

# การสังเคราะห์องค์ความรู้จากการวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ

ปีงบประมาณ 2563



แบบสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



### 1. ชื่อเรื่องการวิจัย

การยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์  
เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เครื่องจักสานของกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน  
ตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ตามแนวทางศาสตร์  
พระราชชา

The Elevation of Local Wisdom with Creative Product Innovation for Wicker Product Value added of the Aging in the Community in Na-pa Sub-District, Mueang District, Phetchabun Province to the commercial benefit follow the guidelines The King's Philosophy.

### 2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว       วิจัยชุดโครงการ       อื่นๆ (ระบุ).....

### 3. ชื่อผู้วิจัย อาจารย์ปณทริกา สุคนธ์สิงห์ สาขาวิชา การจัดการ

4. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน 50,000 บาท (ห้าหมื่นบาทถ้วน)

### 5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน       ทุนภายในจากคณะ       งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

### 6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ       เชิงคุณภาพ       การวิจัยแบบผสม       อื่นๆ (ระบุ).....

### 7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการจักสานของกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อพัฒนาเอกสารเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการจักสานของกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

### 8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

##### 1.1. ความหลากหลายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ความหลากหลายของภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นว่ามีความแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นความเฉพาะเจาะจงของแต่ละท้องถิ่นซึ่งไม่เหมือนกัน ถึงแม้จะมีบางส่วนหรือหลายส่วนที่คล้ายคลึงกันก็ตาม และที่สำคัญก็คือส่วนใหญ่ภูมิปัญญาท้องถิ่นจะเน้นการพึ่งตนเอง ดังนั้นลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่นจะประกอบด้วย ความหลากหลายที่มีความจำเพาะของแต่ละท้องถิ่น

มีการพึ่งตนเองมีความเชื่อมโยงอย่างบูรณาการระหว่างชีวิต สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และขนบธรรมเนียม ประเพณี ให้ความเชื่อและเคารพต่อผู้อาวุโส และสิ่งศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวกับจิตวิญญาณและยังสามารถส่งเสริมให้เกิด จริยธรรมมากกว่าวัตรธรรม

ทุนทางวัฒนธรรมในส่วนของภูมิปัญญา ภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถความชัดเจน ที่เป็นผลของการใช้สติปัญญาเรียนรู้และปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมที่มีการพัฒนาการสืบสานกันมายาวนาน สังคมไทยเป็นสังคมหนึ่งที่สะสมทุนทางวัฒนธรรม ที่เรียกว่า ภูมิปัญญาไว้มาก และมีความหลากหลายสอดคล้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม (เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2544)

### ลักษณะของภูมิปัญญา

1. ลักษณะที่เป็นนามธรรม คือ เป็นวัฒนธรรมที่เป็นความเชื่อในจิตธรรม ซึ่งไม่สามารถวัดได้ จับต้อง และพิสูจน์ได้ในทางวิทยาศาสตร์ ความเชื่อในทางศาสนาที่ให้แก่คนประกอบกรรมดี หากทางไปสู่การพ้นทุกข์ตลอดจน การเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย ที่ส่งผลให้คนกระทำความดีตามคำสั่งสอนของบรรพบุรุษ และทำบุญเพื่ออุทิศส่วนกุศลไปให้บุพการี และญาติที่ล่วงลับไปแล้ว ทำให้เกิดการแบ่งปันความมั่นคงไปยังบุคคลอื่น ทำให้สังคมเกิดความสันติสุข ลักษณะดังกล่าวเป็นโลกทัศน์ ชีวทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิต เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกิด แก่เจ็บ ตาย คุณค่าและความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน

2. ลักษณะที่เป็นรูปธรรม คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัตรธรรม ที่สามารถเห็นและจับต้องได้รวมทั้งสามารถจะพิสูจน์ วัดและอธิบายได้ โดยทางวิทยาศาสตร์ เช่น การอธิบายว่าทำไมการเกษตรผสมผสานจึงทำให้ดินดีขึ้น มีความชื้นมากขึ้น ศัตรูพืชไม่เกิดการระบาด ซึ่งเกิดขึ้นเนื่องจากการสร้างความหลากหลายทางชีวภาพของพืชและสัตว์ที่มีการสนับสนุนเกื้อกูลซึ่งกันและกันในระบบนิเวศน์เกษตรของไร่นา ซึ่งเรื่องดังกล่าวนี้ จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเฉพาะด้านต่างๆ เช่นการทำมาหากิน การเกษตร ทัศนกรรม ศิลปะดนตรี รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่ทั้งหลาย (เสรี พงศ์พิศ, 2548)

## 2.แนวคิดศาสตร์พระราชากับการพัฒนา

ศาสตร์พระราชาศาสตร์พระราชานอกจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 ที่ทรงพระราชทานพระราชดำริ พระบรมราโชวาท ทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจมากมาย ในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักองค์ความรู้ 6 มิติ หลักการทรงงาน 23 ข้อ ยุทธศาสตร์พระราชทาน “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” เป็นศาสตร์ที่เกิดจากการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ที่อยู่บทหลักของวิทยาศาสตร์และเศรษฐศาสตร์ มีเหตุผล มีการศึกษาวิจัย มีการทดลองโดยเน้นการศึกษาค้นคว้า และได้ขยายการดำเนินไปสู่ประชาชนชาวไทยในรูปแบบโครงการต่าง ๆ ที่จะเป็นการดำเนินงานที่ประชาชนชาวไทยได้รับประโยชน์ จากรายงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนสืบสานศาสตร์พระราชาศาสตร์พระราชามาเพื่อการปฏิรูปประเทศ ได้ให้ความหมายของศาสตร์พระราชาศาสตร์โดยการศึกษา จากประวัติความเป็นมาของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร และ เมื่อได้ประมวลสิ่งต่าง ๆ ที่พระองค์ทรงกระทำรวมถึงความหมายจากผู้รู้ต่าง ๆ นำเสนอ ได้รับความหมายคำว่า “ศาสตร์พระราชาศาสตร์” หมายความว่า บรรดาองค์ความรู้และภูมิปัญญาของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ที่ได้พระราชทานผ่านวิธีการต่าง ๆ ด้วยความมุ่งหมายที่จะพัฒนา ป้องกันหรือปัญหาเพื่อประโยชน์แก่เหล่าพสกนิกรและส่งผลถึง มวลมนุษยชาติทั้งปวงให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมั่นคง สันติสุข และยั่งยืน (สำนักกรรมการธิการ 1 สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560)

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานพระราชดำริและพระบรมราโชบายในการชี้แนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาเป็นเวลานานกว่า 30 ปี

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นสามารถประยุกต์ได้กับศาสตร์อื่นๆ ด้วยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 รับสั่งว่า “เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเสมือนรากของชีวิตรากฐานความมั่นคงของแผ่นดิน เปรียบเสมือนเสาเข็มที่ถูกต้องรองรับบ้านเรือนตัวอาคารไว้นั่นเองสิ่งก่อสร้างจะมั่นคงได้ก็อยู่ที่เสาเข็ม แต่คนส่วนมากมองไม่เห็นเสาเข็มและลืมเสาเข็มเสียด้วยซ้ำไป” และรับสั่งอีกว่า “ชีวิตเราเหมือนสร้างบ้าน ชั้นแรกสุดนั้นต้องปักเสาเข็มก่อน ต้องสร้างรากฐานก่อนมิฉะนั้นบ้านก็อยู่ไม่ได้” ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงประกอบด้วย 3 ห่วง คือ 1) ความพอประมาณ 2) ความมีเหตุผล และ 3) การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี กับ 2 เงื่อนไข คือ 1) การมีความรู้ และ 2) การมีคุณธรรม (โครงการทำความดีเพื่อพ่อ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561)

หลักการทรงงาน พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ทรงคิดค้นแนวทางการพัฒนาการทำงานเพื่อมุ่งประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนที่ควรยึดถือเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ ได้แก่ 1) การศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ 2) ระเบิดจากข้างใน 3) ภูมิสังคม 4) ทำตามลำดับขั้น 5) แก้ปัญหาที่จุดเล็ก 6) ประหยัดเรียบง่าย ได้ประโยชน์สูงสุด 7) ทำให้ง่าย 8) องค์กรรวม 9) ไม่ติดตำรา 10) ใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ 11) ใช้ธรรมปราบอธรรม 12) การมีส่วนร่วม 13) บริการรวมที่จุดเดียว 14) พออยู่พอกิน 15) การพึ่งพาตนเอง 16) ปลุกป่าในใจคน 17) ขาดทุนคือกำไร 18) ทำงานอย่างมีความสุข 19) ความเพียร 20) ความซื่อสัตย์ สุจริตจริงใจต่อกัน 21) ประโยชน์ส่วนรวม 22) เศรษฐกิจพอเพียง และ 23) รู้รักสามัคคี (สำนักกรรมการ 1 สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560)

ยุทธศาสตร์พระราชทาน เป็นหลักการทรงงานการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อความเป็นเลิศและยั่งยืน หลักการ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” คือการเรียนรู้กระบวนการคิดบนรากฐานการเข้าใจมนุษย์การเข้าถึงข้อมูลเพื่อให้เกิดการสร้างสรรคั้นตอบสนองความต้องการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และการพัฒนาด้วยความรู้และภูมิปัญญาที่ไม่จำกัดอยู่เพียงด้านในด้านหนึ่ง ตลอดจนการทดลองปรับปรุงจนได้ผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างไม่รู้จักจบ (สำนักกรรมการ 1 สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560)

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่, ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

#### 3.1. แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความเชื่อมโยงไปถึงการส่งมอบมูลค่าเพิ่มไปสู่ผู้บริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับผู้บริโภคนั้น เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการด้านห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain) ของ Porter (1985) ซึ่ง เป็นการบูรณาการกระบวนการต่างๆอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกัน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวดำเนินการโดยมีวัตถุประสงค์ทางด้านเศรษฐกิจ เป็นหลักใหญ่ อันจะทำให้องค์การสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จากผลกำไรที่เกิดขึ้น (Smith & Colgate, 2007)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) หมายถึง การนำทรัพยากรไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าได้สูงสุด Argandoña (2011) ได้อธิบายว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นได้เมื่อผู้บริโภคพึงพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ และยังถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางด้านต่างๆต่อผู้บริโภคมากขึ้น ในการตอบสนองความคาดหวังในอนาคต ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์นั้น และหากได้มีโครงสร้างองค์การที่ตอบสนอง ต่อการดำเนินการทางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ และมีการบริหารจัดการที่ดีในกระบวนการรวมถึงการบริหาร ผู้มีส่วนร่วมส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่แห่งคุณค่า ก็จะทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ รวมถึงประสิทธิผลที่สูงที่สุด ตลอดทั้งห่วงโซ่แห่งคุณค่า นั้น

Freeman (1984) กล่าวว่า การสร้างคุณค่าที่ดีจะเกิดขึ้นได้เมื่อ มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นคุณค่าที่สำคัญร่วมกันในกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

##### 4.1. แนวความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) มาจากภาษาลาตินคำว่า “Innovare” แปลว่า “ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา”(สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550)

นวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ไว้ว่า คือ การนำแนวคิดใหม่ หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ รวมทั้งได้กล่าวว่า ความหมายในเชิงแคบของนวัตกรรมคือ ผลผลิตของความสำเร็จทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมกับพลวัตของกิจกรรมทางสังคม ในขณะที่ความหมายในเชิงกว้าง หมายถึง แนวความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งต่างๆ ที่ใหม่ต่อตัวปัจเจก หรือหน่วยที่รับเอาสิ่งเหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ การรวมเอากิจกรรมที่นำไปสู่การแสวงหาความสำเร็จเชิงพาณิชย์ การสร้างตลาดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและการบริการใหม่ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาส และนำไปสู่แนวคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และสังคม (พันธุอาจชัยรัตน์, 2547)

**มิติสำคัญของนวัตกรรม** คือ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553)

1. ความใหม่ (Newness) สิ่งที่จะได้รับการยอมรับ ว่ามีคุณลักษณะเป็นนวัตกรรมได้นั้น มิติแรกที่จะต้องนึกก็คือ ความใหม่ หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิม หรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้

2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) ในมิติประการที่สองที่ถูกกล่าวถึงเสมอในลักษณะของการเป็นนวัตกรรม ก็คือ การให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรมจะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะสามารถวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้

3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) ในมิติที่สำคัญประการสุดท้ายของการเป็นนวัตกรรม ที่สามารถสรุปได้จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ก็คือ การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ หมายความว่า สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรม ได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการ ลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น

##### ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรม แบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ การจำแนกที่พบบ่อย และมีการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการวิจัย และการจัดการนวัตกรรมค่อนข้างมาก ก็จะประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ

1. การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม (The Target of Innovation) แบ่งเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)

2. การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) และ นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation)

3. การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) จำแนกได้ 2 ประเภท คือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และนวัตกรรมทางการบริหาร

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

การยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องจักรสานของกลุ่มผู้สูงอายุ ต.นาป่า ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อให้เกิดการพัฒนาตามแนวทางศาสตร์พระราชา ดังนี้ ดังนี้

### 1. การเข้าใจ (Understanding) ดำเนินการ ดังนี้

1.1. สำรวจความต้องการและบริบทเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมายการวิจัยจากสารสนเทศ (Existing data) ต่างๆ เช่น ผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนตำบล /ผู้นำกลุ่ม ฯลฯ

1.2. วิเคราะห์บริบท (Analytics) โดยใช้เครื่องมือ การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วย SWOT Analysis

### 2. กระบวนการเข้าถึง (Connecting) ดำเนินการ ดังนี้

2.1. ลงพื้นที่ชุมชนเป้าหมายของการวิจัย เพื่อสำรวจบริบทชุมชนจากข้อมูลเชิงประจักษ์

2.2. สร้างความเข้าใจร่วมกันให้แก่กลุ่มเป้าหมายการวิจัย (Understand target)

2.3. ใช้การวิจัยแบบ PAR เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนจากผู้นำ/สมาชิกของชุมชน (Inside-out blasting)

2.4. ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายการวิจัยเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

2.5. การประชุมแบบ Focus Group เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

2.6. ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานแก่กลุ่มเป้าหมายการวิจัย

### 3. กระบวนการพัฒนา (Developing)

3.1. ดำเนินการตามกลยุทธ์ทางการตลาดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

3.1.1. กลยุทธ์ Product Development การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทผลิตภัณฑ์ปรับปรุง โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ปรับปรุงมีคุณสมบัติที่เหมาะสมตรงตามผลของการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

3.1.2. Diversification การสร้างความหลากหลาย มุ่งเน้นประเด็น Concentric Diversification คือ การสร้างความหลากหลายที่สอดคล้องกับธุรกิจเดิม

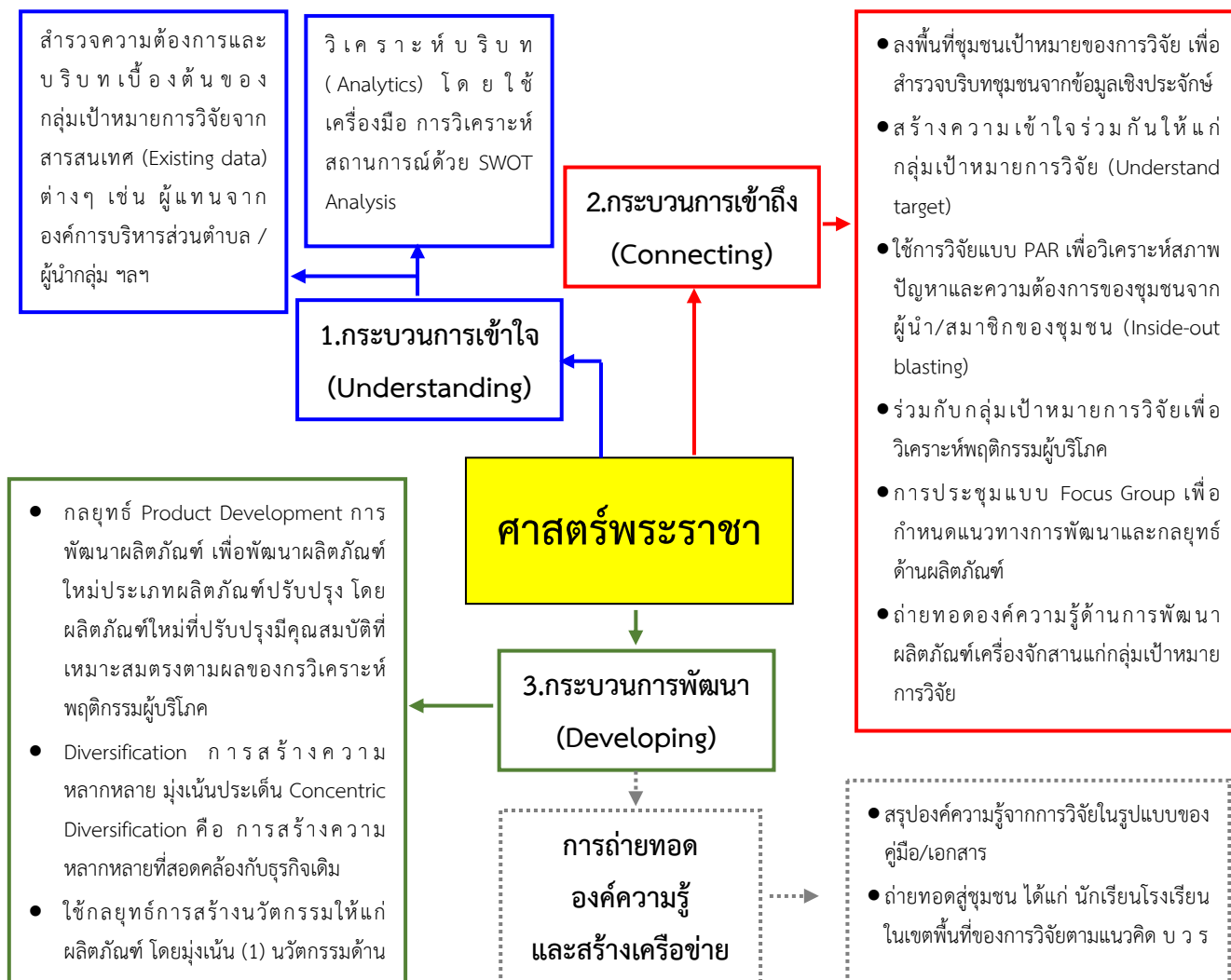
3.1.3. ใช้กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้น (1) นวัตกรรมด้านการใช้สีจากธรรมชาติในการสร้างผลิตภัณฑ์ (2) นวัตกรรมด้านลวดลาย (3) นวัตกรรมด้านรูปแบบ

### 4. กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้และสร้างเครือข่าย

4.1. ผู้วิจัยดำเนินการสรุปองค์ความรู้จากการวิจัยในรูปแบบของคู่มือ/เอกสาร

4.2. ถ่ายทอดสู่ชุมชน ได้แก่ นักเรียนโรงเรียนในเขตพื้นที่ของการวิจัย

## โมเดลการพัฒนาของโครงการวิจัยตามศาสตร์พระราชา



### 10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

1. ภาวะโรคระบาด ส่งผลต่อการลงพื้นที่วิจัย
2. สภาพอากาศ ส่งผลต่อกระบวนการผลิต(การตากเสื่อกก)
3. นวัตกรรมการใช้สีจากธรรมชาติ ส่งผลต่อความสม่ำเสมอของสีของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่

### 11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื่อกก ตามแนวคิดการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ดังนี้ (1) ด้านรูปแบบ (2) ด้านสีส่น (3) ด้านลวดลาย

### 12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)

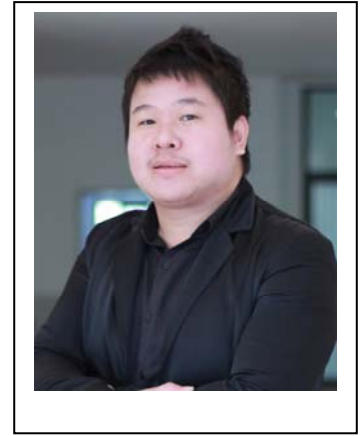
-

ลงชื่อ

(อาจารย์ปวงศริกา สุนธนสิทธิ์)

นักวิจัย

แบบสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



1. ชื่อเรื่องการวิจัย

การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูปมะขามอำเภอชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอชนแดน จังหวัดเพชรบูรณ์

The Development of Community Enterprise Potential to The Creative Economy in Accordance with Sufficiency Economy Philosophy : A Case Study of Processed Tamarind Enterprise Chon Daen District, Phetchabun Province.

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว     วิจัยชุดโครงการ     อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย    นายสุพิชชา โชติกำจร    สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์

ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี) นายอดุลย์ศิริ สัตย์เจริญ    สาขาวิชา การบัญชี

4. ปีงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน 40,000 บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน     ทุนภายในจากคณะ     งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ     เชิงคุณภาพ     การวิจัยแบบผสม     อื่นๆ (ระบุ).....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูปมะขามอำเภอชนแดน

2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูปมะขามอำเภอชนแดนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง “การประกอบการขนาดเล็ก และขนาดจิ๋วเพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่งเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่



ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน) ให้เกิดประสิทธิภาพ และยั่งยืนยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้น เป็นหลัก (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2563)

รังสรรค์ ปิติปัญญา (2542) ได้อธิบายคำว่าวิสาหกิจชุมชนว่า เป็นธุรกิจของชุมชน โดยมีคนในชุมชนร่วมกัน เป็นเจ้าของร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบผลที่เกิดจากการดำเนินงาน ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการพัฒนาให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน การส่งเสริมให้ชาวบ้านทำธุรกิจชุมชน เป็นการ ส่งเสริมให้ชาวบ้านมีโอกาสเรียนรู้วิธีการจัดการธุรกิจ การทำงานร่วมกันเพื่อตัวเองและเพื่อส่วนรวม ตลอดจน ได้เรียนรู้ถึงการจัดการผลประโยชน์เพื่อพัฒนาชุมชนการเรียนรู้ผ่านการทำธุรกิจชุมชนนี้จะทำให้ชาวบ้านและชุมชน สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม และเกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ดังนั้น ธุรกิจชุมชน จึงนับว่าเป็นวิธีการหรือกระบวนการที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อ “การพัฒนาคนและชุมชน” ซึ่งนอกจากนี้ ผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนโดยตรงแล้วยังเชื่อว่าจะมีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนด้วย

สมศักดิ์ สุริโย (2547) ได้ให้ความหมายของคำว่าวิสาหกิจว่า เป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ อย่างมั่นคงรูปแบบ หนึ่งที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม (Small enterprise) สร้างผลผลิตของกิจการซึ่งเกิดจากสินทรัพย์ ของชุมชน ซึ่งมีรูปแบบการบริหารจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชนที่ปลูกให้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นพื้นขึ้นมา เป็นพลังให้กับชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากของประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายในการ ดำเนินกิจการคือ การพึ่งตนเอง และพึ่งพากันและกันของชุมชน

อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ (2549) ได้ให้ความหมายของคำว่าวิสาหกิจชุมชนว่าเป็นกิจการของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน และเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางสังคมของชุมชนในการ ดำเนินกิจการของชุมชน

เสรี พงศ์พิศ (2552) วิสาหกิจ ชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชน ร่วมมือกันทำอะไรบางอย่างเกี่ยวกับการ ผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์ แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปัน การช่วยเหลือกันมากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจไม่แตกแยก แบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของ ตนและพวกพ้อง เพราะวิสาหกิจชุมชนคือ การเน้นการช่วยเหลือกัน ส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ถือเป็น พื้นฐานของระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ยังไม่มีความพร้อมในการทำธุรกิจ ให้สามารถพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งต่อไป

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนา อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ อันเนื่องมาจากว่า ชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้องจัดว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ใน ความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึง การแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็น เจ้าของนั้นก็กลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก โดยวิสาหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิดได้ จากการเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมเดี่ยวๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ใช่งานที่ซับซ้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการ ทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อจากตลาดได้ และเป็นการจัดการระบบการผลิต และบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่นๆ ที่ชุมชนทำได้อเอง

โดยไม่ยุ่งยากนัก การทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อเป็นการลดรายจ่ายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจใหญ่เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ กระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ ตึกมั่นคงแข็งแรงเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจในประเทศ เปรียบเหมือน การสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรง ตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐาน มั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้เกิด การสร้างงาน สร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่าย ให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์ องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

จากผลการวิจัยดังกล่าว ทำให้ทราบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตและแปรรูปมะขามอำเภอนนทบุรี มีจุดแข็ง คือ 1) ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจฯ มีการรับซื้อผลผลิตมะขามของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน 2) มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการแปรรูปมะขาม ซึ่งก็คือ ตู้อบมะขาม ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3) มีประธานกลุ่มฯ ที่มีภาวะผู้นำและมีวิสัยทัศน์ ในส่วนของจุดอ่อน คือ 1) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังขาดตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ทำให้ขาดโอกาส ในการที่ประชาสัมพันธ์ หรือการโฆษณาให้ผู้บริโภคได้รู้จัก 2) การขาดแรงงานในผลิต 3) ปัญหาเรื่องการค้าขาย ต้นทุนการผลิต รายรับ และกำไร ในส่วนของโอกาส คือ 1) มีลูกค้าจำนวนมาก และส่วนใหญ่รู้จักหัวหน้ากลุ่ม วิสาหกิจฯ เป็นอย่างดี 2) ผลิตภัณฑ์มะขาม เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเพชรบูรณ์ และเหมาะสำหรับการซื้อ เป็นของฝาก และในส่วนของอุปสรรคก็คือ การขาดการรับรองมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูปมะขามอำเภอนนทบุรีสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า 1) การสร้างตราสินค้า ฉลากบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และบรรจุภัณฑ์ ที่มาตรฐานให้แก่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจฯ จะเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่สินค้า ทำให้ผู้บริโภครู้จัก และทำให้สินค้าของกลุ่มฯ มีมูลค่าเพิ่ม 2) การพัฒนาด้านต้นทุนการผลิต โดยกลุ่มวิสาหกิจฯ จะต้องให้ความสำคัญกับต้นทุนแรงงานและต้นทุนวัตถุดิบ เพราะเป็นประเด็นสัมพันธ์กับต้นทุนราคาขายสินค้าของ วิสาหกิจชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องหาวิธีการบริหารจัดการ เช่น เปลี่ยนการจ่ายค่าแรงจากการจ่ายเป็น รายวันมาจ่ายเป็นรายชิ้น หรือใช้วิธีการจ้างเหมา เป็นต้น รวมถึงการจัดบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีกำไร-ขาดทุน เป็นต้น 3) การเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า ด้วยการสร้าง “Facebook Fanpages เพื่อสร้างโอกาสทาง การตลาดและการแข่งขัน

## 10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

-ไม่มี-

## 11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

ผลลัพธ์ของการวิจัยในครั้งนี้ คือ การพัฒนามูลค่าของผลิตผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และสร้าง มูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ และบริการแก่ วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มองค์กรชุมชนต่างๆ การยอดต่อยอดภูมิปัญญา ท้องถิ่น และสร้างโอกาสทางการตลาด และการแข่งขัน ส่งผลต่อความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจฐานราก อย่างยั่งยืน โดยผสมผสานภูมิปัญญาในท้องถิ่นกับความรู้ทางวิทยาการสมัยใหม่ เพื่อให้เกิดอาชีพและรายได้ ที่มั่นคง

12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)  
-ไม่มี-

แบบสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



1. ชื่อเรื่องการวิจัย

กลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารการตลาดในธุรกิจเกษตร: สถานะองค์ความรู้ในแวดวงวิชาการไทยและต่างประเทศ ในช่วง ค.ศ. 2015-2020

Strategies and Tools for Marketing Communication in Agribusiness: Status of Knowledge in Thai and Foreign Academic Field During the Period 2015-2020

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว     วิจัยชุดโครงการ     อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย    อาจารย์เอกชัย แสงโสภา.....สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี).....สาขาวิชา.....

4. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน 10,000 บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน     ทุนภายในจากคณะ     งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ     เชิงคุณภาพ     การวิจัยแบบผสม     อื่นๆ (ระบุ).....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- (1) เพื่อสำรวจสถานะองค์ความรู้ ในประเด็นกลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารการตลาดในธุรกิจเกษตร ทั้งไทยและต่างประเทศ ในช่วง ค.ศ. 2015-2020
- (2) เพื่อศึกษาแนวทางในการนำองค์ความรู้ในประเด็นกลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารการตลาดในธุรกิจเกษตรไปต่อยอด

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

(1) แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้ด้วยการศึกษาเอกสาร

การวิจัยเอกสารเป็นการวิจัยประเภทหนึ่งที่มีมุ่งค้นหาข้อเท็จจริง หรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ปรากฏในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง การวิจัยประเภทนี้สามารถทำได้ในหลายลักษณะ อาจศึกษาแบบสำรวจ หรือแบบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร หรือแบบพัฒนาการก็ได้ เมื่อพิจารณาวิธีการศึกษาข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัย ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการสืบค้นข้อมูลเอกสาร การวิจัยเอกสารจึงเป็นสาขาหนึ่งของการวิจัยเชิงสำรวจ (survey)

research) ซึ่งเป็นการศึกษาปัญหาอย่างกว้าง ๆ เพื่อสำรวจหาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงหรือลักษณะทั่ว ๆ ไปของสิ่งที่วิจัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ทราบปัญหา อันจะเป็นแนวทางสำหรับแก้ปัญหาทั้งในปัจจุบันและอนาคต

การวิจัยเอกสาร เป็นเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นตัวช่วยให้นักวิจัย หรือนักวิชาการที่ต้องการแสวงหาคำตอบ เมื่อปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษานั้น มีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล หรือหลักฐานที่เป็น “บุคคลผู้รู้” ที่จะสามารถถ่ายทอดความรู้ ความคิด หรือแสดงออกซึ่งพฤติกรรมอันจะนำไปสู่การอธิบายข้อสงสัยต่างๆ ได้ หรือแม้จะเข้าถึงผู้รู้ได้ แต่ต้องการมุมมองที่ครบถ้วนมากขึ้น ก็ต้องอาศัยการวิเคราะห์บริบทแวดล้อมบุคคลดังกล่าวในรูปแบบเอกสารเพิ่มเติม (ประภัสสร จันทร์สถิตพรหม, 2560)

## (2) แนวคิดการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ คือ กระบวนการการพัฒนาและนำไปโปรแกรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ มาใช้เพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าคาดหวังในช่วงเวลาหนึ่งๆ ขณะที่ กิตติ สิริพัลลภ ได้ให้คำนิยาม IMC ว่า คือ ขบวนการพัฒนาระบบการสื่อสารด้วยการใช้เครื่องมือการสื่อสารในหลายรูปแบบ และนำมาใช้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแต่ละเครื่องมือจะต้องถูกใช้อย่างกลมกลืนและต่อเนื่องโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักเข้าใจและมองว่าสินค้ายี่ห้อนั้นมีคุณค่า (อ้างใน ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ, 2543 :107) โดยคำนึงถึงคุณค่าของการวางแผนการสื่อสารที่ครอบคลุมการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งสื่อและกลยุทธ์ที่ต่อเนื่อง ชัดเจน และสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลของการสื่อสารสูงสุด (G. Beleh and M. Beleh, 2009)

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

(1) พบว่าแนวโน้ม ความนิยม และสถานะองค์ความรู้ ในประเด็นกลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารการตลาดในธุรกิจเกษตร ทั้งไทยและต่างประเทศ ในช่วง ค.ศ. 2015-2020 นั้นประกอบด้วย ความสามารถในการนำเทคโนโลยีและข้อมูลมหาศาล (Big Data) ที่มีอยู่มาแปรเปลี่ยนเป็นความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง ทั้งความต้องการ ความปรารถนาในรูปแบบในการดำเนินชีวิต ค่านิยม รสนิยม กระแสแฟชั่น และกระบวนการในการตัดสินใจ นอกจากนี้ข้อมูลในการเสนอขายสินค้าแล้ว ยังใช้ข้อมูลที่มีอยู่สร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในระดับบุคคล ผ่านรูปแบบของการทำตลาดแบบมวลชนและแบบตรง ซึ่งผู้ประกอบการต้องดำเนินธุรกิจแบบมุ่งมั่นสร้างคุณค่าให้ผู้บริโภค ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์

(2) แนวทางในการนำองค์ความรู้ในประเด็นกลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารการตลาดในธุรกิจเกษตรไปต่อยอด ทั้งในเชิงวิชาการ และการปรับปรุงใช้กับธุรกิจการเกษตร โดยพบว่า ต้องใช้เครื่องมือผสมผสานกันระหว่างเครื่องมือตลาด เครื่องมือขาย และเครื่องมือสื่อสาร เพื่อขับเคลื่อนการตัดสินใจของลูกค้าตามประสบการณ์ คือ จากรู้จักว่ามีสินค้าภายใต้ตราสินค้าของเราดำรงอยู่ในตลาด ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจให้เข้ามาอยู่ในกระบวนการทางการตลาดของเรา เพื่อที่จะเปลี่ยนเขาให้เขามาเป็นลูกค้าของเรา ต่อจากนั้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งเขากลายมาเป็นผู้ภักดีที่ช่วยส่งเสริมตราสินค้าของเรา ดังนั้น การดำเนินธุรกิจต้องมียุทธศาสตร์การตลาดแบบที่ผู้ประกอบการ

รู้จักการให้ เสียสละ มีความมุ่งมั่นที่จะเคารพสิทธิเสรีภาพความเป็นมนุษย์ของทุกคน การเข้าสู่ประเทศไทยแลนด์ 4.0 เป็นยุคแห่งโอกาส เพราะเทคโนโลยีช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคอันรวดเร็ว ด้วยข้อมูลของลูกค้าซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ตรงใจกลุ่มเป้าหมายได้เป็นรายบุคคล หรือเป็นกลุ่มย่อยเฉพาะกลุ่มได้

**10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)**

ฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้นของมหาวิทยาลัย เข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นงานเขียนระดับนานาชาติได้อย่างจำกัด จำเป็นต้องเพิ่มฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้น

**11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์**

- (1) สถานะองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดและแนวทางการศึกษา
- (2) กลยุทธ์และเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดในธุรกิจการเกษตรและอาหาร

**12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)**

---

แบบสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



1. ชื่อเรื่องการวิจัย

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์  
Ecotourism Management in Khao Kho District Phetchaboon

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว  วิจัยชุดโครงการ  อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย .....ดร.ณัฐวัฒน์ แชนงูเขียว.....สาขาวิชา.....บริหารธุรกิจ.....  
ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี).....สาขาวิชา.....

4. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน.....10,000.....บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน  ทุนภายในจากคณะ  งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ  เชิงคุณภาพ  การวิจัยแบบผสม  อื่นๆ (ระบุ).....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
3. ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

1. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมนันทนาการ อุตสาหกรรมผลิตสินค้าและบริการข้างเคียงต่างๆ ซึ่งได้มีผู้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ดังนี้

พยอม ธรรมบุตร (เอกสารประกอบการสอน สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม,2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม อาทิ สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง อาทิ การขนส่งทางบก ทางอากาศ และ ทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ESCAP and the city of Takayama. (2009) ได้ให้คำจำกัดความของการ

เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไว้ว่า การท่องเที่ยวที่มีความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยวทุกประเภทรวมถึงผู้ที่มีปัญหาทางสายตาผู้ที่มีปัญหาการได้ยิน ผู้มีปัญหาเรื่องความคล่องตัว ผู้มีปัญหาทางปัญญาหรือทางจิตผู้พิการชั่วคราว รวมทั้ง ผู้สูงอายุ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อช่วยลดข้อจำกัด บุคคลดังกล่าวในการเดินทาง

**2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation)** ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ อาทิ โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ที่พักแรม ประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างๆกัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ชาน้ำ ศูนย์กลางธุรกิจและ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

**3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)** นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุด ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น อาทิ ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อาทิปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม

**4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities)** เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไป ชมโบราณ อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติ เท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้ มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำ ท้องถิ่น การปีนหน้าผา รวมทั้งกิจกรรมท่องเที่ยวทะเลที่เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมนันทนาการและ กิจกรรมผจญภัย เช่น การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนู ในบริเวณ ป่าชายเลนการตกปลาหมึกในทะเลลึก(Marine In Adventure Tourism Management)ตลอดจนการร่วม กิจกรรมกับชุมชน อาทิ การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมด จะ เป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมัก ก่อให้เกิด รายได้

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์ องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

### สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

**ตอนที่ 1** ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 241 คน คิดเป็น ร้อยละ 60.50 อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 สถานภาพโสด จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00

### ตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์



1. ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 3 – 5 ครั้งต่อปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 ผู้เดินทางเป็นครอบครัว จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

2. ผลการศึกษา มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ 1. ด้านพื้นที่ 2. ด้านการจัดการ 3. ด้านการมีส่วนร่วม 4. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.20 4.15 4.12 และ 4.08 ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

4. ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

5. ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพื้นที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

8. ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้อันดับประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

### ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อ็กรประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อ็กรประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ 1. ด้านพื้นที่ 2. ด้านการจัดการ 3. ด้านการมีส่วนร่วม 4. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.20 4.15 4.12 และ 4.08 ตามลำดับ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านพื้นที่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อ็กรประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพื้นที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อ็กรประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพื้นที่ อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2. ความหลากหลายของระบบนิเวศ เช่น ทะเลหมอก น้ำตก 3. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4. ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว 5. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว 6. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องผลงานวิจัยของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) ได้กล่าวถึง ปัจจัยเกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากรนันทนาการในพื้นที่ที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Site) ทั้งนี้สภาพดั้งเดิมและคุณค่าที่มีอยู่ในตัวธรรมชาติเป็นหัวใจของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่แม้จะมีความงดงาม แต่ถ้าหากมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมอย่างมาก จนกระทั่งรูปปลักษณ์เดิมสูญเสียนั้นจะไม่อยู่ในเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนั้นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องไม่ทำให้พื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงไปจนไม่สามารถฟื้นตัวได้อีก พื้นที่ธรรมชาติที่มีแนวโน้มที่จะเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเมื่อจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น แหล่งพืช สัตว์ป่าหายาก บริเวณที่สำคัญต่อ การดำรงชีวิตของสัตว์ป่า ฯลฯ ควรที่จะละเว้นการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าว

1.2 ด้านการจัดการ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อ็กรประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้อ็กรประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการจัดการ อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. การคำนึงถึงธรรมชาติและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม 2. การจัดตั้งที่พักหรือที่พักตั้งแคมป์สำหรับนักท่องเที่ยวมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม 3. สิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเช่น ที่พัก ห้องน้ำ ที่พักตั้งแคมป์ พื้นที่จอดรถ และร้านอาหาร 4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 5. การส่งเสริมการท่องเที่ยว 6. จุดวางถังขยะไว้บริการนักท่องเที่ยว 7. ความสะอาดเส้นทางเข้า-ออก ณ แหล่งท่องเที่ยว 8. ป้ายบอกความรู้เชิงนิเวศให้กับนักท่องเที่ยว ณ จุดต่าง ซึ่งสอดคล้องผลงานวิจัยของ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และคณะ (2556) ที่ว่าแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการ ควรเสนอโครงการไปยังหน่วยงานอื่น เพื่อของบประมาณมีการพัฒนาระหว่าง คนในชุมชนและ

หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน หากทั้งสองฝ่าย ร่วมกันบูรณาการการทำงานซึ่งการ จัดทำโครงการชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านพุเข็ม เป็นแนวทางการค้นหาวัฒนธรรมการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนฐานชุมชนโดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากตัวแทนประชาชนพื้นถิ่น เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ซึ่งการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มาเรียม นิล พันธุ์ และคณะ (2558: 52) ที่ว่าการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิง สร้างสรรค์เป็นขั้นตอนการสร้างรูปแบบการจัดการจัดกิจกรรมโดยที่นักวิจัยและชุมชนร่วมกันออกแบบ และพัฒนา โครงการหรือกิจกรรมโดยใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นตามแนวทางการศึกษาสภาพบริบท ชุมชน

1.3 ด้านกิจกรรมและกระบวนการ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มี ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดย ใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ 1. การ ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 2. การประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้ ด้านการท่องเที่ยว 3. การส่งเสริมความรู้ของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 4. ป้ายให้ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสถานที่ท่องเที่ยว และป้ายบอกเส้นทางแก่นักท่องเที่ยว 5. การให้บริการ ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ในการแนะนำเสนอทางแหล่งที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องผลงานวิจัยของ มณฑา เพ็ชรวรรณและคณะ (2557) วิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม ต่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาชุมชนตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการดำเนินการวิจัยเพื่อหารูปแบบการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรม และบทบาทการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการ รวบรวมข้อมูลทฤษฎีและปฐมภูมิ ปฏิบัติการภาคสนาม การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม ขั้นตอนศึกษาองค์ความรู้ ของชุมชนเพื่อนำมากำหนดกระบวนการ พัฒนาการท่องเที่ยว มีการอบรม ทัศนศึกษาดูงาน ประชุมกลุ่ม เพื่อนำ ความรู้ที่ได้รับมากำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว และกำหนดตัวชี้วัดและขั้นตอนหารูปแบบการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านวิธีการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างไม่เป็นทางการ จัดทำแผนที่ความคิดประชุมกลุ่ม ระดมสมอง สอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองพร้อมทั้งประเมินผลและปรับปรุงแก้ไข

1.4 ด้านการมีส่วนร่วม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความ ต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการมีส่วนร่วม ในภาพรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องผลงานวิจัยของ สมชาย เดชะ พรหมพันธุ์ และภัทรพร สร้อยทอง (2554) การศึกษาวิจัยการบริหารและการ จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ อุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าแบบจำลอง การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว เชิงนิเวศที่ออกแบบให้มียุทธศาสตร์ประกอบเกี่ยวข้องอยู่ 4 ประการ คือ 1)เอกลักษณ์และความโดดเด่นของ ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม 2) การให้การศึกษา แก่นักท่องเที่ยว และองค์กรจัดการท่องเที่ยว 3) การบริหารและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น และมีกิจกรรมชี้วัด การบริหารและการจัดการ 48 ตัวพบว่า อุทยาน แห่งชาติทั้ง 7 แห่งมีการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิง นิเวศอยู่ในระดับตั้งแต่ร้อยละ 79.18 ขึ้น ไปถึงร้อยละ 89.58 ของแบบจำลอง แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้น

บนพื้นฐานของการบริหารและการจัดการเชิงอนุรักษ์เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมี ความยั่งยืน อุทยานแห่งชาติในกลุ่มที่ศึกษาสามารถปฏิบัติได้ในระดับน่าพึงพอใจมาก คือปฏิบัติได้มากกว่า 3 ใน 4 ของตัวชี้วัด สำหรับตัวชี้วัดที่อุทยานแห่งชาติภาคตะวันออกเฉียงใต้ไม่ได้ดำเนินการ ได้แก่ การทำ Landmark บ่งบอกการเดินทางมาถึงอุทยานแห่งชาติ การเผยแพร่ความรู้และแนะนำอุทยานแห่งชาติทาง สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การกำหนดเขตอ่อนไหวต่อการเสื่อมโทรม การจัดลำดับความสำคัญของพื้นที่ อ่อนไหวต่อการเสื่อมโทรม การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่อุทยานแห่งชาติสามารถรองรับ ได้ การกำหนดให้มีระยะเวลาปิด-เปิด การบำบัดน้ำเสีย การหมุนเวียนการใช้พื้นที่เพื่อบริการนักท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเฝ้าติดตามการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อมและการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือกับประชาชนชุมชนท้องถิ่นเพื่อการมีส่วนร่วมในการบริหารและการจัดการ โดยสาระสำคัญของการบริหารการส่งมอบในห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวจะ ประกอบด้วย การประสานงานของกิจกรรมในประเภทการจัดการโลจิสติกส์ ได้แก่ การรวมกิจกรรม ภายใน และภายนอกของระบบโลจิสติกส์ในระดับองค์กรเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากนี้องค์ประกอบของกลยุทธ์ ในการพัฒนาขีดความสามารถให้แตกต่างกันออกไปได้ตามรูปแบบของธุรกิจและกิจกรรมในการดำเนินงาน พันธมิตรที่สำคัญสำหรับการบริหารการส่งมอบในห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ ผู้ให้บริการสินค้าวัสดุ และผู้ให้บริการ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว คนกลาง เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจและตัวแทนชุมชน ท้องถิ่น ผู้บริโภค

#### **ตอนที่ 4 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว**

4.1 ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

4.2 ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

4.3 ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.4 ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพื้นที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับความต้องการใช้ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

4.6 ผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีระดับ ความต้องการใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน

## 10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

### 11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

- 1.1. ถ่ายทอดผลงานวิจัย / เทคโนโลยีสู่กลุ่มเป้าหมายและได้รับการรับรองการใช้ประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 1.2. ได้สิ่งประดิษฐ์ อุปกรณ์ เครื่องมือ หรืออื่นๆ เช่น ฐานข้อมูล Software ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือนำไปใช้เชิงพาณิชย์และได้รับการรับรองการใช้ประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## 12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)

แบบสำรวจองค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



1. ชื่อเรื่องการวิจัย

ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดบริการที่มีผลต่อคุณภาพการบริการและความจงรักภักดีต่อการบริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

The Causal Factors of Service Marketing Mix Strategy Affecting Service Quality and Service Loyalty The Hotel and Resort in The Area Amphoe Khao Kho Phetchabun

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว     วิจัยชุดโครงการ     อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย    ผศ.ดร.สุทธิสินี    ธีระธรรมสรณ์.....สาขาวิชา    การจัดการ.....

ผู้วิจัยร่วม    ผศ.ดร.ฐากร    อนุสรณ์พานิชกุล.....สาขาวิชา    การจัดการ.....

4. ปีงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน.....บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน     ทุนภายในจากคณะ     งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ     เชิงคุณภาพ     การวิจัยแบบผสม     อื่นๆ (ระบุ).....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบริการ คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.....

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบริการและคุณภาพการบริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.....

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 2000) ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาด ไว้ว่าเป็นชุดของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์การใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การกับตลาดเป้าหมาย นิยามความหมายของส่วนประสม

การตลาดว่า เป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด หมายถึง การสนองความต้องการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมและสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ Product ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) แม็คคาธิ (McCarthy, 1960) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ เป็นกระบวนการการปรับเปลี่ยนปัจจัยหรือองค์ประกอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความจำเป็นของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง เป็นการดำเนินกิจกรรมที่ทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix) พัฒนาขึ้นมาและนำมาใช้ในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดการตระหนักถึงความไม่สมดุลและเกิดความต้องการซื้อและกลยุทธ์การบริหารการตลาดที่ได้รับความนิยม เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำคัญ คือ ส่วนประสมการตลาดแบบดั้งเดิมของแม็คคาธิ ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ Product ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สอดคล้องกับแนวคิดของ (โคทแลนด์ และจิล, 2552) แต่สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันทั้ง 4P's นั้นไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจต้องคำนึงถึงอีก 3 P's ซึ่งได้แก่ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) ภาพลักษณ์โรงแรมและรีสอร์ท (Physical Evidence) ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (Booms & Bitner, 1981)

### **แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการ**

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้รับบริการให้เทียบเท่าหรือสูงกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ในการบริการนั้นๆ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) โอลิเวอร์ ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า คุณภาพการบริการเป็นลักษณะการเข้าใจลูกค้าว่าลูกค้าที่ความคิดเห็นต่อการรับบริการอย่างไร ซึ่งมีแนวคิดที่สัมพันธ์กัน ประกอบด้วย 3 แนวคิด ได้แก่ ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการและการรับรู้ของลูกค้า (Oliver, 1980) ซึ่งการตัดสินว่าการบริการมีคุณภาพสูงหรือต่ำนั้น เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการบริการที่ได้รับจริง เพราะฉะนั้นถึงแม้การบริการนั้นจะมีคุณภาพมากเพียงใดหากไม่ตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ การรับรู้ในบริการนั้นก็จะมีคุณภาพต่ำซึ่งไม่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ (ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์, 2548) จากแนวความคิดนักวิชาการสามารถสรุปความหมายของคุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังหรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยเสนอคุณภาพการบริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการพึงพอใจอันนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อการบริการ ประกอบด้วย ซึ่งประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy)

### **แนวคิดและทฤษฎีความจงรักภักดีต่อการบริการ**

โอลิเวอร์ (Oliver, 1999) กล่าวว่า ความจงรักภักดีต่อการบริการ คือผู้ภักดีที่ลูกค้าจะหรือให้การอุปถัมภ์สินค้าหรือมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และมีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการจึงการซื้อต่อเนื่องในอนาคต ถึงแม้จะได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ที่มีผลกระทบที่จำทำให้เกิดพฤติกรรมก็ตาม ฌูพัซซ์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) กล่าวเพิ่มเติมว่าความจงรักภักดีต่อการบริการ เป็นทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการซึ่งต้องนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาว เป็นการเหนี่ยวรั้งลูกค้าไว้กับธุรกิจ ความจงรักภักดีไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมการใช้บริการ

ซ้ำเท่านั้น แต่ครอบคลุมไปถึงความรู้สึกนึกคิดและความสัมพันธ์ในระยะยาวด้วย จึงสรุปได้ว่าความจงรักภักดีต่อการบริการ (Service Loyalty) จะต้องคำนึงถึงพฤติกรรม ทศนคติ และกระบวนการคิดของผู้รับบริการ เป็นความตั้งใจที่จะพยายามกระทำพฤติกรรมนั้นความตั้งใจเป็นปัจจัยจูงใจที่อิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อการบริการ ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repurchase) การแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth) และความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Yusof, Muda & Amin (2013: 300-306) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โหมดสแตย์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงชนบทในประเทศมาเลเซีย วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาความเข้าใจของชุมชนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโหมดสแตย์และเพื่อวิเคราะห์การจัดการโหมดสแตย์ ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในชนบท ช่วยพัฒนาและส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ สังคมของชุมชน การท่องเที่ยวโหมดสแตย์ต้องมีการวางแผน การพัฒนา และส่งเสริม การขาย และรายได้จากการท่องเที่ยวจะช่วยให้เศรษฐกิจของชุมชนรวมถึงคุณภาพชีวิต ดีขึ้น

Cronin et al. (2000: 193-218) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการคุณค่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจภาคบริการ วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับคุณภาพการให้บริการที่สูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ ผู้บริโภคในธุรกิจภาคบริการ 2) ระดับความพึงพอใจสูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจภาคบริการ 3) คุณค่าให้บริการที่สูงขึ้นจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในธุรกิจภาคบริการ 4) คุณค่าให้บริการที่สูงขึ้นจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในธุรกิจภาคบริการ 5) ระดับคุณภาพการให้บริการที่สูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในธุรกิจภาคบริการ

Aliman & Mohamad (2013: 15-29) ได้ทำการวิจัยเรื่องการรับรู้ในการให้บริการที่มีคุณภาพและความตั้งใจพฤติกรรม: โกล่เกลี่ยผลของความพึงพอใจการดูแลสุขภาพ ของผู้ป่วยภาคเอกชนในประเทศมาเลเซีย วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อตรวจสอบผลการโกล่เกลี่ยของความพึงพอใจต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความตั้งใจพฤติกรรมของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลเอกชนในประเทศมาเลเซีย ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 300 คนเป็นผู้ป่วยของโรงพยาบาลได้รับเลือกเป็น ผู้ตอบกลับทั้งหมด 273 คน ผลการวิจัยพบว่า มิติคุณภาพการให้บริการการรับรู้ (ด้านกายภาพ การประกันและการเอาใจใส่) ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และมีมิติคุณภาพการให้บริการการรับรู้ (ด้านกายภาพ การรับประกันและความน่าเชื่อถือ) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจและความตั้งใจพฤติกรรม การค้นพบนี้ยังแสดงให้เห็นว่ามีความพึงพอใจส่งผลต่อโกล่เกลี่ยความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการการรับรู้พฤติกรรม และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นผลมาจากการให้บริการการรับรู้และความพึงพอใจ

Seto-Pamies (2012: 1257-1271) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความภักดี รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นและความภักดีในบริบท สำนักงานท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความภักดี รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นและความภักดีในบริบท สำนักงานท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่เคยใช้บริการสำนักงานท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้โมเดล SERVQUAL (Parasuraman et al,



1986) ในการประเมินการรับรู้คุณภาพบริการ การประเมินความพึงพอใจรวม การประเมินความเชื่อมั่น และการประเมินความภักดีซึ่งประเมินความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เสนอโดย Zeithaml et al. (1996) ผลการวิจัยพบว่า การกล่าวถึงในเชิงบวกต่อผู้อื่น การรับรองผู้ให้บริการกับผู้อื่น การโน้มน้าวเพื่อนและญาติให้มาใช้บริการ การเป็นตัวเลือกแรกและการอุปถัมภ์ผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต

Fozia M., Yaqoob, S. & Samih, Aslam, A. (2012: 487-505) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการรับรู้ราคา คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้าและความภักดีของผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบริการในปากีสถาน ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลกระทบของการรับรู้ราคา คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความภักดีของผู้บริโภค และ ศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของการรับรู้ราคา คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความภักดีของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ การรับรู้ราคาและภาพลักษณ์เป็นบวกรวมอย่างมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์กับตัวแปรความภักดีของลูกค้า

Minh, Ha, Anh, and Matsui (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศึกษาคุณภาพการบริการของโรงแรมในประเทศเวียดนามที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยการสำรวจกับโรงแรมระดับ 3 ดาว จำนวน 33 โรงแรมในเมืองดานัง ประเทศเวียดนาม โดยให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมจำนวน 500 คนเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม และรับกลับมาจำนวน 447 ชุด พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 องค์ประกอบสามารถอธิบายความพึงพอใจของลูกค้าได้ 51.2% และเมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปรของคุณภาพการบริการ พบว่าคุณภาพการบริการที่จับต้องไม่ได้ 4 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง(Responsiveness)ความไว้วางใจ (Assurance) และ การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่ การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) จะมีอิทธิพลมากที่สุดซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (B) เท่ากับ 0.382 แต่อย่างไรก็ตามกลับพบว่า คุณภาพการบริการด้าน สิ่งแวดล้อมที่พบเห็น(Tangible) ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

Wong, Yen-Nee Ng, Valerian and Battistotti (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมแนวเฮอริเทจบนเกาะปีนัง ประเทศมาเลเซีย ซึ่งเก็บข้อมูลจากลูกค้าของ 6 โรงแรม โดยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามจำนวน 300 ชุด และได้กลับมา 160 ชุด จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งส่วนหนึ่งของงานวิจัยนี้ได้ทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน คือ บรรยากาศของโรงแรม การบริการ ราคา และตราสินค้า กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าด้วยการทดสอบทางสถิติ Multiple Regression พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ และสามารถอธิบายความพึงพอใจโดยรวมได้ 78% ( $R^2=0.776$ ) และหากพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณสมบัติความพึงพอใจแต่ละตัวกับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า พบว่า มีคุณสมบัติความพึงพอใจของลูกค้า 3 ด้านที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวม คือ ด้านตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมมากที่สุด ( $B=0.560$ ) ด้านราคามีความสัมพันธ์รองลงมา ( $B=0.343$ ) และด้านบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ( $B=0.132$ ) ส่วนด้านบรรยากาศของโรงแรม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า

Lien, Wen, Huang & Wu (2015: 1-9) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจองโรงแรมออนไลน์: ผลกระทบของ ภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าที่รับรู้ด้านราคา ความไว้วางใจ บนพื้นฐานการตัดสินใจซื้อ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในประเทศได้ทั้งสิ้น 366 คน สถิติที่ใช้ในการ ทดสอบ สมมติฐานคือ โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจ คุณค่าการรับรู้ด้านราคา มีอิทธิพลในเชิง บวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Abby (2006: 78-889) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงชนบทในเมืองกัตัง ประเทศ มาเลเซีย” ศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท และการทำโฮมสเตย์ วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ให้มากขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ชนบทขาดการวางแผนที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะหากมีการวางแผน พัฒนาอย่างรวดเร็วจะส่งผลเสียให้กับชุมชนได้ มีการสร้างรีสอร์ทหรือจัดทำที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งต้องคำนึงถึงการจ้างแรงงาน ที่เป็นคนในชนบท โดยอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนให้คงอยู่ และพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นให้น้อยที่สุด

Bhuiyan; et al (2012: 1085-1090) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ เพื่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เศรษฐกิจชายฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศมาเลเซีย ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่อยู่ประกอบการโฮมสเตย์ต้องปรับปรุง คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัย พื้นที่ของชุมชนมีศักยภาพในการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ และจัดการให้คนหนุ่มสาวในชุมชนมีความสนใจในการทำโฮมสเตย์มากขึ้น ผู้ประกอบการที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจกับรายได้จากการโฮมสเตย์ รัฐบาลควรให้การสนับสนุนชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการโฮมสเตย์ ภาครัฐควรพิจารณานโยบายทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์มากขึ้น เพื่อการพัฒนาโฮมสเตย์ในพื้นที่เศรษฐกิจให้เกิดความยั่งยืน

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์ องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดบริการที่มีผลต่อคุณภาพการบริการและความจงรักภักดีต่อการบริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประเด็นการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบริการ คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบริการและคุณภาพการบริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบริการและปัจจัยคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบริการและปัจจัยคุณภาพการบริการ 2 องค์ประกอบ 14 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย

ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบริการ ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ พบว่า การดำเนินโรงแรมและรีสอร์ท ด้านห้องพักควรมีประเภทห้องพักให้เลือกหลากหลาย ขนาดของห้องพัก/ที่พักที่กว้างขวางไม่จนเกินไป เน้นความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก/ที่พัก และมีอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานในห้องนอน และการมีอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานในห้องน้ำ การมีจุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการนี้เป็นสิ่งแรกๆ ที่การสร้างประทับใจในการเข้ารับบริการจนกลายเป็นลูกค้าประจำของโรงแรม/รีสอร์ทนั้นๆ 2) ด้านราคา พบว่า การดำเนินโรงแรมและรีสอร์ท

ผู้ประกอบการควร มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พัก และบริการต่างๆ อย่างชัดเจน .ราคาห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก ห้องพัก/ที่พักมีราคาให้เลือกหลายระดับ ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา

3)ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า การดำเนินโรงแรมและรีสอร์ท เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าพัก สถานที่พักควรเดินทางไปที่พักมีความสะดวกสบาย หากไม่มีควรมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าพัก และสิ่งที่คุณเข้าพักต้องการจะสูงที่ที่พักต้องมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานี ขนส่ง และมีทัศนียภาพที่สวยงาม 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการต้องมีโปรโมชั่นในราคาที่เหมาะสม เช่น รวมอาหารเช้า มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ มีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ผ่านทางเว็บไซต์ หรือสื่อ Social Media ต่างๆ 5) ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ที่พักควรมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีระบบการสำรองห้องพัก ได้หลายวิธี เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตและอื่นๆ มีระบบการชำระค่าที่พัก ค่าบริการต่างๆ ได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิตโอนเงิน ผ่านธนาคาร และอื่นๆ และมีระบบการจองห้องพักที่แม่นยำ 6) ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ และเป็นมิตร บริการด้วยความรวดเร็ว มีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะในการให้บริการ มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า สภาพแวดล้อมของที่พักมีความปลอดภัยสูง เช่น ทางเดินเข้า-ออก มีรั้วกั้น มีไฟฟ้าสว่าง บรรยากาศรอบบริเวณที่พักมีความเหมาะสม เช่น อากาศดี เยียบสงบ การจัดแบ่งการให้บริการอย่างเป็นสัดส่วน เช่น การจัดเตรียมที่จอดรถ สวนพักผ่อน ห้องอาหาร และมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น กล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย 8) การรับรู้ตราสินค้า พบว่า โลโก้ (Logo) หรือสัญลักษณ์ของที่พักมีการออกแบบที่สวยงามทันสมัย ตราสินค้าของที่พักสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ตราสินค้าของที่พักมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และแสดงถึงรสนิยมของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้อง และ 9) ภาพลักษณ์ที่ที่พัก พบว่า กิจกรรมที่มุ่งเน้นในการทำประโยชน์ให้แก่สาธารณชนมีกิจกรรมที่ให้ความช่วยเหลือและรับผิดชอบต่อสังคม อาทิเช่น กิจกรรมการกุศลเพื่อรวบ กิจกรรมปลูกป่า เป็นต้น มีประวัติความเป็นมาที่ดีและมีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากที่พักแห่งอื่นๆ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ห้องพักสะอาด ห้องพักมีการตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่สวยงาม พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อุปกรณ์ภายในห้องน้ำมีอุปกรณ์ครบครัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผ้าขนหนู มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่เข้าพัก 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่า พนักงานมีความชำนาญและสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องภายในครั้งแรก ระบบการจองห้องพักและการรับชำระเงินมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ เมื่อทางที่พักสัญญาว่าจะให้บริการบางอย่างกับลูกค้าทางก็สามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาภายในเวลาที่กำหนด มีการบริหารจัดการที่ดี สามารถให้บริการได้ตรงตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า พนักงานมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึงและทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว 4) การรับประกัน พบว่า พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี พนักงานปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบริการที่กำหนด ทางที่พักให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าและสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน 5) การเอาใจใส่ในผู้รับบริการ พบว่า พนักงานเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ พนักงาน

ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า พนักงานให้บริการที่ดีโดยไม่เลือกปฏิบัติ และแสดงให้เห็นถึงการดูแลและห่วงใยลูกค้าเป็นอย่างดี

ดังนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจและวางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดบริการและคุณภาพการบริการและเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงกลยุทธ์การตลาดบริการ คุณภาพการบริการที่พึงประสงค์ของผู้รับบริการ เหล่านี้จะเป็นตัวสร้างให้ผู้รับบริการเห็นความแตกต่างและช่วยสร้างความประทับใจและพึงพอใจและสนองความต้องการให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการบริการ ที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

.....สามารถนำผลการศึกษากลยุทธ์การตลาดบริการที่มีผลต่อคุณภาพการบริการและความจงรักภักดีต่อการบริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อประกอบการตัดสินใจและวางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดบริการและคุณภาพการบริการและเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความจงรักภักดีต่อธุรกิจ.

12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)

แบบสำรวจห้วงค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



### 1. ชื่อเรื่องการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในจังหวัดเพชรบูรณ์

FACTORS AFFECTING MATAYOM 6 STUDENTS DECISION ON THEIR APPLICATION FOR THE FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, PHETCHABUN RAJABHAT UNIVERSITY IN PHETCHABUN

### 2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว       วิจัยชุดโครงการ       อื่นๆ (ระบุ).....

### 3. ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิพนธ์ เพชรบูรณ์ สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์

ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี).....สาขาวิชา.....

### 4. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน.....10,000.....บาท

### 5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน     ทุนภายในจากคณะ     งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย

แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

### 6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ       เชิงคุณภาพ       การวิจัยแบบผสม       อื่นๆ (ระบุ).....

### 7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในจังหวัดเพชรบูรณ์

2...เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในจังหวัดเพชรบูรณ์.....

3..เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเรียนในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในจังหวัดเพชรบูรณ์

### 8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

บุญมา (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานและการศึกษาต่อของบัณฑิตปริญญาตรีจากคณะ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานและการศึกษาต่อของบัณฑิตปริญญาตรี จากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางในการวางนโยบาย

และแผนที่เหมาะสมสำหรับบัณฑิตตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บัณฑิตปริญญาตรีจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 195 ตัวอย่าง ซึ่งเก็บรวบรวมประจำปีการศึกษา 2537 - 2539 โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานและการศึกษาต่อของบัณฑิตปริญญาตรีโดยใช้วิธีการถดถอยแบบโลจิสติกส์สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานและการศึกษาต่อของบัณฑิตปริญญาตรี ได้แก่ อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา ระดับการศึกษาของบิดาและจำนวนบุตรของบิดา-มารดา ณ ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า อาชีพของบิดา (ธุรกิจส่วนตัว) ระดับการศึกษาของบิดา (สูงกว่าปริญญาตรี) และอาชีพของมารดา (รัฐวิสาหกิจ) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมากกว่าทำงาน ส่วนจำนวนบุตรของบิดา-มารดา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานมากกว่าศึกษาต่อของบัณฑิตปริญญาตรี

มณฑกานต์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนคอมพิวเตอร์: กรณีศึกษาโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษา การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการรับบริการในการเรียนคอมพิวเตอร์ และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนคอมพิวเตอร์โดยใช้กรณีศึกษาโรงเรียนสยามคอมพิวเตอร์และภาษาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงนักเรียนที่เข้าเรียนสูตรคอมพิวเตอร์ระหว่างวันที่ 1 - 4 กุมภาพันธ์ 2544 จำนวนนักเรียน 521 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ ราคาและสถานที่ตั้งโรงเรียนในระดับมากตามลำดับโดยให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องประโยชน์ในการนำไปใช้มากที่สุดและให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการและการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา สถานที่ตั้งโรงเรียน บุคลากรและกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกันเพียงปัจจัยเดียว

กาญจนา (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาและความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยสะดวก (Convenience Sampling Technique) โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและใช้ Chi-Square เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของกลุ่มตัวอย่างคือ ความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน ความสะดวกในการเดินทาง ความมีชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชา การโฆษณาประชาสัมพันธ์และราคาของคอร์สที่โรงเรียนกวดวิชาเสนอโดยที่กลุ่มตัวอย่าง มีความเห็นว่า การเรียนกวดวิชาจะสามารถช่วยทบทวนวิชาที่เรียนมาช่วยทำให้สอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยได้คิดว่าดีกว่าอยู่เฉยๆ เทคนิคการสอนที่ดีของอาจารย์ที่สอนทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและช่วยให้มีประสบการณ์กว้างขวางขึ้น จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับรายได้ของนักเรียนไม่มีผลต่อการกวดวิชาในเรื่องการส่งเสริมการขาย ระดับรายได้ของนักเรียนไม่มีผลต่อการกวดวิชาในเรื่องราคาของคอร์สทางโรงเรียนกวดวิชาเสนอ

ในขณะที่ผลการเรียนของนักเรียนเมื่อจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีผลต่อการกวดวิชาในเรื่องจำนวนวิชาที่เปิดสอนในโรงเรียนกวดวิชา

ภูมิ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาของนักเรียนนายเรือ-อากาศ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาของนักเรียนนายเรืออากาศและความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสาขาวิชา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสุ่มตัวอย่างนักเรียนนายเรือชั้นปีที่ 2-5 ณ โรงเรียนนายเรืออากาศดอนเมือง ปีการศึกษา 2544 จำนวน 224 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาของนักเรียนนายเรืออากาศประกอบด้วยเนื้อหาหลักสูตร ความคาดหวังของครอบครัว ความยากง่ายของกระบวนวิชาในแต่ละสาขาซึ่งมีระดับความสำคัญมาก สำหรับข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05 ประกอบด้วยภาควิชาที่นักเรียนสังกัดระดับการศึกษาของบิดามารดา อาชีพบิดา การทราบในเนื้อหาหลักสูตรและความสนใจในสาขาวิชา

กนกอร (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่เรียนกวดวิชาในเขตบางนาโดยใช้วิธี Convenience Sampling Technique โดยใช้แบบสอบถามชนิดสำรวจรายการ และมาตราส่วนประมาณค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในส่วนของความต้องการความเจริญก้าวหน้ามากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจในส่วนของความต้องการความอยู่รอด กลุ่มตัวอย่างกลัวในเรื่องสอบคัดเลือกเข้าในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 ไม่ได้มากที่สุดและปัจจัยด้านแรงจูงใจในส่วนของความต้องการความสัมพันธ์กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการจะได้ออกไปเจอเพื่อน ๆ มากที่สุด ปัจจัยด้านการตลาดกลุ่มตัวอย่างคำนึงเรื่องราคามากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเรียนที่คุ้มค่ากับความรู้อันได้รับด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดพิเศษหรือการให้สิทธิพิเศษในการสมัครเรียนมากที่สุด ด้านสถานที่ตั้งกลุ่มตัวอย่างพิจารณาสถานที่ตั้งของโรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ใกล้บริเวณที่สามารถจอดรถรับ-ส่งที่สะดวก และปลอดภัยด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการบริการที่ดี รองลงมาคือ มีการให้บริการด้าน Website ของทางโรงเรียนกวดวิชา

มานิต (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาในโครงการปริญญาโท เศรษฐศาสตรบัณฑิต ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตลพบุรี การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจศึกษาในโครงการปริญญาโท เศรษฐศาสตรบัณฑิต ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตลพบุรี 2) ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจเลือกเรียนโครงการปริญญาโท เศรษฐศาสตรบัณฑิต การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิโดยการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์นิสิตโครงการปริญญาโท เศรษฐศาสตรบัณฑิต ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตลพบุรี

จำนวน 150 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Independent t-test ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 35 ปี สถานภาพโสดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 - 35,000 บาท ระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจศึกษาในโครงการปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงความตั้งใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังเข้ารับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากทุกขั้นตอน สำหรับผลของปัจจัยส่วนบุคคลต่อระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจศึกษาพบว่ารายได้มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงความต้องการการตัดสินใจและพฤติกรรมหลังเข้ารับการศึกษา ส่วนอายุมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการประเมินทางเลือก และอาชีพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังเข้ารับการศึกษา

จากการตรวจสอบเอกสารทำให้ผู้ศึกษาทราบว่าในการตัดสินใจเลือกเรียนของนักเรียน และนิสิตนักศึกษา นั้นมีปัจจัยต่างๆ ของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อาทิ ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การตลาด จิตวิทยา เป็นต้น เข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งรวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละคนที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนตัดสินใจเลือกเรียนแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้อย่างเห็นได้ชัด การศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวทางการศึกษาดังกล่าวมาพิจารณาประกอบการศึกษาและใช้เป็นแนวทางในการศึกษา และปัจจัยที่ใช้ในการศึกษากระบวนการในการตัดสินใจของนักเรียนนักศึกษาและนำสถิติที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการศึกษามาเป็นแนวทางการศึกษาในครั้งนี้

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

หลักสูตรเดิมให้ทันสมัยและพัฒนาหลักสูตรใหม่ในรูปแบบสหวิทยาการเพื่อตอบสนองการพัฒนาท้องถิ่นและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศ

## 10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

ปัญหาการเกิดโรค โควิด 19 เนื่องจากไม่สามารถออกไปเก็บข้อมูลได้ตามที่กำหนดไว้.....

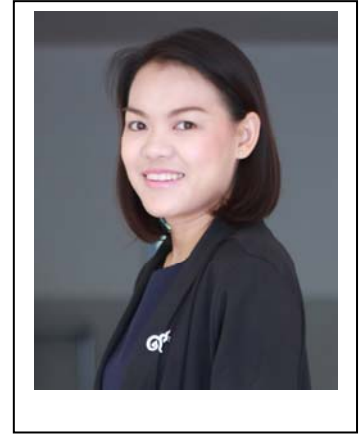
## 11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

.....บัณฑิตที่จบการศึกษาตรงตามหลักสูตรที่ผู้ใช้บัณฑิตต้องการ จะมีผลทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและทำให้เกิดการเรียนรู้งานได้ดียิ่งขึ้น.....

## 12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)

ศึกษากลุ่มเป้าหมายที่ตัดสินใจเข้ามาเรียนในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.....





1. ชื่อเรื่องการวิจัย

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบ้านห้วยหญ้าเครือ  
Sustainable tourism development guidelines for Huai Ya  
Khrua community

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว  วิจัยชุดโครงการ  อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย.....นางทิววรรณ ศิริเจริญ กันหา.....สาขาวิชา การท่องเที่ยวและการโรงแรม.....  
ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี).....สาขาวิชา.....

4. ปีงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน.....10,000.....บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน  ทุนภายในจากคณะ  งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ  เชิงคุณภาพ  การวิจัยแบบผสม  อื่นๆ (ระบุ).....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 7.1 เพื่อศึกษาบริบทด้านการท่องเที่ยวชุมชนบ้านห้วยหญ้าเครือ อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์
- 7.2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวของคนในชุมชนบ้านห้วยหญ้าเครือ
- 7.3 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบ้านห้วยหญ้าเครือ

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญ และปัญหาการวิจัย ได้แก่ แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการเป็นอย่างดีสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ลดผลกระทบทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ที่อาจก่อให้เกิดขึ้นโดยตรงกับคนในชุมชน โดยในการจัดการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงประเด็นดังต่อไปนี้ (1) ชีตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว (2) ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (3) ต้องยอมรับให้คนในชุมชนร่วมมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน และ(4) ต้องอยู่ภายใต้ความต้องการของคนในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์, 2545)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือการพัฒนาจุดหมายปลายทางให้พร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว โดยอยู่บนพื้นฐานของขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม รวมไปถึงการสร้าง

ประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวด้วย ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ คือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ด้านธุรกิจการท่องเที่ยว ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และด้านจิตสำนึกของชุมชนท้องถิ่น และ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ยังจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว การวางแผนระยะยาว และการอบรมให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

**แนวคิดการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน** พยอม ธรรมบุตร (2549) กล่าวว่า เป็นวิธีการสร้างโอกาสให้แก่ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยเท่าเทียมกัน ในขณะเดียวกันก็ถือว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่กระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเจ้าของทรัพยากร ร่วมกันเรียนรู้ และร่วมตัดสินใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ของรัฐ จะต้องมีส่วนรับฟังความคิดเห็น ปัญหา ความต้องการของชุมชน และสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นตามบทบาทหน้าที่ อันจะส่งผลทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกรักความหวงแหน และสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้ง 6 ประเด็น ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุป ได้ดังนี้ **ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว** ชุมชนฯ ต้องมีการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวให้หลากหลาย โดยรูปแบบการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับธรรมชาติ ความใกล้ชิด **ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม** จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยมุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมไปถึงการพัฒนาการสื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เสนอกิจกรรมที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์ มุ่งเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว การสร้างความตระหนักและประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว ได้ดังนี้

- เส้นทางเดินป่า หรือ เส้นทางปั่นจักรยานทั้งระยะสั้น และระยะไกล เนื่องจากชุมชนฯ มีศักยภาพที่โดดเด่นในเชิงธรรมชาติ สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 5 กลุ่ม อีกทั้งเส้นทางยังมีความสวยงามสามารถแวะพักตามแหล่งท่องเที่ยวได้
- กิจกรรมสูดโอโซน ดูหมอก ชมพันธุ์ไม้กล้วยไม้
- กิจกรรมการถ่ายภาพใกล้ชิดธรรมชาติ เช่น ถ่ายภาพพันธุ์ไม้หายาก ไม้พื้นถิ่น ถ่ายภาพดวงดาวหรือที่เรียกว่า ทางช้างเผือก เป็นต้น เนื่องจากชุมชนฯ อยู่ใกล้ชิดแหล่งธรรมชาติเส้นทางเข้าถึงง่าย อาจจะค่อนข้างง่ายกว่าที่อื่นๆ
- กิจกรรมของกลุ่มโฮมสเตย์ ต้องเพิ่มกิจกรรมให้มีความน่าสนใจเพิ่ม เช่น การทำบุญตักบาตรตอนเช้าด้วยอาหารพื้นบ้านที่นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรเอง กิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตต่างๆ เป็นต้น
- กิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวอุทยานธรณีวิทยา และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ใน**ด้านธุรกิจการท่องเที่ยว** ควรมีแผนบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อการรักษาระดับและเพิ่มจำนวนมาตรฐานโฮมสเตย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อขยายฐานการรองรับ

นักท่องเที่ยวนั้นหลายกลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับ **ด้านการตลาดการท่องเที่ยว** การใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ในวงกว้าง รวมไปถึงการเป็นเครือข่ายระหว่างชุมชน นักเดินทาง ช่างภาพ เพื่อร่วมกัน แบ่งปันประสบการณ์ รูปภาพ หรือเรื่องราวที่สัมผัสได้ในชุมชน หรืออาจจะเรียกว่า การใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปากก็ได้ **ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น** ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ชาวบ้านเข้ามาสมาชิกของกลุ่มท่องเที่ยว โดยสมัครใจ เปิดโอกาสรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะติชม และแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกัน มุ่งเน้นหลักการดำเนินงานโปร่งใส เป็นธรรม และเท่าเทียม โดยเฉพาะในเรื่องการแบ่งปันผลประโยชน์ จึงจะทำให้คนในชุมชนฯ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ**ด้านจิตสำนึกของชุมชนท้องถิ่น** ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีบทบาทที่แตกต่างกันในการสร้างจิตสำนึก เช่น การรวบรวมองค์ความรู้ด้าน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ทัศนกรรม และภูมิปัญญาต่างๆของชุมชน เพื่อถ่ายทอดให้เยาวชนได้รับรู้และสืบทอด การสร้างและนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนในแง่มุมต่างๆ ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว การเป็นต้นแบบให้กับเยาวชน รวมไปถึงการบูรณาการความร่วมมือระหว่าง บ้าน วัด โรงเรียน (บวร) ได้ด้วยเช่นกัน

#### 10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

10.1 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 ทำให้ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

#### 11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

11.1 ชุมชนบ้านห้วยหญ้าเครือ มีแนวทางการพัฒนารูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

11.2 หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านห้วยหญ้าเครือ และ/หรือชุมชนอื่นๆในพื้นที่ได้

#### 12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)

- ไม่มี

แบบสำรวจองค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



1. ชื่อเรื่องการวิจัย

ความขัดแย้งระหว่างบุคคล และความขัดแย้งภายในองค์กรที่ส่งผลต่อ  
ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ ในเขตตำบลท่าพล จังหวัด  
เพชรบูรณ์

Interpersonal Conflict and Intra-organization Conflict Affecting Work  
Effectiveness of Enterprise Group Members in Tha Pol District, Phetchabun

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว  วิจัยชุดโครงการ  อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย ชัชกร คัชมาตย์ สาขาวิชา การจัดการทรัพยากรมนุษย์

ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี).....สาขาวิชา.....

4. ปีงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน 10,000 บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน  ทุนภายในจากคณะ  งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย

แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ  เชิงคุณภาพ  การวิจัยแบบผสม  อื่นๆ (ระบุ).....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความขัดแย้งระหว่างบุคคล และความขัดแย้งภายในองค์กรของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์

2. เพื่อศึกษาความขัดแย้งระหว่างบุคคล ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์

3. เพื่อศึกษาความขัดแย้งภายในองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างบุคคล

2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งภายในองค์กร

3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์  
องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน)

1. ความขัดแย้งระหว่างบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์โดย

รวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และน้อยที่สุดคือ ด้านค่านิยมของบุคคลที่แตกต่างกัน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

2. ความขัดแย้งภายในองค์กรของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมาคือ ด้านการจัดสรรทรัพยากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

3. ผลการวิเคราะห์ความขัดแย้งระหว่างบุคคล มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ได้ร้อยละ 33.6 โดยพบว่าความขัดแย้งระหว่างบุคคล ด้านค่านิยมของบุคคลที่แตกต่างกัน และด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์ความขัดแย้งภายในองค์กร มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ได้ร้อยละ 38.8 โดยพบว่าความขัดแย้งภายในองค์กร ด้านกระบวนการทำงาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และด้านการจัดสรรทรัพยากร มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

## 10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

-----  
-----

## 11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

ทางหน่วยงานได้นำไปใช้ในการวางแผนการบริหารงาน และกำหนดนโยบายให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้อย่างมีคุณภาพ และใช้เป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องของความขัดแย้ง เพื่อเป็นการลดความขัดแย้งระหว่างบุคคล และความขัดแย้งในภายในองค์กรของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำพากลุ่มให้ประสบความสำเร็จในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)

-----  
-----

แบบสำรวจองค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



1. ชื่อเรื่องการวิจัย

อิทธิพลของการสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหา การสร้างคุณค่าร่วม และความผูกพันของผู้บริโภคที่มีต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าบนสังคมออนไลน์  
INFLUENCE OF CONTENT MARKETING, VALUE CO-CREATION AND CUSTOMER ENGAGEMENT TO SOCIAL NETWORK LOYALTY

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว     วิจัยชุดโครงการ     อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย    นางสาวณัฐนิชา อินทร์เพ็ญ.....สาขาวิชา.....การตลาด.....

ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี).....นางปราณีต ใจหนัก.....สาขาวิชา.....การตลาด.....

4. ปีงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน.....10,000.....บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน     ทุนภายในจากคณะ     งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ     เชิงคุณภาพ     การวิจัยแบบผสม     อื่นๆ (ระบุ).....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) และการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Value Co-Creation) ที่ส่งผลต่อความผูกพันของผู้บริโภค (Customer engagement) และความภักดีต่อตราสินค้าบนสังคมออนไลน์

2. เพื่อหารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดเชิงเนื้อหา กับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าบนสังคมออนไลน์

3. เพื่อหารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างคุณค่าร่วมกัน กับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าบนสังคมออนไลน์

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

การตลาดเชิงเนื้อหา ลักษณะของการตลาดเชิงเนื้อหา หมายถึง ลักษณะและรูปแบบของการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้าในบริบทต่างๆ เพื่อให้เกิดความถูกใจและติดตามจากกลุ่มเป้าหมาย โดยลักษณะของการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เป็นสิ่งที่กำกับความสัมพันธ์ของแหล่งศักยภาพความได้เปรียบที่จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

**แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกัน (value co-creation)** ได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน โดย Prahalad and Ramaswamy (2004) เป็นผู้ริเริ่มให้ความสำคัญเฉพาะการร่วมกันสร้างระหว่างองค์กรและผู้บริโภค (co-creation) ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับคุณค่าร่วม (value) ที่เกิดขึ้นระหว่างองค์กรและผู้บริโภค การร่วมกันสร้างในขณะนั้นหมายถึงกระบวนการที่ผู้ผลิต (producer) และผู้บริโภค (consumer) แสดงความคิดเห็นร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับทั้งสองฝ่าย ภายใต้กระบวนการดังกล่าวทั้งสองฝ่ายร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการของทั้งสองฝ่ายผ่านการปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการสนทนาอย่างต่อเนื่อง (Grönroos, 2008)

**แนวคิดเกี่ยวกับการผูกพันของผู้บริโภค** การดำเนินธุรกิจใดๆ ก็ตามในยุคปัจจุบัน ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง แนวคิดที่กำลังได้รับความสนใจและความนิยมจากนักการตลาดอย่างมากแนวคิดหนึ่งก็คือแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของผู้บริโภค (Calder, 2008) เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวถือได้ว่าเป็นแนวคิดหนึ่งที่สามารถทำนายพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดีกว่าการวัดจากความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ดังเช่นในอดีต (Oliver, 1999) ทั้งนี้หากตราสินค้าใดๆก็ตามสามารถที่จะสร้างความผูกพันร่วมกับผู้บริโภคได้ ตราสินค้านั้นก็จะสามารถทำให้ผู้บริโภคนึกถึงตราสินค้าของตนเองได้ก่อนตราสินค้าอื่นๆ นอกจากนี้ Keller (2008) ก็ยังได้กล่าวเพิ่มเติมไว้อีกว่าความผูกพันสามารถเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งจะช่วยในการสร้างตราสินค้าให้มีความ แข็งแกร่งได้ตลอดจนสามารถทำให้ลูกค้าเกิดเป็นความภักดี (Loyalty) ได้อีกด้วย

**ความหมายของความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)** ความภักดีต่อตราสินค้า หมายถึง ความพึงพอใจที่สม่ำเสมอ จนกระทั่งอาจมีการซื้อตราสินค้าเดิมในผลิตภัณฑ์ของบริษัทใด บริษัทหนึ่ง สิ่งที่สำคัญของความภักดีต่อตราสินค้า คือ เมื่อลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้าจะทำให้เกิด ส่วนครองตลาดที่คงที่ และเพิ่มขึ้น และอาจกลายเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ที่สะท้อนถึงราคา ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ความภักดีต่อตราสินค้า เป็นสิ่งที่แสดงถึงความยึดมั่นที่ผู้บริโภคมียึดต่อตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของ คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) เพราะถ้า ผู้บริโภคไม่เห็นความแตกต่างของตราสินค้า จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่นๆ ได้ โดยง่าย ซึ่งถือเป็นการเปิดช่องให้คู่แข่งเข้ามาแข่งขันได้ง่าย แต่ถ้าผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้า ผู้บริโภคจะมีการซื้อสินค้าซ้ำ หรือซื้อสินค้าตราอื่นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การที่ผู้บริโภคมียึดต่อตราสินค้า ยังสามารถช่วยลดต้นทุนทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการได้อีกด้วย เพราะผู้ที่ภักดีต่อ ตราสินค้านั้นๆ มักจะบอกกล่าวหรือแนะนำบุคคลที่รู้จักให้เลือกซื้อสินค้าและบริการของตราสินค้า นั้นๆ ต่อไป

## 9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)

อิทธิพลของการสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหาการสร้างคุณค่าร่วมและความผูกพันของผู้บริโภคที่มีต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าบนสังคมออนไลน์ พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ด้านการสร้างคุณค่าร่วม รองลงมา ระดับมากในด้านการสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหา ด้านความจงรักภักดีของผู้บริโภค และด้านความผูกพันของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุดหากได้มีส่วนร่วมกับร้านค้าในการเสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งจะส่งผลต่อความผูกพันและความจงรักภักดีต่อตราสินค้าออนไลน์ในที่สุด

## 10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)

-

## 11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงอิทธิพลของการสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหา การสร้างคุณค่าร่วมกัน ความผูกพันของผู้บริโภค ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการทำการตลาดในยุคปัจจุบัน เพราะเป็นยุคที่ผู้บริโภคใช้บริการออนไลน์ และสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้มากขึ้น มีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆมากขึ้น จึงทำให้ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของแบรนด์ต่างๆน้อยลงอย่างเห็นชัด ซึ่งหากผู้ประกอบการเห็นความสำคัญและสามารถสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นได้ จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น และสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นได้

## 12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)



แบบสำรวจห้วงค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



1. ชื่อเรื่องการวิจัย

การเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต ของกลุ่มดอกไม้จันทน์ บ้านโนนสะอาด  
จังหวัดเพชรบูรณ์

The Enhancement of the Production Capability of Sandalwood  
flower Group Ban Non Sa-at in Phetchabun province.

2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว       วิจัยชุดโครงการ       อื่น ๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย .....นางวิภาวดี ผกามาต .....สาขาวิชา การบัญชี  
ผู้วิจัยร่วม(ถ้ามี).....สาขาวิชา.....

4. ปีงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน 10,000 บาท

5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน     ทุนภายในจากคณะ     งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่น ๆ (ระบุ).....

6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ       เชิงคุณภาพ       การวิจัยแบบผสม       อื่น ๆ (ระบุ) .....

7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มดอกไม้จันทน์ บ้านโนนสะอาด จ.เพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มดอกไม้จันทน์ บ้านโนนสะอาด

จ.เพชรบูรณ์

8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถ

ขีดความสามารถ หมายถึง ระดับความสามารถของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ฝ่าย แผนก หรือ  
ตัวองค์กรเอง เกิดจากผลการทำงานร่วมกันของบุคลากรทุกคนในหน่วยงานขององค์กรหรือของบุคลากรทุกคนใน  
องค์กรนั้น กล่าวคือ หน่วยงานหรือองค์กรที่มีขีดความสามารถสูงจะต้องสามารถบริหารการทำงานของบุคลากร  
ในหน่วยงานหรือองค์กร ให้ร่วมมือกันทำงานเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์และเป้าหมายของหน่วยงานหรือ  
องค์กรนั้น ๆ (Nick, 2013)

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนปัจจัยการผลิตที่ใส่ในกระบวนการผลิตออกมาเป็นผลผลิตหรือที่  
เรียกว่าปริมาณการผลิต จะมีการนับเป็นหน่วยได้ โดยที่ปัจจัยการผลิต (input or factor of production)  
หมายถึง ส่วนประกอบหรือส่วนผสมต่าง ๆ ที่ถูกนำมาประกอบกัน โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตของหน่วยธุรกิจเพื่อ

ผลิตเป็นผลผลิตออกมา โดย ผลผลิต (output) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ได้จากกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการนั้น ๆ (เกรียงศักดิ์ ชูบทอง, 2557) โดยทั่วไปแล้วปัจจัยหลักในการผลิตจะมีอยู่ด้วยกัน 4 ด้าน (4 M in Production Process) คือ ทรัพยากรมนุษย์ (Man) วิธีปฏิบัติงาน (Method) เงินทุน (Money) หรือ วัสดุ (Material) และเครื่องจักร (Machine)

### 3. ความเป็นมาดอกไม้จันทน์

ไม้จันทน์หอม มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Mansonia gagei* J.R.Drumm. ex Prain เป็นไม้ที่อยู่ในวงศ์ STERCULIACEAE มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Sandalwood และมีชื่ออื่น ๆ ที่เรียกกันทั่วไปว่า จันทน์ จันทน์ชมด จันทน์ขาวหรือจันทน์พม่า (พานิชย์ ยศปัญญา, 2560 อ้างถึง เต็ม, 2523) ไม้จันทน์หอม เป็นพันธุ์ไม้ที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เป็นไม้พระราชทานเพื่อปลูกเป็นมงคลในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย

กรมพระยาดำรงราชานุภาพจึงริเริ่มประดิษฐ์ออกมาในรูปแบบของดอกไม้เป็นช่อรวมกับรูปและเทียนเล็ก ๆ เพื่อความสวยงาม บางครั้งมีการใส่น้ำหอม น้ำปรุงลงไปในช่อดอกไม้ด้วย เพื่อทดแทนความหอมของดอกไม้จันทน์ และต่อมารวมความทันสมัยขึ้น โดยไม่ต้องใช้พินเผาเหมือนในสมัยก่อน จึงเป็นที่มาของการเรียกช่อดอกไม้ที่ใช้แทนพินนี้ว่า “ดอกไม้จันทน์” และได้ขยายการใช้ดอกไม้จันทน์ในหมู่สามัญชนและเริ่มมีธรรมเนียมการใช้ดอกไม้จันทน์ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เมื่อไม้จันทน์เริ่มหายากเป็นไม้สงวน จึงได้มีการนำไม้โมกมาแทนเนื่องจากมีลักษณะคล้ายกับไม้จันทน์มากที่สุด ต่อมาเมื่อไม้โมกมีราคาแพง จึงได้มีการเปลี่ยนไปใช้วัสดุที่หาง่ายและราคาถูกลงตามยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

ดอกไม้จันทน์ นำมาใช้ในการแสดงความเคารพแก่ผู้วายชนม์ ซึ่งอาจมีต้นเค้ามาจากการใช้ท่อนจันทน์เผาศพดังที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ ทรงสันนิษฐานในคราวที่เสด็จในงานพระศพกรมหมื่นอนุวัฒน์จตุรนต์ ความว่า “ในนั้นมีกำหนดให้จัดของตั้งถวายในการพระราชทานเพลิงศพ คือให้จัดรูปเทียนเข้าตอกดอกไม้กับท่อนจันทน์ นึกแปลเอาว่า รูปเทียนเข้าตอกดอกไม้สำหรับทรงขมาศพ ท่อนจันทน์เป็นพินสำหรับเผาศพ ภายหลังมาประดิษฐ์แก้ไขเป็นดอกไม้จันทน์ไปเสีย” สำหรับพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ณ มณฑลพิธีท้องสนามหลวง ระหว่างวันที่ 25 – 29 ตุลาคม 2560 สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดกิจกรรม “โครงการจิตอาสาประดิษฐ์ดอกไม้จันทน์พระราชทาน” ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เปิดโอกาสให้ประชาชนชาวไทยได้ร่วมทูลเกล้าฯ ถวายดอกไม้จันทน์ เพื่อแสดงความอาลัยเป็นครั้งสุดท้าย โดยมีการคัดสรรดอกไม้ที่มีความหมายลึกซึ้ง 7 ชนิด มาสาธิตเป็นต้นแบบ “7 ดอกไม้จันทน์พระราชทาน” ประกอบด้วย ดอกดารารัตน์ ดอกกุหลาบ ดอกพุดตาน ดอกลิลลี่ ดอกกล้วยไม้ ดอกชบาทิพย์ และดอกชบาแก้ว

### 4. ประวัติของกลุ่มดอกไม้จันทน์บ้านโนนสะอาด

กลุ่มดอกไม้จันทน์บ้านโนนสะอาด ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 ต.ดงมูลเหล็ก อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ อยู่ภายใต้การดูแลของ ผู้ใหญ่บ้านอรุณ ปิ่นนาง ซึ่งเป็นผู้นำชุมชน เริ่มก่อตั้งมาเมื่อปี พ.ศ. 2548 เพราะผู้ใหญ่ได้รับจ้างจัดงานมงคล และ อวมงคล แบบครบวงจร จึงอยากให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมด้วย โดยสอนให้สมาชิกในชุมชนทำโรงศพเพื่อจำหน่าย ในส่วนคุณอรุณ ปิ่นนาง ซึ่งเป็นภรรยาของผู้ใหญ่บ้านร่วมกับกับคนในชุมชนช่วงแรกจับกลุ่มทำดอกไม้จันทน์ ด้วยกันทั้งหมด 5 คน เพื่อให้ผู้สูงอายุมีรายได้เสริมนอกเหนือจากเงินที่ลูกหลานส่งมาให้ในแต่ละเดือน โดยผู้ใหญ่และ ภรรยาจะเป็นผู้รับซื้อทั้งหมด โดยการจัดตั้งกลุ่มนั้นไม่ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนแต่อย่างใด ปัจจุบันนี้มี สมาชิกในกลุ่มทั้งสิ้นจำนวน 11 คน รูปแบบดอกไม้จันทน์ของกลุ่มที่ทำในปัจจุบันนี้มีแบบเดียวคือ ดอกกุหลาบ เนื่องจากมีวิธีการทำที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคจำนวนมาก โดยสมาชิกในกลุ่มจะศึกษาวิธีการ ทำดอกไม้จันทน์จากนางอรศิริ ราชไมตรี เพราะเชี่ยวชาญในการทำดอกไม้ทุกประเภทเนื่องจากเคยรับจ้างทำงาน ประดิษฐ์ดอกไม้จากโรงงานมา ก่อนที่จะลาออกแล้วกลับมาอยู่ที่บ้าน โดยจะมีการทำทั้งดอกเดี่ยวและแบบช่อ ประธาน

**9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสาร ส่งกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน)**

การรวมกลุ่มของคนในชุมชนในการทำดอกไม้จันทน์ ซึ่งถือว่าสามารถสร้างเป็นอาชีพให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่ม สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ไม่สามารถออกไปทำงานอย่างอื่นได้ และรอเงินจากทางบุตรหลานที่ส่ง มาให้ในแต่ละเดือนและเงินช่วยเหลือจากรัฐบาลนั้น เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต แต่ทั้งนี้การจัดตั้งกลุ่มนั้นจะต้อง มีเงินทุนหมุนเวียนอย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนในส่วนการผลิตและการขยายกิจการ และต้องทราบถึงต้นทุนในการ ผลิต เพื่อกำหนดราคาขายให้คุ้มค่าต้นทุน ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายทางกลุ่มยังคงต้องรักษาฐานลูกค้าเดิม และยังต้องมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นโดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย ให้กับทางกลุ่มมากขึ้น

**10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)**

ไม่มี

**11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์**

การเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตของกลุ่มดอกไม้จันทน์ บ้านโนนสะอาด จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย โดยการนำข้อมูลจากปัญหามาเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาหรือป้องกัน เหตุการณ์ที่เกิดจากจุดบกพร่องในการดำเนินงาน ประกอบด้วย การบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านผลประโยชน์ ซึ่งทำให้สมาชิกในกลุ่มตระหนักถึงการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มด้านการผลิต โดยมีการวางแผนเกี่ยวกับปริมาณการผลิตต้องมีรอบระยะเวลาในการจำหน่ายที่ชัดเจนเพื่อป้องกันการขาดสภาพ คล่องของเงินทุน กระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ ในการกระจายผลผลิตออกจำหน่ายไปในหลายช่องทาง ทำให้ การสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

**12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)**

แบบสำรวจห้องค้ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2563

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์



### 1. ชื่อเรื่องการวิจัย

การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อเสริมทักษะและความรู้ดิจิทัลศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้สารสนเทศผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

Development of Infographic to Enhancing 21<sup>st</sup> Century Skills and Digital Knowledge in Information Literacy via Facebook

### 2. ลักษณะงานวิจัย

วิจัยเดี่ยว       วิจัยชุดโครงการ       อื่นๆ (ระบุ).....

3. ชื่อผู้วิจัย นางสาววิมลวรรณ วงศ์ศิริ.....สาขาวิชา .....คอมพิวเตอร์ธุรกิจ.....

ผู้วิจัยร่วม นางสาวชลลดา ม่วงธัญ.....สาขาวิชา.....คอมพิวเตอร์ธุรกิจ.....

4. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ 2563 จำนวน.....10,000.....บาท

### 5. ประเภทงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

งบประมาณแผ่นดิน       ทุนภายในจากคณะ       งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัย  
 แหล่งทุนอื่นๆ (ระบุ).....

### 6. รูปแบบการวิจัย

เชิงปริมาณ       เชิงคุณภาพ       การวิจัยแบบผสม       อื่นๆ (ระบุ).....

### 7. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกในการเสริมทักษะและความรู้ดิจิทัลศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้สารสนเทศผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

2. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทักษะและความรู้ดิจิทัลศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้สารสนเทศผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

### 8. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยสังเขป

งานวิจัยนี้ได้มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย ประกอบด้วย

8.1 แนวคิดเกี่ยวกับทักษะศตวรรษที่ 21

8.2 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ดิจิทัล

8.3 แนวคิดเกี่ยวกับพลเมืองดิจิทัล

8.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับสี

8.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ

8.6 แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก

**9. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้จากงานวิจัย (สำหรับคณะรวบรวมเพื่อจัดทำเป็นเอกสารสังเคราะห์องค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชน)**

ข้อค้นพบจากงานวิจัย พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจและให้ความสนใจในเรื่องของความน่าสนใจของสื่ออินโฟกราฟิกมากที่สุด รองลงมาคือ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร สีตัวอักษรและสีพื้นหลัง การใช้ภาพประกอบที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน และการจัดวางตัวอักษรที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

**10. ปัญหาที่พบในการวิจัย (ถ้ามี)**

-

**11. Outcome หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัย ที่ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการวิจัยได้ใช้ประโยชน์**  
สื่ออินโฟกราฟิกเสริมทักษะและความรู้ดิจิทัลศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้สารสนเทศจำนวน 4 ชั้น คือ

1. สื่ออินโฟกราฟิกเรื่อง การสืบค้นสารสนเทศ
2. สื่ออินโฟกราฟิกเรื่อง การประเมินความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล
3. สื่ออินโฟกราฟิกเรื่อง การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ
4. สื่ออินโฟกราฟิกเรื่อง จริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงและการใช้ข้อมูล

**12. การวิจัย ที่มีแผนต่อเนื่องจากการวิจัยนี้ (ถ้ามี)**

-



# การสังเคราะห์องค์ความรู้จากการวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ

ปีงบประมาณ 2563

