดวัน เวลา ที่เหมาะสม	3.93	1.01	มาก
1.8 โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่น	4.23	0.86	มาก
1.9 มีการจัดกิจกรรมสันทนาการสอดแทรก	4.14	0.97	มาก
1.10 การกำหนดผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.82	1.01	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	4.06	0.92	มาก
2. ด้านการคมนาคม			
2.1 สภาพถนนมีความกว้างเพียงพอ	3.34	1.02	ปานกลาง
2.2 สามารถเดินทางได้สะดวก ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ	3.25	1.12	ปานกลาง
2.3 มีป้ายบอกทางชัดเจน	3.30	1.09	ปานกลาง
2.4 มีรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	3.20	0.92	ปานกลาง
2.5 ภายในหมู่บ้านมีการจำกัดความเร็ว	3.53	1.07	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.32	1.04	ปานกลาง
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
3.1 มีศูนย์ให้ข้อมูลการบริการนักท่องเที่ยว	3.49	0.83	ปานกลาง
3.2 มีการจัดบุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว	3.35	0.66	ปานกลาง
3.3 มีเอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	3.50	0.77	ปานกลาง
3.4 การบริการสถานที่จอดรถ	3.42	0.75	ปานกลาง
3.5 การจัดบริการห้องน้ำ อย่างเพียงพอ	3.50	0.87	ปานกลาง
3.6 การบริการโทรศัพท์สาธารณะ	3.43	1.04	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.44	0.82	ปานกลาง



ตารางที่ ๑ (ต่อ)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความพึงพอใจ
4. ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว			
4.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย	3.40	1.02	ปานกลาง
4.2 มีป้ายระบุดอันตรายสึนามิ	3.62	1.02	มาก
4.3 มีป้ายแจ้งเตือนการลงเล่นน้ำ	3.51	1.04	มาก
4.4 มีป้ายเตือนการใช้ถนน	3.49	0.68	ปานกลาง
4.5 มีหอเตือนภัย และแจ้งข่าวสาร	3.23	0.57	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.45	0.86	ปานกลาง
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความพึงพอใจ
5. ด้านความสะอาดของสถานที่			
5.1 ความพอเพียงของถังขยะ	3.76	0.93	ปานกลาง
5.2 ความสะอาดของห้องน้ำ	3.88	0.86	ปานกลาง
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความพึงพอใจ
5.3 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	3.76	0.96	ปานกลาง
5.4 ระบบการระบายน้ำเสีย	3.70	1.00	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.77	0.93	ปานกลาง
6. ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า			
6.1 มีพื้นที่สำหรับการจำหน่ายสินค้าและบริการ	3.41	0.94	ปานกลาง
6.2 สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี	3.64	1.03	มาก
6.3 เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานของชุมชน (มผช.)	3.52	1.07	มาก
6.4 มีการพัฒนา แปรรูปผลิตภัณฑ์	3.30	1.028	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.46	1.01	ปานกลาง
7. ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนาและแหล่งเรียนรู้			
7.1 มีสถานที่สำคัญทางศาสนาที่น่าสนใจในพื้นที่	3.80	0.81	มาก
7.2 มีพิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้	3.69	0.90	มาก
7.3 มีห้องสมุด หรือศูนย์การเรียนรู้ประจำหมู่บ้าน	3.66	0.94	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.71	0.88	มาก
8. ด้านแหล่งอาชีพ			
8.1 มีการประกอบอาชีพประมงที่น่าศึกษา	3.76	0.93	มาก
8.2 มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.88	0.86	มาก
8.3 มีการสร้างงาน สร้างอาชีพด้านการท่องเที่ยว	3.76	0.96	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.80	0.91	มาก
รวมค่าเฉลี่ยทุกด้าน	3.62	0.92	มาก

ด้านชุดโปรแกรมการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ความหลากหลายด้านสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่น สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าในใจ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการจัดกิจกรรมสนทนากา การจัดสรรเวลาแต่ละจัดกิจกรรมได้เหมาะสม แต่ละสถานที่ใช้เวลาได้อย่างเหมาะสม มีการกำหนดวัน เวลา ที่เหมาะสม กิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์มีความน่าสนใจ (และการกำหนดผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านการคมนาคม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ สภาพภายในหมู่บ้านมีการจำกัดความเร็ว ถนนมีความกว้างเพียงพอ มีป้ายบอกทางชัดเจน สามารถเดินทางได้สะดวก ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ มีรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดบริการห้องน้ำ อย่างเพียงพอ มีศูนย์ให้ข้อมูล การบริการนักท่องเที่ยว การบริการโทรศัพท์สาธารณะ การบริการสถานที่จอดรถ มีการจัดบุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ พึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายระบุจุดอันตราย และมีป้ายแจ้งเตือนการลงเล่นน้ำ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีป้ายเตือนการใช้ถนน มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย มีหอเตือนภัย และแจ้งข่าวสาร ตามลำดับ

ด้านความสะอาดของสถานที่ มีความพึงพอใจต่อความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า ความสะอาดของห้องน้ำ ความเพียงพอของถังขยะ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ระบบการระบายน้ำเสีย ตามลำดับ

ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและสินค้า ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี รองลงมาคือเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานของชุมชน (มผช.) และพึงพอใจในระดับปานกลาง คือมีพื้นที่สำหรับการจำหน่ายสินค้าและบริการ มีการพัฒนา แปรรูปผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนาและแหล่งเรียนรู้ มีความพึงพอใจต่อสถานที่สำคัญทางศาสนาและแหล่งเรียนรู้โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ มีสถานที่สำคัญทางศาสนาที่น่าสนใจในพื้นที่ รองลงมาคือ มีพิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้ และมีห้องสมุด หรือศูนย์การเรียนรู้ประจำหมู่บ้าน ตามลำดับ

ด้านแหล่งอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น รองลงมาคือ มีการประกอบอาชีพประมงที่นำศึกษา และ มีการสร้างงาน สร้างอาชีพด้านการท่องเที่ยว (ไกด์ท้องถิ่น)



การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำชุดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์และ กิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีเรื่อง การคัดแยกขยะและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากขยะ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความเหมาะสมกับพื้นที่สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์

พบว่า ด้านการคมนาคม เส้นทางสัญจรก่อนเข้าถึงหมู่บ้านมีความสะดวก มีป้ายจราจรบอกทางอย่างชัดเจน ไม่ซับซ้อน ถนนค่อนข้างเรียบ เนื่องจากเส้นทางหลักในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอาคารเอนกประสงค์ขนาดใหญ่ สำหรับการประชุม จัดกิจกรรมต่างๆ มีศูนย์ให้บริการประจำหมู่บ้านแต่ขาดการดูแล เอาใจใส่ทำให้สกปรกและหลังคามีรอยรั่ว มีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายภายในหมู่บ้าน บริเวณทางเข้าหมู่บ้านมีการสร้างพิพิธภัณฑเพื่อไว้แสดงวิถีชีวิตของชุมชนสาธารณะ ด้านความสะอาด มีปัญหาเรื่องปริมาณขยะจำนวนมาก เนื่องจากการทิ้งขยะไม่เป็นที่ และขาดความเอาใจใส่เรื่องความสะอาด สุขอนามัยที่ถูกต้อง ปริมาณถังขยะมีจำนวนน้อย และอีกสาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากหมู่บ้านแหลมตึกแกมีพื้นที่ติดทะเล ทำให้ปริมาณขยะถูกพัดเข้าสู่ฝั่งบริเวณหน้าหาดหาดมีปริมาณมากทุกวัน และทางหน่วยงานที่จัดเก็บขยะเพียง 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ด้านความปลอดภัย ภายในหมู่บ้านมีประชาชนช่วยดูแลความปลอดภัย เช่น การสัญจรภายในหมู่บ้าน สถานที่จอดรถ หน้าชายหาดของหมู่บ้าน ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า มีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว มีราคาเหมาะสม มีการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกเหมาะสมกับราคา มีสินค้าที่มาจากการผลิตของคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นอาหารทะเล ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา และแหล่งเรียนรู้ พบว่า เส้นทางท่องเที่ยวสามารถจัดสถานที่ท่องเที่ยวประกอบด้วย จุดชมลิง ลักการะพ้อตาโต๊ะหินขาว กราบพระวัดเกาะลิหะห์ และชายหาดสวยงาม พิพิธภัณฑ ทำให้สามารถจัดชุดโปรแกรมการท่องเที่ยวได้น่าสนใจ ด้านแหล่งอาชีพ เช่น การหากุ้ง หอย ปู ปลา จับกุ้งมังกร วางลอบ วางไซ และมีบางส่วนทำสวน รับจ้างทั่วไป และรับจ้างและบริกการนำเที่ยวบ้าง การแปรรูปสินค้าจากทะเล หัตถกรรมพื้นบ้าน การร้อยเครื่องประดับ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่า มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านขับร้องเพลงพื้นบ้าน ส่วนใหญ่เป็นชาวเล จึงมีภาษาพูด แต่ไม่มีภาษาเขียน มีพิธีกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีประเพณีลอยเรือชาวเลเป็นประจำทุกปี ซึ่งเหมาะแก่การจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์อย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีวรรณ เสริมวิลาส (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเที่ยวใหม่ เนื่องจากความสวยงามของสถานที่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้สูงสุดอันเป็นหัวใจของการให้บริการแก่ลูกค้า และเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนให้มากยิ่งขึ้น

2. ความต้องการของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์

ควรทำให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา รู้สึกรักและหวงแหน เกิดการพัฒนาคนในชุมชน สิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดความยั่งยืน มีการบริหารจัดการสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างอย่างยุติธรรมและโปร่งใส คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สำหรับความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่ประชาชนได้ให้มุมมองไว้เกี่ยวกับ การเผยแพร่องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ประเพณีการลอยเรือ การขับร้องเพลงพื้นบ้าน วิถีชีวิตชุมชน ด้านสิ่งปลูกสร้าง ถาวรวัตถุ วัด วา อาราม พิพิธภัณฑ์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำหรับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน และควรมีการติดตามประเมินผลการจัดการตามแผนที่กำหนดไว้ การปรับปรุงแผนตามผลการประเมิน และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง การจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมาสนับสนุนกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ/วัฒนธรรม และ/หรือสวัสดิการของสมาชิกในชุมชน และการจัดการผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวให้เกิดความโปร่งใสและมีความยุติธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนได้ตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ตนเองในฐานะเจ้าของบ้าน เกิดการต้อนรับผู้มาเยือนด้วยไมตรีจิต เรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์จันทร์ คล้ายอุดม (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องกระบวนการจัดการเรียนรู้การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ พบว่าการให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเรื่องท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์อย่างจริงจังจริงจัง 2. สร้างมั่นใจเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ วางหลักเกณฑ์ และระบบติดตามกำกับเพื่อให้มั่นใจว่าจะมีมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 3. การพัฒนารูปแบบการให้ข้อมูลและส่งเสริมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ 4. การสร้างและสื่อสารตราสินค้าท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว

ควรคำนึงถึงความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ความยืดหยุ่นของโปรแกรมท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมสันทนาการ การจัดสรรเวลา สถานที่ กิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์มีความน่าสนใจ และการกำหนดผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม ด้านการคมนาคม เกี่ยวกับการสัญจรภายในหมู่บ้านควรให้มีการ จำกัดความเร็วรถ ถนนมีความกว้างเพียงพอ มีป้ายบอกทางชัดเจน ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ มีรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการจัดเตรียมเอกสารประชาสัมพันธ์ มีห้องน้ำ มีศูนย์ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว โทรศัพท์สาธารณะ มีการจัดบุคลากรต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีป้ายเตือนเรื่องความปลอดภัยเรื่องต่างๆ มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย ด้านความสะอาดของสถานที่ เกี่ยวกับความสะอาดของห้องน้ำ ความเพียงพอของถังขยะ ระบบการระบายน้ำเสีย ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวควร



มีการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานของชุมชน (มผช.) มีการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนาและแหล่งเรียนรู้ ควรมีสถานที่สำคัญทางศาสนาที่น่าสนใจ มีแหล่งเรียนรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์ หอสมุด ศูนย์การเรียนรู้ประจำหมู่บ้าน ด้านแหล่งอาชีพ ควรมีการจัดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีการสร้างงานสร้างอาชีพด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วย (ไคด์ท้องถิ่น)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ควรให้การสนับสนุนชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงบำเพ็ญประโยชน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนในชุมชน
- 2 ควรกำหนดกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์อย่างน้อยมากกว่า 1 กิจกรรมในพื้นที่เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โดยการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนในพื้นที่
- 3 ควรมีการนำเอาความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวไปสู่การวางแผนการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างตรงจุด

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- 1 ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการจัดการท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ แผ่นพับ สื่อวิทยุ ฯลฯ
- 2 ควรมีการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ประชาชนก่อนทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์
- 3 ร่วมมือกับหน่วยงานทุกภาคส่วนในพื้นที่ และประชาชนในพื้นที่สร้างสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ที่ตรงกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่
- 4 มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ หรือร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำชุดโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ และการถ่ายทอดเทคโนโลยี
- 5 ควรมีการจัดอบรม ให้ความรู้แก่พนักงาน เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- 6 ควรมีการควบคุม ติดตาม ดูแล และประเมินผลการจัดกิจกรรมทุกครั้ง หรือการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว
- 7 ทำให้ประชาชนในพื้นที่มีเจตคติที่ดีต่อเจ้าหน้าที่ และให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ชัดเจน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาศักยภาพของชุมชนให้เข้มข้นมากขึ้น ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเจ้าของพื้นที่ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และสรรหากิจกรรมที่เป็น



ประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง เพื่อสร้างให้เกิดความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว และมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องต่อไป

บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ ประชุมแดง.(2533) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม จากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชาวบ้านคูเต๋อตำบลแจระแม อำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2530). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. (2539). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพฯ : กองแผนงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- นุชนารถ เอี้ยวสกุลและคณะ. (2537). การศึกษาปัญหาการนำนโยบายและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปปฏิบัติในจังหวัดภูเก็ต. กรุงเทพฯ : กองแผนงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- พงษ์จันทร์ คล้ายอุดม.(2553). กระบวนการจัดการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์.มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- มนัส สุวรรณ, บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และคณะ. (2542). โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์. เชียงใหม่ : เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2538). โครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศเขตภาคใต้ปี 2538. สงขลา : ภาควิชาบริหารธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มhitล , มหาวิทยาลัย.(2535). คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. โครงการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสถานะแวดล้อมและประชาชนในท้องถิ่น. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมhitล .
- มhitล , มหาวิทยาลัย.(2529) ภาควิชาสังคมศาสตร์. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมhitล .
- ยุวดี นรินทร์ตระกูล. (2539)การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” ในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 36 ปี ททท.,โรงพิมพ์ดอกเบี๋ย: กรุงเทพฯ.
- รัฐจวน ทองรุต. (2537). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวยุคปี 2010. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- รณกร ตีรگانนท์. (2541). รายงานการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อพัฒนาป่าชุมชน. กรุงเทพฯ : ศูนย์ฝึกอบรมวนศาสตร์ชุมชนภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก. มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.



สมชาย สนั่นเมือง. (2541). **ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว.**

กรุงเทพฯ : กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.(2539). **การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน.** กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์.

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2540). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ.** กรุงเทพฯ : เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.(2544). **รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**

สามพร มณีไมตรีจิต. (2530). **สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ : จุลสารการท่องเที่ยว. 6, 2 (เมษายน 2530), 15-16.

สันติ ชุตินธรา. (2535). **โครงการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวปี 2530 - 2534.** กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

สุรีย์ บุญญานุพงษ์.(2539) **ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน.เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**

อรัญญา สุวรรณดี.(2538). **ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวแก่ชุดู้ บ้านน้อยตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.**

อาคม พัตยยะ และคณะ.(2533). **รายงานการวิจัยเรื่องผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมภาคใต้.** กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.

อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล.(2547). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา,** มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Blamey, R.K. 1995. **The Nature of Ecotourism.** Bureau of Tourism Research. Occasional Paper No.21, Commonwealth of Australia.

Boo, E. 1990. **Ecotourism : The Potentials and Pitfalls (Vol.1).** Washington D.C. World Wildlife Fund.

Butler, R.W. 1974. **Social Implications of Tourist Development.** Annals of Tourism Resaerch. 2,100-101.

Clarke, J. (1996): **Farm Tourism, Insights,** English Tourist Board, D19-D25 Commonwealth Department Tourism. 1993. **Tourism Australia's Passport to Growth, A National**



- Edwards, J. (1991): Guest-Host Perceptions of Rural Tourism in England and Portugal. In M.T. Sinclair and M.J. Stabler (eds.): The Tourism Industry: An International Analysis, CAB International, Oxon, p. 143-164
- Hector Ceballos-Lascurain. 1990. Tourism, Ecotourism and Protected Areas. Parks. 2 (3) : 31-35.
- Institute of Ecotourism. 1995. International Conference Ecotourism : Concept, Design and Strategy. Bangkok : Sinakharinwirot University.
- Japan International Cooperation Agency. 1985. The Sub Regional Department. Study of the Upper Southern Part of Thailand. For the National Economic and Social Development Board. BKK.
- McIntosh, Robert Woodrow and Goeldner, Charles R. 1986. Tourism-Principles, Practices, Philosophies. Fifth edition. New York : John Wiley & Sons, Inc, p.377.
- Plog, Stanley C. 1973. Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity, The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, pp.13-16.
- Tourism Strategy. (Implementation Progress Report No.1, Canberra Australia : Commonwealth Australia. 47p.



ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของ ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา

Achievement in business management of small and medium
enterprises as perceived by entrepreneurs in Songkhla province

อนิวัช แก้วจำนงค์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเพื่อศึกษาบทบาทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจ ในจังหวัดสงขลา โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาจาก 7 กลุ่มธุรกิจ โดยเลือกมากลุ่มละ 2 คนรวมเป็น 14 คน เครื่องมือวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่า ในทัศนะของผู้ประกอบการการวัดความสำเร็จจะมุ่งเน้นที่ยอดขาย จำนวนลูกค้า ผลกำไร ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ภาพลักษณ์ของสินค้า และมูลค่าสินทรัพย์ของธุรกิจ สำหรับบทบาทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่ามียุทธศาสตร์เชิงรุกโดยมีผลต่อการจ้างงาน การส่งออก การสร้างเศรษฐกิจในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงและเป็นการเชื่อมโยงธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กลงในจังหวัดเข้าด้วยกัน

คำสำคัญ : ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ ผู้ประกอบการ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ



Abstract

The research aimed to study the factors that determine the success in managing small and medium-sized enterprises in the perspective of entrepreneurs, small and medium enterprises in Songkhla and study the role of small and medium-sized enterprises in the perspective of entrepreneurs in Songkhla. The sample used in this qualitative study consisted of 14 entrepreneurs chosen purposively from 7 segments of small and medium enterprises in Songkhla Province, where each segment was represented by 2 representatives. The research instrument used in collecting data was an interview schedule and the data were analyzed using the content analysis technique. The results of the study reveal the following Overall entrepreneurs is evaluated from circulation, number of customers, profit, product marketing, customer satisfaction, development of new products, image and value of fixed assets. As for the role of small and medium-sized enterprises in Songkhla Province, most entrepreneurs agree that the SMEs play the economic roles in terms of employment, exports, and building of economy in Songkhla and nearby provinces, thus linking small and medium businesses in the provinces.

Keywords: Small and Medium-sized Enterprise, Success in Business Management, Entrepreneur.

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือได้ว่าเป็นกลไกหลักในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ ในปี 2553 ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 2,224,912 ราย โดยร้อยละ 99.60 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 77.86 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 42.35 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศและมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 28.40 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศ (แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าจำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีจำนวนมากอาจเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่สูงมากนัก การดำเนินงานที่ไม่สลับซับซ้อนจนเกินไปและสามารถประกอบธุรกิจได้หลายหลายประเภท มีการจ้างแรงงานในท้องถิ่นและ



ธุรกิจประสบความสำเร็จ เป็นต้น ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงอาจทำให้ผู้ประกอบการสนใจเป็นพิเศษกับการเริ่มต้นทำธุรกิจประเภทการผลิต การค้าปลีก คำส่งและการบริการ กอปรกับผู้ที่ต้องธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเห็นว่าหากสามารถดำเนินธุรกิจได้เป็นผลสำเร็จโดยสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแล้วก็จะมีความง่ายในการเข้าไปดูแลลูกค้า ประการสำคัญคือความสำเร็จที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่ถึงที่จะทำให้ผู้ประกอบการต้องทำการแข่งขันในธุรกิจแบบรุนแรงเหมือนในธุรกิจขนาดใหญ่ โดยผู้ประกอบการเองสามารถใช้ทักษะหรือสมรรถนะหลักของกิจการหรือสมรรถนะในหน้าที่เพื่อสร้างความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องร่วมดำเนินงานกับบุคคลอื่นก็สามารถสร้างสรรค์ธุรกิจได้อย่างคล่องตัวอีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานตามแผนและนโยบายของรัฐบาลในทุกสมัยในปัจจุบันจึงพบเห็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในการจัดการธุรกิจและเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ (อนิวัช แก้วจำนงค์, 2553 : 39)

แม้ว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปัจจุบันยังคงมีความน่าสนใจในการลงทุนก็ตาม แต่การจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอาจไม่ใช่เรื่องง่าย ผู้ประกอบการรายใหม่ที่น่าสนใจเริ่มต้นกิจการจึงควรมีตัวชี้วัดที่จะใช้ประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ เมื่อต้องดำเนินธุรกิจไประยะหนึ่งก็ต้องทำการประเมินความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง หากธุรกิจดำเนินงานไปแล้วไม่สามารถรู้ได้ว่าธุรกิจของตนประสบความสำเร็จหรือไม่ก็อาจไม่สามารถปรับแก้ไขหรือพัฒนาธุรกิจไปในทิศทางที่จะทำให้การจัดการธุรกิจประสบความสำเร็จได้ การมีตัวชี้วัดความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจได้ หากธุรกิจไม่มีตัวชี้วัดความสำเร็จและไม่มีการประเมินความสำเร็จจากการจัดการธุรกิจก็จะไม่รู้ว่าการจัดการธุรกิจของตนเองอย่างไร จึงไม่สามารถรู้ได้ว่าจะต้องทำการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างไร

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ที่มีความสำคัญโดยเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยเป็นจังหวัดที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมที่ฝังลึกในหลายพื้นที่ธุรกิจที่เกิดขึ้นมีความสัมพันธ์ในเชิงสังคมอย่างเข้มแข็งในขณะที่เป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญและมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับในทุกด้าน สำหรับสถานการณ์ในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสงขลาลักษณะการประกอบธุรกิจที่โดดเด่นอยู่ในหลายลักษณะซึ่งต่างก็มีความสำคัญและโดดเด่นแตกต่างกันออกไป โดยการประกอบธุรกิจหลายกลุ่มประสบความสำเร็จอีกจำนวนหนึ่งต้องมีการพัฒนาต่อไปอีกระยะหนึ่งเพื่อไปสู่ความสำเร็จได้ในอนาคตและมีบางส่วนที่ได้รับการส่งเสริมเพื่อให้มีการจัดตั้งธุรกิจ โดยกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญมากเชิงเศรษฐกิจคืออุตสาหกรรมยางและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง กลุ่มที่มีความสำคัญมากเชิงสังคมคือกลุ่มอุตสาหกรรมประมงและแพปลา ส่วนกลุ่มที่มีความสำคัญสูงในเชิงวัฒนธรรมมีความหลากหลายมากโดยเป็นการนำเสนอวัฒนธรรมไปในตัวสินค้าและการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเช่น อุตสาหกรรมการทำผ้า การทำขนมและการทำทรง

นกเขาขาว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553: 42-43)

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจทำวิจัยเรื่อง “ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา” ผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจการ โดยเมื่อลองนำความคิดของผู้ประกอบการไปใช้ประเมินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะทำให้ได้ข้อมูลความสำเร็จในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาบทบาทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจจังหวัดสงขลา

แนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้ใช้ผลวิจัยที่มาจากการศึกษาของ เช็งและโช (Chang and Cho, 2008: 17) เรื่องการวัดผลสำเร็จในการจัดการธุรกิจใหม่โดยนำผลวิจัยที่ได้จากงานวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ ผลตอบแทนจากการลงทุน กำไร ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาด มาใช้เป็นตัวแปรในการสัมภาษณ์และสนทนาเบื้องต้นกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (QUALITATIVE RESEARCH) โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2557 ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินธุรกิจในจังหวัดสงขลา โดยเกณฑ์การจัดกลุ่มธุรกิจได้จัดแบ่งเป็น 7 กลุ่มธุรกิจ ตามลักษณะของการประกอบธุรกิจธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความสำคัญและมีความโดดเด่นในจังหวัดสงขลา (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตนํ้ายางพารา กลุ่มธุรกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา กลุ่มธุรกิจประมง กลุ่มก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มธุรกิจการค้า กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ และกลุ่มธุรกิจการผลิตอาหารและร้านอาหาร จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยได้เลือกผู้ประกอบการหรือตัวแทนกลุ่มธุรกิจละ 2 คนรวมเป็น 14 คน วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง (SAMPLING TECHNIQUES) ใช้การสุ่มแบบเจาะจง (PURPOSIVE SAMPLING)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (PRIMARY DATA) จากการสัมภาษณ์และสนทนากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14 คน การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ

(SECONDARY DATA) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากเอกสาร หนังสือ ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากับกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (CONTENT ANALYSIS)

สำหรับตัวอย่างของ SMES ที่ให้โอกาสผู้วิจัยเข้าร่วมสัมภาษณ์และสนทนาด้วย เช่น คุณสมพร ธรรมชาติ ผู้จัดการบริษัทจะนะน้ำยาง จำกัด คุณนฤมล แซ่หลี่ ผู้จัดการบริษัทรัตภูมิ พาราวิต นางลินดา บุญช่วย ผู้ประกอบการสงขลาแพปลา คุณอนเนก แซ่ตั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์เครือเบญจพรกรุ๊ป นางกมลวรรณ จิตบรรสว่าง ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์ของดีอำเภอเทพา คุณพนสนันท์ พรหมเย็น บริษัท แสบบี โทรม นำเที่ยว และนางลิม สงเคราะห์ ผู้ประกอบการเกาเขยผ้าทอ เป็นต้น

ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่ใช้ประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การวิจัยในภาพรวมพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกคนหรือคิดเป็นร้อยละ 100 มีความเห็นว่าเป็นปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจได้ โดยผู้ประกอบการจำนวน 11 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 78.57 เห็นว่าควรใช้อยอดขยายในการประเมินความสำเร็จเป็นปัจจัยแรก ตามมาด้วยจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ผลกำไร ส่วนแบ่งการตลาดและความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำนวน 5 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 35.71 มีความเห็นว่าเป็นความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มูลค่าสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจที่เพิ่มขึ้นและภาพลักษณ์ของสินค้าหรือภาพลักษณ์กิจการควรนำไปใช้ประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจด้วย สำหรับรายละเอียดของผลวิจัยในแต่ละด้านสามารถสรุปโดยเรียงตามลำดับความสำคัญในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1.1 ยอดขาย การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการทุกคนเห็นว่ายอดขายมีความสำคัญสำหรับการอยู่รอดหรือความล้มเหลวของธุรกิจ ธุรกิจที่สามารถดำรงอยู่ได้จะต้องมียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยหากมียอดขายที่เพิ่มขึ้นตามลำดับแสดงว่าธุรกิจกำลังประสบความสำเร็จ สำหรับเหตุผลที่เห็นว่ายอดขายมีความสำคัญเป็นลำดับแรกในการวัดความสำเร็จของธุรกิจเนื่องจากยอดขายสามารถสะท้อนให้เห็นเรื่องอื่นๆ ในการดำเนินธุรกิจได้ เช่น ความเกี่ยวข้องกับการจัดเตรียมวัตถุดิบ การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ การจัดการกับผลิตภัณฑ์คงเหลือให้เหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์สินค้าขาดตลาดและไม่ทำให้เกิดความเสียหายด้านการเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจ และยอดขายยังสะท้อนให้เห็นผลกำไรที่ธุรกิจจะได้รับในอนาคตอีกด้วยจึงเห็นว่ายอดขายมีความสำคัญเป็นปัจจัยแรกสำหรับผู้ประกอบการควรนำไปประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2 จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการทุกคนเห็นด้วยว่าเมื่อยอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้นตามลำดับนั้นแสดงให้เห็นว่าธุรกิจกำลังมีลูกค้าที่เพิ่มจำนวนขึ้นตาม



ลำดับเช่นกัน จึงเห็นว่าการประเมินความสำเร็จของธุรกิจควรใช้จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นมาเป็นปัจจัยในการวัดผลสำเร็จ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานทุกธุรกิจจะให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนเพื่อให้ลูกค้าเข้ากลับมาใช้บริการอีกครั้งหรือมีการบอกต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์และมีการซื้อซ้ำ จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นสะท้อนให้เห็นการยอมรับผลิตภัณฑ์หรือการยอมรับธุรกิจซึ่งจะมีผลต่อความจงรักภักดี หากธุรกิจสามารถทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นได้ย่อมแสดงให้เห็นว่าธุรกิจมียอดขาย มีผลกำไรและมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นโดยอัตโนมัติ ความสำเร็จของธุรกิจจึงควรประเมินจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นด้วยทุกครั้ง

1.3 ผลกำไร การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการทุกคนมีความเห็นเหมือนกันว่าธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องประเมินจากการมีผลกำไรเพิ่มขึ้นแต่ละเพิ่มเป็นจำนวนเท่าใดนั้นไม่สามารถระบุได้ ในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการทุกคนย่อมคาดหวังผลกำไรของธุรกิจที่เพิ่มขึ้นแต่จะเพิ่มจำนวนเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับข้อกำหนดเป็นเป้าหมายของแต่ละธุรกิจในแต่ละปี ทั้งนี้ ผลกำไรที่เพิ่มขึ้นผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นผลสะท้อนมาจากการที่ธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นและมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น ดังนั้น ปัจจัยด้านผลกำไรของธุรกิจจึงต้องนำไปใช้ในการประเมินความสำเร็จของธุรกิจด้วย

1.4 ส่วนแบ่งการตลาด การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการทุกคนเห็นด้วยว่าการประเมินความสำเร็จของธุรกิจควรวัดจากส่วนแบ่งการตลาดที่ธุรกิจได้รับหากธุรกิจมีส่วนแบ่งการตลาดมากอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจมีโอกาที่จะประสบความสำเร็จได้โดยสามารถดำเนินงานได้อย่างไม่ลำบาก หากธุรกิจไม่สามารถทำการตลาดหรือแย่งส่วนแบ่งการตลาดมาได้มากพอก็อาจจะอยู่อย่างยากลำบากถึงขั้นไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ทั้งนี้ ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดผู้ประกอบการเห็นว่าจะต้องเพิ่มความสามารถในการให้บริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ กำหนดราคาที่เหมาะสม ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและทำการส่งเสริมการตลาดเป็นระยะ ๆ จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ ธุรกิจใดสามารถทำได้ดีกว่าก็จะสามารถเข้าถึงลูกค้าและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้มากขึ้น ธุรกิจใดที่ไม่สามารถทำได้หรือทำได้ไม่ดีก็อาจไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ ดังนั้น ผลสำเร็จในการจัดการธุรกิจผู้ประกอบการจึงควรประเมินจากส่วนแบ่งการตลาดด้วย

1.5 ความพึงพอใจโดยให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจหรือยอมรับธุรกิจ การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการเห็นด้วยว่าหากธุรกิจสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้จะทำให้ได้รับการยอมรับซึ่งจะมีผลต่อยอดขาย จำนวนลูกค้า ผลกำไรและส่วนแบ่งการตลาด ธุรกิจที่ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มักจะไม่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าจึงมีผลต่อการทำยอดขาย เพิ่มจำนวนลูกค้า สร้างผลกำไรและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้ อาจส่งผลทำให้เกิดความยากลำบากในการจัดการธุรกิจได้ในอนาคต ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังเห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าจะสะท้อนให้เห็นความจงรักภักดีของลูกค้า การบอกต่อ การซื้อซ้ำและนั่นหมายถึงการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์หรือยอมรับตัวผู้ประกอบการธุรกิจไปโดยอัตโนมัติ ดังนั้น เมื่อต้องทำการประเมินความสำเร็จของธุรกิจจึงต้องประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้วยทุกครั้ง



1.6 ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการเห็นว่าธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นธุรกิจที่มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้นจะมีผลต่อการเพิ่มยอดขาย จำนวนลูกค้า กำไรและส่วนแบ่งการตลาดได้ นอกจากนี้ยังทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ให้การยอมรับมีผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจในที่สุด จากเหตุผลดังกล่าวผู้ประกอบการจึงเห็นว่าการประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจสามารถวัดได้จากความสามารถของธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วย

1.7 ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือภาพลักษณ์ของธุรกิจ การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการเห็นว่าความสำเร็จของธุรกิจควรประเมินจากภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือภาพลักษณ์ของธุรกิจด้วยแม้ว่าอาจจะเป็นเรื่องยากในการประเมินแต่ภาพลักษณ์เป็นความทรงจำที่ลูกค้าแสดงออกหรือกระทำต่อผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างพยายามที่จะดำเนินการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้าเพื่อแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความได้เปรียบมากกว่าเนื่องจากหากธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดีจะสามารถเพิ่มการรับรู้ของลูกค้า สร้างความทรงจำหรือภาพความประทับใจได้ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นการเพิ่มความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับลูกค้าโดยอัตโนมัติ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีที่ผู้ประกอบการได้ดำเนินการแล้วในปัจจุบัน ได้แก่ การให้บริการที่ดี ความสะอาดสบาย สิ่งแวดล้อมหรือบรรยากาศที่ดี ความไว้วางใจและความทันสมัยในการบริการ เป็นต้น

1.8 มูลค่าสินทรัพย์ของธุรกิจ การวิจัยพบว่าผู้ประกอบการเห็นว่าความสำเร็จในการจัดการธุรกิจควรประเมินจากมูลค่าสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับระยะเวลาที่ผ่านมา เพราะสินทรัพย์ของธุรกิจสะท้อนให้เห็นถึงผลสำเร็จจากการดำเนินงานที่ผู้ประกอบการได้ซื้อหาเพิ่มขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการขยายกิจการหรือเพิ่มสมรรถนะของธุรกิจและแสดงถึงสิ่งของทั้งหมดที่มีมูลค่าของธุรกิจ สำหรับสินทรัพย์ที่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในการประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ ได้แก่ เงินลงทุนระยะยาว อาคาร เครื่องจักร ที่ดิน รถยนต์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นต้น

โดยสรุปพบว่าปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนำมาใช้ในการประเมินความสำเร็จของธุรกิจลำดับแรกคือยอดขาย ตามมาด้วยจำนวนลูกค้า ผลกำไร ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ภาพลักษณ์สินค้าหรือภาพลักษณ์ธุรกิจและมูลค่าสินทรัพย์ของธุรกิจ

2. บทบาทของผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ผลวิจัยพบว่าในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ประกอบการได้แสดงบทบาทในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยในเชิงเศรษฐกิจได้ช่วยทำให้เกิดการจ้างแรงงานในจังหวัด สามารถผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกได้ทำให้ช่วยสร้างเศรษฐกิจในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงและสามารถเชื่อมโยงธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดเข้าด้วยกันได้



สำหรับการแสดงบทบาทเชิงวัฒนธรรมผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าตนเองได้พยายามทำนุบำรุงวัฒนธรรมดั้งจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชาวใต้และได้ให้การสนับสนุนให้มีการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อทำนุบำรุงวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้จนถึงปัจจุบัน

โดยสรุปผลวิจัยพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาได้แสดงบทบาทเชิงเศรษฐกิจในด้านการจ้างงานในจังหวัดสงขลา และจังหวัดใกล้เคียง และแสดงบทบาทด้านวัฒนธรรมดั้งจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชาวใต้

สรุปและอภิปรายผล

จากผลวิจัยดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยที่ใช้ประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ผลวิจัยโดยภาพรวมพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าสามารถใช้ปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยในการประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ โดยปัจจัยที่ผู้ประกอบการนำมาใช้มากที่สุดตามลำดับ ได้แก่ ยอดขาย จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ผลกำไร ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจ โดยให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และมูลค่าสินทรัพย์ของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น การที่ผลวิจัยออกมาเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการซึ่งเป็นนักธุรกิจในท้องถิ่นและส่วนใหญ่จะรู้จักกันมาก่อนเริ่มต้นทำธุรกิจหรือเมื่อทำธุรกิจแล้วระยะหนึ่งก็ได้รับรู้จากกัน อีกทั้งในความเป็นผู้ประกอบการต่างมีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มีการจัดให้มีการประชุมสัมมนาอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการได้รับการถ่ายทอดความรู้และสร้างความเข้าใจมากขึ้นในการทำธุรกิจจึงอาจจะมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันเกี่ยวกับการประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ ผลวิจัยเรื่องนี้มีผลสอดคล้องกับงานวิจัยของอากุล ลินและยิลแมซ (Akgun, Lynn and Yilmaz, 2006) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องความสำเร็จในทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และผลที่มีต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในมุมมองของการรับรู้ทางสังคม โดยผลวิจัยพบว่าความสำเร็จของธุรกิจโดยทั่วไปจะวัดที่การมียอดขายเกินจากที่คาดหวัง ผลวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณ โชคนุกูล (2555) ที่ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งผลวิจัยพบว่าผู้ประกอบการประเมินความสำเร็จของธุรกิจจากส่วนแบ่งการตลาดและมูลค่าสินทรัพย์ถาวร งานวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฮวง ซูต้าและบราว (Huang, Soutar and Brown, 2004) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องการวัดความสำเร็จของผลิตภัณฑ์โดยการตรวจสอบเชิงประจักษ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งผลวิจัยพบว่าปัจจัยที่ผู้ประกอบการใช้บ่อยที่สุด 3 ลำดับแรกในการวัดความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ การยอมรับของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าและการยอมรับคุณภาพผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัชชา



บินดูเหล็มและซุติมา หวังเบ็ญหมัด (2557) ที่วิจัยเรื่องปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลวิจัยพบว่าความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมวัดจากด้านการยอมรับ ระบบตลาดและการมีชื่อเสียงของธุรกิจ

2. บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ผลวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ประกอบการได้แสดงบทบาทในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยในเชิงเศรษฐกิจได้ช่วยทำให้เกิดการจ้างแรงงานในจังหวัด สามารถผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกได้ทำให้ช่วยสร้างเศรษฐกิจในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงและสามารถเชื่อมโยงธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดเข้าด้วยกันได้ สำหรับการแสดงบทบาทเชิงวัฒนธรรมผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าตนเองได้พยายามทำนุบำรุงวัฒนธรรมดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชาวใต้และได้ให้การสนับสนุนให้มีการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อทำนุบำรุงวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้จนถึงปัจจุบัน ผลวิจัยข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ที่ได้มีการสำรวจความคิดเห็นของนักธุรกิจใน 14 จังหวัดของภาคใต้ซึ่งผลวิจัยพบว่านักธุรกิจในภาคใต้ส่วนใหญ่เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยด้านสังคมเป็นเรื่องของการจ้างงานซึ่งเป็นการจ้างงานในพื้นที่และการดึงดูดแรงงานจากต่างพื้นที่รวมถึงแรงงานต่างด้าวให้เข้ามาอยู่ในพื้นที่ ส่วนด้านสังคมจะเห็นได้จากการที่ยังคงมีธุรกิจจำนวนหนึ่งที่ผลิตภัณฑ์มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันของชาวใต้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้เป็นตัวชี้วัดผลสำเร็จของกิจการได้
2. ผู้บริหารในหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในประเมินความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและทำการวางแผนเพื่อให้ความช่วยเหลือกรณีที่ธุรกิจยังไม่สามารถไปสู่ความสำเร็จได้
3. หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการเสริมสร้างบทบาทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น ศูนย์อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรมสามารถให้ความช่วยเหลือเพื่อเสริมสร้างบทบาทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีบทบาทที่ชัดเจนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำตัวแปรที่ได้จากงานวิจัยไปทำวิจัยเชิงปริมาณในธุรกิจแต่ละประเภทเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละประเภทซึ่งจะทำให้ได้คำตอบว่า



ผู้ประกอบการแต่ละธุรกิจมองความสำเร็จในการจัดการธุรกิจต่างกันอย่างไร

2. ควรทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ โดยทำวิจัยได้ทั้งในภาพรวมหรือแยกประเภทธุรกิจเพื่อให้คำตอบว่าผู้ประกอบการมองปัจจัยที่ใช้ประเมินความสำเร็จในการจัดการธุรกิจอย่างไร

3. ควรทำการศึกษาโมเดลความสำเร็จของในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือโมเดลในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อความสำเร็จในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยควรทำการศึกษาทั้งแบบแยกกลุ่มธุรกิจและศึกษาในภาพรวมต่อไป

บรรณานุกรม

- ธัญชา บินดูเหล็มและชุตินา หวังเบญจมิตร. (2557). **ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ปวีณ โชคนุกูล. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). **สถานภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: สสว.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). **แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. กรุงเทพมหานคร: สสว.
- อนิวัช แก้วจางค์. (2553). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.
- Akgun, A. E., Lynn, G.S. and Yilmaz, C. (2006). "Learning Process in New Product Development Teams and Effects on Product Success: A Socio-cognitive Perspective". *Journal of Industrial Marketing Management*. 35 (2), 210-224.
- Cheng, D. R. and Cho, H. (2008). "Organizational Memory Influences New Product Success" *Journal of Business Research*. 61 (1), 13-23.
- Huang, X., Soutar, G.N. and Brown, A. (2004). "Measuring New Product Success: an Empirical Investigation of Australian SMEs". *Journal of Industrial Marketing Management*. 33 (2), 117-123.



กระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านผ้าไหมลายสันกำแพงโดยกลุ่มยูววิจัย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

The revival process of folk media by young-research :
Case study of Sankamphang silk Chiang Mai.

ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์¹ | วลัยพร สุพรรณ²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านผ้าไหมลายสันกำแพงซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ได้เลือนหายไปเป็นเวลานานจนลืมนึกไปจากความทรงจำของคนไทยแม้กระทั่งคนสันกำแพง การขับเคลื่อนครั้งนี้ดำเนินการโดยกลุ่มยูววิจัยผ้าไหมสันกำแพง เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสันกำแพง จำนวน 40 คน อย่างไรก็ตามการขับเคลื่อนนี้ไม่ได้ดำเนินการโดยกลุ่มยูววิจัยเพียงฝ่ายเดียวแต่เป็นร่วมมือกันของทั้งนักวิชาการ นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในฐานะพี่เลี้ยงและที่ขาดไม่ได้คือปราชญ์ชาวบ้านผู้เฒ่าผู้แก่ที่ได้ให้ข้อมูลเพื่อสืบทอดต่อกลุ่มยูววิจัย โดยกระบวนการวิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ 5 จุด โดยการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการระดมสมองเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical data) ผลการวิจัยพบว่าการสร้างการตระหนักรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น การเห็นคุณค่า เกิดความหวงแหนในภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกันของคนในชุมชน นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหมลายสันกำแพงเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมด้วยสื่อพื้นบ้าน โดยการขับเคลื่อนทางด้านวัฒนธรรมที่กลุ่มเยาวชนและคนในชุมชนตำบลสันกำแพงจะร่วมกันสวมใส่ชุดผ้าไหมลายสันกำแพงในงานประเพณีต่างๆ และเกิดการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจชุมชน และได้มีการนำ “ศิลปะการทอผ้าไหมลายสันกำแพง” เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผนการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลสันกำแพงเพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน และสืบทอดอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมการทอผ้าไหมลายสันกำแพง เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการสืบทอดวัฒนธรรมไปยังกลุ่มบุคคลรุ่นหลังต่อไป

คำสำคัญ: สื่อพื้นบ้าน ผ้าไหมลายสันกำแพง ยูววิจัย

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² อาจารย์ประจำภาควิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



Abstarct

This article aims to offer the traditional media revive silk coping. Which is local but has gone a long forgotten memories of Thailand even coping. Driven research, conducted by a 40 number of young students as San Kamphaeng schools. However, this was not driven by a group of young researchers conducted unilaterally, but a coalition of academics and university students as mentors and of course, the experts who have provided information for the successor to the youth research. The research process used to collect data from five points down in the event of in-depth interviews, focus group participant observation and brainstorming to obtain empirical data. The results showed that creating an awareness of local knowledge to appreciate the tenacious in the local share of the community. Lead part in resurrecting the art of silk weaving for cultural coping with traditional media. Powered by cultural groups and young people in parish communities are coping well dressed in silk coping festivals and community-driven economy. It also has the art of silk weaving coping as a part of the local development plan of the municipality of coping. To generate income for the people in the community and cultural heritage conservation silk Chiang to strengthen communities and cultural groups to the next generation.

Keywords: Folk media, San Kamphaeng silk and Young researchers

บทนำ

“ผ้าไหมสันกำแพง”เป็นงานหัตถกรรมที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่มานานเกือบศตวรรษ แต่เดิมนั้นเป็นงานฝีมือชั้นสูงที่ทำกันในหมู่เจ้านายผู้หญิง ด้วยเจ้าหลวงเป็นผู้ผูกขาดการค้าผ้าไหม และสามัญชนยังถือจารีตประเพณีไม่ใช้ผ้าไหมเช่นเดียวกับเจ้านาย จนกระทั่งปี 2453 จึงได้มีกลุ่มพ่อค้าชาวจีนเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจทอผ้าไหมขายทั้งกับคนทั่วไปและนำไปขายในต่างประเทศ ถือได้ว่าผ้าไหมสันกำแพง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับถึงคุณภาพของผ้าไหมรวมถึงลวดลายที่มีการทักทอด้วยความประณีต ละเอียดอ่อนงดงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ จากการสำรวจพื้นที่ของผู้วิจัย พบว่า ปัจจุบันการสืบทอดศิลปะการทอผ้าไหมแบบดั้งเดิมในชุมชนนั้นเริ่มลดน้อยลง และเปลี่ยนรูปแบบการผลิตผ้าไหมจากครัวเรือนเป็นการผลิตผ้าไหมเพื่ออุตสาหกรรมการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยนำเครื่องจักรกลเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต



ปัจจุบันความรู้ด้านศิลปะการทอผ้าไหมในตำบลสันกำแพงจะมีผู้รู้หรือปราชญ์ชุมชนเพียงไม่กี่ท่านที่ทราบถึงความเป็นมา วิธีการ กระบวนการและรูปแบบลวดลายการทอผ้าไหมสันกำแพง อีกทั้งเยาวชนรุ่นหลังก็มิได้ให้ความสนใจที่จะเข้ามาศึกษาความรู้ด้านศิลปะท้องถิ่นของตนเอง ถ้าหากยังไม่มี การส่งเสริมหรือรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง เพื่อการอนุรักษ์ และการสืบทอด ก็อาจส่งผลให้ความรู้ด้านศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงเลือนหายไปกับกาลเวลา

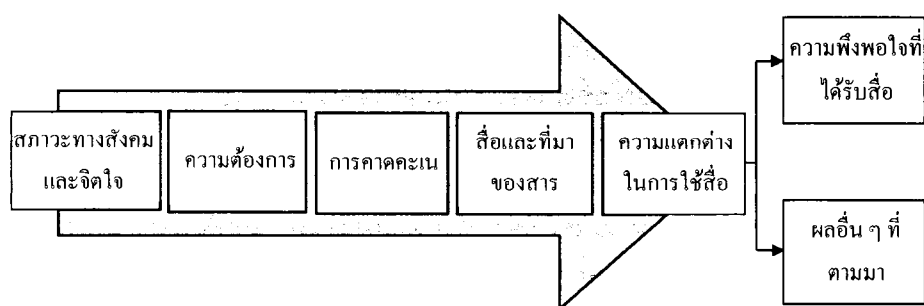
ตำบลสันกำแพง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีศักยภาพและความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น มีประวัติเรื่องราวที่มีความน่าสนใจ อีกทั้ง ชุมชนตำบลสันกำแพง มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพและมีความพร้อมที่จะนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่คนในชุมชนและคนภายนอกได้รับรู้ รับทราบ ซึ่งต้องอาศัยกลุ่มคนในชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เยาวชนในพื้นที่ในการให้ข้อมูล การจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงการอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่คู่กับชุมชน โดยนักวิจัยและชุมชนได้ร่วมกันสรุปแนวทางการศึกษาค้นคว้าและวิจัยในครั้งนี้ว่า จะมีแนวทางร่วมกันในการรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง เพื่อสืบทอดศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตำบลสันกำแพงได้อย่างไร รวมถึงการสร้างสำนึกรักท้องถิ่นของเยาวชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการสืบทอดประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

บทความวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของการศึกษาค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมของชุมชน พัฒนาระบบการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ วัฒนธรรม และการจัดทำสื่อเพื่อการเผยแพร่ ช่วยให้คนในชุมชนเกิดจิตสำนึกและเห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรม เกิดความภาคภูมิใจ และร่วมกันสืบทอดอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้เยาวชนรุ่นหลังและผู้สนใจได้ศึกษาค้นคว้าต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านผ้าไหมสันกำแพง ของชุมชนตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัยกระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านผ้าไหมสันกำแพง



กรอบแนวคิดการวิจัยนี้จะมุ่งเน้นอธิบายสถานะของสังคมและสภาพจิตใจที่ต่างกันในการรับรู้สถานการณ์ปัจจุบันของผ้าไหมเส้นกำแพง อันจะส่งผลให้ผู้รับสื่อมีการแปรความหมายของสื่อและรับรู้สารแตกต่างกันไป ซึ่งการวิจัยจะใช้กลไกขับเคลื่อนโดยกลุ่มยูวีวิจัยในการรื้อฟื้นสื่อผ้าไหมเส้นกำแพงขึ้นมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ จากนั้นจะนำสารที่ได้มาสร้างสื่อที่เหมาะสมเพื่อสื่อไปยังผู้รับสารและเกิดกระบวนการแปรความหมายซึ่งอาจจะเป็นการสร้างความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับสื่อ หรือผลอื่นๆ เช่น ผลกระทบทางเศรษฐกิจหรือการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งนั่นจะเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนางานวิจัยที่ต่อยอดให้เกิดผลประโยชน์ด้านอื่น ๆ ต่อไป (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยได้ประยุกต์ใช้กระบวนการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาวิจัยผ้าไหมเส้นกำแพงที่เข้าร่วมโครงการ ตลอดจนเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย รวมทั้งพัฒนาการเรียนรู้ของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการให้สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น ดังนั้นระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นกระบวนการที่คนมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ผสมผสานการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) กับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) รวมทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้าด้วยกัน โดยทีมวิจัยได้พิจารณาเพิ่มการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อช่วยในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ (Bloomberg and Volpe, 2012) เป็นวิธีที่ได้รับข้อมูลที่มีความถูกต้องมากจากผู้ปฏิบัติจริงจากนั้นนำข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical data) ที่รวบรวมมาทำการทดลองปฏิบัติเพื่อสรุปการให้เหตุผลตามกระบวนการนิรนัย (Deductive process) (Creswell, 2013; Yin, 2003)

ด้วยเหตุผลของการใช้หลักการและทฤษฎีในการอธิบายที่ชัดเจน จากการทบทวนวรรณกรรมจึงกำหนดระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตำบลสันกำแพง (Community-based participatory research) (Scott, and Garner, 2013) การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตโดยการสนทนากลุ่มจากปราชญ์ชาวบ้าน หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับประวัติของการทอผ้าไหมเส้นกำแพง

ผลการวิจัย

กระบวนการในการรื้อฟื้นสืบบ้านผ้าไหมเส้นกำแพง เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการดำเนินการงานที่ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วม ในกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอนของการวิจัย



จากการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นร่วมกันระหว่างทีมวิจัย กลุ่มเยาวชน ตัวแทนชุมชน ราษฎรชาวบ้าน ตัวแทนครูโรงเรียนสันกำแพง สมาชิกเทศบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่เห็นถึงความสำคัญของกลุ่มเยาวชนในท้องถิ่น ที่จะมีบทบาทต่อการขับเคลื่อนการสืบทอด อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมด้วยสื่อพื้นบ้านคือ “ผ้าไหมสันกำแพง” และเสริมสร้างความเข้มแข็ง ของชุมชนตำบลสันกำแพง ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาบริบทและการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง และการสืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้าไหมสันกำแพง ของตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในอดีตและปัจจุบัน จากการศึกษารวบรวมข้อมูลด้านศิลปะการทอผ้าไหมร่วมกันโดยการขับเคลื่อนของกลุ่มยุววิจัยผ้าไหมสันกำแพง คนในชุมชน ราษฎรชาวบ้าน โรงเรียนเทศบาลตำบลสันกำแพง ทีมวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) จากการดำเนินงานศึกษาบริบทและการเก็บรวบรวมข้อมูลด้าน ศิลปะการทอผ้าไหม สันกำแพงตามรูปแบบของกระบวนการรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหม สันกำแพง ดังภาพที่ 2 ช่วยให้เกิดการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มเยาวชนและคนใน ชุมชน เกิดการสืบทอดและส่งต่อองค์ความรู้ด้วยสื่อพื้นบ้าน คือ “ผ้าไหมสันกำแพง” ไปยัง กลุ่มเยาวชนในชุมชน เพื่อที่จะเป็นกำลังหลักในการสืบทอด อนุรักษ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วม กับคนในชุมชนสันกำแพง



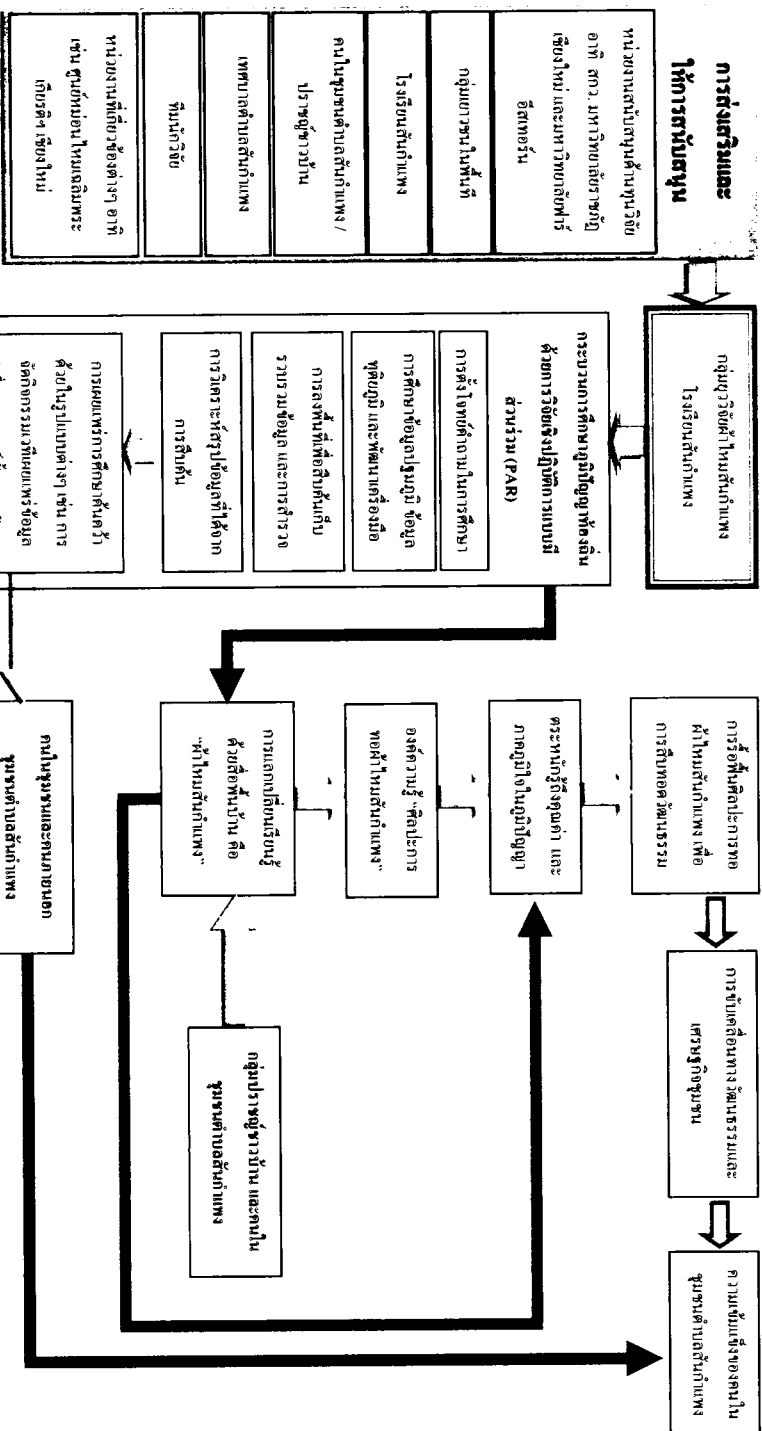
ภาพที่ ๒ การเรียนรู้ของกลุ่มเยาวชนและคนในชุมชน

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ราษฎรชาวบ้านในพื้นที่ตำบล สันกำแพงที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมสันกำแพงได้มีดังนี้คือ คุณแม่กิ่งแก้ว ไชยคุปต์ ผู้ก่อตั้งร้านเพียรกุล คุณพิสมัย ไกรมา อดีตนางสาวถิ่นไทยงามและพนักงานขายหน้าร้าน ร้านผ้าไหมพรหมชนะ คุณเพ็ญพรรณ สุพิทยาพร ตัวแทนจากร้านชินวัตรไหมไทย พ่อครูศรี มุล คันธา แม่ครูศรีพรรณ อุ่นประดิษฐ์ และอาจารย์อนันต์ สุคันธธรรมทั้งการสืบค้นข้อมูล ทุติยภูมิ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลจากหนังสือที่ระลึก โอกาสครบรอบ ๑๐๐ ปี โรงงานทอผ้า ไหมชินวัตรพาณิชย์ และ หนังสือที่ระลึกในงานฉาบปีกศพ คุณแม่สมิตรา พรหมชนะ ผู้ก่อตั้งร้านพรหมชนะ และผลงานวิจัยเรื่อง การทอผ้าไหมที่บ้านกาด อำเภอสันกำแพง



จังหวัดเชียงใหม่ โดยนางนงนุช ศรีกิจการเมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทีมยูววิจัยผ้าไหมสันกำแพง จึงได้นำข้อมูลมาสรุปความรู้ร่วมกันมีดังนี้ ข้อมูลประวัติความเป็นมาของผ้าไหมสันกำแพงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ความสำคัญของผ้าไหมสันกำแพง ลวดลายผ้าไหมสันกำแพง กระบวนการผลิตผ้าไหม การดูแลรักษาผ้าไหม การทดสอบผ้าไหม ภาพในอดีตที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมสันกำแพง และนำข้อมูลที่สรุปได้มาวางแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้แก่กลุ่มเยาวชน คนในชุมชน และภายนอกชุมชน ในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดกิจกรรมเผยแพร่ การจัดทำแผ่นพับ การจัดทำสื่อภาพยนตร์สั้นเพื่อการเผยแพร่ในรูปแบบมัลติมีเดียที่จะช่วยเผยแพร่ข้อมูลผ้าไหมสันกำแพงให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น และได้นำเสนอข้อมูลที่ไดจากการสืบค้นเรื่อง “ผ้าไหมสันกำแพง” ในเว็บไซต์ www.sankamphangsilk.org เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่อไป

การพัฒนากระบวนการศึกษาค้นคว้าและการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มเยาวชนและกลุ่มชุมชนสันกำแพงดำเนินการด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชนในท้องถิ่นเป็นผู้ศึกษาค้นคว้าการวิจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมกับคนในชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้าน ในรูปแบบของ “กลุ่มยูววิจัย” โดยนำสื่อพื้นบ้านที่มีประวัติความเป็นมาเกี่ยวข้องกับคนในชุมชน มีคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม และจะสามารถเป็นสื่อที่จะช่วยเสริมสร้างให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนนั้นคือ “ผ้าไหมสันกำแพง” จึงได้จัดกิจกรรมพัฒนากลุ่มยูววิจัยผ้าไหมสันกำแพงขึ้น ซึ่งได้รับความสนใจจากกลุ่มเยาวชนสมัครเข้าร่วมกิจกรรมและมีการเชื่อมโยงเข้าสู่การเรียนการสอนภายในโรงเรียนในรูปแบบของกิจกรรมเสริมความรู้นอกเหนือจากการเรียนในภาคปกติ โดยได้รับความร่วมมือและสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในด้านต่างๆ ดังนี้คือ ด้านแหล่งทุนสนับสนุน ด้านการดำเนินงานร่วมกัน ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของกลุ่มยูววิจัยผ้าไหมสันกำแพง ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ เป็นต้น ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีส่วนช่วยให้เกิดการสร้างการตระหนักรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น การเห็นคุณค่า เกิดความหวงแหนในภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกันของคนในชุมชน นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมด้วยสื่อพื้นบ้าน โดยการขับเคลื่อนทางด้านวัฒนธรรมที่กลุ่มเยาวชนและคนในชุมชนตำบลสันกำแพงจะร่วมกันสวมใส่ชุดผ้าไหมสันกำแพงในงานประเพณีต่างๆ และเกิดการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจชุมชน โดยมีหน่วยงานท้องถิ่นในการให้การสนับสนุนส่งเสริมคือ เทศบาลตำบลสันกำแพง และได้มีการนำ “ศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง” เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผนการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลสันกำแพงเพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน และสืบทอดอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมการทอผ้าไหมสันกำแพงให้คงอยู่คู่กับชุมชนสันกำแพงต่อไป รวมถึงกลุ่มเยาวชน คนในชุมชนตำบลสันกำแพงและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมสันกำแพง เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการสืบทอดวัฒนธรรมไปยังกลุ่มบุคคลรุ่นหลังต่อไป ดังภาพที่ ๒



ภาพที่ ๑ รูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อสืบเสาะวัฒนธรรมด้วยสื่อพื้นบ้าน
และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต้นกล้าแพง อำเภอต้นกล้าแพง จังหวัดเชียงใหม่



การสร้างยูวีจี้เป็นกระบวนการขับเคลื่อนในการสืบทอด อนุรักษ์ คัมครองของศิลปะ การทอผ้าไหมในตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่จากภาพที่ ๓ ทีมวิจัย มีบทบาทในการดำเนินงานโครงการวิจัย โดยสร้างกลุ่มยูวีจี้ผ้าไหมสันกำแพงด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ แหล่งทุนได้แก่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น และหน่วยงานต้นสังกัดของทีมวิจัยได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น กลุ่มเยาวชน คนในชุมชนสันกำแพง ปราชญ์ชาวบ้าน โรงเรียนสันกำแพง เทศบาลตำบลสันกำแพง ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เชียงใหม่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ในการมีประชุมหารือและวางแผนการจัดกิจกรรมเพื่อสร้าง “ยูวีจี้ท้องถิ่น” ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนในตำบลสันกำแพงด้วยกระบวนการระเบียบวิธีวิจัยในการสืบทอดอนุรักษ์คัมครอง ศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

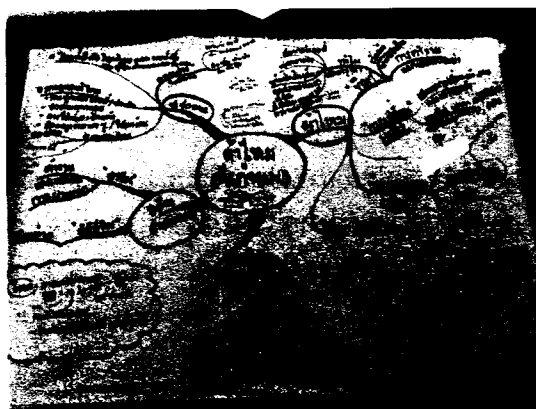
จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยกลุ่มยูวีจี้ผ้าไหมสันกำแพง ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของกลุ่มเยาวชน ปราชญ์ชาวบ้านและคนในชุมชน จนได้องค์ความรู้เกี่ยวกับ “ศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง” และช่วยสร้างให้เกิดการตระหนักรู้ถึงคุณค่าและมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน เห็นได้จากมีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชน คนในชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันจัดงานกิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลและคือน้องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของกลุ่มยูวีจี้ผ้าไหมสันกำแพง ณ บริเวณวงสันกำแพง การให้ความร่วมมือในการสวมใส่ชุดผ้าไหมสันกำแพงของคนในชุมชนในการเข้าร่วมงานกิจกรรมเป็นจำนวนมาก และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า คนที่เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตพื้นที่ตำบลสันกำแพง โดยมีภูมิลำเนาอยู่นอกชุมชนตำบลสันกำแพงดังนี้คือ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อำเภอเมืองเชียงใหม่, อำเภอดอยสะเก็ด, อำเภอสันกำแพง, อำเภอจอมทอง, อำเภอสันทราย และมีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด ได้แก่ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง, จังหวัดนครราชสีมา, อำเภอเมืองน่าน, อำเภอธงชัย จังหวัดแพร่ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในตำบลสันกำแพง มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนต่างๆ ของตำบลสันกำแพงดังนี้คือชุมชนป่าไผ่ ชุมชนห้วยทราย ชุมชนสันกำแพง ชุมชนทรายมูล ชุมชนสันโค้ง ชุมชนสันไร่ชุมชนร้องวัวแดง

คนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้เข้าใจเกี่ยวกับศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงและความตระหนักรู้ถึงคุณค่าหวงแหนในภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่อง “ผ้าไหมสันกำแพง” เพิ่มมากขึ้น มีความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น การทอผ้าไหมเพื่อจำหน่าย การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการสาวไหม การจัดทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าไหม เป็นต้น รวมถึงมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวทางการอนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่อง “ผ้าไหมสันกำแพง” อาทิเช่น ควรมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมสันกำแพงอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีเพื่อส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ และเกิดความตระหนักถึงคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชนและภายนอกชุมชนต่อไปควรส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมแต่งกายด้วยผ้าไหมสันกำแพงในงานประเพณี



ของท้องถิ่นควรส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดความรู้/ภูมิปัญญา เรื่อง ผ้าไหมสันกำแพงให้แก่คนในครอบครัวหรือผู้ที่สนใจและควรส่งเสริมให้มีการเลือกใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมสันกำแพงเป็นของฝากหรือของที่ระลึกแก่บุคคลอื่นตามโอกาสต่างๆ

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษารวบรวมเกี่ยวกับแนวทางการสืบทอด อนุรักษ์ คุ่มครองของศิลปะการทอผ้าไหมในตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการขับเคลื่อนของกลุ่มยุววิจัยผ้าไหมสันกำแพง และทีมวิจัย จึงได้นำเสนอข้อมูลให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ เทศบาลตำบลสันกำแพง โดยได้นำเข้าสู่แผนการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการขับเคลื่อนให้เกิดการสืบทอด อนุรักษ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง “ศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง” ทั้งทางด้านวัฒนธรรมและด้านเศรษฐกิจ ที่จะนำไปสู่การรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง และการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต่อไป



ภาพที่ ๔ การถอดบทเรียนเพื่อสร้างกระบวนการขับเคลื่อนให้เกิดการสืบทอดผ้าไหมสันกำแพง

การพัฒนาฐานข้อมูลด้านศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง สำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงให้เป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอก โดยกลุ่มยุววิจัยผ้าไหมสันกำแพง ร่วมกับทีมวิจัย ราษฎรชาวบ้าน ชุมชน โรงเรียนสันกำแพง เทศบาลตำบลสันกำแพง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชุมหารือร่วมกันเพื่อวางแผนพัฒนาฐานข้อมูลด้านศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงร่วมกัน และจัดทำเว็บไซต์เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ข้อมูลดังนี้ คือ ประวัติผ้าไหมสันกำแพงลวดลายผ้าไหมสันกำแพงขั้นตอนการเลี้ยงไหมและการสาวไหมเครื่องมือและการทอผ้าไหมการดูแลรักษาและการทดสอบผ้าไหมประมวลภาพที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมสันกำแพงภาพยนตร์สั้นราษฎรผ้าไหมสันกำแพงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมโครงการวิจัยประมวลภาพกิจกรรมโครงการวิจัยสถานที่ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เว็บไซต์เชื่อมโยงไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย และข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยใช้ชื่อว่า www.sankamphangsilk.org และได้เผยแพร่อย่างเป็นทางการในงานกิจกรรม



“เรียงร้อย รอยไหม สานใย สันกำแพง” ด้วยแผ่นพับ และบอร์ดนิทรรศการ มีสถิติผู้เข้าชมเว็บไซต์ตั้งแต่เดือนเมษายน ๒๕๕๖ ถึงเดือนสิงหาคม ๒๕๕๖ มีจำนวนทั้งสิ้น ๒,๖๖๗ คน อีกทั้งการจัดทำแฟนเพจ (Fan Page) ที่ชื่อว่า “ยุววิจิตรผ้าไหมสันกำแพง” บนสังคมเครือข่ายเฟสบุ๊ค (Facebook) เพื่อใช้สำหรับการเผยแพร่กิจกรรมของกลุ่มยุววิจิตร และเพิ่มช่องทางในการสื่อสารระหว่างกลุ่มยุววิจิตรผ้าไหมสันกำแพง ทีมวิจิตร และผู้ที่สนใจได้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เริ่มเปิดใช้งานเมื่อวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๕๕ จนถึงเดือนสิงหาคม ๒๕๕๖ มีจำนวนผู้ที่สนใจเข้ามาร่วมติดตามแฟนเพจด้วยการกด Like จำนวนทั้งสิ้น ๒๒๖ คน นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้ความสนใจสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมสันกำแพงผ่านแฟนเพจยุววิจิตรผ้าไหมสันกำแพง อาทิ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพง รวมถึงการเสนอให้มีการจำหน่ายผ้าไหมสันกำแพงผ่านแฟนเพจยุววิจิตรผ้าไหมสันกำแพง เป็นต้น จากสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การพัฒนาฐานข้อมูลด้านศิลปการทอผ้าไหมสันกำแพง ด้วยการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านช่องทางการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยสื่อสังคมเครือข่ายแฟนเพจ “ยุววิจิตรผ้าไหมสันกำแพง” เว็บไซต์โครงการ www.sankamphangsilk.org และสื่อภาพยนตร์สั้นนำเสนอเรื่องราวของผ้าไหมสันกำแพง ถือได้ว่าการสื่อสารด้วยสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลศิลปการทอผ้าไหมสันกำแพงให้เป็นที่รู้จักของผู้ที่สนใจเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และช่วยให้ผู้ที่สนใจศึกษาเรื่อง “ผ้าไหมสันกำแพง” สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการ เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ศิลปการทอผ้าไหมสันกำแพงให้เป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอกต่อไป

ผลที่ได้รับจากการวิจัย

การนำไปต่อยอดของหน่วยงานภาครัฐ

อำเภอสันกำแพงและเทศบาลตำบลสันกำแพง เล็งเห็นคุณค่าของมรดก ภูมิปัญญาที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของผ้าไหมสันกำแพง จึงได้หารือร่วมกับ อ.อนันต์ สุคันธรส สมาชิกสภาเทศบาลตำบลสันกำแพง และดำรงตำแหน่งประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอสันกำแพงซึ่งเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมสันกำแพง และได้เก็บรวบรวมผ้าไหมสันกำแพงไว้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ความมีชื่อเสียงของการเป็นนักสะสมและผู้มีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมสันกำแพง จึงได้รับเชิญให้ไปจัดแสดงนิทรรศการผ้าไหมในงานหม่อนไหมโลกครั้งที่ ๒ โดยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณตรัสชมความสวยงามของผ้าไหมสันกำแพงที่นำไปจัดแสดงและมีพระราชเสาวนีย์รับสั่งให้เก็บรักษาและอนุรักษ์ไว้ในแผ่นดินจากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นแรงผลักดันในการฟื้นฟู ส่งเสริมและเผยแพร่ให้ประชาชนและเยาวชนได้ตระหนักถึงคุณค่า และความเป็นมาที่ทรงคุณค่าในอดีต โดยเทศบาลตำบลสันกำแพงกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ซึ่งสมบัติภูมิปัญญาของแผ่นดิน



จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นแรงผลักดันในการฟื้นฟู ส่งเสริมและเผยแพร่ให้ประชาชนและเยาวชนได้ตระหนักถึงคุณค่า และความเป็นมาที่ทรงคุณค่าในอดีต โดยเทศบาลตำบลสันกำแพงกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ซึ่งสมบัติภูมิปัญญาของแผ่นดิน

การสร้างเครือข่ายการขับเคลื่อน

จากการร่วมประชุมหารือกับองค์กรภาคีเครือข่ายได้ให้ความสนใจและตระหนักถึงการฟื้นฟูอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอันทรงคุณค่าของผ้าไหมสันกำแพงจึงได้จัดทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างเทศบาลตำบลสันกำแพง ร่วมกับภาคีเครือข่าย ประกอบด้วย ๑) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ๒) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ๓) มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ๔) ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ ๕) ทักษสถานหญิงจังหวัดเชียงใหม่ ๖) ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เชียงใหม่ ๗) วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ ๘) จัดหางานจังหวัดเชียงใหม่ ๙) พัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ๑๐) อำเภอสันกำแพง และ ๑๑) วัฒนธรรมอำเภอสันกำแพง

นอกจากนี้เพื่อเป็นการฟื้นฟูศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงที่เคยมีอยู่ในอดีตให้กลับคืนมาสู่คนรุ่นหลังให้มีความรักและหวงแหนในมรดกทางภูมิปัญญา ศูนย์การเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพง เป็นแหล่งเรียนรู้ที่เกิดจากชุมชน (บ้าน วัด โรงเรียน) ที่ยังคงสืบทอดและอนุรักษ์ศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงและเป็นแหล่งรวบรวมสะสมผ้าไหมโบราณสันกำแพงเพื่อเป็นพิพิธภัณฑ์ของชุมชน บอกเล่าประวัติความเป็นมาของผ้าไหมสันกำแพงในงานประเพณีต่างๆของคนชุมชนในอดีตเพื่อให้เด็กและเยาวชนและผู้สนใจเข้ามาศึกษาเรียนรู้และให้ดำรงอยู่กับอำเภอสันกำแพงตราบนานเท่านาน

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (๒๕๔๙). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- Bloomberg, L.D. and Volpe, M. (๒๐๑๒), Completing Your Qualitative Dissertation: A Road Map from Beginning to End, ๒nd ed., SAGE, Thousand Oaks, CA.
- Creswell, J.W. (๒๐๑๓), Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, ๓rd ed., SAGE, Thousand Oaks, CA.
- Scott Greg, and Garner Roberta. (๒๐๑๓). Doing qualitative research: Designs, Methods, and Techniques. Upper saddle river, NJ: Pearson Education.
- Yin, R.K. (๒๐๐๓), Case Study Research: Design and Methods, ๓rd ed., Sage, Thousand Oaks, CA.



กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มบริษัทเกาหลี – ไทย

Strategic marketing communication of tourism company
in Muang Chiang Mai for Korean -Thai travelers.

หทัยทิพย์ คงแดง¹ | กมลณัฐ พลวัน²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) วิเคราะห์คุณลักษณะพฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มบริษัท ไทย – เกาหลี และ ๒) ศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มบริษัท เกาหลี – ไทย เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีโดยแจกแบบสอบถาม ๑๑๙ ฉบับและเก็บข้อมูลจากกลุ่มบริษัทเกาหลี-ไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ สัมภาษณ์กลุ่มบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด ๗ บริษัท เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวเกาหลีพฤติกรรมการรับสารโดยเปิดรับสื่อเว็บไซต์มากที่สุดเพราะสืบค้นง่าย และสะดวกต่อการหาข้อมูล สถานที่ที่เปิดรับส่วนใหญ่คือ บ้าน ใช้ความถี่เปิดรับสื่อเดือนละครั้ง ช่วงเวลาที่นิยมเปิดรับคือ ช่วงเย็น เนื้อหาของสื่อที่สนใจเป็นสถานที่ท่องเที่ยวจากการดูภาพความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว สาเหตุที่เปิดรับสื่อมาจากการความน่าสนใจจากสื่อมากที่สุด

ด้านความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดโดยภาพรวม มี ๔ ด้านอยู่ในระดับปานกลาง ๓ ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับน้อย

บริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริษัทนำเที่ยวที่มีเอเจนซีในเกาหลีและตัดสินใจจากการรับชมเว็บไซต์ เช่นเดียวกับการรับสื่อของนักท่องเที่ยวและการสื่อสารการตลาดของบริษัท สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับกลยุทธ์ในการใช้สื่อของ Package tour ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ในด้านราคา Package tour ขึ้นลงตามฤดูกาล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ใช้การขายผ่านตัวแทน(Travel Agency ในเกาหลี) และด้านการส่งเสริมการขาย Promotion ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกจัดรายการนำเที่ยวได้ตามความต้องการ

คำสำคัญ : กลยุทธ์การใช้สื่อ/การสื่อสาร/ธุรกิจนำเที่ยว/กลุ่มบริษัทเกาหลี-ไทย

¹ นักศึกษาลำดับต้น นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารและสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาควิชา นิเทศศาสตร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



Abstract

The objective of this research for ๑) to analyze the identity of the media exposure behavior and travel habits of Korean tourist in Muang , Chiang Mai, Thai – Korean consortium. And ๒) to study strategies for using a media communication to the tourism business marketing in Muang Chiang Mai of Thai – Korean consortium. The operator had collected useful information from ๑๑๕ copy questionnaires, distribute to Korean tourist and also interviewing total within ๗ companies of Thai – Korean consortium, and obtain to using in this research.

The Korean tourist are used a media exposure behavior, mostly by a website on the internet. Because the internet is easily way to find and get an information out at home, and the frequently to exposure by internet about one time per month and a time to searching information is in the evening. The content of a media there are interest is where the most beautiful to find out? And the best choice they'll choose is from a beauty spot and picture in the content. That is the cause of using a media, mostly.

The satisfaction of the strategies for using a media communication to the tourism business marketing, the overview cloud divined to ๔ levels. There's have for ๓ levels are in medium level. Including the product of tourism, cost of prices and sale promotion. And the lowest of last level is a distribution channel.

The most of tourism companies are choose the service from the tourism companies which have a travel agency in Korea and made a decision based on website to get information. Such same as the media exposure of tourist, and the media communication marketing from Tourism Company.

A tourist will make a decision from media influence just in medium level to come to travel in Chiang Mai. The strategies for using a media of tour package, product of tourism also in medium level. For a cost price of tour package depend on the Fluctuations of the tourism season. The distribution channel use through the agencies (travel agency in Korea) and the promotion, tourist is able to choose a tourism promotion from a tourism programs on their demand.

Keywords : Media Strategies/Communication/Tourism company/Korean-Thai



บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งในการเป็นตัวกลางที่จะให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ทั้งผ่านสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณา ความรวดเร็วและฉับไวของข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยิ่ง

กลยุทธ์การใช้สื่อ เป็นแผนการปฏิบัติที่รวบรวมความพยายามทั้งหลายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หากพิจารณาว่า กลยุทธ์ คือกระบวนการตัดสินใจอันซับซ้อนซึ่งเชื่อมโยงวัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายสุดท้าย เข้ากับวิถี หรือ หนทาง และวิธีการหรือเครื่องมือ ในอันที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น

ในส่วนของการสื่อสารการตลาด เป็นเครื่องมือที่จะสื่อสารกับลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องโดยมีจุดเริ่มต้นที่ผู้ส่งสาร ออกแบบข่าวสาร แล้วส่งสารผ่านช่องทางหรือสื่อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดทัศนคติ ความรู้สึกและพฤติกรรมที่ดี และนักการตลาดใช้การติดต่อสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างยอดขายและกำไร โดยมองว่าเป็นเครื่องมือที่สื่อสารกับลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรู้จัก การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ รวมไปถึงธุรกิจนำเที่ยว การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัด หรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร หรือมัคคุเทศก์ ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีมุ่งหมายถึง “การนำเที่ยว” เป็นสำคัญ โดยจะเป็นการนำเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และยังมีความหมายของธุรกิจนำเที่ยวอีกอย่างหนึ่งว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พ.ศ. ๒๕๕๑)

เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของจังหวัดในภาคเหนือ โดยเฉพาะเรื่องการท่องเที่ยว ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เนื่องจากความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางด้านธรรมชาติอันงดงาม ด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของชาวเชียงใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์น่าประทับใจ และความพร้อมในเรื่องสถานที่พักและบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ที่หลากหลาย เป็นที่ดึงดูดคนมาท่องเที่ยวนับล้านคนในแต่ละปี ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เติบโตและมีชื่อเสียงอย่างมากจนเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีมีการหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมากขึ้น ด้านวัฒนธรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเกาหลีได้รองรับการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับจากปี ๒๕๕๔ นักท่องเที่ยวเกาหลีเข้าไทยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คน เพิ่มจากปีก่อนหน้านี้อยู่ร้อยละ ๓๒ (ผู้จัดการออนไลน์, ๒๕๕๕:ออนไลน์) ทำให้จำเป็นต้องใช้การสร้างกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง



เชียงใหม่ กลุ่มบริษัท เกาหลี - ไทย ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวของไทย ได้รับทราบ และนำความรู้ไปวางแผนการตลาดที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวเกาหลี ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเกาหลีได้อย่างเหมาะสมและถูกต้อง

เนื่องด้วยปัจจุบันบริษัทนำเที่ยวอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีหลากหลายบริษัท รวมไปถึงเอเจนซีในเกาหลี มีการแข่งขันค่อนข้างสูง การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของเอเจนซีที่เกาหลีจึงมีความเป็นอย่างมาก และมีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้บริโภค เช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น เพราะที่ผ่านมาการสื่อสารการตลาดธุรกิจนำเที่ยวอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดในการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวยังไม่ต่อเนื่องมากพอ

โจทย์และคำถามวิจัย

คำถามวิจัย

๑. ศักยภาพและสถานการณ์การตลาดท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เชียงใหม่เป็นอย่างไร
๒. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวกลุ่มบริษัท เกาหลี - ไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นอย่างไร
๓. คุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบริษัท เกาหลี - ไทย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวกลุ่มบริษัท เกาหลี - ไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
๒. เพื่อศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว กลุ่มบริษัท เกาหลี - ไทย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

นิยามสำหรับการศึกษาค้างนี้

กลยุทธ์การใช้สื่อ หมายถึง การเลือกใช้สื่อที่มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากจะเป็นทิศทางในการกำหนดกลยุทธ์อื่น ๆ ให้มีความสอดคล้องกันทั้งกับเนื้อหา ช่องทาง และการขยายผล

กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด หมายถึง เป็นแผนการใช้สื่อมีส่วนช่วยให้เกิดผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด และการสื่อสารของธุรกิจนำเที่ยวให้ได้ผลดี โดยมีการสูญเปล่าน้อยที่สุดและเข้าสู่เป้าหมายให้ได้มากที่สุด

ธุรกิจนำเที่ยว กลุ่มบริษัทเกาหลี-ไทย หมายถึง กลุ่มบริษัทเกาหลีที่ให้บริการการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเกาหลี โดยตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่



และเป็นบริษัทที่นำนักท่องเที่ยวเกาหลีจากประเทศเกาหลีมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มาในลักษณะกรุ๊ปทัวร์

คุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสาร การใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเกาหลี ชั่วคราว อายุ เพศ อาชีพ การศึกษา ความเป็นอยู่ รายได้ เป็นต้น พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติ

ศักยภาพและสถานการณ์ตลาดธุรกิจท่องเที่ยวในเชียงใหม่ ทั้งในด้านความพร้อมและความหลากหลาย ของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และความสะดวกด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการกลุ่มบริษัทไทย-เกาหลีและนักท่องเที่ยวเกาหลีที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ นักท่องเที่ยวเกาหลีที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ในระยะเวลาเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างเก็บข้อมูล การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยสูตร Taro Yamane (Taro Yamane อ้างในพิชิต ฤทธิ์จำรูญ:๒๕๕๔) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ ๙๑% ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ ๙ หรือ ๐.๐๙ สัดส่วนในการศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ๑๑๙ ตัวอย่าง และผู้ประกอบการกลุ่มบริษัทไทย-เกาหลี อีก ๗ บริษัท ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

เครื่องมือในการวิจัย

๑.แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยของการทำวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ใช้ภาษาเกาหลี สอบถามนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์หากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเนื้อ

ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ ๓ วิเคราะห์การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ ๔ ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวเกาหลี กลุ่มบริษัทเกาหลี -ไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

๒.แบบสัมภาษณ์ เป็นลักษณะการสัมภาษณ์ผู้จัดการของบริษัท ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับข้อมูลในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มบริษัทเกาหลี-ไทย กลยุทธ์ที่ใช้สื่อในการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี เป็นคำถามชนิดปลายเปิด (Open-Ended Questionnaires) โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์เป็น ๔ ตอน ดังต่อไปนี้



ตอนที่ ๑ เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ ๒ เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อในการสื่อสารการตลาดของบริษัท

ตอนที่ ๓ เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะ พฤติกรรมการรับสารของนักท่องเที่ยว
เกาหลีและการสื่อสารการตลาดของบริษัท

๓.แบบวิเคราะห์เอกสาร ศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับสื่อการตลาดและการ
ประชาสัมพันธ์ในเกาหลี ได้แก่ โปรโมชัน เว็บไซต์ เอกสารบริษัทนำเข้า งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
กับธุรกิจนำเข้า

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

๑. ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูล แบบวิเคราะห์เอกสาร มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการศึกษา
เอกสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โฆษณา และ โทรทัศน์ นิตยสารและโบรชัวร์/แผ่นพับ

๒. ใช้แบบสอบถาม มีวิธีการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถาม มีวิธีรวบรวมข้อมูลโดย
ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวเกาหลีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

๓. ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ที่ผ่าน
การทดสอบแล้ว โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการกลุ่มบริษัทเกาหลี-ไทยในอำเภอ
เมืองเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและ
คุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

๑. การหาค่าข้อมูลแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ใช้ความถี่ ร้อยละ

๒. ข้อมูลพฤติกรรมการรับสื่อของนักท่องเที่ยวเกาหลี ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน

๓. การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย การเปิดรับสื่อในการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเข้า
และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกาหลี ได้แบ่งช่วงคะแนนเพื่อการวิเคราะห์ตามเกณฑ์การ
ให้คะแนน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, ๒๕๓๕)

๔.๕๐-๕.๐๐ หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับมากที่สุด

๓.๕๐-๔.๔๙ หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับมาก

๒.๕๐-๓.๔๙ หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับน้อย

๑.๕๐-๒.๔๙ หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับน้อย

๑.๐๐-๑.๔๙ หมายถึง มีการเปิดรับสื่อในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ มีบริษัทเกาหลีทั้งหมด ๗ แห่ง เพื่อทำการขอสัมภาษณ์เบื้องต้นแบบเฉพาะเจาะจง ๗ คน ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง ๒๔-๓๓ ปี การศึกษาส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาคือ ภาษาเกาหลี การท่องเที่ยวและโรงแรม และอุตสาหกรรมเกษตร ความสามารถด้านภาษาคือ เกาหลีและอังกฤษ ผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดทำงานตำแหน่ง Operation Manager ของบริษัทเกาหลีในเชียงใหม่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อเดือนของแต่ละบริษัทมากที่สุดคือ ต่ำกว่า ๕๐๐ คน ๕๐๑-๑,๐๐๐ คนและ ๑,๐๐๑-๑,๕๐๐ คนตามลำดับ กลุ่มนักท่องเที่ยวของบริษัทที่มากท่องเที่ยวมากที่สุด คือ บุคคลวัยทำงาน/พนักงานบริษัท และ Incentive tour

สื่อที่ใช้ในการสื่อสารของบริษัทส่วนมากเป็น เอเจนซีในเกาหลี สาเหตุที่เลือกใช้สื่อคือ สอบถามข้อมูลได้ และให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย ช่วงเวลาในการใช้สื่อ จะใช้ตลอดทั้งปี ระยะเวลาในการใช้สื่อของแต่ละบริษัทมีหลายช่วง ตลอดปีทั้ง ๑-๓ เดือนและ ๔-๖ เดือนตามลำดับ เนื้อหาของสื่อที่นิยมใช้คือ ราคาทัวร์ และสถานที่ท่องเที่ยว วิธีการนำเสนอส่วนมากใช้ภาพความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และวิดีโอการท่องเที่ยว

การรับสื่อของนักท่องเที่ยวและการสื่อสารการตลาดของบริษัทที่นิยมมากที่สุดคือ เอเจนซีในเกาหลี รองลงมาคือ เว็บไซต์ และเพื่อนและบุคคลใกล้ชิดตามลำดับ อิทธิพลของสื่อในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในเชียงใหม่ส่วนใหญ่ คือ อยู่ในระดับปานกลาง

กลยุทธ์ในการใช้สื่อของ Package tour ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ได้ผลในระดับปานกลาง สำหรับกลยุทธ์ในการใช้สื่อของ Package tour ด้านราคา มีการใช้กลยุทธ์ด้านราคา Package tour ขึ้นลงตามฤดูกาล (Low-High Season) มีการกำหนดระดับราคาของสินค้าด้านการท่องเที่ยว และมีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการสื่อสารเพื่อการตลาดในบริษัทตามลำดับ ในส่วนของกลยุทธ์ในการใช้สื่อของ Package tour ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการขายผ่านตัวแทน(Travel Agency ในเกาหลี) และขายตรงโดยผ่าน Internet/Website ต่างๆ รองลงมา ต่อมากลยุทธ์ในการใช้สื่อของ Package tour ด้านการส่งเสริมการขาย มี Promotion ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกจัดรายการนำเที่ยวได้ตามความต้องการ และ Promotion ลดราคาของ Package tour (Low season)

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวเกาหลี โดยภาพรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง และกระแสดตอบรับ (feedback) ต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวเกาหลี โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

จากการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามตามกลุ่มเป้าหมายที่ไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเชียงใหม่ เพื่อแจกแบบสอบถาม สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ๑๑๙ คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพส่วนใหญ่สมรส ส่วนใหญ่อายุ ๔๐ ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ และส่วนใหญ่มีรายได้จำนวน ๔,๐๐๐,๐๐๑ วอนขึ้นไป โดยมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่กับ



เพื่อนร่วมงาน วัดอุปประสงค์ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ท่องเที่ยวและพัก ๕ วัน ๓ คืน ราคาของ Package tour ๒๐๐,๐๐๐ วอน ขึ้นไป ประเภทของ Package tour ที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามที่บริษัทนำเที่ยวเกาหลีจัดให้ อิทธิพลของสื่อมีผลในการซื้อโปรแกรมทัวร์คือเอเจนซีในเกาหลีมากที่สุด และมีความประทับใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อย่างมากในทุกๆ ด้าน

การเปิดรับสื่อส่วนมากของคนเกาหลี คือ เว็บไซต์ รองลงมาคือ เอเจนซีในเกาหลี และเพื่อนและบุคคลใกล้ชิดตามลำดับ สถานที่เปิดรับส่วนใหญ่เป็นที่บ้าน ช่วงเวลาที่นิยมเปิดรับมากที่สุดคือ ช่วงเวลาตอนเย็น วันเวลาที่เปิดรับมากที่สุดคือ เดือนละครั้ง เนื้อหาสื่อของได้รับความสนใจมากที่สุดคือ สถานที่ท่องเที่ยว วิธีนำเสนอใช้ภาพความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว สาเหตุที่เปิดรับสื่อส่วนมากมาจาก ความน่าสนใจจากสื่อ

ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเกาหลี โดยภาพรวม ๔ ด้าน คือ ระดับปานกลาง และแยกเป็นความพึงพอใจแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว คือ ระดับปานกลาง ด้านราคา คือ ระดับปานกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ระดับน้อย และสุดท้ายด้านการส่งเสริมการขาย คือ ระดับปานกลาง

อภิปรายผล

จากการศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มบริษัท เกาหลี - ไทย พบว่า แต่ละบริษัทมีวิธีการใช้สื่อเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและตัดสินใจมาเที่ยวกับบริษัทของตัวเอง โดยตัวสื่อมีระยะเวลาช่วงเวลาที่เลือกใช้ รวมไปถึงสาเหตุที่เลือกใช้สื่อนั้น อีกทั้งวิธีการนำเสนอสื่อและเนื้อหาของสื่อซึ่งสอดคล้องกับ Bovee (๑๙๙๕ อ้างในดารา ทิปะปาล, ๒๕๕๖:ออนไลน์) กล่าวถึง การเลือกใช้สื่อว่าเป็นเรื่องที่จะต้องพิจารณาตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อ ปัญหาที่จะต้องตัดสินใจคือ การเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ การใช้สื่อนั้นอาจเลือกใช้เพียงสื่อเดียวก็ได้ ถ้ามั่นใจว่าจะไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามต้องการ รวมทั้งสามารถสร้างผลกระทบ ก่อให้เกิดความประทับใจในตราสินค้าที่นำเสนอเด่นเป็นพิเศษอย่างเพียงพอ และที่สำคัญก็คือ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมากอีกด้วย

กลยุทธ์ในการใช้สื่อของ Package Tour ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารการตลาด เป็นกระบวนการเพื่อสื่อสารข้อมูลของสินค้าบริการ หรือความคิดสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การที่จะสื่อสารการตลาดให้มีประสิทธิภาพจะต้องมีการศึกษาเครื่องมือสื่อสารการตลาดต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การโดยใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรง และเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางการสื่อสาร จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (๒๕๕๔: ๑๖๖-๑๖๗) กล่าวว่า กลยุทธ์การใช้ส่วนประกอบของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด



เพื่อส่งข่าวสารที่ชัดเจน สอดคล้อง และบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งข่าวสารดังกล่าวอาจเป็นข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรก็ได้ โดยมุ่งที่การเพิ่มคุณค่าและประเมินบทบาทเชิงกลยุทธ์ของเครื่องมือการสื่อสารการตลาด

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย พลอยปภัสร์ เรือนวงศ์ (๒๕๕๒) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง กลยุทธ์สื่อสารการตลาดของโรงแรมระดับกลางในจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ มุ่งศึกษากลยุทธ์สื่อสารการตลาด ในการสนับสนุนแผนการตลาดของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จะสะท้อนภาพการวางแผนการสื่อสารในสภาวะแข่งขันปัจจุบัน รวมทั้งการวางแผนงานการสื่อสารการตลาดในระยะยาวที่จะมีผลต่อไปในอนาคต

อีกทั้งยังสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว (วรารักษ์ จินี่, ๒๕๕๔: ออนไลน์) เป็นการจัดการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวอันมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและการชักจูงนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในสถานที่เป้าหมาย ความสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับหลักการตลาดเบื้องต้นนั้นจะเห็นได้ว่า กลยุทธ์ทางด้านการตลาดมีความจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว แนวคิดทางด้านการตลาดแบบคลาสสิกที่แบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น ๔ ด้าน (4P's ประกอบด้วย Product Price Place และ Promotion) การประชาสัมพันธ์ จัดเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด promotion ซึ่งยังมีการโฆษณา การส่งเสริมการขายและการขายผ่านบุคคล ถูกจัดรวมอยู่ในกลยุทธ์ P ตัวสุดท้ายนี้ด้วย แต่การที่การประชาสัมพันธ์ได้รับความสนใจและมีความโดดเด่นมากขึ้นในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่นำมาใช้กับแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

จากการวิเคราะห์คุณลักษณะพฤติกรรมการรับสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวเกาหลีมีพฤติกรรมรับสาร จากการเปิดสื่อ โดยนักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อจากการดู การฟัง และพูดคุยกันเป็นกลุ่มๆ สื่อที่เปิดรับ ได้แก่ สื่อมวลชน เช่น นิตยสาร เว็บไซต์ โฆษณาทีวี สื่อบุคคล เช่น เอเจนซีในเกาหลี เพื่อน/บุคคลใกล้ชิด สื่อเฉพาะกิจ เช่น โบรชัวร์/แผ่นพับ แต่สื่อที่เปิดรับมากที่สุด คือ เอเจนซีในเกาหลี เพราะสามารถสอบถามข้อมูลและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับ ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ กระบวนการที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะเลือกรับข่าวสารที่มีอยู่ เพื่อนำมาพิจารณาไตร่ตรอง อันเป็นผลจากสิ่งเร้าบางประการ และเพื่อแปลความหมายของข่าวสารนั้นออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ หรือพฤติกรรมต่างๆ (ชวรัตน์ เชิดชัย, ๒๕๒๗: ๑๕๘)

เอเจนซีในเกาหลีเปรียบเสมือนสื่อบุคคล ซึ่งหมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง โดยอาศัยการสื่อสารระหว่างบุคคล เสถียร เขยประทับ (๒๕๒๘: ๒๘) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อให้มีการตัดสินใจและยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกรสนิยมของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่อง



มือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

โดยสื่อบุคคล สามารถโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวเกาหลี ได้ดี สอดคล้องกับทฤษฎีโน้มน้าวใจ คือ การใช้ความพยายามที่จะเปลี่ยนความเชื่อ ทศนคติค่านิยมและการกระทำของบุคคลอื่น ด้วยกลวิธีที่เหมาะสมให้มีผลกระทบต่อใจบุคคลนั้น จนเกิดการยอมรับและยอมเปลี่ยนตามที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการ (เพ็ญนุช ชำนาญเวียง, ๒๕๕๘:ออนไลน์) ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผ่องพรรณ พักทอง (๒๕๕๙) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง “อิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง” พบว่า การเปิดรับสาร ได้แก่ เปิดรับสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ การแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ถูกนำมาประเมินข้อมูลและการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ความชอบสนุกสนานและการพักผ่อน การชอบค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ และการชอบเข้าสู่คมพบปะผู้คน ในขณะที่ปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกาหลีต้องการมาเที่ยว ได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านราคา ความพึงพอใจ และความสะอาดปลอดภัยเป็นสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนพเกล้า ยัมสถาน (๒๕๕๓) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง อิทธิพลสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเชียงใหม่ พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ คือสื่อบุคคล ได้แก่ ญาติ/พี่น้อง และด้านเนื้อหา นักท่องเที่ยวได้รับเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยการสื่อสารตลาดที่มีอิทธิพลต่อการสนใจเข้าเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ปัจจัยด้านการพัฒนา การเปลี่ยนแปลง และการปรับปรุง ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยด้านการสื่อสาร ปัจจัยด้านการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และสุดท้ายด้านความเชื่อ ค่านิยม

รองลงมา เป็นเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต คือ สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. ๒๐๐๓: ๔๐-๔๑) และสื่อใหม่ ยังหมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, ๒๕๕๕:ออนไลน์)

เอเจนซีในเกาหลีมีผลในการตัดสินใจซื้อ Package Tour มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้บริโภค เสรี วังษ์มณฑา (๒๕๔๒:๓๒-๔๖) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง



ได้ ส่วนปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ออกเป็น ๒ ประการได้แก่ ๑) ปัจจัยภายใน เช่น ความจำเป็น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะคติ การรับรู้ การเรียนรู้ ๒) ปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจ ครอบครัวยุทธศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม การติดต่อธุรกิจ และสภาพแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยบุญทวี เปเรร่า (๒๕๔๗) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย พบว่าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสอายุ ๔๑-๕๐ ปี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน ซึ่งไม่เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงรายมาก่อน ประเภทของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาใช้บริการในจังหวัดเชียงราย คือ การพักผ่อนหย่อนใจ เน้นใช้บริการบริษัทนำเที่ยว สาเหตุเพราะสะดวกสบายมีคนจัดการให้ทุกอย่าง แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวทราบจากโฆษณานิเทศสารการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยปัจจัยหลัก คือ การประชาสัมพันธ์ โดยการใช้แผ่นพับจากการท่องเที่ยวตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

- ๑.งานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มบริษัทเกาหลี - ไทย สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับธุรกิจนำเที่ยวอื่นๆต่อไปได้
- ๒.งานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อของธุรกิจนำเที่ยว หรือการสื่อสารการตลาดเพื่อธุรกิจนำเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- ๑.ควรศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับสารของนักท่องเที่ยวเกาหลีและสิ่งที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวในเชียงใหม่
- ๒.ควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละชาติเพิ่มเติม เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาคุณภาพของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป



บรรณานุกรม

- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์.(๒๕๒๗).การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ(Marketing For Tourism and Hospitality).กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด, ๒๕๕๔.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน.กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- นพเกล้า ยัมสถาน.(๒๕๕๔).อิทธิพลสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเชียงใหม่. เชียงใหม่ : การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญทวี เปเร่รา.(๒๕๔๗).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย. เชียงใหม่ : การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผ่องพรรณ พักทอง.(๒๕๔๙).อิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง.เชียงใหม่ : ปัญหาพิเศษศิลปศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พลอยปัทม เรือนวงศ์.(๒๕๕๒).กลยุทธ์สื่อสารการตลาดของโรงแรมระดับกลางในจังหวัดเชียงใหม่ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕.การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสถียร เขยประทับ.(๒๕๒๘).การสื่อสารและการพัฒนา.กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- เสรี วงษ์มณฑา.(๒๕๔๒).การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

ออนไลน์

- ดารา ทีปะปาล.(๒๕๕๔). “การพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อ”. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา http://free4marketingad.blogspot.com/๒๐๑๑/๑๑/blog-post_๒๖๑๙.html. สืบค้น ๒ กรกฎาคม ๒๕๕๖.
- ผู้จัดการออนไลน์.(๒๕๕๔).ททท.จับมือ AKC ให้ความรู้วัฒนธรรมคนเกาหลี.[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา<http://www2.manager.co.th/Crime/ViewNews.aspx?NewsID=๙๕๔๐๐๐๐๐๘๘๖๕๗>. สืบค้น ๑๔ มิถุนายน ๒๕๕๕.
- พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พ.ศ. ๒๕๕๑.(๒๕๕๕). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มาhttps://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&erc=s&source=web&cd=๓&cad=rja&uact=๘&ved=๐CCcQFjAC&url=http%3A%2F%2Fmis.rmutt.ac.th%2Fsmc%2FDetails%2FInvestmentExamples%2F๑๒๗.doc&ei=๒tIFVZ๗iNcuKuAS_h๔H๔Bw&usq=AFQjCNHcknEj๗qlBVEfby๒FgxVt๑ZuZiZw



วราภรณ์ จินเงี.(๒๕๕๔).การตลาดและการท่องเที่ยว (Tourism and Marketing). [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://warapornjinngae.multiply.com/journal/item/๖> .
สืบค้น ๑๔ ตุลาคม ๒๕๕๔.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ.(๒๕๕๕).พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลภาษาดิจิตอลต่อรูปแบบการ
สื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา
<http://utcc๒.utcc.ac.th/localuser/amsar/PDF/New%๒๐Media.pdf>. สืบค้น
๑๐ เมษายน ๒๕๕๘.

เพ็ญนุช ชำนาญเวียง.(๒๕๕๘).การโน้มน้าวใจ.[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา
<http://www.thoengwit.ac.th/ny/y๑.html>. สืบค้น ๑๐ เมษายน ๒๕๕๘.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Factors influencing to decision selecting
Chinese language shool in Maung district,
Chiang Mai province

วัลภา ช่างทอง¹ | กาญจนา สุระ²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนจำนวน ๑๓๒ คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง ๒๑ - ๒๕ ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท ลักษณะพฤติกรรมส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนมาก่อน แต่เพื่อวัตถุประสงค์ นำไปใช้ในการศึกษาต่อ จึงตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ ช่วงเวลา ๑๖.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหลักสูตรอยู่ระหว่าง ๔,๐๐๑ - ๖,๐๐๐ บาท และส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนนั้น พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในด้านราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมงไม่ควรแพงเกินไป ส่วนด้านเวลาเรียนควรเรียนตามเวลาที่กำหนด และให้ครบชั่วโมง

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ, การตัดสินใจเลือก, โรงเรียนสอนภาษาจีน

¹ นักศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



Abstract

The objectives of this study were to study factors influencing to decision selecting Chinese language school in Maung district, Chiangmai province, and study the behavior of customers. Participants were ๑๓๒ student of Chinese language school. It was found that the majority of participants were female age between ๒๑ – ๒๕ year old. Most of them graduated from secondary school or vocational school and have income between ๕,๐๐๑ – ๑๐,๐๐๐ baht. Most of them had never study a Chinese language school but for objective used for the study of decision select study Chinese language school in Saturday and Sunday at time ๔pm. – ๘pm. and have tuition fees between ๔,๐๐๑ – ๖,๐๐๐ baht per the course and most of them information perception from internet media. The influencing to decision selecting Chinese language school were in high level many factors. They responded that price was the most important factor influenced to them to select Chinese language school followed by process, product, personnel, place and medium level in factors. They responded that physical and promotion respectively. In addition, is study fees should not be too expensive, study hours should be complete both in time and duration of studying.

Keywords : Factors influencing to decision, Decision selecting, Chinese language school.

บทนำ

ในสังคมโลกปัจจุบัน การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารหรือยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน มนุษย์ย่อมมีความต้องการติดต่อซึ่งกันและกัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถสิ่งเหล่านี้สามารถพัฒนาขึ้นได้โดยการศึกษาเล่าเรียนและการฝึกอบรมเป็นหลัก ประเทศจีนเป็นประเทศที่กำลังเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็วสุด ในปัจจุบันจีนมีจำนวนประชากรที่มากที่สุดในโลกและชาวจีนได้เดินทางไปตั้งรกรากในแทบทุกประเทศ ส่งผลให้มีผู้ใช้ภาษาจีนอาศัยอยู่ทุกหนแห่ง บทบาทของประเทศจีนบนเวทีโลกกำลังชัดเจนมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยขนาดของเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัวและพร้อมจะแข่งขันสหรัฐอเมริกาขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจภายในอีก ๔-๕ ปีข้างหน้าตามคำทำนายของ IMF (เอกรัตน์ บรรเลง, ๒๕๕๔) ส่งผลให้ความต้องการในตลาดแรงงานต่อผู้ที่มีความสามารถทางภาษาจีนสูงขึ้นตาม (เอกรัตน์ บรรเลง, ๒๕๕๔) ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ความสำคัญของภาษาจีนจึงมีมากขึ้น สำหรับการศึกษาภาษาต่างประเทศปัจจุบันในประเทศไทยนั้น เราจะเห็นได้ว่า



ภาษาจีนกลาง ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อันเนื่องมาจากการที่ภาษาจีนกลาง ได้เข้ามามีบทบาทต่อตลาดแรงงานของไทยในทุกกระดับ

การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศสามารถเลือกเรียนได้หลายทาง เช่น การเรียนกับโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศเอกชน องค์กรสาธารณะกุศลหรือแม้แต่สื่อต่างๆ ประกอบกับปัจจุบันมีการเปิดโอกาสทางการศึกษาและจึงทำให้มีบุคคลทั่วไป นักเรียนนักศึกษา และผู้ประกอบการอาชีพส่วนตัวสนใจที่จะศึกษาด้านภาษามากยิ่งขึ้น จึงมีโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ตามไปด้วย ดังนั้นการประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาจีนให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ๗ ด้าน (๗'P) อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ และด้านกระบวนการ (ทรงกลด แสงผล, ๒๕๕๒) เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน ซึ่งโรงเรียนสอนภาษาจีน แต่ละแห่งใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในรูปแบบที่ต่างกันไป ตั้งแต่เรื่องผลิตภัณฑ์หรือหลักสูตรต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ด้านราคาอัตราค่าเรียนที่เหมาะสมไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป โดยจะต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นเป็นสำคัญ กลยุทธ์ในด้านสถานที่ ที่ตั้งในย่านชุมชน กลยุทธ์ทางด้านลักษณะทางกายภาพเป็นจุดขายอีกประการหนึ่งของโรงเรียนสอนภาษา โรงเรียน อาจจะมีการจัดสถานที่ให้เอื้อต่อการเรียนของผู้เรียนเป็นสำคัญจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้แล้วยังต้องมีการใช้กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ส่วนกลยุทธ์ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และกลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการจะต้องมีการวางระบบการดำเนินงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ ทั้งนี้โรงเรียนสอนภาษา จำเป็นจะต้องมีการประเมินองค์การ โดยใช้หลักการของ McKinsey ๗-S Framework ซึ่งได้รับการยอมรับและนำไปใช้อย่างกว้างขวาง และในปัจจุบันได้มีการนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์องค์การในส่วนของ SWOT ในด้านของปัจจัยภายในองค์กร นั้น มีจุดแข็งและจุดอ่อนอย่างไร ในปัจจัยทั้ง ๗ ประการ ประกอบด้วย ๑. กลยุทธ์ขององค์กร ๒. โครงสร้างองค์การ ๓. ระบบการปฏิบัติงาน ๔. บุคลากร ๕. ทักษะความรู้ ความ สามารถ ๖. รูปแบบการบริหารจัดการ ๗. ค่านิยมร่วม ผลลัพธ์ที่ได้จากการประเมินองค์การจากวิธีการของ McKinsey ๗-S นั้น สามารถนำไปพัฒนาสร้างเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงเรียนสอนภาษาได้ (อำนาจ วัดจินดา, ๒๕๕๖) การเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้เรียน เพราะหากเลือกโรงเรียนสอนภาษาจีนที่ดี และมีมาตรฐานจะทำให้ผู้เรียนมีความมั่นใจ สามารถนำทักษะความรู้ที่ได้รับในการเรียนมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนภาษา เพื่อนำไปพัฒนาองค์การด้านการศึกษาให้ตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการศึกษา ด้านภาษาต่างประเทศ

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีนในการนำข้อมูลที่ได้รับไปวางแผนทางการตลาด ปรับปรุงแก้ไข และวางแผนการบริหารจัดการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาจีนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการศึกษา



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ และมีที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๔ โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนภาษาจีนศึกษาเชียงใหม่ (มา-เอ็ด), โรงเรียนพจนานุกรมสอนภาษาต่างประเทศ, โรงเรียนพระคุณภาษาจีนกลางเชียงใหม่, โรงเรียนเชียงใหม่สอนภาษา ซึ่งมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น ๑๙๐ คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่เขต๑, ๒๕๕๗)

กลุ่มตัวอย่างได้จากกลุ่มประชากรทั้งสิ้น ๑๙๐ คน นำมาเทียบตัวอย่างกับตาราง เครชี และมอร์แกน (Krejcie and Morgan อ้างถึงใน รุ่งวสันต์ ไกรกลาง และกัมปนาท ถ่ายสูงเนิน, ๒๕๕๕ : ๒๐-๒๑) ได้จำนวนทั้งสิ้น ๑๒๗ ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๖๕ ของกลุ่มประชากร อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันความผิดพลาดอันอาจจะเกิดขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างเป็น ๑๓๒ ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูล ๔ โรงเรียน โรงเรียนละ ๓๓ ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล เลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เก็บข้อมูลจากโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ตอนที่ ๑ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง ระหว่าง ๒๑ - ๒๕ ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท

ตอนที่ ๒ พฤติกรรมในการใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน

ลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการในโรงเรียนสอนภาษาจีนมาก่อน แต่เพื่อวัตถุประสงค์ นำไปใช้ในการศึกษาต่อ จึงตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ซึ่งจะใช้บริการในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลาช่วง ๑๖.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหลักสูตรอยู่ระหว่าง ๔,๐๐๑ - ๖,๐๐๐ บาท และส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลของโรงเรียนสอนภาษาจีน จากอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ ๓ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับ ๑ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๐) โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตร หรือชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียน



อื่น รองลงมาคือ มีการแจ้งรายละเอียด ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ชัดเจน ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมงมิให้เลือกหลายระดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นอันดับ ๒ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๘) โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้น รองลงมาคือ โรงเรียนสามารถจัดวัน และเวลาเรียนตามที่คุณเรียนต้องการได้ ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ สามารถสมัครเรียนได้หลายทาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (หลักสูตร) เป็นอันดับ ๓ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๓) โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของเนื้อหาหลักสูตรตรงกับความต้องการ รองลงมาคือ โรงเรียนมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย ทันสมัย ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร

ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นอันดับ ๔ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๙) โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของผู้สอนมีวิธีการสอนที่น่าสนใจ รองลงมาคือ ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจ รายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ

ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นอันดับ ๕ อยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๕๔) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ในเรื่องของสถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน และอยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียนที่ดี รองลงมาคือ มีรถโดยสารสาธารณะผ่าน ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ และการเดินทางมีความสะดวก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นอันดับ ๖ อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๗) โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของอาคาร สถานที่ตลอดจนห้องเรียน สะอาดจัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน รองลงมาคือ มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับ ๗ อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๔๕) โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียน รองลงมาคือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ส่วนรายการที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีการมอบของที่ระลึก และมีส่วนลดให้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา รองลงมาด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ ตามลำดับ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดในการศึกษาดังนี้



ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านอัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่นแล้ว รองลงมาคือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ชัดเจน และต่ำสุดคือ อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือต่อชั่วโมงมีให้เลือกหลายระดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการตลาด การตั้งราคาหลักสูตรของ สุธารัตน์ ศิริเมือง, น้ำฝน กัลญา (๒๕๔๖ : ๕๕) ได้กล่าวว่า การกำหนดราคาเป็นสิ่งที่ตลาดค่อนข้างให้ความสำคัญ จำเป็นที่จะต้องสำรวจความต้องการหรือประเมินสภาพการแข่งขันให้ดีเสียก่อน การตั้งราคาในที่นี้เป็นการตั้งราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกำหนดราคาตามที่เราคิดว่าลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของเราเต็มใจจ่าย ซึ่งจะต้องมีการพิจารณาการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย ปฏิภานของผู้บริโภค คู่แข่งขัน และปัจจัยในทุก ๆ ด้าน โดยวิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม ส่วนลด เงื่อนไขการขาย เงื่อนไขการชำระเงิน จะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง จึงจะทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจเลือกสินค้า เกิดการเปรียบเทียบและประเมินทางเลือก และตัดสินใจซื้อบริการในที่สุด ตามแนวคิดการตัดสินใจตามกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา (๒๕๕๔ : ๑๕๔ - ๑๖๐) นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พวงเพชร อินตายวง (๒๕๕๔) ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาดังกล่าว พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก คือ อัตราค่าเรียนที่เหมาะสม รองลงมาคือ มีส่วนลดในการเรียนหลาย ๆ วิชา นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับการศึกษาของ A.Binsardi and F.Ekwulugo (๒๕๔๖) ที่ได้ศึกษาถึงการรับรู้ของนักศึกษาต่างชาติเกี่ยวกับการศึกษาของประเทศอังกฤษ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ค่าใช้จ่ายในการศึกษานั้น เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านการจัดจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้น และโรงเรียนสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่อยู่เรียนต้องการได้ รองลงมาคือ มีการสอนชัดเจนให้ เมื่อไม่สามารถดำเนินการเรียนการสอนได้ตามตาราง และส่วนที่ให้ความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ สามารถสมัครเรียนได้หลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ทรงกลด แสงผล (๒๕๕๒ : ๔ - ๗) ได้กล่าวว่า วิธีการดำเนินงานขององค์กรที่เป็นกระบวนการและขั้นตอน ถ้าการออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ แต่หากออกแบบขั้นตอนการบริการไม่ดีพอ ก็อาจจะทำให้ลูกค้ารู้สึกรำคาญหรือไม่พอใจ และกลายเป็นความล้มเหลวในที่สุด ดังนั้นเพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ควรมีการออกแบบระบบที่มีความหลากหลาย คือ ต้องพิจารณาถึงความมีอิสระ ความยืดหยุ่น และความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับของการทำงานได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความไว้วางใจของลูกค้าตามแนวคิดคุณภาพการบริการของ อีริกิตติ นวรัตน์ ณ อุทยาน (๒๕๔๙ : ๑๘๓ - ๑๘๕) นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาของ ทรงกลด แสงผล (๒๕๕๒) ที่ได้



ศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับมาก คือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเรียนอย่างชัดเจน รองลงมาคือ ทางโรงเรียนสามารถที่จะสอนครบหลักสูตร ได้ตามกำหนดเวลา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านเนื้อหา หลักสูตร ตรงกับความคาดหวัง และมีหลักสูตรให้เลือกหลากหลาย รองลงมาคือ ชื่อเสียงของโรงเรียน และต่ำสุดได้แก่ ระยะเวลาเรียนต่อหลักสูตร สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ทรวงกลด แสงผล (๒๕๕๒ : ๔ - ๗) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์จะต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงเรียนสอนภาษา คือ หลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน ครูผู้สอน และสภาพพจน์ของโรงเรียน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ที่จะต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรวงกลด แสงผล (๒๕๕๒) ได้ศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดน่าน พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญเรื่องความครบถ้วนของหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นอันดับแรก ทั้งนี้ยังได้สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริพร วงษ์นครินทร์ (๒๕๕๔) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดสมุทรสาคร ในการเลือกสถาบันกวดวิชา พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตรและเอกสาร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ เช่น เนื้อหาเจาะลึกรายวิชา เนื้อหาที่จะเรียนล่วงหน้าตรงกับแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านผู้สอนมีวิธีการสอนที่น่าสนใจ รองลงมา ผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้มีความเข้าใจ และต่ำสุด ได้แก่ ผู้สอนมีวิธีการสอนที่เข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ทรวงกลด แสงผล (๒๕๕๒ : ๔ - ๗) ได้กล่าวว่า บุคคลหรือพนักงาน เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการในแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นตลอดจนการให้บริการสิ้นสุดลง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงสร้างเทคนิคการจดจำ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และสามารถสร้างค่านิยมให้กับโรงเรียนอีกด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาหลาย ๆ เรื่อง เช่น อรพิน ปินตา (๒๕๕๐) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญให้ระดับมากในปัจจัยด้านบุคลากร ตามด้วยด้านผลิตภัณฑ์ และณัฐภูมิ เหลืองพิศาลพร



(๒๕๕๑) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาดังกล่าว พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับความสำคัญมาก ผู้สอนมีความรู้ความชำนาญ เป็นอันดับแรก นอกจากนี้แล้ว พงเพชร อินตายวง (๒๕๕๔) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำคัญที่อยู่ในระดับมากคือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญเรื่องของ อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องของที่ตั้งโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน และอยู่ในทำเลที่ปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียนดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการตลาดของ ศรวิทย์ พรหมมา (๒๕๕๐) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกทำเล ในปัจจุบันได้มองโอกาสธุรกิจโรงเรียนสอนภาษาที่เติบโตพร้อมกับทำเลใหม่ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะ Community Mall ที่เกิดขึ้นจำนวนมาก ซึ่งในขณะเดียวกัน ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์ (๒๕๕๔ : ๓) ก็ได้กล่าวถึงการเลือกทำเลที่ตั้งควรจะต้องอยู่ในย่านชุมชนที่บริเวณใกล้เคียงมีสถานศึกษา หน่วยงานราชการ สำนักงานต่าง ๆ มีการจราจรที่สะดวกสบาย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับอาคาร – สถานที่ที่ลดทอนห้องเรียนสะอาด จัดบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการจัดวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม และปัจจัยที่ให้ความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียนของ สุพรรณิกการ์ มาศยคง (๒๕๕๔ : ๑๔ - ๑๖) ได้กล่าวว่า การจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพล ก่อให้เกิดพฤติกรรมและคุณลักษณะของผู้เรียนเป็นอย่างดี โรงเรียนที่มีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี จะส่งผลให้ผู้เรียนมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีตามไปด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านเรื่องของการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของโรงเรียนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ และให้ความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ มีการมอบของที่ระลึก มีส่วนลดพิเศษให้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการตลาดของ สุดารัตน์ ศิริเมือง, น้ำฝน กัลญา (๒๕๔๖ : ๗๒ - ๗๕) กล่าวว่า โดยปกติเมื่อมีการออกสินค้าใหม่ ควรมีการทำกิจกรรมการตลาดเพื่อสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะมาใช้บริการกับเราได้ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นที่รู้จักในตลาด การทำกิจกรรมทางการตลาดผ่านเครื่องมือต่างๆ ที่ผสมผสานกันตามรูปแบบการตลาดสมัยใหม่เป็นเรื่องที่ควรต้องทำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการแสวงหาตลาดของ จิตระวี ทองเถา (๒๕๕๕)

กล่าวถึงการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจ โดยหันมาแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และสื่อให้เห็นถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ธุรกิจเกิดบทบาทสำคัญในสังคม ถือเป็นการเสริมสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

๑. โรงเรียนสอนภาษาจีนควรตระหนักในเรื่องการตั้งราคาหลักสูตร โดยมีราคาหลักสูตรที่เหมาะสมกับจำนวนชั่วโมงเรียน ซึ่งไม่แพงจนเกินไป เพราะราคาหลักสูตรเป็นปัจจัยอันดับหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาจีน

๒. โรงเรียนสอนภาษาจีน ควรมีการให้บริการที่ดี โดยเน้นในเรื่องของการจัดจำนวนนักเรียนต่อห้องเรียน ให้อยู่ในจำนวนที่เหมาะสม เพราะผู้สอนอาจดูแลได้ไม่ทั่วถึงทั้งหมด ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถรับรู้สิ่งที่เรียนได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้โรงเรียนยังต้องคำนึงถึงเรื่องวันเวลาเรียน ซึ่งต้องสามารถจัดวันและเวลาเรียนตามที่ผู้เรียนต้องการได้ให้มากที่สุด

๓. โรงเรียนสอนภาษาจีนควรให้ความสำคัญและรักษาคุณภาพมาตรฐานในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องเนื้อหาหลักสูตรตรงกับความต้องการ และวิธีการสอนที่น่าสนใจ

๔. เนื่องจากผู้เรียนภาษาจีนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้เรียนในระดับปริญญาตรี ผู้ประกอบการควรมีการจัดการเรียนการสอนและหลักสูตรการสอน ตลอดจนมองถึงความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ

๕. โรงเรียนสอนภาษาจีนควรวางแผนทางการตลาดให้มีความสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

๕.๑ ด้านผลิตภัณฑ์ โรงเรียนควรให้ความสำคัญกับการ กำหนดเนื้อหาหลักสูตรให้ตรงตามความคาดหวังของผู้เรียน และควรมีหลักสูตรที่หลากหลาย ทันสมัย

๕.๒ ด้านราคา อัตราค่าเรียนต่อหลักสูตรหรือชั่วโมง เมื่อเทียบกับโรงเรียนอื่น แล้วควรอยู่ในเกณฑ์เหมาะสม ไม่ต่ำจนเกินไป หรือไม่สูงจนเกินไป ควรมีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ชัดเจน

๕.๓ ด้านสถานที่ ควรพิจารณาความเหมาะสมในด้านสถานที่ตั้งของโรงเรียน ควรอยู่ในแหล่งชุมชน และมีทำเลที่ปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมรอบ ๆ โรงเรียนดี ซึ่งจะทำให้เกิดมั่นใจในเรื่องของสถานที่

๕.๔ ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลของโรงเรียน และมีการอัพเดทข้อมูลอยู่เสมอ ไว้สำหรับการนำเสนอข่าวสารของโรงเรียน และอีกทั้งเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์จุดเด่นของโรงเรียน ให้เป็นที่รู้จักกันในวงกว้างอีกด้วย



๕.๕ ด้านกระบวนการให้บริการ โรงเรียนควรพิจารณากระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับการเรียนการสอน ทั้งนี้สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือ การจัดจำนวนผู้เรียนให้เหมาะสมต่อห้องเรียน เพื่อการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพของตัวผู้เรียนเอง และสามารถจัดวัน เวลาเรียนตาม ที่ผู้เรียนต้องการได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เรียน

๕.๖ ด้านบุคลากร นอกจากการพิจารณาคัดเลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ ความสามารถ และเชี่ยวชาญแล้ว โรงเรียนจะต้องให้ความสำคัญในด้านวิธีการสอนที่น่าสนใจ ในการสอนตามหลักสูตรนั้นผู้สอนต้องอธิบายให้ตรงตามเนื้อหาวิชา เพื่อให้ผู้เรียนได้มี ความเข้าใจอย่างถูกต้องในเนื้อหาวิชานั้น ๆ

๕.๗ ด้านลักษณะทางกายภาพ โรงเรียนควรเน้นในด้านความสะอาด การจัด ตกแต่งพื้นที่ภายในให้เหมาะสม และมีการวางผังห้องเรียนอย่างเหมาะสม ทำให้ดูน่าเรียน ลูกค้ำ เกิดความประทับใจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑. การศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจ โรงเรียนสอนภาษาจีน

๒. การศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโรงเรียน สอนภาษาจีน

เอกสารอ้างอิง

เขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่เขต ๑, สำนักงาน ทำเนียบกลุ่มโรงเรียนเอกชนนอกระบบตาม
มาตรา ๑๕(๒) แห่งพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. ๒๕๒๕ จังหวัดเชียงใหม่, ม.ป.ท. ๒๕๕๙.
 จิตระวี ทองเถา. (๒๕๕๕). การก้าวไปข้างหน้าของส่วนผสมการตลาดของธุรกิจโรงเรียนสอน
 ภาษาอังกฤษ การแข่งขันผ่านการรับผิดชอบต่อสังคม. [ออนไลน์]. บทความและ
 งานวิจัย. <http://jitravee.wordpress.com/tag/corporate-social-responsibility/>.
 ณัฐวุฒิ เหลืองพิศาลพร. (๒๕๕๑). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการใน
 สถาบันสอนภาษาอังกฤษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัยใน
 วิชา Research Exercise in Economics, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
 ทรงกลด แสงผล. (๒๕๕๒). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา
 ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดน่าน. การค้นคว้าอิสระ
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
 อีรจิตติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (๒๕๕๔) การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๒.
 กรุงเทพฯ : แอคทีฟ พรินท์.
 ผู้จัดการออนไลน์. “แฟรนไชส์ สอนอังกฤษ เปิดเกมรุก ขยายฐาน โตตามทำเลใหม่”,
 บทสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจสถาบันสอนภาษา. (๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๕๐). <http://>



www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=๙๕๐๐๐๐๑๔๑๑๙๙ (๑๔ ส.ค. ๒๕๕๗)

พวงเพชร อินตายวง. (๒๕๕๔). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มานิต รัตนสุวรรณและสมฤดี ศรีจรรยา. (๒๕๕๓) ยุทธศาสตร์การตลาด ทฤษฎีและภาคปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : สแมท คอร์ปอเรท แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง คอนซัลติ้ง กรุ๊ป.

ศรสวรรค์ เจริญชัยวงษ์. (๒๕๕๔). แนวทางการพัฒนาการให้บริการของสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเกาะทุ่ง จังหวัดภูเก็ต. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (๒๕๕๖) การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร. สุตารัตน์ ศิริเมือง, น้ำฝน กัลญา. (๒๕๕๖) โรงเรียนกวดวิชาพารวย. กรุงเทพฯ : Thai Union Graphic.

สุพรรณิการ์ มาศยงค์. (๒๕๕๔). คุณภาพชีวิตในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(สถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ), คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อรพิน ปินตา. (๒๕๕๐). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

อำนาจ วัตจินดา. “บทความการบริหารจัดการ”, McKinney ๗-S Framework แนวคิดปัจจัย ๗ ประการในการประเมินองค์การ. (๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๖). <http://www.gracezone.org/index.php/management-article/> (๒ มี.ค. ๒๕๕๘)

เอกรัตน์ บรรเลง “กระแสเงินกับการตั้งรับของโรงเรียนสอนภาษาจีน”, นิตยสารผู้จัดการ ๓๖๐ องศา. (มีนาคม ๒๕๕๔.) : ๔๐

A. Binsardi and F. Ekwulugo. (๒๐๐๓). International maketing of British education : research on the students’ perception and the UK market penetration. London : Westminster Business School.

JOURNAL

FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCES

CHIANGMAI RAJABHAT UNIVERSITY

202 Changpuek Rd. Muang Chiang Mai, Thailand 50300

www.management.cmru.ac.th