



วารสาร ศวท

ศิลปศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2568)

Volume 2 Issue 1 (January-April 2025)

LAS

**LIBERAL ARTS, SCIENCE
AND TECHNOLOGY
JOURNAL**

ISSN 3027-8929 (Online)

ศวท: ศิลปศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

LAS: Liberal Arts, Science and Technology

ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) 2568

Volume 2 Issue 1 (January-April) 2025

ที่ปรึกษา

คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

หม่อมหลวงพัชรภากร เทวกุล

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.จิระศักดิ์ มงคลเคหา

รองศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ระวี นิ่มน้อย

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย เหมือนโพธิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาร์ม อันอาดมงาม

กองบรรณาธิการ (ภายใน)

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพนธ์ วงศ์ฤกษ์ดี

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.สทนต์ เพชรศรี

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเดช เบิกฟ้า

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ รักษาศักดิ์ชัย

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภา ไช้สลาม

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรรัตน์ มงคลศิริวัฒนา

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา จตุรโกมล

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ ศรีเมือง

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ ไทยสม

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพจน์ ปิ่นทองดี

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนา ไม้หอม

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำรงค์ ถาวร

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปริญญ์ พัฒนวัฒน์พร

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทาริกา สระทองคำ

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชูดาพร สอนภักดี

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

อาจารย์ ดร.ไข่มุกด์ วิกรัยศักดิ์ดา

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

กองบรรณาธิการ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระชัย ฐานันันต์

(มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา โพธิ์เยี่ยม

(สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง)

รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญญรัตน์ จิตรพิระ

(มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา)

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ภูเจริญศิลป์

(มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.พงศกร เมธีธรรม

(มหาวิทยาลัยนเรศวร)

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกาศิต สิทธิธิดิกุล

(มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.เสนห์ ทองรินทร์

(มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑิรา ยุติธรรม

(มหาวิทยาลัยมหิดล)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิตชัย ปิมแปง

(มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งทิพา ชิตทอง

(มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การันต์ บ่อบัวทอง

(มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เทพ หาญพัฒนากิจ

(มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญชนก ไชยรินทร์

(มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จวงจันทร์ จำปาทอง

(มหาวิทยาลัยนเรศวร)

อาจารย์ ดร.กฤษฎา ดิเรกวัฒนะ

(มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

อาจารย์ ดร.นาฏอนงค์ นามบุตดี

(มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)

อาจารย์ ดร.นริชญา ทองกลาง

(มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง)

อาจารย์ ดร.พรทิพย์ บุญศรี

(มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)

อาจารย์ ดร.มุฮัมมัด นิยมเดชา

(มหาวิทยาลัยศิลปากร)

คุณกิตติยุทธ ปันฉาย

(สำนักวิจัยและอนุรักษ์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ กระทรวง

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)

Professor Dr.Yilin Sun

(Seattle Colleges, USA)

Professor Paul Kei Matsuda

(Arizona State University, USA)

Associate Professor Dr.Will Baker

(University of Southampton, England)

Associate Professor Dr.Pham Vu Phi Ho

(Van Lang University, Vietnam)

Assistant Professor Dr. Shahzada Qamar Hussain

(University Islamabad, Pakistan)

Dr.Dang Vinh Quang

(Vietnam National University, Vietnam)

Dr.Chatchai Rodwihok

(Konkuk University, Republic of Korea)

Dr.Peter Mickan

(University of Adelaide, Australia)

Dr.Junjira Tanum

(Yonsei University, Republic of Korea)

ฝ่ายเลขานุการวารสาร

นางสาวจิณณพัต ชื่นขมน้อย

นางสาวกัลยกร สิบแอง

นายสถาพร ไชยสมภาร

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เลขที่ 1 หมู่ 6 ต.กำแพงแสน อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม 73140

☎ โทรศัพท์ 034300481; โทรสาร 034351402

✉ Jinnaput.c@ku.th

Website: <https://li04.tci-thaijo.org/index.php/art-science>

สารบัญ

1. ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปาก พฤติกรรมการดูแลช่องปากของผู้ปกครอง และสถานะสุขภาพช่องปากของบุตรปฐมวัยในโรงเรียนประถมศึกษาเทศบาลนครตรัง	1
ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ศิวพร สุนทรีวงศ์, หทัยกาญจน์ ยางศรี, สุรีย์ จันทรมณี, ณฐา เมธาบุษยาธร	
2. พฤติกรรมการทานอาหารและนิสัยของชาวไรซ์เบอร์รี่ที่หมักกับเห็ดแครง	14
อรุณรักษ์ รมรัตน์, สุดาวรรณ วิเศษสิงห์, กษิตศ เต็ดขาด	
3. พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	20
จุฑามาศ เสาร์แก้ว, กฤษฎา ดิเรกวัฒนะ	
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	30
ปลื้มกมล จันทศรี, พชรินทร์ เดิมประโคน, วรรัตน์ ชาเมืองกุล, สราญค์ พรนภาลัย, ภัทรดนัย โคตรศรี	
5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในเขตพื้นที่เกาะลัน จังหวัดชลบุรี	38
กิตติญาพร มาตรวังแสง, ธัญชนก อ่ำลอย, ปรีศนา แสนทอง, รชต จรดล, บริสุทธิ์ แสนคำ	
6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง ของสตรีวัยทำงานจังหวัดสุพรรณบุรี	50
ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม	

Table of contents

1. Association Between Oral Health Values and Oral Health Care Behaviors of Pre-school Children's Guardians and Oral Health Status of Pre-school Children in Elementary Schools, Trang Municipality, Trang Province Prapapen Suwan, Siwaporn Suntareevongs, Hathaikarn Yangsri, Suree Chantamolee, Natha Methabutsayathon	1
2. Antioxidant property of riceberry fermented by <i>Schizophyllum commune</i> Urarux Romruen, Sudawan Visetsing, Kasidid Dadhkad	14
3. Online Banking Usage Behavior and Marketing Factors Influencing Online Banking Service Usage Among Undergraduate Students at Chiang Mai University Juthamat Saokaew, Kritsada Direkwattana	20
4. Factors Affecting the Choice of Garden Cafes in Sam Phran, Nakhon Pathom Peumkamol Chansri, Phatcharin Deomprakhon, Worarut Chamaungkool, Sarang Pornnapalai, Pattharadanai khotsri	30
5. Factors Affecting the Motives of Gen Z Group in Making Decisions about Ecotourism Travel in the Koh Lan Area, Chonburi Province Kittiyaporn Martwangseang, Thanchanok Amloi, Pritsana Santong, Rachata Joradol, Borisuth Saenkam	38
6. Factors Affecting to Breast Cancer Self-examination Screening Behaviors among Women Workers, Suphan Buri Province Tipsukhon Srilatham	50

บทความวิจัย (Research Article)

ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปาก พฤติกรรมการดูแลช่องปากของ
ผู้ปกครองและสถานะสุขภาพช่องปากของบุตรปฐมวัยในโรงเรียนประถมศึกษา
เทศบาลนครตรัง

Association Between Oral Health Values and Oral Health Care
Behaviors of Pre-school Children's Guardians and Oral Health
Status of Pre-school Children in Elementary Schools,

Trang Municipality, Trang Province

ประภาเพ็ญ สุวรรณ^{1*}, ศิวพร สุนทรีวงศ์², หทัยกาญจน์ ยางศรี³,

สุรีย์ จันทรมาลี¹, ณฐา เมธาบุษยาร¹

¹ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

² เทศบาลนครตรัง

³ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ปังกาฬ

Prapapen Suwan^{1*}, Siwaporn Suntareevongs², Hathaikarn Yangsri³,

Suree Chantamolee¹, Natha Methabutsayathon¹

¹City-Municipal Office, Trang Province

²Graduate School, Western University, Pathum Thani Province

³Provincial Public Health Office, Bungkarn Province

*Corresponding author

E-mail address: Prapapens@gmail.com

Received: 06/12/2024; Revised: 17/01/2025; Accepted: 29/01/2025

คำสำคัญ

ค่านิยมสุขภาพช่องปาก,
พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่อง
ปาก,
สถานะสุขภาพช่องปาก

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปาก และพฤติกรรมการดูแลช่องปากของผู้ปกครองกับสถานะสุขภาพช่องปากของบุตร ในโรงเรียนประถมศึกษาที่เป็นศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในจังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้ปกครองเด็กเล็กจำนวนทั้งหมด 145 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ให้ กลุ่มตัวอย่างตอบเอง การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบ Chi-square ผลการศึกษา ร้อยละ 71.0 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นมารดาของเด็ก ประมาณ ครึ่งหนึ่งมีความเห็นว่าสถานะสุขภาพช่องปากของตนเองนั้นอยู่ในระดับ “พอใช้” และหนึ่งในสี่เห็นว่าอยู่ในระดับ “ดี” และร้อยละเท่ากันนี้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานะสุขภาพช่อง

ปากของบุตรของตน ร้อยละ 60 ของผู้ปกครองระบุว่าบุตรของตนเคยมีปัญหาฟันผุและปวดฟัน พบว่า ผู้ปกครองหนึ่งในสี่มีค่านิยมสุขภาพช่องปากในระดับ “สูง” ผลการตรวจสุขภาพช่องปากเด็ก ณ วันที่สัมภาษณ์ผู้ปกครองโดยรวมข้อมูลจากการตรวจโดยทันตอนามัยพบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของเด็กมีสุขภาพช่องปากในระดับ “ดี” ที่เหลือจะมีปัญหาที่ต้องดูแล พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากกับตัวแปรด้านเพศ อายุ และพฤติกรรมการปฏิบัติในการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองที่เกี่ยวกับระยะเวลาการแปรงฟัน การบ้วนปากหลังรับประทานอาหาร การไปพบทันตแพทย์อย่างสม่ำเสมอ การไปรับบริการที่คลินิกทันตแพทย์ การหาความรู้เกี่ยวกับสุขภาพช่องปาก และสถานสุขภาพช่องปากของเด็กจากการตรวจ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของการพัฒนาความรู้สุขภาพช่องปากของเด็กวัยก่อนเรียนให้กับพ่อ-แม่/ผู้ปกครองของเด็ก ความรอบรู้สุขภาพช่องปากและพฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของพ่อ-แม่/ผู้ปกครองจะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำนายพฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากที่พ่อ-แม่/ผู้ปกครองจะให้กับเด็ก และสถานะสุขภาพช่องปากของเด็ก เทศบาลนครตรังและหน่วยงานที่รับผิดชอบ ศูนย์ดูแลเด็กเล็กหรือโรงเรียนอนุบาล ควรจะได้หาวิธีการที่จะพัฒนาความรู้ทันตสุขภาพให้กับพ่อ-แม่/ผู้ปกครอง/ผู้ดูแลเด็กเล็กเพื่อสุขภาพช่องปากที่ดีของเด็ก

KEYWORDS

Oral health value,
oral health care behaviors,
oral health status

ABSTRACT

This descriptive survey research was aimed to study the association between oral health values and oral health care behaviors of the guardians of preschool children and their children's oral health status in one Preschool-Care Center, Trang Province. The samples consisted of 149 guardians and a set of self-administered questionnaires was used for data collection. Descriptive statistics and Chi-square test were used for data analysis. The results showed that 71.00% of the samples were children's mothers. About half of the samples indicated that they have a "moderate" level of their oral health status while one-fourth indicated a "good" condition of their oral health status. The similar findings were found in regard to the samples' perceptions about their children's oral health status. Sixty percent of the samples indicated that their children have ever had dental caries and toothache. Approximately one-fourth of them hold a "high" level of oral health value. Oral health status of the children as checked by school dental hygienists showed that one-fourth of them was found to be "good" condition while the rest needs to be taken care. Significant association was found between the sampled guardians' oral health values and the following variables: sex, age, time duration used for brushing teeth, mouth cleaning after a meal, regular dental prophylaxis (decalcifying), regular dental-clinic visit, dental health information seeking, and children's oral health status through dental health check-up. The research results pointed out to the

need and importance of developing oral health literacy among pre-school children's guardians. Guardians' oral health literacy and their oral health care behaviors provided for their children are the important predictors of children's oral health status. Thus, Trang Province municipality and the organizations responsible for Child Care Centers and of kindergarten schools should develop a program for oral health literacy of preschool children for children's guardians in order to get healthy oral health status of pre-school children.

1. บทนำ

ปัญหาสาธารณสุขปัญหาหนึ่งของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกคือปัญหาสุขภาพช่องปาก ซึ่งมีความสำคัญต่อสุขภาพด้านอื่น ๆ โดยรวมของประชาชนทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคม รวมถึงคุณภาพชีวิตด้านอื่น ๆ องค์การอนามัยโลกได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมสุขภาพช่องปาก การป้องกันโรค รักษาโรคและฟื้นฟูสุขภาพช่องปากอย่างสม่ำเสมอและเป็นเวลายาวนานและต่อเนื่อง (WHO, 2023)

สำนักทันตสาธารณสุข กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้มีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนไทยมีสุขภาพช่องปากที่ดีอย่างต่อเนื่องและตลอดมาแต่ก็พบว่าประชาชนไทยเป็นโรคฟันผุและเหงือกอักเสบในอัตราที่สูงและข้อมูลจากสถิติการให้บริการทันตกรรมตามสาขาเฉพาะทางของทันตกรรมของสถาบันทันตกรรม กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2564-2565 นั้น พบว่า งานทันตกรรมหัตถการซึ่งเกี่ยวกับการอุดฟันและบูรณะฟันจากโรคฟันผุและงานทันตกรรมปริทันต์ คือ การรักษาโรคเหงือกเป็นงานที่ปฏิบัติสูงสุดเมื่อเทียบกับงานด้านอื่น (23,569, 25,358, 14,980 และ 12,853 และ 9,970, 12,541, 6,559 และ 6,331 ตามลำดับ) (สำนักทันตสาธารณสุข กรมอนามัย, 2561)

ข้อมูลจากการสำรวจของสำนักทันตสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเกี่ยวกับสภาวะสุขภาพช่องปากของประชาชนไทย พ.ศ. 2561 พบว่า ในเด็กไทยอายุ 5 ปี เริ่มมีฟันผุระยะเริ่มต้น ร้อยละ 31.3 ความชุกของโรคฟันผุร้อยละ 75.6 และค่าเฉลี่ยฟันผุถาวร และอุดอยู่ที่ 4.5 ซี่/คน และสถานการณ์ปัญหานี้พบสูงสุดในเขตภาคใต้และภาคเหนือ (80.2% และ 78.3% ตามลำดับ ด้วยค่าเฉลี่ยฟันผุ ถาวร และอุดในกลุ่มเด็กอายุ 5 ปี เท่ากับ 5.1 และ 4.4 ซี่/คน) และ พบว่าเด็กเริ่มมีฟันผุ ตั้งแต่อายุ 9 เดือน และในเด็กอายุ 3 ปี มีฟันผุเฉลี่ย 3 ซี่/คน

เทศบาลนครตรังมีโรงเรียนระดับอนุบาลที่ต้องดูแลในเขตรับผิดชอบของศูนย์บริการสาธารณสุขระดับอนุบาล 4 แห่ง รวมจำนวนนักเรียนทั้งหมด 529 คน ในปีการศึกษา 2564 จากการตรวจฟัน 499 ราย พบมีฟันผุ 315 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.13, ร้อยละ 51.52, และฟันน้ำนมผุ ร้อยละ 36.25 และฟันแท้ผุ ร้อยละ 63.75 ในปี พ.ศ. 2565 และ 2566-2567 ตามลำดับ (เทศบาลนครตรัง, 2565-2567) โรคฟันผุในเด็กปฐมวัยเป็นปัญหาสำคัญของเทศบาลนครตรังมาเป็นเวลานานแล้ว ประจวบกับความต้องการในการพัฒนาบริการทันตสุขภาพของประชาชนโดยเฉพาะในวัยก่อนเรียน เป็นนโยบายสำคัญของเทศบาลนครตรัง ผู้ร่วมวิจัยท่านหนึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในเทศบาลนครตรังและมีความสนใจอย่างมากที่จะให้มีการปรับปรุงและแก้ปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัยโดยการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังและผูกพันกับพ่อ-แม่/ผู้ปกครองเด็ก โรงเรียนอนุบาลที่ดูแลเด็กปฐมวัยและหน่วยงานบริการทันตสาธารณสุขของเทศบาลนครตรังจึงสนใจที่จะศึกษาข้อมูลเบื้องต้นอันจะนำไปสู่ความร่วมมือในการป้องกันปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัย โดยดำเนินการวิจัยเรื่องนี้เพื่อจะได้วางแผนดำเนินงานพัฒนาสุขภาพช่องปากของเด็กเล็กในโรงเรียนที่อยู่ในความรับผิดชอบของเทศบาลนครตรังต่อไป

จากลักษณะของปัญหาการให้บริการทันตกรรมที่พบมากในการให้บริการในประเด็นดังกล่าวข้างบนและปัญหาทันตสุขภาพและช่องปากของเด็กวัย 3-5 ขวบ ดังกล่าวมาแล้วนั้น เป็นภาวะของสุขภาพช่องปากที่จะสามารถแก้ไขได้หากประชาชนได้ปฏิบัติเพื่อการป้องกันปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กได้ถูกต้องตั้งแต่เด็กเริ่มมีฟันขึ้นครั้งแรก และบุคคลที่จะต้องทำหน้าที่รับผิดชอบ

ในการปลูกฝังฝึกฝนและดูแลการส่งเสริมสุขภาพช่องปากของบุตรหรือเด็กในความดูแลของตนเองคือตัวพ่อแม่ รวมถึงผู้ดูแลเด็กก็จะต้องปฏิบัติตัวเป็นตัวอย่างหรือแบบอย่างที่ดีและถูกต้องให้กับบุตรหลานของตนอย่างสม่ำเสมอ

ตามหลัก/ทฤษฎีการเรียนรู้ในเด็กวัยเริ่มแรกและเด็กก่อนวัยเรียนหรือเด็กปฐมวัย (วัยก่อนเรียนอายุ 3-5 ปี) เป็นวัยที่มีความสำคัญในการปูพื้นฐานที่สำคัญของชีวิต ความมั่นคงในชีวิตเริ่มตั้งแต่หลังคลอดจนถึงวัยเรียนซึ่งเด็กจะต้องอยู่กับพ่อ-แม่หรือผู้เลี้ยงดู ดังนั้นจึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่สุดที่พ่อ-แม่จะได้ปลูกฝังความคิดและการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมสุขภาพช่องปากของบุตรของตน นอกเหนือจากความคิดและการปฏิบัติด้านอื่น ๆ ที่จะเป็ต้นทุนชีวิตสำหรับการเจริญเติบโตและการพัฒนาการให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีความสามารถช่วยเหลือตนเองดูแลตนเองเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีในอนาคต

ประเด็นการเรียนรู้ของเด็กในช่วงก่อนวัยเรียนเกี่ยวกับการเลียนแบบพฤติกรรมรวมถึงความคิดเห็นความเชื่อของคนที่ตนเองรักและเคารพนั้นจะเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี ซึ่งรวมถึงการเลียนแบบพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น การแปรงฟัน การดูแลปากและฟันให้สะอาดเป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบของ De Castilho et al. (2013) เกี่ยวกับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมในครอบครัวที่มีผลต่อสุขภาพช่องปากของเด็กในครอบครัว ซึ่งได้ทบทวนวรรณกรรม 13 เรื่องจากทั้งหมด 318 เรื่อง คณะผู้วิจัยได้สรุปว่านิสัยการปฏิบัติตัวในการดูแลสุขภาพช่องปากของพ่อ-แม่ (Parents' dental health habits) มีอิทธิพลต่อสุขภาพช่องปากของเด็กโดยเฉพาะอย่างยิ่งมารดาจะมีบทบาทสำคัญที่สุดในการพัฒนาและสร้างเสริมนิสัยเพื่อการมีสุขภาพช่องปากที่ดีของเด็ก

จากข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กวัยก่อนเรียนและความสามารถในการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ของเด็กชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของพ่อ-แม่ผู้เลี้ยงดูเด็ก ที่จะสามารถให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้เด็กวัยก่อนเรียนสามารถปฏิบัติตัวได้ถูกต้องและมีสุขภาพช่องปากที่สมบูรณ์ หนึ่งในกระบวนการเรียนรู้ของเด็กวัยก่อนเรียนเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพช่องปากต้องการแบบอย่างที่ดีถูกต้อง คำแนะนำที่ทำให้เด็กได้เกิดความเข้าใจอย่างมีเหตุผลตามวัยของเด็กเป็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพช่องปากของตน พฤติกรรมการปฏิบัติของพ่อ-แม่/ผู้ดูแลเด็กปฐมวัยเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพช่องปากของตนเอง และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ค่านิยมต่อสุขภาพของพ่อ-แม่/ผู้ดูแล น่าจะมีส่วนในการปฏิบัติพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัยในความดูแลของตน ซึ่งแนวทางการปฏิบัติเพื่อจัดกิจกรรมสอดแทรก (Interventions) ในการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กจะต้องอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหลายด้าน โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับบุคคลที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเด็กปฐมวัยมากที่สุด ซึ่งก็คือพ่อ-แม่/ผู้ปกครองของเด็ก ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากและค่านิยมด้านสุขภาพของพ่อ-แม่/ผู้ปกครองและสถานะสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัยในความดูแลของตน ซึ่งจะเป็นข้อพิสูจน์ว่าพ่อ-แม่/ผู้ปกครองได้ดูแลสุขภาพช่องปากบุตรของตนอย่างไร ถูกต้องมากน้อยแค่ไหน

เหตุผลหนึ่งที่คัดสรรคัตวแปรค่านิยมสุขภาพของพ่อ-แม่/ผู้ปกครองมาศึกษาครั้งนี้ก็เพราะตามทฤษฎีพฤติกรรมสุขภาพแล้วปัจจัยภายในของบุคคลมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติด้านสุขภาพ โดยเฉพาะปัจจัยด้านค่านิยม (Value) ซึ่งนักจิตวิทยาและนักพฤติกรรมศาสตร์ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยนี้เป็นอย่างมากแต่ก็ไม่ค่อยมีการศึกษาปัจจัยนี้มากนัก อาจจะเป็นด้วยเหตุผลที่ยังไม่เป็นที่เข้าใจอย่างแพร่หลายเกี่ยวกับตัวแปรนี้ การศึกษาเรื่องค่านิยมนี้จึงมักจะถูกมองข้ามหรืออาจจะไม่ถูกประเมินค่าอย่างเหมาะสมและพบว่าการศึกษาน้อยมากในด้านของการวิจัยด้านสุขภาพ (Smith and Wallston, 1992) ค่านิยม หมายถึง ผลรวมของความคิดความเชื่อของบุคคล สิ่งที่ตนปรารถนาจะได้ จะเป็นความรู้สึกว่าสิ่งหนึ่งนั้นมีความสำคัญเป็นที่ยอมรับและพร้อมที่จะปฏิบัติตามสิ่งที่ให้ค่านั้นได้ผ่านการประเมินค่าอย่างรอบคอบอย่างอิสระเสรีเปรียบเสมือนทางเสือเืองที่จะนำไปสู่สิ่งที่ตั้งใจไว้และเป็นสิ่งที่บุคคลปฏิบัติหรือมีพฤติกรรมตามค่าที่ตนให้ค่าสูงที่สุดนั้นอย่างสม่ำเสมอและเป็นนิสัย (Rokeach, 1973; Rath et al., 1978; Smith and Wallston, 1992) นอกจากนี้ในด้านการศึกษาได้มีการเน้นการเสริมสร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้กับเด็กทุกวัยเพื่อจะช่วยให้เด็กได้เติบโตอย่างมีคุณภาพมีการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม ดังจะเห็นได้จากแนวคิดหลัก (Concept) ในการจัดการศึกษาของ Bloom (1956) ที่ได้กล่าวว่า การเรียนรู้ของผู้เรียนคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใน 3 องค์ประกอบคือ ความรู้คิด (Cognition) ทศคนคติและค่านิยม (Affection) และการปฏิบัติ (Psychomotor) ซึ่งแนวคิดนี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ในการจัดการศึกษาให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ ขององค์การทางการศึกษาหรือที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการศึกษาของประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงด้านสาธารณสุขที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมและการปฏิบัติหรือพฤติกรรมสุขภาพ การศึกษาเรื่องนี้

จึงได้ศึกษาตัวแปรด้านค่านิยมสุขภาพช่องปากของพ่อ-แม่/ผู้ปกครองของเด็กปฐมวัย ซึ่งน่าจะสัมพันธ์กับผลลัพธ์ทางสุขภาพช่องปากที่เกิดขึ้นกับเด็กของพ่อ-แม่/ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างและมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของกลุ่มตัวอย่าง พ่อ-แม่ด้วยและผลลัพธ์ของความสัมพันธ์นี้จะป็นองค์ความรู้เบื้องต้นเพื่อนำร่องและองค์ความรู้ใหม่ด้านค่านิยมสุขภาพกับการปฏิบัติ อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพด้านต่าง ๆ ของประชาชนไทยต่อไปด้วย

1.1 วัตถุประสงค์

1. ค่านิยมด้านสุขภาพช่องปากของบิดา-มารดา/ผู้ปกครองของเด็กอนุบาล โรงเรียนประถมศึกษาเทศบาลนครตรัง
2. พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองของเด็กอนุบาลชั้นปีที่ โรงเรียนประถมศึกษา เทศบาลนครตรัง
3. สถานสุขภาพช่องปากของเด็กอนุบาลของโรงเรียนประถมศึกษา เทศบาลนครตรัง
4. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านค่านิยมสุขภาพช่องปากของบิดา-มารดา/ผู้ปกครอง, พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปาก

ของผู้ปกครองและสถานะสุขภาพช่องปากของเด็กอนุบาล โรงเรียนประถมศึกษา เทศบาลนครตรัง

1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ตามแนวคิดทางการจัดการศึกษาของ Bloom (1956) ได้เน้นการเกิดการเรียนรู้หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของปัจจัยสำคัญ 3 อย่างคือ 1) ความคิด/ความเชื่อ (Cognitive Domain) 2) ความรู้สึก/ทัศนคติ/ค่านิยม (Affective Domain) และ 3) การปฏิบัติ การศึกษาค่านิยมเป็นสิ่งสำคัญแต่ไม่ค่อยได้ศึกษากันมากนักงานวิจัยนี้ จึงสนใจที่จะศึกษาค่านิยมด้านการดูแลสุขภาพช่องปากของมารดาเด็กวัยก่อนเรียน ซึ่งด้านพฤติกรรมศาสตร์ถือว่าเป็นปัจจัยด้านค่านิยมสุขภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะบอกทิศทางหรือแนวทางการปฏิบัติพฤติกรรมของบุคคลและการปฏิบัติพฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของมารดาเด็กและค่านิยมของมารดาจะเป็นสิ่งที่สามารถคาดคะเนผลลัพธ์ทางสุขภาพช่องปากของเด็กได้เป็นอย่างดี

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปาก พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองและสถานะสุขภาพช่องปากของบุตร/หลาน/เด็กปฐมวัยในโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดเทศบาลนครตรัง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Survey Research: A case study) กรณีศึกษาในโรงเรียนสังกัดเทศบาลนครตรัง

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พ่อแม่/ผู้ปกครองของนักเรียนอนุบาลแห่งหนึ่งจำนวน 149 คน ซึ่งทุกคนในท้องที่มาเรียนในวันที่เก็บรวบรวมข้อมูลและเด็กนักเรียนจำนวน 149 คน กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ พ่อ-แม่/ผู้ปกครองของนักเรียน 149 คน และเด็กนักเรียนชั้นอนุบาล 1-3 จำนวน 149 คน

2.2 การพิทักษ์สิทธิ์และการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการเก็บข้อมูลจนถึงการวิเคราะห์ นำเสนอข้อมูลและผลการวิจัยโดยได้แจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลได้ทราบถึงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการเก็บข้อมูล หากกลุ่มตัวอย่างมีข้อคำถามหรือไม่สะดวกใจที่จะตอบ กลุ่มตัวอย่างมีอิสระที่จะไม่ตอบโดยไม่ต้องบอกเหตุผลและสามารถสอบถามข้อข้องใจกับผู้วิจัยได้และจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างทุกคนได้รับทราบข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัยและยินยอมเข้าร่วมวิจัยโดยได้ลงนามในแบบฟอร์มการยินยอมตน

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างตอบเองและแบบบันทึกข้อมูลสุขภาพช่องปากของเด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่างซึ่งบันทึกโดยผู้ช่วยวิจัยจากผลการตรวจสุขภาพช่องปากของนักเรียน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ข้อคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบและเติมคำในช่องว่าง ประกอบด้วยคำถามจำนวน 10 ข้อ เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ความสัมพันธ์กับเด็ก ความคิดเห็นต่อสุขภาพช่องปากของบุตรและผู้ปกครอง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำนวณเกี่ยวกับสุขภาพช่องปาก แบบสอบถามส่วนนี้ ประกอบด้วย ข้อความเกี่ยวกับค่านิยมด้านสุขภาพช่องปาก จำนวน 12 ข้อความ ลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าคะแนน 1-5 สร้างตามหลักการการสร้างของ Likert ประกอบด้วย ข้อความ ด้านบวกและด้านลบ ซึ่งการให้คะแนนจะตรงกันข้ามกันซึ่งความบวกจะให้คะแนน เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 คะแนน, เห็นด้วย 4 คะแนน, ไม่แน่ใจ 3 คะแนน, ไม่เห็นด้วย 2 คะแนน, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1 คะแนน เครื่องมือวัดค่านิยมสุขภาพช่องปากสร้างโดยคณะผู้วิจัยโดยดัดแปลงจากมาตราส่วนประมาณค่า Oral Health Values Scale ที่สร้างโดย Edward et al. (2021) ซึ่งจากการสร้างเครื่องมือนี้ได้ค่า Internal consistency, $\alpha = 0.84$ และค่า Content validity สูงเป็นที่ยอมรับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของบิดา-มารดา/ผู้ปกครอง ประกอบด้วย ข้อความเกี่ยวกับการปฏิบัติในการดูแลสุขภาพช่องปากเกี่ยวกับการแปรงฟัน การใช้ไหมขัดฟัน การใช้ยาบ้วนปาก ประเภทยาที่ฟันที่ใช้ การตรวจสุขภาพช่องปากกับทันตแพทย์ เป็นต้น โดยใช้แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น

ส่วนที่ 4 ผลการตรวจสุขภาพช่องปากของเด็ก เช่น การบันทึกข้อมูลจากผลการตรวจสุขภาพช่องปากของเด็กที่อยูในการดูแลของพ่อ-แม่/ผู้ปกครองกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งข้อมูลนี้บันทึกโดยผู้ช่วยวิจัยที่ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพ่อ-แม่/ผู้ปกครอง

2.4 การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เมื่อสร้างแบบสอบถามแล้วคณะผู้วิจัยได้ทำการทดสอบกับกลุ่มมารดาของเด็กวัยก่อนเรียนในโรงเรียนแห่งหนึ่งของจังหวัดตรัง จำนวน 30 คน เพื่อสอบถามความเข้าใจในคำถามและข้ออธิบาย/ข้อคำถามต่าง ๆ และได้มาปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้นก่อนจะนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มัธยฐาน พิสัย และค่าเฉลี่ย วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยวิเคราะห์ค่า Chi-square Test

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ร้อยละ 77.85 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครอง เป็นเพศหญิง ประมาณครึ่งหนึ่งมีอายุ 31-40 ปี และร้อยละ 34.90 อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุเฉลี่ยของผู้ปกครอง คือ 35 ปี เกี่ยวกับการศึกษา พบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและประมาณร้อยละ 20 จบปริญญาตรีและสูงกว่า ประมาณร้อยละ 64 ของผู้ปกครองมีอาชีพค้าขายและรับจ้างทั่วไป และร้อยละ 4.03 มีอาชีพรับราชการ และผู้ปกครองร้อยละ 71 เป็นแม่ของเด็ก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานะสุขภาพช่องปาก

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองและของบุตรในความดูแลของตนแสดงในตารางที่ 1 พบว่า ร้อยละ 26.85 เห็นว่าสุขภาพช่องปากของตนเองอยู่ในระดับ “ดี” ร้อยละ 62.42 และ 10.74 เห็นว่าสุขภาพช่องปากของตนอยู่ในระดับ “พอใช้” และ “ไม่ดี” ตามลำดับ ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานะสุขภาพช่องปากของบุตร ร้อยละ 36.24 และ 48.99 เห็นว่าสถานะสุขภาพช่องปากของบุตรอยู่ในระดับ “ดี” และ “พอใช้” ตามลำดับ และร้อยละ 14.77 เห็นว่า “ไม่ดี”

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ปกครองเด็กปฐมวัยจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพช่องปากของตนเองและของเด็กปฐมวัยของตน (n = 149)

n = ระดับความคิดเห็นต่อสุขภาพ

ผู้ปกครอง/บุตรหลาน	ระดับความคิดเห็นต่อสุขภาพ		
	ดี n (%)	พอใช้ n (%)	ไม่ดี n (%)
สุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง	40 (26.85%)	93 (62.42%)	16 (10.74%)
สุขภาพช่องปากของ บุตร-หลาน	54 (36.24%)	73 (48.99%)	22 (14.77%)

ปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กในปกครองและการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็ก

พบว่า ร้อยละ 53.02 ของผู้ปกครองระบุว่าเด็กในปกครอง “เคยมีฟันผุ” ร้อยละ 6.71 ระบุว่า “เคยปวดฟันแต่ไม่เคยผุ” ขณะที่ ร้อยละ 40.27 ของผู้ปกครองตอบว่าเด็ก “ไม่เคยมีฟันผุ” เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กในปกครองประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มผู้ปกครองได้ดูแลสุขภาพช่องปากของเด็ก “เป็นอย่างดี” และประมาณอีกครึ่งหนึ่งได้ “ดูแลพอใช้” และ “ดูแลน้อยมาก” และเกี่ยวกับความต้องการที่จะมีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กเล็ก (อายุ 3-5 ขวบ) พบว่า ร้อยละสูง (75.17%) ระบุว่า “ต้องการ” และร้อยละ 24.83 ระบุว่า “ไม่ต้องการเพราะมีความรู้เพียงพอ” รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ปกครองจำแนกตามการเคยมีปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กในปกครอง การดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กโดยผู้ปกครอง และการต้องการความรู้เพิ่มเติม

(n = 149)

ปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็ก	n	%
1. ปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็ก		
เคยมีฟันผุ	79	53.02
ไม่เคยมีฟันผุ	60	40.27
เคยปวดฟันแต่ไม่เคยผุ	10	6.71
2. ระดับการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็ก		
ดูแลอย่างดี	68	45.64
ดูแลพอใช้	75	50.34
ดูแลน้อยมาก	6	4.03
3. ความต้องการมีความรู้เพิ่มเติม		
ต้องการ	112	75.17
ไม่ต้องการ	37	24.83

ค่านิยมเกี่ยวกับสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง

ร้อยละที่สูงของกลุ่มผู้ปกครองให้ค่าสูงต่อความสำคัญของสุขภาพช่องปากและการไปพบทันตแพทย์เมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับฟันหรือเหงือกร้อยละ 54.36 และ 43.62 ตอบว่า “เห็นด้วย” และร้อยละ 56.38 และ 45.64 ตอบว่า “เห็นด้วยอย่างมาก” และไม่มีผู้ตอบว่า “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง”, “ไม่เห็นด้วย”, และ “ไม่แน่ใจ” แต่ในการให้ค่าต่อความสำคัญของการไปพบทันตแพทย์, ความสำคัญของการใช้ไหมทำความสะอาดฟัน, ความคิดเห็นต่อการมีฟันปลอม ประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญ และประมาณอีกครึ่งหนึ่ง “ไม่เห็นด้วย” และ “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” และร้อยละ 14.77-39.60 ตอบว่า “ไม่แน่ใจ”

เมื่อแปรระดับของค่านิยมสุขภาพช่องปากออกเป็นระดับ พบว่า ร้อยละ 21.48 มีระดับค่านิยมสุขภาพช่องปากระดับ “สูง” และร้อยละ 78.52 มีระดับค่านิยมสุขภาพช่องปากระดับ “ปานกลาง” ส่วนระดับ “ต่ำ” นั้น ไม่มี รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ปกครองเด็กปฐมวัยแยกตามระดับค่านิยมสุขภาพช่องปาก

(n = 149)

ระดับค่านิยมสุขภาพช่องปาก	n	(%)
สูง	32	21.48%
ปานกลาง	117	78.52%
ต่ำ	0	0.00%

ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากกับคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองเด็กวัยก่อนเรียนกับคุณลักษณะทั่วไปโดยใช้ Chi-square Test พบว่า เพศและการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครองสัมพันธ์กับค่านิยมของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญ .05 และไม่พบความสัมพันธ์ของค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองกับตัวแปรข้อมูลทั่วไปอื่น ๆ และพบว่าเพศหญิงมีค่านิยมระดับ “สูง” ด้านสุขภาพช่องปากสูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และผู้ปกครองกลุ่มที่จบมัธยมศึกษาจะมีระดับค่านิยม “ปานกลาง” และระดับ “สูง” มากกว่ากลุ่มที่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง

เกี่ยวกับพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง พบว่า ร้อยละส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ถูกต้องเกี่ยวกับ ความบ่อยในการแปรงฟัน และวิธีแปรงฟันและระยะเวลาที่ใช้ในการแปรงฟันในแต่ละครั้ง สำหรับในด้านการใช้ทำความสะอาดฟัน ได้แก่ การใช้ไหมขัดฟัน การใช้ไม้จิ้มฟัน การบ้วนปากหลังรับประทานอาหารและการใช้น้ำยาบ้วนปาก แต่พบว่าประมาณร้อยละ 80 ไม่เคยใช้ไหมขัดฟัน ร้อยละ 90 ใช้เวลาแปรงฟันได้เหมาะสมตามคำแนะนำของกองทันตสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุขคือ 2 นาที แต่ในด้านการใช้ไหมขัดฟัน ร้อยละ 77.18 ไม่เคยใช้หรือนาน ๆ ใช้ไหมขัดฟันและประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ปกครองเด็กใช้น้ำยาบ้วนปาก

ในด้านการดูแลอุปกรณ์ในการแปรงฟัน พบว่า ร้อยละที่สูง (91.95) ที่ระบุว่าใช้ยาสีฟันที่มีฟลูออไรด์และร้อยละที่สูง (74.50) ที่เปลี่ยนแปรงสีฟันทุก ๆ 1 – 3 เดือนซึ่งเป็นการปฏิบัติที่ถูกต้อง

เกี่ยวกับการไปรับบริการชุดหินปูนอย่างสม่ำเสมอ พบว่า ประมาณ 3 ใน 4 ของผู้ปกครองเด็กก่อนวัยเรียน “ไม่เคย” ไปรับบริการนี้ และร้อยละ 64.07 ระบุว่าปัจจุบันมี “ฟันผุ” และร้อยละ 57.05 ระบุว่า “เวลาแปรงฟันมีเลือดออกตามไรฟัน” ซึ่งเกี่ยวกับปัญหาการมีเลือดออกตามไรฟันขณะแปรงฟัน ร้อยละ 14.09 ระบุว่า “รีบไปรับบริการรักษาทันที” ส่วนร้อยละที่เหลือจะปฏิบัติตนไม่ถูกต้องเช่น “ไม่ทำอะไร” (26.17%), หายารับประทานเอง (21.48%) และไปพบทันตแพทย์หากมีเวลา (38.26%) และร้อยละ 40.27 ระบุว่า “จะรีบไปรับบริการคลินิกทันตแพทย์เมื่อ “ไม่สามารถทนได้กับอาการปวดฟัน”

ในด้านการบริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาล เช่น การดื่มน้ำหวาน พบว่า ร้อยละ 7.38 ระบุว่า “ไม่เคยดื่มเลย” ร้อยละที่สูงที่มี “ดื่มบางครั้ง” (59.06%), “บ่อยครั้ง” (18.79%) และ (14.77%) ระบุว่าดื่มเกือบทุกวัน สำหรับน้ำอัดลม ร้อยละ 16.11 ระบุว่า “ไม่ดื่มเลย” และร้อยละ 16.78 “ไม่ดื่มชาหรือกาแฟที่ใส่น้ำตาล”

ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากและพฤติกรรมปฏิบัติในการดูแลสุขภาพช่องปากของตนเอง

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปาก และพฤติกรรมปฏิบัติในการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองเด็กก่อนวัยเรียนโดยวิเคราะห์ Chi-square test พบว่า ค่านิยมสุขภาพช่องปากมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ($P < 0.05$) กับระยะเวลาในการแปรงฟัน, การบ้วนปากหลังรับประทานอาหาร, การใช้น้ำยาบ้วนปาก, การไปรับบริการชุดหินปูนอย่างสม่ำเสมอ, การปฏิบัติขณะแปรงฟันแล้วมีเลือดออกจากเหงือกหรือฟันหรือเจ็บฟัน, การไปรับบริการที่คลินิกทันตแพทย์และการชวนหาความรู้เกี่ยวกับสุขภาพช่องปาก

ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากและความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานะสุขภาพช่องปากของตนเองและเด็กในปกครอง

ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากและความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานะสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองและการรับรู้เกี่ยวกับสถานะสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองจากการทดสอบ Chi-square test

ผลการตรวจสอบสุขภาพช่องปากเด็กปฐมวัย

ในวันที่สัมภาษณ์ผู้ปกครองของเด็กปฐมวัยกลุ่มตัวอย่างได้สำรวจข้อมูลผลการตรวจสอบสุขภาพช่องปากเด็ก ดังที่แสดงในตารางที่ 4 พบว่า ร้อยละ 47.65 ของเด็กมีสุขภาพช่องปากในระดับ “ดี” ร้อยละที่เหลือ ร้อยละ 52.35 พบปัญหาของฟัน ได้แก่ “ฟันน้ำนมผุในระยะแรกหรือมีรอยขาวขุ่น”, “มีฟันน้ำนมเป็นรูควรได้รับการอุดฟัน”, และ “มีฟันน้ำนมผุและมีฟันที่ต้องถอน”

ตารางที่ 4 ผลการตรวจสอบสุขภาพช่องปากเด็กปฐมวัย

(n = 149)		
ระดับสุขภาพช่องปาก	n	(%)
1. สุขภาพช่องปากดี	71	47.65
2. มีฟันน้ำนมผุในระยะแรกหรือมีรอยขาวขุ่น	23	15.44
3. มีฟันน้ำนมผุเป็นรูควรได้รับการอุดฟัน	33	22.15
4. มีฟันน้ำนมผุและมีฟันที่ต้องถอน	22	14.77
5. มีซี่ฟัน/คราบที่ฟัน		
5.1 มี	37	24.83
5.2 ไม่มี	112	75.17
6. มีการแปรงฟันทุกครั้งก่อนนอน		
6.1 ใช่	121	81.21
6.2 ไม่ใช่	28	18.79

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองและผลการตรวจสอบสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัย

สุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัย				
ระดับค่านิยมสุขภาพของ ผู้ปกครอง	สุขภาพช่องปากดี	สุขภาพช่องปากไม่ดี	χ^2	p- value
ปานกลาง	56	61	0.03	0.99
สูง	15	17		

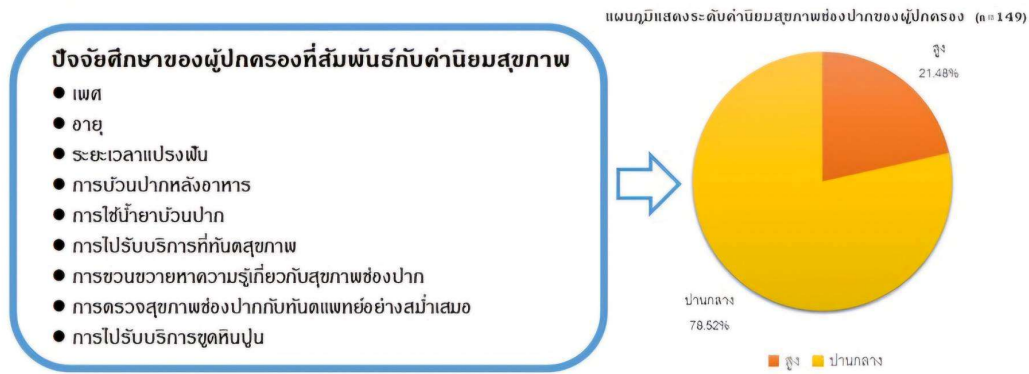
3.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่าผู้ปกครองของเด็กปฐมวัยเพียง 1 ใน 4 มีความคิดเห็นว่าสภาวะสุขภาพช่องปากของตนอยู่ในสภาวะ “ดี” และร้อยละ 36.0 คิดว่าสภาวะสุขภาพช่องปากของบุตรของตนอยู่ในระดับ “ดี” แสดงว่าส่วนใหญ่ของผู้ปกครองเห็นว่าสภาวะสุขภาพของบุตรอยู่ในสภาวะที่ “ไม่ดี” ซึ่งน่าจะเป็นข้อมูลที่แสดงถึงความสนใจ ความใส่ใจต่อสุขภาพช่องปากทั้งของตนและของบุตร จากงานวิจัยนี้ยังพบว่าร้อยละที่สูงของผู้ปกครองกลุ่มตัวอย่างระบุว่า มีความต้องการที่จะมีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของเด็กเล็ก (75.17%) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุขของเทศบาลนครตรัง เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ โรงเรียนเด็กเล็กของเทศบาลนครตรัง ควรจะได้ร่วมงานกันเพื่อจัดกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กเล็กก่อนวัยเรียน ให้กับมารดาหรือผู้ปกครองของเด็กก่อนวัยเรียนหรือเด็กเล็ก (อายุ 3-5 ขวบ) รวมถึงครูที่ดูแลเด็กเล็กในโรงเรียนหรือศูนย์เด็กเล็กด้วยการตรวจสอบสุขภาพฟันของเด็กก่อนวัยเรียนที่โรงเรียนประถมศึกษาที่เป็นโรงเรียนที่คัดเลือกศึกษาเรื่องนี้พบข้อมูลเชิงประจักษ์ว่าประมาณครึ่งหนึ่งของเด็ก (47.65%) มีสุขภาพช่องปากในระดับ “ดี” ร้อยละที่เหลือ พบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับฟันน้ำนมผุและฟันเป็นรูควรได้รับการอุดฟัน ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงถึงความจำเป็นและความต้องการโครงการพัฒนาพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กเล็กทั้งที่บ้านและที่โรงเรียน

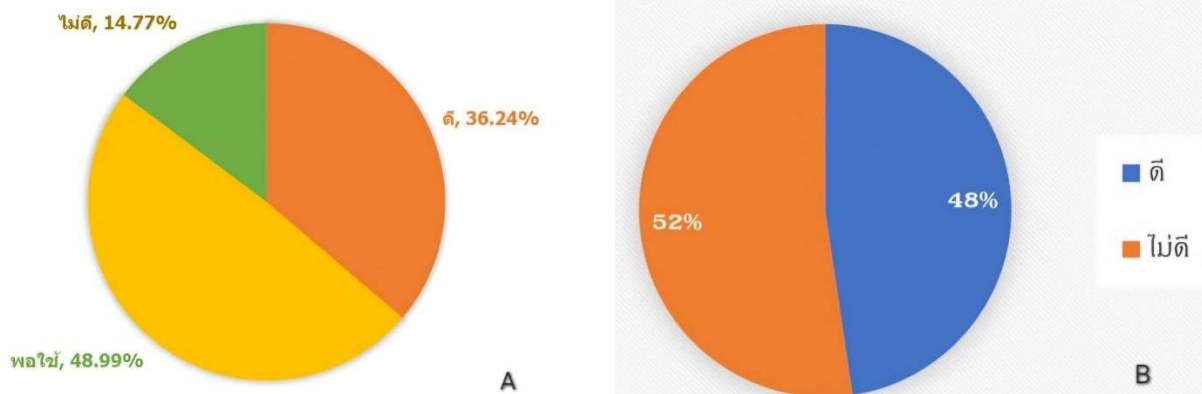
พฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง พบว่าร้อยละที่สูงของผู้ปกครอง ปฏิบัติพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากของตนเองในด้านที่เกี่ยวกับ “การไม่เคยใช้ไหมขัดฟัน”, “ไม่เคยไปขูดหินปูนอย่างสม่ำเสมอ”, “การไม่ไปรับบริการทันตกรรมหากมีเลือดออกตามไรฟันขณะแปรงฟันหรือจนกว่าจะปวดฟันจนทนไม่ได้”, “การดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาล การดื่มน้ำอัดลมและ

การดื่มชาหรือกาแฟที่ใส่น้ำตาล” ซึ่งพฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองหรือพ่อแม่ที่ไม่ถูกต้องนี้น่าจะมีผลต่อการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กเล็กหรือเด็กวัยก่อนวัยเรียนโดยผู้ปกครองด้วย การศึกษาของ Mattila et al. (2000) พบว่าพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากที่ไม่ถูกต้องของพ่อแม่จะสัมพันธ์และเป็นตัวพยากรณ์ของโอกาสที่เด็กจะมีฟันผุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมของมารดาซึ่งเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับบุตร ดังนั้นในการป้องกันปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กหรือการสร้างพฤติกรรมการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมสุขภาพช่องปากของเด็ก จำเป็นจะต้องปรับเปลี่ยนความรอบรู้และพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับสุขภาพช่องปากของพ่อแม่หรือผู้ปกครองของเด็กวัยก่อนวัยเรียน อย่างไรก็ตามข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กในปกครองของผู้ปกครองพบว่าเพียงร้อยละประมาณ 50 ที่ระบุว่าได้ดูแลสุขภาพช่องปากของเด็ก “อย่างดี” และร้อยละ 75.17 ระบุว่า “ต้องการความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพช่องปากของเด็กเล็ก” ซึ่งการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับสุขภาพช่องปากนี้น่าจะรวมถึงการส่งเสริมหรือพัฒนาความรอบรู้เกี่ยวกับสุขภาพช่องปากซึ่งน่าจะครอบคลุมมากกว่า “ความรู้” อย่างเดียว แต่จะรวมถึงทักษะอื่น ๆ ที่จะเสริมสร้างและนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติได้จริงซึ่งได้แก่ ทักษะต่อไปนี้ การเข้าถึงข้อมูล ความเข้าใจ การรู้เท่าทันสื่อ การได้ถาม/การสื่อสาร การตัดสินใจ การนำไปใช้ (ประภาเพ็ญ, 2562) มีงานวิจัยที่พบว่ามีความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างความรอบรู้ทันสุขภาพ (Dental Health) ความรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองที่ให้แก่เด็กปฐมวัยและมีความสำคัญอย่างมากต่อสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัย ดังนั้นหากพ่อแม่/ผู้ปกครองเด็กไม่มีความรู้และไม่เห็นความสำคัญของฟันน้ำนมของบุตรของตนก็มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องในการดูแลสุขภาพช่องปากของบุตรและไม่ได้พาบุตรไปรับบริการทันตสุขภาพที่เหมาะสม (Dewalt et al., 2004)

ค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง พบว่าร้อยละ 21.48 มีระดับค่านิยมสุขภาพช่องปากโดยรวมอยู่ใน “ระดับสูง” และร้อยละ 78.52 มีค่านิยมในระดับ “ปานกลาง” จะเห็นว่าค่านิยมเกี่ยวกับสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองยังอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุง ข้อค้นพบนี้จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรจะต้องดำเนินกิจกรรมหรือโครงการเพื่อพัฒนาค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองเพราะจะส่งผลต่อการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพช่องปากของเด็กในปกครองอีกด้วย ซึ่งไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองกับสถานะสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัย ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่าการมีค่านิยมสุขภาพอย่างเดียวยังอาจไม่มีผลโดยตรง (Direct effect) ต่อพฤติกรรมปฏิบัติในการดูแลสุขภาพของเด็กแต่จะช่วยให้การปฏิบัติเกิดขึ้นได้จริง ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าพฤติกรรมปฏิบัติเกี่ยวกับสุขภาพมีอิทธิพลมาจากปัจจัยอื่น ๆ หลายอย่างทั้งปัจจัยภายในตัวบุคคลและปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่จะสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมนั้น ๆ ดังนั้นการพัฒนาพฤติกรรมปฏิบัติจำเป็นต้องมีกิจกรรมสอดแทรก (Interventions) หลาย ๆ อย่างให้เหมาะสมกับบริบทของปัจเจกบุคคลและสิ่งแวดล้อม (Ajzen, 1991; Bronfenbrenner, 1979) พฤติกรรมสุขภาพเป็นผลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม เช่น อารมณ์ ทศนคติ ความเชื่อ บริบททางสังคม การศึกษา นโยบายสุขภาพและการเข้าถึงบริการสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ต่างก็ทำปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน ปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสุขภาพคือค่านิยมเกี่ยวกับสุขภาพหรือสิ่งเกี่ยวข้องกันกับสุขภาพที่บุคคลให้ความสำคัญหรือคิดว่ามีความสำคัญสำหรับตนซึ่งจะมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมปฏิบัติ แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาที่พัฒนาโดย Bloom (1956) ก็ได้เน้นองค์ประกอบสำคัญในการจัดการศึกษาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนและได้เน้นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งคือ เจตพิสัย (Affective Domain) และในปัจจัยนี้นอกจากทัศนคติแล้ว ค่านิยมก็เป็นองค์ประกอบย่อยของเจตพิสัย อย่างไรก็ตามการพัฒนาค่านิยมจะต้องอาศัยเวลา ประสบการณ์ การเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการการคิด ความเป็นอิสระเสรี การมีทางเลือกหลายทาง การเห็นแบบอย่างที่ดี เป็นต้น และต้องการการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับค่านิยมนี้อีกมากโดยเฉพาะค่านิยมเกี่ยวกับสุขภาพด้านต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาทัศนคติทางบวก (Positive attitudes) ที่ส่งเสริมค่านิยมเฉพาะอย่าง และพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญของค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองกับตัวแปรต่อไปนี้เป็นคือ เพศ การศึกษา พฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองเกี่ยวกับระยะเวลาของการแปรงฟัน การบ้วนปากหลังรับประทานอาหาร การไปรับบริการขูดหินปูนอย่างสม่ำเสมอ การไปรับบริการที่คลินิกทันตแพทย์และการขอความช่วยเหลือเกี่ยวกับสุขภาพช่องปาก ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องพัฒนาค่านิยมเกี่ยวกับสุขภาพช่องปากให้กับผู้ปกครองของเด็กปฐมวัยเพื่อจะได้มีพฤติกรรมดูแลสุขภาพช่องปากที่ดีของผู้ปกครองและน่าจะมีผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพช่องปากของเด็กในปกครองด้วย จากผลของการวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวางนี้สรุปประเด็นสำคัญได้ตามภาพที่ 1 และภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพและปัจจัยศึกษาของผู้ปกครองเด็กปฐมวัย



ภาพที่ 2 A: ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัยในปกครอง และ B: ผลการตรวจสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัย

4. บทสรุป

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ค่านิยมด้านสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองเด็กก่อนวัยเรียนในโรงเรียน ภายใต้ความรับผิดชอบของเทศบาลนครตรัง 2) พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองของเด็ก 3) สถานะสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองและของเด็กวัยก่อนเรียนในความดูแล และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง, พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองและการรับรู้สถานะสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองและเด็กในปกครอง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองของเด็กอนุบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดตรังและเด็กนักเรียนอนุบาลที่เป็นบุตร/หลานของกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองจำนวน กลุ่มละ 149 คน รวบรวมข้อมูลทำโดยใช้แบบสอบถามผู้ปกครองโดยให้ผู้ปกครองตอบเองและแบบบันทึกผลการตรวจสุขภาพช่องปากของเด็กนักเรียนซึ่งตรวจโดยทันตอนามัยที่รับผิดชอบโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่าร้อยละส่วนใหญ่ของผู้ปกครองเป็นผู้หญิงประมาณ ครึ่งหนึ่งอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอายุเฉลี่ย 35 ปี ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ปกครองจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประมาณร้อยละ 64 ของผู้ปกครองมีอาชีพค้าขายและรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 71 ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นมารดาของเด็ก สถานะช่องปากของผู้ปกครอง ประมาณ 1 ใน 4 ของผู้ปกครองเห็นว่าสุขภาพช่องปากของตนเองอยู่ในระดับ “ดี” และร้อยละ 62.42 และ 10.74 เห็นว่าสถานะสุขภาพของตนเองอยู่ในระดับ “พอใช้” และ “ไม่ดี” ตามลำดับ ร้อยละ 36.2 และร้อยละ 48.99 คิดว่าสถานะสุขภาพช่องปากของบุตรของตนเองอยู่ในระดับ “ดี” และ “พอใช้” ตามลำดับ จะเห็นว่าผู้ปกครองรับรู้สถานะสุขภาพช่องปากของตนเองและของบุตรอยู่ในสภาพที่ไม่เหมาะสม ส่วนใหญ่เห็นว่าอยู่ในสถานะ “พอใช้” และ “ไม่ดี” และสถานะสุขภาพช่องปากของเด็ก ประมาณร้อยละ 60 ของผู้ปกครองระบุว่าเด็กในปกครองของตนเคยมีฟันผุและปวดฟัน และในด้านการดูแลสุขภาพฟันของบุตร เพียงครึ่งหนึ่งของผู้ปกครอง

ระบุว่าได้ดูแลสุขภาพฟันของเด็กอย่างดี ซึ่งแสดงให้เห็นช่องว่างระหว่างการปฏิบัติกับเด็กและผลที่เกิดขึ้นกับเด็กเกี่ยวกับสุขภาพช่องปากของเด็ก

ผลการตรวจสุขภาพช่องปากของเด็กโดยเจ้าหน้าที่ทันตสุขภาพ พบว่าประมาณครึ่งหนึ่งของเด็กมีสถานะสุขภาพช่องปากในระดับ “ดี” และประมาณครึ่งหนึ่งมีปัญหาสุขภาพช่องปากได้แก่ “ฟันน้ำนมผุในระยะแรกหรือมีรอยขุน”, “มีฟันน้ำนมเป็นรู” และ “มีฟันที่ต้องถอน” และพบว่าร้อยละ 75.17 ไม่พบซี่ฟัน/คราบซี่ฟัน และค่านิยมสุขภาพช่องปากประมาณ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมสุขภาพช่องปากในระดับ “สูง” และที่เหลือให้ค่าต่อสุขภาพในช่องปากในระดับ “ปานกลาง” และไม่พบกลุ่มตัวอย่างที่ให้ค่าต่อสุขภาพช่องปากในระดับ “ต่ำ”

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านค่านิยมของผู้ปกครอง พบว่าตัวแปรด้านเพศและอายุของผู้ปกครองเด็ก มีความสัมพันธ์กับค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 และพบว่าเพศหญิงมีระดับค่านิยมสุขภาพช่องปากสูงกว่าเพศชาย และผู้ปกครองอายุต่ำกว่า 40 ปี มีค่านิยมสุขภาพช่องปากระดับ “สูง” มากกว่ากลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป พฤติกรรมการปฏิบัติในการดูแลสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองที่เกี่ยวกับ “ระยะเวลาการแปรงฟัน” “การบ้วนปากหลังรับประทานอาหาร” “การใช้น้ำยาบ้วนปาก” “การไปรับบริการการอุดฟันอย่างสม่ำเสมอ” “การปฏิบัติเมื่อขณะแปรงฟันมีเลือดออกจากเหงือกหรือฟันหรือเจ็บฟัน” “การไปรับบริการที่คลินิกทันตแพทย์” “การชวนขยายหาความรู้เกี่ยวกับสุขภาพช่องปาก” พบว่าการตรวจสุขภาพช่องปากกับทันตแพทย์มีความสัมพันธ์กับค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญ แต่การปฏิบัติพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องต่อพฤติกรรมต่อไปนี้พบว่ามีย่อยละที่สูงกว่าการปฏิบัติพฤติกรรมที่ถูกต้อง “การตรวจสุขภาพช่องปากกับทันตแพทย์อย่างสม่ำเสมอ”, “การไปรับบริการการอุดฟันอย่างสม่ำเสมอ” และ “การชวนขยายหาความรู้เกี่ยวกับสุขภาพช่องปาก” ความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพช่องปากของตนเองและของเด็ก พบว่าประมาณร้อยละ 73 ของผู้ปกครองเห็นว่าสุขภาพช่องปากของตน “พอใช้” และ “ไม่ดี” และประมาณร้อยละ 38 เห็นว่าสุขภาพช่องปากของบุตร “พอใช้” และ “ไม่ดี” ผลการตรวจสุขภาพช่องปากของเด็กที่ศูนย์ดูแลเด็ก พบว่าประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเด็กมีสถานะสุขภาพช่องปากอยู่ในสภาพ “ดี” ส่วนที่เหลือมีปัญหาต้องได้รับการอุดฟัน และการถอนฟัน และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมสุขภาพช่องปากของผู้ปกครองกับผลการตรวจสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัยในปกครอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผู้รับผิดชอบด้านทันตสุขภาพเด็กของเทศบาลควรมีนโยบายพัฒนาสุขภาพช่องปากของเด็กปฐมวัยและผู้ปกครองเด็กและดำเนินกิจกรรมการพัฒนาดังต่อไปนี้
2. ควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้สุขภาพช่องปากให้กับ พ่อ-แม่/ผู้ปกครองของเด็กปฐมวัยและให้กับครูพี่เลี้ยงที่ดูแลเด็กปฐมวัย
3. ควรมีการอบรมครูในโรงเรียนอนุบาลและผู้ปกครองเด็กเพื่อพัฒนาค่านิยมสุขภาพช่องปาก
4. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาค่านิยมสุขภาพช่องปากให้กับเด็กปฐมวัยและพ่อ-แม่/ผู้ปกครองของเด็กเพื่อการนำไปสู่ผลลัพธ์ทางสุขภาพของสุขภาพช่องปากทั้งของเด็กและพ่อ-แม่/ผู้ปกครอง

เอกสารอ้างอิง

- เทศบาลนครตรัง. (2565-2567). รายงานการดำเนินงานทันตสาธารณสุขในโรงเรียนประถมศึกษาในเขตรับผิดชอบของ ศูนย์บริการสาธารณสุข 3. เทศบาลนครตรัง.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2562, 9-11 พฤษภาคม). ความรอบรู้สุขภาพ: บทบาทของนักสุขศึกษา [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการสุศึกษาแห่งชาติครั้งที่ 19 เรื่อง ฝ่าวิกฤติทางวิชาการและวิชาชีพสาธารณสุข, ชลบุรี, ประเทศไทย.
- สำนักทันตสาธารณสุข กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2561). รายงานผลการสำรวจสถานะสุขภาพช่องปากแห่งชาติ ครั้งที่ 8 ประเทศไทย พ.ศ. 2560. บริษัทสามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพฯ) จำกัด.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bloom, B. D. (Ed.). (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. Handbook 1: Cognitive domain*. David McKay Company.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Harvard University Press.
- De Castilho, A. R. F., Mialhe, F. L., Barbosa, T. S. & Puppim-Rontani, R. M. (2013). Influence of family environment on children's oral health: a systematic review. *Journal de Pediatria*, 89(2), 116-123. <https://doi.org/10.1016/j.jpedp.2012.10.001>
- DeWalt, D. A., Berkman, N. D., Sheridon, S., Lohr, K. N., & Pignone, M. P. (2004). Literacy and health outcomes: a systematic review of the literature. *Journal of General Internal Medicine*, 19(12), 1228-1239. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15610334/>
- Edwards, C. B., Randall, C. L., & McNeil, D. W. (2021). Development and validation of oral health values scale. *Journal of Dental Oral Epidemiology*, 49(5), 454-463. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8518540/>
- Mattila, M. L., Rautawa, P., Silianpaa, M. & Paunio, P. (2000). Caries in five-year-old children and associations with family-related factors. *Journal of Dental Research*, 79(3), 875-881. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10765963/>
- Raths, L.E., Harmin, M. & Simon, S.B. (1978). *Value and teaching: Working with values in the classroom* (2nd ed.). C. E. Merrill Publishing Company.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Free Press.
- Smith, M. S., & Wallston, K. A. (1992). How to measure the value of health. *Health Education Research*, 7(1), 129-135. <https://academic.oup.com/her/article-abstract/7/1/129/687164?redirectedFrom=PDF>
- World Health Organization. (2023). *Oral health*. https://www.who.int/health-topics/oral-health#tab_

บทความวิจัย (Research Article)

ฤทธิ์การต้านอนุมูลอิสระของข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่หมักกับเห็ดแครง
Antioxidant property of riceberry fermented by *Schizophyllum*
commune

อุรารักษ์ รมรื่น^{1*}, สุดาวรรณ วิเศษสิงห์¹, กษิดิศ เต็ดขาด¹

¹ ภาควิชาจุลชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

Urarux Romruen^{1*}, Sudawan Visetsing¹, Kasidid Dadhkad¹

¹ Department of Microbiology, Faculty of Science, Silpakorn University Sanam Chandra Palace Campus, Nakhon Pathom, 73000, Thailand

* Corresponding author

E-mail address: romruen_u@su.ac.th

Received: 05/11/2024; Revised: 20/01/2025; Accepted: 07/03/2025

คำสำคัญ

เห็ดแครง
ข้าวไรซ์เบอร์รี่
การหมักแบบอาหารแข็ง
สารประกอบฟีนอลิก
ฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพของเห็ดแครง *Schizophyllum commune* ที่เจริญบนข้าวไรซ์เบอร์รี่โดยกระบวนการหมักแบบอาหารแข็ง โดยศึกษาผลของการเติมกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์เมื่อเห็ดแครงเจริญบนข้าวไรซ์เบอร์รี่เป็นเวลา 14 วัน จะถูกนำมาอบแห้งและสกัดหยาบด้วยตัวทำละลาย 2 ชนิด คือ เอทิลอะซิเตตและเมทานอล พบว่าสารสกัดเมทานอลมีปริมาณร้อยละของสารสกัดหยาบมากกว่าเอทิลอะซิเตต การลงเชื้อและการเติมกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์ไม่มีผลต่อปริมาณร้อยละของสารสกัดหยาบ อย่างไรก็ตามการลงเชื้อ การเติมกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์ช่วยเพิ่มปริมาณสารประกอบฟีนอลิกในสารสกัดได้ แต่ชนิดของตัวทำละลายไม่มีผลต่อปริมาณสารประกอบฟีนอลิก นอกจากนี้เมื่อศึกษาฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH radical scavenging assay พบว่าค่า IC₅₀ ในทุกการทดลองไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

KEYWORDS

Schizophyllum commune
Riceberry
Solid state fermentation
Phenolic compound
Antioxidant activity

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate bioactive compounds of *Schizophyllum commune* which are grown on Riceberry by solid state fermentation were studied. The effect of the addition of glucose and yeast extract was determined. When the mycelium of *S. commune* grows on Riceberry for 14 days, the fermented substrates are dried and extracted with two solvents: ethyl acetate and methanol. The result showed that methanol extract contains a higher yield of crude extract than ethyl acetate. Inoculation and addition of glucose and yeast extract had no effect on the yield of crude extract. However, inoculation, and the addition of glucose and yeast extract increased the total phenolic compounds in the extract. However, the type of solvent did not affect on the total phenolic compounds. In addition, when studying the antioxidant activity using the DPPH radical scavenging assay, it was found that the IC₅₀ values in every experiment were not significantly different.

1. บทนำ

เห็ดแครง (*Schizophyllum commune*) จัดเป็นเห็ดที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ในประเทศไทยและประเทศแถบทวีปเอเชียมีการบริโภคเห็ดแครงกันมาอย่างยาวนาน โดยในประเทศไทยนิยมบริโภคกันมากในภาคใต้ และ ภาคอีสาน นิยมมาประกอบอาหารพื้นบ้าน เช่น หมก แกง น้ำพริก และไข่เจียว นอกจากนี้ในประเทศจีน เกาหลี และ ญี่ปุ่น นิยมบริโภคเห็ดเป็นอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ เห็ดแครงประกอบไปด้วยสารเบตากลูแคน schizophyllan ที่มีคุณสมบัติทางยาในการยับยั้งการเจริญของเนื้องอกและมะเร็ง นอกจากนี้ยังมีฤทธิ์ยับยั้งการเจริญของจุลินทรีย์ก่อโรค และต้านอนุมูลอิสระอีกด้วย (นฤมล, 2557)

ข้าวไรซ์เบอร์รี่ (*Oryza sativa*) เป็นข้าวสายพันธุ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ในปี พ.ศ. 2545 โดยการผสมข้ามพันธุ์ระหว่างข้าวเจ้าหอมนิลกับข้าวขาวดอกมะลิ 105 ทำให้ข้าวไรซ์เบอร์รี่มีสีม่วงเข้ม ทั้งยังอุดมไปด้วยสารอาหาร สารต้านอนุมูลอิสระ แอนโทไซยานิน และสารที่มีฤทธิ์ต้านการอักเสบ ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของระบบภูมิคุ้มกันได้ (Settapramote et al., 2021)

กระบวนการหมักแบบอาหารแข็ง (Solid state fermentation หรือ SSF) เป็นการเลี้ยงเชื้อบนสับสเตรทที่แข็งและมีความชื้นต่ำ แต่อย่างไรก็ตามความชื้นเพียงพอสำหรับการเจริญของจุลินทรีย์ การหมักแบบอาหารแข็งได้รับความสนใจเนื่องจากทำให้เชื้อสร้างสารเมแทบอไลต์ได้ดีกว่าการหมักแบบอาหารเหลว (Submerged fermentation) ตัวอย่างเช่น เอนไซม์ สารปฏิชีวนะ กรดอินทรีย์ และสารประกอบอะโรมาติก เป็นต้น (Lizardi-Jiménez and Hernández-Martínez, 2017) นอกจากนี้การหมักแบบ SSF ยังเป็นกระบวนการที่ง่ายและค่าใช้จ่ายน้อย นิยมใช้วัสดุที่เหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมเกษตร จึงถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเพิ่มคุณค่าให้ของเหลือใช้ (อาทิตย์วัฒน์, 2562) โดยก่อนหน้านี้มีการทดลองนำกากถั่วเหลืองมาหมักแบบอาหารแข็งกับเห็ดกินได้ 3 ชนิด ได้แก่ เห็ดนางรม (*Pleurotus ostreatus*) เห็ดหัวลิง (*Hericium erinaceus*) และ เห็ดเข็มทอง (*Flammulina velutipes*) พบว่าการหมักช่วยเพิ่มคุณค่าทางอาหาร โดยเห็ดนางรมขาวให้ผลดีที่สุด และยังช่วยเพิ่มปริมาณกรดฟีนอลิกและฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระอีกด้วย (Wang et al., 2023) นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อนำเชื้อรา *Aspergillus awamori* และ *Aspergillus oryzae* มาเลี้ยงบนรำข้าวสาลีด้วยกระบวนการหมักแบบอาหารแข็ง พบว่ารำข้าวสาลีมีปริมาณสารประกอบฟีนอลิก และมีความสามารถในการต้านอนุมูลอิสระเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับรำข้าวสาลีที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการหมักร่วมกับเชื้อรา (Shin et al., 2019) โดยงานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่ามีการปัจจัยที่ส่งผลต่อการหมักแบบอาหารแข็งของ *Aspergillus niger* บนกากใบชา เช่น การเติมสารสกัดจากยีสต์ (Yeast extract) พบว่าทำให้เชื่อมีการผลิตกรดกลูโคนิกเพิ่มขึ้น (Sharma et al., 2008)

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาการเลี้ยงเห็ดแครงร่วมกับข้าวไรซ์เบอร์รี่ด้วยการหมักแบบอาหารแข็ง โดยมีการศึกษาผลของการเติมกลูโคสหรือสารสกัดจากยีสต์ เมื่อเทียบกับชุดควบคุมคือไม่เติมทั้งกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์ จากนั้นทำการสกัดสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพด้วยตัวทำละลาย 2 ชนิด คือเอทิลอะซิเตตและเมทานอลแล้วนำสารสกัดที่ได้มาศึกษาปริมาณร้อยละของสารสกัดหายาบ (%Yield) ปริมาณสารประกอบฟีนอลิกและฤทธิ์ในการต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี 2,2-diphenyl-1-picrylhydrazyl (DPPH) radical scavenging assay

2. วัสดุอุปกรณ์และวิธีการ

2.1 การเลี้ยงเห็ดแครงบนอาหาร Potato Dextrose Agar (PDA)

เตรียม PDA โดยผสมกับน้ำกลั่น (ในอัตราส่วน PDA 39.0 กรัม ในน้ำกลั่น 1 ลิตร) นำไปฆ่าเชื้อที่อุณหภูมิ 121 องศาเซลเซียส ความดัน 15 ปอนด์ เป็นเวลา 20 นาที หลังจากนั้นเทอาหารลงในจานเพาะเชื้อที่ปลอดเชื้อและทำการถ่ายเชื้อเห็ดแครงที่ได้จากฟาร์มเห็ดอรุณภูมิ จ.นครปฐม ลงในอาหาร PDA และนำไปบ่ม 30 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 5 วัน

2.2 การหมักแบบอาหารแข็ง

เตรียมสารละลายอาหาร (Nutrient solution) เข้มข้น 10X (ดัดแปลงจาก Xu et al., 2018) ดังนี้ KH_2PO_4 0.3 กรัม, $\text{MgSO}_4 \cdot 7\text{H}_2\text{O}$ 0.15 กรัม และ $\text{CaCl}_2 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$ 0.03 กรัม เติมน้ำกลั่นปริมาตร 30 มิลลิลิตร คนจนส่วนผสมทั้งหมดละลาย แล้วนำไป autoclave ที่อุณหภูมิ 121 องศาเซลเซียส ความดัน 15 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว เป็นเวลา 15 นาที ทิ้งไว้ให้เย็น ชั่งน้ำหนักข้าวไรซ์เบอร์รี่ 20 กรัม ใส่ลงในฟลาสก์ขนาด 250 มิลลิลิตร เติมน้ำกลั่นลงไป 27 มิลลิลิตร ปิดฟอยล์ ทิ้งไว้ที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลา 18 ชั่วโมง ทำการ

เจือจาง อาหารเหลว [10X] โดยดูมา 1 มิลลิลิตร ผสมกับน้ำกลั่น 9 มิลลิลิตร แล้วเติมกลูโคส 0.2 กรัม และสารสกัดจากยีสต์ 0.005 กรัม (Xu et al., 2018) คนจนส่วนผสมทั้งหมดละลาย แล้วดูดไปใส่ในพลาสติกที่แช่ข้าวไรซ์เบอร์รี่ไว้แล้ว ปริมาตร 3 มิลลิลิตร ใช้ช้อนคลุกผสมให้เข้ากัน อุดจุกสำลี ห่อพอยล์ นำไปฆ่าเชื้อหม้อหนึ่ง autoclave ที่อุณหภูมิ 121 องศาเซลเซียส ความดัน 15 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว เป็นเวลา 20 นาที ทิ้งไว้ให้เย็น ทำการถ่ายเชื้อเห็ดแครงจากอาหาร PDA โดยใช้มีดตัดชิ้นวุ้นขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 0.5 เซนติเมตร ใส่ลงไปในพลาสติกละ 1 ชิ้น นำไปบ่มที่อุณหภูมิ 30 ± 2 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 14 วัน นำมาอบที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส จนแห้ง (น้ำหนักคงที่) บดให้ละเอียด แล้วเก็บไว้ในโถสุญญากาศ

2.3 การสกัดสารสกัดหยาบด้วยเอทิลอะซิเตตและเมทานอล

นำข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ผ่านการหมักมาสกัดด้วยใช้อัตราส่วนตัวอย่างแห้งบดละเอียด 50 กรัม (ใส่ในถุงตาข่าย) ต่อดัวทำละลายเอทิลอะซิเตต 250 มิลลิลิตร สกัดด้วยเครื่องซอกซ์เลต (Soxhlet extraction) จำนวน 15 รอบ จากนั้นนำสารสกัดที่ได้ไปกรองด้วยกระดาษกรองเบอร์ 1 และเบอร์ 4 นำมาระเหยตัวทำละลายออกด้วยเครื่องกลั่นระเหยแบบหมุน (Rotary evaporator) บันทึกน้ำหนักแห้งของสารสกัดหยาบ และคำนวณหาปริมาณร้อยละของสารสกัดจากสูตร

$$\text{ปริมาณร้อยละของสารสกัด} = (\text{น้ำหนักแห้งสารสกัดหยาบ} \times 100) / 50$$

ในการสกัดสารสกัดหยาบด้วยเมทานอล จะใช้ตัวอย่างบดละเอียดที่สกัดด้วยเอทิลอะซิเตตเสร็จแล้ว ผึ่งให้แห้ง แล้วนำมาสกัดด้วยเมทานอลด้วยวิธีเดียวกันกับการสกัดด้วยเอทิลอะซิเตต

2.4 การวัดปริมาณสารประกอบฟีนอลิก

นำสารสกัดที่ได้มาละลายด้วย Dimethyl sulfoxide (DMSO) โดยเตรียมสารละลาย DMSO ที่ความเข้มข้น 50 มิลลิกรัมต่อมิลลิตร จากนั้นดูมาปริมาตร 12.5 ไมโครลิตร ผสมกับน้ำ 50 ไมโครลิตรและ Folin Ciocalteu's phenol Reagent ปริมาตร 12.5 ไมโครลิตร ใน 96-well plate จากนั้นบ่มปฏิกิริยาในที่มืด เป็นเวลา 6 นาที ที่อุณหภูมิห้อง เติม 7% (w/v) Na_2CO_3 ปริมาตร 125 ไมโครลิตร และน้ำ 100 ไมโครลิตร บ่มปฏิกิริยาต่อในที่มืด เป็นเวลา 45 นาที ที่อุณหภูมิ 45 องศาเซลเซียส แล้ววัดค่าการดูดกลืนแสงที่ความยาวคลื่น 765 นาโนเมตร โดยใช้ Microplate Reader (ใช้กรดแกลลิกเข้มข้น 20 – 200 ไมโครกรัมต่อมิลลิตร เป็นสารมาตรฐาน) โดยใช้ DMSO แทนสารสกัดในการทำ Blank

2.5 การตรวจสอบความสามารถในการเป็นสารต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH radical scavenging assay

นำสารสกัดที่ได้มาละลายด้วย DMSO เตรียมเป็นความเข้มข้น 100 มิลลิกรัมต่อมิลลิตร จากนั้นทำการเจือจางสารสกัด (Two-fold dilution) ลงใน 96-well plate ด้วย DMSO แล้วผสมสารสกัดที่เจือจางได้ปริมาตร 66 ไมโครลิตร และ 0.15 mM DPPH radical (ละลายในเอทานอล) ปริมาตร 134 ไมโครลิตร ลงใน 96-well plate แล้วผสมให้เข้ากัน บ่มปฏิกิริยาในที่มืด เป็นเวลา 45 นาที ที่อุณหภูมิห้อง แล้ววัดค่าการดูดกลืนแสงที่ความยาวคลื่น 517 นาโนเมตร ด้วยเครื่อง Microplate Reader คำนวณค่าร้อยละของ scavenging activity (%SA) ที่มีต่อ DPPH radicals ได้จากสูตร

$$\%SA = [(Abs \text{ DPPH} - Abs \text{ sample}) / Abs \text{ DPPH}] \times 100$$

จากนั้นทำการสร้างกราฟระหว่างร้อยละ scavenging activity และความเข้มข้นของสารสกัดและหาค่า IC_{50} (ความเข้มข้นของสารสกัดที่มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระได้ร้อยละ 50)

2.6 การวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

ใช้โปรแกรม SPSS Statistics 18.0 โดยทดสอบ Normality test ถ้าข้อมูลแจกแจงแบบปกติใช้ One-way ANOVA และ Tukey test ในการทดสอบ

3. ผลการทดลองและวิเคราะห์ผลการทดลอง

ปริมาณสารสกัดหยาบ

เมื่อทำการเลี้ยงเชื้อเห็ดแครงบนข้าวไรซ์เบอร์รี่ โดยการหมักแบบอาหารแข็งเป็นเวลา 14 วันแล้ว นำมาอบแห้งและสกัดสารสกัดหยาบด้วยตัวทำละลาย 2 ชนิด คือ เอทิลอะซิเตตและเมทานอล ได้ผลดังตารางที่ 1 โดยในทุกการทดลอง สารที่สกัดโดยใช้

เมทานอลมีปริมาณร้อยละของสารสกัดหยาบมากกว่าเมื่อสกัดด้วยเอทิลอะซิเตต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้น ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ไม่ได้ลงเชื้อเห็ดแครง ที่มีปริมาณร้อยละของสารสกัดจากเมทานอลน้อยกว่า แสดงว่าเมื่อสกัดด้วยตัวทำละลาย เมทานอลซึ่งมีขั้วสูง มีแนวโน้มได้ปริมาณร้อยละของสารสกัดมากกว่าตัวทำละลายที่มีขั้วต่ำหรือเอทิลอะซิเตต สอดคล้องกับงานวิจัย ก่อนหน้านี้ได้ทำการหาค่าปริมาณร้อยละของสารสกัดหยาบ (%Yield) จากส่วนดอกของเห็ดถึงเชื้อรา พบว่าสารสกัดหยาบที่สกัด โดยต้มด้วยน้ำปราศจากไอออนมีค่าปริมาณร้อยละของสารสกัดมากที่สุด รองลงมาคือสารสกัดหยาบที่สกัดด้วยเมทานอล และเอทานอล ตามลำดับ โดยมีแนวโน้มเช่นเดียวกับสารสกัดหยาบจากเส้นใยเห็ดถึงเชื้อรา (มลิธรา และคณะ, 2562)

อย่างไรก็ตาม การเติมอาหารเหลวที่มีกลูโคสเพียงอย่างเดียว การเติมสารสกัดจากยีสต์เพียงอย่างเดียว หรือการเติมสารทั้ง 2 ชนิด หรือไม่เติมเลย ไม่ส่งผลต่อปริมาณร้อยละของสารสกัด แต่การหมักแบบอาหารแข็งของเห็ดแครงบนข้าวไรซ์เบอร์รี่ช่วยเพิ่ม ปริมาณร้อยละของสารสกัดเมทานอลได้ สอดคล้องกับงานวิจัยที่มาก่อนหน้านี้คือการผลิตมิรินโดยเชื้อรา *Aspergillus oryzae* โดยผลการศึกษาพบว่า การหมักกับเชื้อรามีปริมาณร้อยละของมิรินสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อเปรียบเทียบกับมิรินที่ไม่ได้หมัก กับเชื้อรา (ประมวล และ สุเมธ, 2565)

ตารางที่ 1 ค่าปริมาณร้อยละของสารสกัดหยาบ

การทดลอง ¹	Yield (%) ²	
	Ethyl acetate	Methanol
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่	4.12±0.50 ^b	30.41±7.84 ^c
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + G	3.96±0.04 ^b	29.75±1.78 ^c
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + Y	4.41±0.31 ^b	28.36±3.67 ^c
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + G + Y	3.14±0.80 ^b	13.35±1.44 ^c
ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + G + Y	2.43±0.42 ^b	1.00±0.52 ^a

¹ G หมายถึงการทดลองที่มีการเติมกลูโคส; Y หมายถึง การทดลองที่มีการเติมสารสกัดจากยีสต์

² ตัวอักษรที่แตกต่างกันหมายถึงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (P-value < 0.05)

ปริมาณสารประกอบฟีนอลิกและฤทธิ์การต้านอนุมูลอิสระ

เทียบปริมาณสารประกอบฟีนอลิกในสารสกัดที่สกัดด้วยตัวทำละลายทั้งสองชนิด พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าชนิดของตัวทำละลายไม่มีผลต่อปริมาณสารประกอบฟีนอลิกในสารสกัด ในขณะที่ผลจากการกลูโคสและ สารสกัดจากยีสต์ พบว่าการเติมอาหารเหลวที่มีทั้งกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์ทำให้มีปริมาณสารประกอบฟีนอลิกสูงที่สุด (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าปริมาณสารประกอบฟีนอลิกจากสารสกัดหยาบ

การทดลอง ¹	ปริมาณสารประกอบฟีนอลิก (µg/ml) ²		IC ₅₀ (mg/ml) ²	
	Ethyl acetate	Methanol	Ethyl acetate	Methanol
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่	192.41±37.76 ^{ab}	219.67±12.68 ^{ab}	4.45±1.02 ^b	7.75±0.44 ^b
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + G	118.04±26.65 ^{ab}	303.26±15.43 ^{bc}	5.49±0.65 ^b	4.96±1.66 ^b
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + Y	157.78±32.32 ^{ab}	218.44±33.04 ^{ab}	6.33±0.19 ^b	4.34±0.32 ^b
เห็ดแครง + ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + G + Y	451.04±51.59 ^c	518.37±83.03 ^c	7.37±1.88 ^b	7.41±1.78 ^b
ข้าวไรซ์เบอร์รี่ + G + Y	222.68±1.19 ^{ab}	210.58±63.97 ^{ab}	5.22±1.65 ^b	4.43±1.10 ^b
Trolox	0.013 ± 0.48 ^a			

¹ G หมายถึงการทดลองที่มีการเติมกลูโคส; Y หมายถึง การทดลองที่มีการเติมสารสกัดจากยีสต์

² ตัวอักษรที่แตกต่างกันหมายถึงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (P-value < 0.05)

กลูโคสเป็นน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวที่จุลินทรีย์ใช้เป็นแหล่งคาร์บอนได้ง่าย โดยก่อนหน้านี้มีงานวิจัยที่ศึกษาผลของการเติมกลูโคส ที่ความเข้มข้นต่าง ๆ ลงไปเพิ่มในการหมักแบบอาหารแข็งของรา *Aspergillus oryzae* 2095 จากผลการทดลองพบว่าความเข้มข้น ของกลูโคสมีผลต่อการสร้างเอนไซม์โปรตีนเอสของรา (Londoño-Hernández et al., 2024) แต่อย่างไรก็ตามในการหมักแบบอาหาร

แข่งในงานวิจัยนี้ การเติมกลูโคสเพียงอย่างเดียวลงไปเพิ่มไม่มีผลต่อการหมัก อาจเพราะเชื้อสามารถใช้แหล่งคาร์บอนจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ได้

ก่อนหน้านี้มีงานวิจัยที่ศึกษาการหมักแบบอาหารแข็งของเชื้อรา *Aspergillus niger* สายพันธุ์ ARNU-4 บนกากใบชา พบว่าเมื่อเติมสารสกัดจากยีสต์ลงไปร้อยละ 0.5 ช่วยให้เชื้อราผลิตกรดกลูโคนิกเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไม่เติม โดยการเติมสารสกัดจากยีสต์เป็นการเพิ่มสารอาหาร แหล่งไนโตรเจน และวิตามิน ซึ่งอาจช่วยส่งเสริมการเจริญและสร้างเอนไซม์ glucose oxidase ของจุลินทรีย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตกรดกลูโคนิก (Sharma et al., 2008) อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยนี้มีการเติมสารสกัดจากยีสต์คิดเป็นร้อยละ 0.01 ซึ่งพบว่าไม่มีผลต่อปริมาณสารประกอบฟีนอลิก

นอกจากนี้ จากผลการศึกษาปริมาณสารประกอบฟีนอลิกของข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่มีการเติมทั้งกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างลงเชื้อและไม่ลงเชื้อ พบว่าการลงเชื้อเห็ดแครงช่วยเพิ่มปริมาณสารประกอบฟีนอลิกในสารสกัดได้เมื่อเทียบกับข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ไม่ได้ลงเชื้อ ซึ่งโดยทั่วไปสารประกอบฟีนอลิกพบได้ในผัก ผลไม้ และธัญพืช สารประกอบฟีนอลิกบางชนิดมีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ เมื่อมีการหมักแบบอาหารแข็งเอนไซม์ที่จุลินทรีย์สร้างขึ้น ทำให้เกิดปฏิกิริยาไฮโดรไลซิสปลดปล่อยสารประกอบฟีนอลิกออกมา ดังนั้นการหมักแบบอาหารแข็งสามารถจึงช่วยเพิ่มปริมาณสารประกอบฟีนอลิกได้ (Sánchez-García et al., 2022) มีงานวิจัยก่อนหน้านี้ได้ทำการศึกษาของเหลือที่ได้จากกระบวนการนึ่งตามไลเซชันในการเตรียมข้าวโพดแบบดั้งเดิม (Nejayote) ซึ่งมีสารประกอบ ฟีนอลิกอยู่ในรูปที่เกาะกับโมเลกุลอื่น (Bound form) มากถึงร้อยละ 85 เมื่อนำมาหมักกับราเกินได้ 3 ชนิดคือ *Aspergillus oryzae* เห็ดนางรม (*P. ostreatus*) และเห็ดหัวลิง (*H. erinaceus*) จากนั้นศึกษาปริมาณฟีนอลิกอิสระ (Free form) และฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระเทียบกับก่อนการหมัก พบว่ามีปริมาณฟีนอลิกอิสระเพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อหมักกับเห็ดนางรม และมีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าเมื่อหมักกับเห็ดนางรมและเห็ดหัวลิง (Acosta-Estrada et al., 2019)

อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการศึกษาฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระด้วยวิธี DPPH (ตารางที่ 2) พบว่าในทุกการทดลองมีค่า IC_{50} ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การหมักแบบอาหารแข็งของเห็ดแครงบนข้าวไรซ์เบอร์รี่ และการเติมกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์ไม่ได้ช่วยเพิ่มฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งจากผลการทดลองไม่สอดคล้องกับปริมาณสารประกอบฟีนอลิกที่พบว่าการหมักแบบอาหารแข็งของเห็ดแครงบนข้าวไรซ์เบอร์รี่ช่วยเพิ่มปริมาณสารประกอบฟีนอลิกในสารสกัดได้เมื่อเทียบกับข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ไม่ได้ลงเชื้อ อาจเกิดจากฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระในสารสกัดเกิดจากสารในกลุ่มอื่น เช่น โพลีแซคคาไรด์ เป็นต้น

4. บทสรุป

การเลี้ยงเชื้อเห็ดแครงบนข้าวไรซ์เบอร์รี่ โดยการหมักแบบอาหารแข็ง และการเติมกลูโคสและสารสกัดจากยีสต์ทำให้ปริมาณสารประกอบฟีนอลิกในสารสกัดเพิ่มขึ้น แต่ไม่มีผลต่อปริมาณร้อยละของสารสกัดหยาบและฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ในขณะที่ชนิดของตัวทำละลายมีผลต่อปริมาณร้อยละของสารสกัดหยาบ โดยเมทานอลมีค่าสูงกว่าเอทิลอะซิเตต นอกจากนี้ยังพบว่าแนวโน้มของปริมาณสารประกอบฟีนอลิกไม่ได้มีทิศทางเดียวกับฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ จึงอาจกล่าวได้ว่าฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระที่วัดได้เป็นผลมาจากสารในกลุ่มอื่น

เอกสารอ้างอิง

- นฤมล มงคลธนวัฒน์. (2557). เห็ดแครง : เห็ดพื้นบ้านที่มากด้วยคุณค่า. *วารสารวิทยาศาสตร์ลาดกระบัง*, 23(1), 1-10.
- ประมวล ทราญทอง และ สุนทร เทศกุล. (2565). การศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ข้าวไทยเพื่อการผลิตมิริน. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 30(1), 38-50.
- มลธิรา ศรีถาวร, พุทธวรรณ วาตะ, จิระดา พรหมลา และสาคร ชินวงศ์. (2562). ฤทธิ์ต้านแบคทีเรียและฤทธิ์ต้านสารอนุมูลอิสระของสารสกัดหยาบส่วนดอกและส่วนเส้นใยของเห็ดถั่งเช่าสีทอง. *Veridian E-Journal Science and Technology Silpakorn University*, 6(5), 33-47.

- อาทิตยาพัฒน์ กันนิกา. (2562). การศึกษาสภาวะการเพาะเลี้ยงและกระบวนการอบแห้งเพื่อผลิตหัวเชื้อโปรไบโอติกด้วยกากถั่วเหลือง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. Intellectual Repository at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/3646>
- Acosta-Estrada, B. A., Villela-Castrejón, J., Perez-Carrillo, E., Gómez-Sánchez, C. E., & Gutiérrez-Urib, J. A. (2019). Effects of solid-state fungi fermentation on phenolic content, antioxidant properties and fiber composition of lime cooked maize by-product (nejayote). *Journal of Cereal Science*, 90, 102837. <https://doi.org/10.1016/j.jcs.2019.102837>
- Lizardi-Jiménez, M. A., & Hernández-Martínez, R. (2017). Solid state fermentation (SSF): diversity of applications to valorize waste and biomass. *3 Biotech*, 7, 44. <https://doi.org/10.1007/s13205-017-0692-y>
- Londoño-Hernández, L., García-Gómez, M., Huerta-Ochoa, S., Polanía-Rivera, A. M., Aguilar, C. N., & Prado-Barragán, L. A. (2024). Effect of glucose concentration on the production of proteolytic extract by different strains of *Aspergillus* under solid state fermentation. *Fermentation*, 10, 97. <https://doi.org/10.3390/fermentation10020097>
- Sánchez-García, J., Asensio-Grau, A., García-Hernández, J., Heredia, A., & Andrés, A. (2022). Nutritional and antioxidant changes in lentils and quinoa through fungal solid-state fermentation with *Pleurotus ostreatus*. *Bioresources and Bioprocessing*, 9, 51. <https://doi.org/10.1186/s40643-022-00542-2>
- Settapramote, N., Utama-ang, N., Petiwathayakorn, T., Settakorn, K., Svasti, S., Srichairatanakool, S., & Koonyosying, P. (2021). Antioxidant effects of anthocyanin-rich Riceberry™ rice flour prepared using dielectric barrier discharge plasma technology on iron-induced oxidative stress in mice. *Molecules*, 26(16), 4978. <https://doi.org/10.3390/molecules26164978>
- Sharma, A., Vivekanand, V., & Singh, P. R. (2008). Solid state fermentation for gluconic acid production from sugarcane molasses by *Aspergillus niger* ARNU-4 employing tea waste as the novel solid support. *Bioresource Technology*, 99(9), 3444-3450. <https://doi.org/10.1016/j.biortech.2007.08.006>
- Shin, H. Y., Kim, S. M., Lee, J. H., & Lim, S. T. (2019). Solid state fermentation of black rice bran with *Aspergillus awamori* and *Aspergillus oryzae*. *Food Chemistry*, 272, 235-241. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2018.07.174>
- Wang, J., Jiang, Q., Huang, Z., Wang, Y., Roubik, H., Yang, K., Cai, M., & Sun, P. (2023). Solid state fermentation of soybean meal with edible mushroom mycelium to improve its nutritional, antioxidant capacities and physicochemical properties. *Fermentation*, 9, 322. <https://doi.org/10.3390/fermentation9040322>
- Xu, L., Guo, S., & Zhang, S. (2018). Effects of solid-state fermentation with three higher fungi on the total phenol contents and antioxidant properties of diverse cereal grains. *FEMS Microbiology Letters*, 365(16), 1-8. <https://doi.org/10.1093/femsle/fny163>

บทความวิจัย (Research Article)

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Online Banking Usage Behavior and Marketing Factors Influencing Online Banking Service Usage Among Undergraduate Students at Chiang Mai University

จุฑามาศ เสาร์แก้ว¹, กฤษณา ดิเรกวัตตะ^{2*}

¹ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200

² สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200

Juthamat Saokaew¹, Kritsada Direkwattana^{2*}

¹ Division of Agricultural Economic, Department of Agricultural Economy and Development, Faculty of Agricultural, Chiangmai University, Chiangmai, 50200, Thailand

² Division of Agricultural Economic, Department of Agricultural Economy and Development, Faculty of Agricultural, Chiangmai University, Chiangmai, 50200, Thailand

* Corresponding author

E-mail address: kritsada.direkwattan@cmu.ac.th

Received: 30/10/2024; Revised: 04/11/2024; Accepted: 11/03/2025

คำสำคัญ

ธนาคารออนไลน์

พฤติกรรมลูกค้า

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 395 ตัวอย่าง ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิแบ่งเป็นสัดส่วน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 กลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และอาศัยอยู่ในหอพักนอมมหาวิทยาลัย ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือช่วงเวลาระหว่าง 12.00-18.00 น. โดยจำนวนเงินที่ใช้บริการในแต่ละครั้งเฉลี่ย 100-500 บาทต่อครั้ง ในส่วนของปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.57 ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ย 4.47 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

KEYWORDS

Online Banking
Customer's Behavior

ABSTRACT

This study aims to examine the behavior of using online banking services and the marketing factors influencing the use of online banking services among undergraduate students at Chiang Mai University. Data was collected using an online questionnaire from a sample of 395 respondents, selected through stratified proportional random sampling. The study results reveal that the majority of the respondents are female, fourth-year students in the fields of humanities and social sciences, with an average monthly income below 10,000 baht, and residing in off-campus dormitories. In terms of usage behavior, most respondents use Siam Commercial Bank, with the peak usage time between 12:00-18:00. The average transaction amount per session is between 100-500 baht. Regarding marketing factors influencing online banking usage, the distribution channel factor is deemed most important by the respondents, with a mean score of 4.65, followed by product factor with a mean score of 4.57, price factor with a mean score of 4.47, and promotional factor with a mean score of 4.02, respectively.

1. บทนำ

กระแสโลกออนไลน์ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในโลกการเงินยังส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะธุรกรรมทางการเงินที่สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็ว และสะดวกสบายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น ธนาคารออนไลน์ หรือ Online Banking เป็นระบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ หรือระบบให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารต่าง ๆ โดยที่เจ้าของเงินไม่จำเป็นต้องจับเงินสด ซึ่งระบบธนาคารออนไลน์เป็นที่รู้จักในหลายชื่อ เช่น E-Banking (ธนาคารเสมือนจริง), Internet Banking (ธนาคารอินเทอร์เน็ต), และ Electronic Banking (ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์) โดยรวมแล้วมีกระบวนการทำงานพื้นฐานที่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันไปในด้านบริการตามแต่ละธนาคาร (Fillgoods, 2564) โดยในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่าและสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร (ปิยพงศ์, 2559) จากรายงาน “The Way We Pay 2022” ของฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงินและเทคโนโลยีทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2565) ชี้ว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเห็นได้ชัดว่าคนไทยเปลี่ยนพฤติกรรมการชำระเงินไปมาก การใช้เงินสดเริ่มถูกแทนที่ด้วยการชำระเงินดิจิทัล ซึ่งกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น เป็นสัญญาณที่ดีว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดมากขึ้นเรื่อย ๆ หลังจากสถานการณ์วิกฤต COVID-19 คนไทยคุ้นชินกับการชำระเงินดิจิทัล ทำให้การใช้งานยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในสิ้นปี 2565 การชำระเงินดิจิทัลเฉลี่ยอยู่ที่ 425 ครั้งต่อคนต่อปี เพิ่มขึ้นจาก 312 ครั้งในปี 2564 และ 202 ครั้งในปี 2563 ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากความรู้และการศึกษาของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับช่องทาง การรับรู้ข่าวสารที่กว้างขวางและรวดเร็ว ทำให้การตลาดในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงต้องพยายามแสวงหาเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อนำมาปรับใช้กับธุรกิจของตน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญขององค์กร (หัสบง, 2566)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจและใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย อีกทั้งนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีช่วงอายุในกลุ่ม Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ใช้สมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง ชอบความสะดวก รวดเร็ว ต้องการความคล่องตัว และต้องการบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตนเอง การเข้าใจพฤติกรรมการใช้ธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาจะช่วยให้ผู้ให้บริการธนาคารสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่หรือรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มความเชื่อมั่นในกลุ่มนักศึกษา ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงบริการธนาคารออนไลน์ในอนาคตต่อไป

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้บริการธนาคารออนไลน์ การเลือกตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มแบบใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้บริการธนาคารออนไลน์ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรและประชากรมีจำนวนมาก จำนวนตัวอย่างสามารถคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1967) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{31497}{1 + 31497(0.05)^2}$$

$$= 394.98 \text{ หรือประมาณ } 395 \text{ ตัวอย่าง}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ, N คือ จำนวนประชากรที่ศึกษา และ e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ โดยกลุ่มตัวอย่างจะถูกแบ่งออกเป็นสัดส่วนตามคณะต่าง ๆ ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามสัดส่วนตามคณะต่าง ๆ เรียงตามลำดับจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดไปน้อยที่สุด

ลำดับ	คณะ/วิทยาลัย	จำนวนตัวอย่าง
1	คณะวิศวกรรมศาสตร์	49
2	คณะมนุษยศาสตร์	38
3	คณะวิทยาศาสตร์	31
4	คณะบริหารธุรกิจ	27
5	คณะเศรษฐศาสตร์	26
6	คณะศึกษาศาสตร์	20
7	คณะเกษตรศาสตร์	19
8	คณะอุตสาหกรรมและการเกษตร	19
9	คณะจิตรศิลป์	18
10	คณะแพทยศาสตร์	18
11	วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี	18
12	คณะการสื่อสารมวลชน	16
13	คณะเทคนิคการแพทย์	15
14	คณะสังคมศาสตร์	13
15	คณะนิติศาสตร์	13
16	คณะเภสัชศาสตร์	11
17	คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์	11

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	คณะ/วิทยาลัย	จำนวนตัวอย่าง
18	คณะพยาบาลศาสตร์	10
19	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	9
20	คณะทันตแพทยศาสตร์	5
21	คณะสัตวแพทยศาสตร์	5
22	วิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล	4
รวม		395

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ใช้บริการธนาคารออนไลน์ จำนวน 395 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ที่พัฒนามาจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีความน่าเชื่อถือ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เมื่อได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามจำนวนสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละคณะที่ได้กำหนดสัดส่วนไว้แล้ว ดังตารางที่ 1

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีการกำหนดการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนของระดับความคิดเห็น ดังนี้ 4.21 – 5.00 ความสำคัญมากที่สุด, 3.41 – 4.20 ความสำคัญมาก, 2.61 – 3.40 ความสำคัญปานกลาง, 1.81 – 2.60 ความสำคัญน้อย และ 1.00 – 1.80 ความสำคัญน้อยที่สุด ตามลำดับ

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	147	37.22
หญิง	248	62.78
รวม	395	100.00
ชั้นปีที่ศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	74	18.73
ชั้นปีที่ 2	78	19.75
ชั้นปีที่ 3	88	22.28
ชั้นปีที่ 4	153	38.73
รวม	395	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	186	47.09
10,001 – 20,000 บาท	177	44.81
20,001 - 30,000 บาท	32	8.10
มากกว่า 30,000 บาท	0	0
รวม	395	100.00
อาชีพผู้ปกครอง		
พนักงานบริษัทเอกชน	50	12.66
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	102	25.82
รับจ้างทั่วไป/งานอิสระ	97	24.56
ค้าขาย	46	11.65
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	95	24.05
อื่นๆ	5	1.26
รวม	395	100.00
ลักษณะที่พักอาศัยในปัจจุบัน		
บ้าน	93	23.55
หอพักภายในมหาวิทยาลัย	83	21.01
หอพักนอกมหาวิทยาลัย	219	55.44
รวม	395	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.78 กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 มากที่สุดจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 47.09 ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.82 และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะของที่พักอาศัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอยู่ในหอพักนอกมหาวิทยาลัยจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 55.44

3.2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ*
มีความจำเป็นต้องใช้	376	95.19
ค่านิยม/ความทันสมัย	213	53.92
ต้องการทดลองใช้	27	6.84
ของสมนาคุณ/การส่งเสริมการขาย	15	3.80
อื่นๆ	8	2.03

*แบบสอบถามในหัวข้อนี้เป็นแบบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละจึงเป็นร้อยละแต่ละประเภท

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารออนไลน์ เนื่องจากมีความจำเป็นต้องใช้งาน จำนวน 376 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.19 รองลงมาคือ ความต้องการตามค่านิยมหรือความทันสมัย จำนวน 213 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.91 และต้องการทดลองใช้บริการ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.84 สำหรับเหตุผลด้านสัมมนาคุณหรือการส่งเสริมการขาย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.80 และเลือกใช้บริการด้วยเหตุผลอื่น ๆ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทธุรกรรมการเงินที่ทำผ่านธนาคารออนไลน์

ประเภทธุรกรรม	จำนวน	ร้อยละ*
ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ	322	81.52
โอนระหว่างบัญชี	387	97.87
เติมเงินโทรศัพท์มือถือ	226	57.22
ชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ	349	88.35
ซื้อขายตราสารหรือกองทุน	51	12.91
บริการที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อ	19	4.81
ดูข่าวสารและสิทธิพิเศษของธนาคาร	27	6.84
อื่น ๆ	1	0.25

*แบบสอบถามในหัวข้อนี้เป็นแบบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละจึงเป็นร้อยละแต่ละประเภท

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมประเภทโอนเงินระหว่างบัญชี จำนวน 387 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.87 รองลงมาคือการใช้เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ จำนวน 349 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.35 การตรวจสอบยอดคงเหลือ จำนวน 322 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.52 การเติมเงินโทรศัพท์มือถือ จำนวน 226 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.22 การซื้อขายตราสารหรือกองทุน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.91 การดูข่าวสารและสิทธิพิเศษของธนาคาร จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.84 การดูหรือชำระบริการที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.81 และการทำธุรกรรมประเภทอื่น ๆ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในหนึ่งสัปดาห์

ความถี่ในการใช้บริการ / สัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ*
1 – 3 ครั้ง	7	1.77
4 – 6 ครั้ง	21	5.32
7 – 9 ครั้ง	30	7.60
10 – 12 ครั้ง	33	8.35
มากกว่า 13 ครั้ง	304	76.96
รวม	395	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการธนาคารออนไลน์มากกว่า 13 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 304 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.96 รองลงมาคือการใช้บริการธนาคารออนไลน์ 10 – 12 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.35 การใช้บริการธนาคารออนไลน์ 7 – 9 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.60 การใช้บริการธนาคารออนไลน์ 4 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.32 และการใช้บริการธนาคารออนไลน์ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ*
06.00 – 12.00 น.	7	1.77
12.01 – 18.00 น.	21	5.32
18.01 – 00.00 น.	30	7.60
00.01 – 06.00 น.	33	8.35
ไม่แน่นอน	304	76.96
รวม	395	100

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.32 รองลงมาคือการใช้บริการในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน จำนวน 304 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.96 การใช้บริการใน

ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.48 การใช้บริการในช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.51 และการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในช่วงเวลา 00.01 – 06.00 น. จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ*
ต่ำกว่า 100 บาท	120	30.38
100 – 500 บาท	230	58.23
5001 – 1,000 บาท	34	8.16
1,001 – 2,000 บาท	6	1.52
2,001 – 3,000 บาท	3	0.76
3,000 บาทขึ้นไป	2	0.50
รวม	395	100

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งอยู่ที่ 100 – 500 บาท จำนวน 230 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.23 รองลงมาคือการใช้จำนวนเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.38 การใช้จำนวนเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งอยู่ที่ 501 – 1,000 บาท จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.61 การใช้จำนวนเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งอยู่ที่ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.52 การใช้จำนวนเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งอยู่ที่ 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.76 และการใช้จำนวนเงินในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งตั้งแต่ 3,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก ๆ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลสูงที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออนไลน์ ดังนี้

ตารางที่ 8 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การประเมิน
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.57	ความสำคัญมากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา	4.47	ความสำคัญมากที่สุด
ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	4.65	ความสำคัญมากที่สุด
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	4.02	ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43	ความสำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 8 พบว่าระดับความสำคัญในด้านต่าง ๆ มีความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.43 เมื่อจำแนกระดับความสำคัญในแต่ละด้านจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถพิจารณาปัจจัยรายย่อยในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะแสดงดังตาราง

ตารางที่ 9 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความมีอิทธิพล (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การประเมิน
	5	4	3	2	1		
มีช่องทางการใช้งานหลากหลายตรงกับความต้องการ	272 (68.90)	97 (24.50)	25 (6.30)	1 (0.30)	0 (0)	4.62	ความสำคัญมากที่สุด
การใช้บริการมีความปลอดภัย	244 (61.80)	120 (30.40)	27 (6.80)	4 (1.00)	0 (0)	4.53	ความสำคัญมากที่สุด
การใช้บริการสามารถชำระค่าสินค้าและบริการอื่นได้ครบคลุม	276 (69.90)	95 (24.00)	21 (5.30)	3 (0.80)	0 (0)	4.63	ความสำคัญมากที่สุด
มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการใช้บริการ	257 (65.10)	93 (23.50)	37 (9.40)	8 (2.00)	0 (0)	4.52	ความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม						4.57	ความสำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 9 เมื่อพิจารณาความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.57

เมื่อพิจารณาตามปัจจัยรายย่อย พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การใช้บริการสามารถชำระค่าสินค้าและบริการอื่นได้ครบคลุม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 รองลงมาคือ มีช่องทางการใช้งานหลากหลายตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ตามด้วย การใช้บริการมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และ มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความมีอิทธิพล (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การประเมิน
	5	4	3	2	1		
ไม่มีค่าธรรมเนียมในการสมัครใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน	306 (77.50)	68 (17.20)	19 (4.80)	0 (0)	2 (0.5)	4.71	ความสำคัญมากที่สุด
ไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี	263 (66.60)	70 (17.70)	42 (10.60)	16 (4.10)	4 (1)	4.45	ความสำคัญมากที่สุด
มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมธุรกรรมบางรายการ	199 (50.40)	135 (34.20)	55 (13.90)	6 (1.50)	0 (0)	4.33	ความสำคัญมากที่สุด
อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการถูกกว่าชำระหน้าเคาน์เตอร์ธนาคาร	216 (54.70)	122 (30.90)	48 (12.10)	7 (1.80)	2 (0.50)	4.37	ความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม						4.47	ความสำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 10 เมื่อพิจารณาความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47

เมื่อพิจารณาตามปัจจัยรายย่อย พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ไม่มีค่าธรรมเนียมในการสมัครใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รองลงมาคือ ไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ตามด้วย อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการถูกกว่าชำระหน้าเคาน์เตอร์ธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และ มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมธุรกรรมบางรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	ระดับความมีอิทธิพล (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การประเมิน
	5	4	3	2	1		
การใช้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว	307 (77.70)	71 (18.00)	15 (3.80)	2 (0.50)	0 (0)	4.73	ความสำคัญมากที่สุด
สามารถทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมงและสามารถใช้บริการได้ทุกที่	259 (65.60)	95 (24.00)	35 (8.90)	6 (1.50)	0 (0)	4.54	ความสำคัญมากที่สุด
สามารถลดเวลาในการเดินทางไปทำรายการที่สาขา	291 (73.70)	86 (21.80)	14 (3.50)	4 (1.00)	0 (0)	4.68	ความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม						4.65	ความสำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.65

เมื่อพิจารณาตามปัจจัยรายย่อย พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การใช้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาคือ สามารถลดเวลาในการเดินทางไปทำรายการที่สาขา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 และสามารถทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถใช้บริการได้ทุกที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความมีอิทธิพล (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การประเมิน
	5	4	3	2	1		
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, โปสเตอร์, โทรทัศน์, วิทยุ ฯลฯ	149 (77.70)	129 (18.00)	103 (3.80)	10 (0.50)	4 (0)	4.04	ความสำคัญมาก
มีบริการเสริมที่หลากหลายน่าสนใจ	163 (65.60)	159 (24.00)	64 (8.90)	8 (1.50)	1 (0)	4.20	ความสำคัญมาก
มีการส่งเสริมการขาย เช่น แจกของ Premium, ลุ้นชิงรางวัลอยู่เสมอ	121 (73.70)	125 (21.80)	127 (3.50)	19 (1.00)	3 (0)	3.87	ความสำคัญมาก
มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	141 (35.70)	135 (34.20)	91 (23.00)	20 (5.10)	8 (2.00)	3.96	ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.02	ความสำคัญมาก

จากตารางที่ 12 เมื่อพิจารณาความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02

เมื่อพิจารณาตามปัจจัยรายย่อย พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีบริการเสริมที่หลากหลายน่าสนใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามด้วย มีการส่งเสริมการขาย เช่น แจกของ Premium ลุ้นชิงรางวัลอยู่เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

4. บทสรุป

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ พบว่านักศึกษานิยมใช้บริการธนาคารออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ การเติมเงินโทรศัพท์มือถือ นักศึกษามองหาความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ นอกจากนี้ นักศึกษาให้ความสำคัญกับฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การสมัครสินเชื่อ การลงทุน ธนาคารสามารถนำข้อมูลเชิงลึก

เหล่านี้ไปใช้เพื่อพัฒนาบริการธนาคารออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักศึกษา ดังนี้ (1) พัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย ครอบงำแบบการใช้งานที่ใช้งานสะดวก มีระบบนำทางที่ชัดเจน ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงฟังก์ชันต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับ สัจจาภรณ์ (2560) และ วิชาดา (2564) ที่ได้ให้ความคิดเห็นว่าธนาคารควรมีการออกแบบรูปแบบการใช้งานที่มุ่งเน้นการใช้งานที่ง่าย เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนระหว่างการใช้งาน (2) เพิ่มฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การสมัครสินเชื่อ การลงทุน หรือการ ให้บริการอื่น ๆ ที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา (3) พัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยอาจใช้เทคโนโลยีการเข้ารหัสข้อมูลและการตรวจสอบตัวตนหลายชั้น สอดคล้องกับชนมนิกานต์ (2550) และ สัจจาภรณ์ (2560) ที่ระบุว่าความปลอดภัยเหตุผลสำคัญสำหรับการใช้งานธนาคารออนไลน์ (4) สืบหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ควรมี การสำรวจและเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของลูกค้าธนาคารออมสินกับลูกค้าธนาคารอื่น ๆ เพื่อพัฒนา บริการที่ตรงตามความต้องการและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (5) จัดทำการตลาดที่มุ่งเน้นกลุ่มนักศึกษา สร้างแคมเปญการตลาดที่สามารถเข้าถึงนักศึกษา เช่น โปรโมชั่นพิเศษ หรือการให้บริการที่เหมาะสมกับนักศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- ชนมนิกานต์ อัจฉริย. (2550). *พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/93932.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *รายงานข้อมูลระบบการชำระเงิน รายสองเดือน ฉบับที่ 18 (ธันวาคม, 2565)*. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/reports/payment-report/bi-monthly-report/Bi-monthly_report_Vol18-2022_December.pdf
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (2559). *สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล*. https://www.gsb.or.th/gsbresearch/wp-content/uploads/2016/07/2IN_hotissue_Digital_bank_detail.pdf
- วิชาดา ไม้เงินงาม, และ สวรรยา ธรรมอภิพล. (2564). พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์*, 10(2), 63-69
- สัจจาภรณ์ ไชยเสนา. (2560). *พฤติกรรมความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031219_8044_6611.pdf
- หัสพง รัตนโชติ. (2566). *พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt16/6414991222.pdf>
- Fillgoods. (2564). *Online banking ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการยุคปัจจุบันและอนาคต*. <https://www.fillgoods.co/payments/shop-paymentsonline-banking-electronic-for-future>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

บทความวิจัย (Research Article)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน

อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

Factors Affecting the Choice of Garden Cafes

in Sam Phran, Nakhon Pathom

ปลื้มกมล จันทร์ศรี¹, พัทชรินทร์ เดิมประโคน¹, วรรัตน์ ชาเมืองกุล¹,

สรารค์ พรนภาลัย^{1*}, ภัทรदनัย โคตรศรี¹

¹ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ ภาควิชาธุรกิจโรงแรมและไมซ์ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

Peumkamol Chansri ¹, Phatcharin Deomprakhon ¹, Worarut Chamaungkool ¹,

Sarang Pornnapalai ^{1*}, Pattharadanai khotsri ¹

¹ Hospitality Industry Management, Department of Hotel and MICE Business, Faculty of Hospitality, Kasetsart University Kamphaeng
Saen Campus, Nakhon Pathom, 73140, Thailand

* Corresponding author

E-mail address: sarang.p@ku.th

Received: 28/02/2025; Revised: 06/03/2025; Accepted: 25/03/2025

คำสำคัญ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
การตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่
ในสวน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และ (3) ศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้มาใช้บริการร้านคาเฟ่ในสวนในเขต อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ผลวิจัยพบว่า (1) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้ 10,001-15,000 บาท และภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมาก (3) การตัดสินใจของผู้บริโภคเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมาก

KEYWORDS

Marketing mix factors
Decision to use the
services of a garden café

ABSTRACT

The objectives of this research were to (1) study the personal characteristics of consumers who choose to use the services of a garden café in Sam Phran District, Nakhon Pathom Province; (2) examine the marketing mix factors that influence the decision to use the services of a garden café in Sam Phran District, Nakhon Pathom Province; and (3) analyze consumers' decisions regarding the use of garden café services in the same district. The sample group consisted of 400 individuals aged 18 years and above who had used the services of a garden café in Sam Phran District, Nakhon Pathom Province. Data were collected using a questionnaire. The research findings revealed that (1) The majority of consumers who choose to use garden café services are female, aged between 21 and 30 years, hold a bachelor's degree, are students, have an income of 10,001–15,000 baht, and reside in Nakhon Pathom Province. (2) The marketing mix factors influencing the decision to use garden café services had an average rating of 4.36, indicating a high level of influence. (3) The consumers' decision to use garden café services had an average rating of 4.29, also indicating a high level of influence.

1. บทนำ

ธุรกิจบริการด้านอาหารเป็นธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนและขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคบริการของประเทศไทยให้เติบโตพร้อมกับการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของมูลค่าการพัฒนาเศรษฐกิจ การจ้างงานและการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและคาดการณ์ว่ามูลค่าการขายในช่วงปี 2566-2571 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ซึ่งมากกว่าการเติบโตช่วงก่อนการเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยการเติบโตได้รับแรงหนุนจากการกลับมาใช้ชีวิตตามปกติ ทั้งการทำงานในที่ทำงานและการเพิ่มขึ้นของการเดินทาง (กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสำนักงานคณะกรรมการและธุรกิจบริการ, 2567) ร้านอาหารแบบคาเฟ่คาดว่าจะเติบโต 13% ในปี 2567 แม้จะได้รับผลกระทบจากโรคระบาด แต่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวได้ดีโดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตผู้บริโภค (SCB EIC Industry insight, 2568) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้นหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 (สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร, 2566) โดยเลือกเที่ยวในสถานที่ไม่แออัดและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเล็กหรือครอบครัว และการมองหาประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำใคร (Hotelsup, 2024) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันสะท้อนถึงการปรับตัวที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสังคมเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ โดยเฉพาะในเรื่องการดูแลสุขภาพที่ได้รับค่านิยม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) เช่น การเลือกรับประทานอาหารคลีนและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก นอกจากนี้มลภาวะอากาศเป็นพิษในเมืองทำให้ผู้คนมีความต้องการที่จะสัมผัสกับธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ในต่างจังหวัดมากขึ้น เช่น การไปคาเฟ่ที่มีบรรยากาศดี (MedPark, 2567)

ในปัจจุบัน ธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะคาเฟ่ กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ไทยรัฐ มั่นใจ, 2567) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของผู้คน คาเฟ่เป็นร้านที่ให้บริการเครื่องดื่มและอาหาร พร้อมบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายรูปและพักผ่อน โดยเฉพาะคาเฟ่ที่มีการตกแต่งเข้ากับธรรมชาติได้รับความนิยมสูง (ศุภติ, 2560) ผู้ประกอบการบางรายจึงเริ่มเปิด "คาเฟ่ในสวน" เพื่อเพิ่มรายได้และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ทศพร, 2564) ประเทศไทยมีพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเกษตรอยู่บริเวณชานเมือง เช่น

นครปฐม สุพรรณบุรี และกาญจนบุรี โดยเฉพาะอำเภอสสามพรานในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีลำคลองและแม่น้ำท่าจีนล้อมรอบ ทำให้เหมาะสำหรับการทำเกษตร เช่น สวนกล้วยไม้และสวนผลไม้ นอกจากนี้ ท่าเลที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ ยังทำให้สะดวกสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนในธรรมชาติ โดยไม่ต้องใช้เวลาเดินทางมาก จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้สามพรานเหมาะสำหรับการสร้างคาเฟ่ในสวนนครปฐมเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการเปิดคาเฟ่ในสวน เนื่องจากมีบรรยากาศเงียบสงบและธรรมชาติที่สวยงาม เช่น สวนผลไม้ ทุ่งนา และลำคลอง ซึ่งช่วยสร้างความสงบและความสวยงามให้กับผู้มาเยือน นอกจากนี้ ชุมชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวยังนิยมสถานที่พักผ่อน เช่น คาเฟ่สไตล์ธรรมชาติ ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจคาเฟ่ การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและธุรกิจท้องถิ่นยังช่วยเสริมสร้างแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น คาเฟ่ในสวนยังตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่ชอบถ่ายรูปและแชร์ประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้นครปฐมเป็นทำเลที่เหมาะสมสำหรับการเปิดคาเฟ่ในสวนอย่างยิ่ง จากสาเหตุนี้จึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน เพื่อเป็นข้อมูลและเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการร้านอาหารคาเฟ่นำไปใช้ในปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

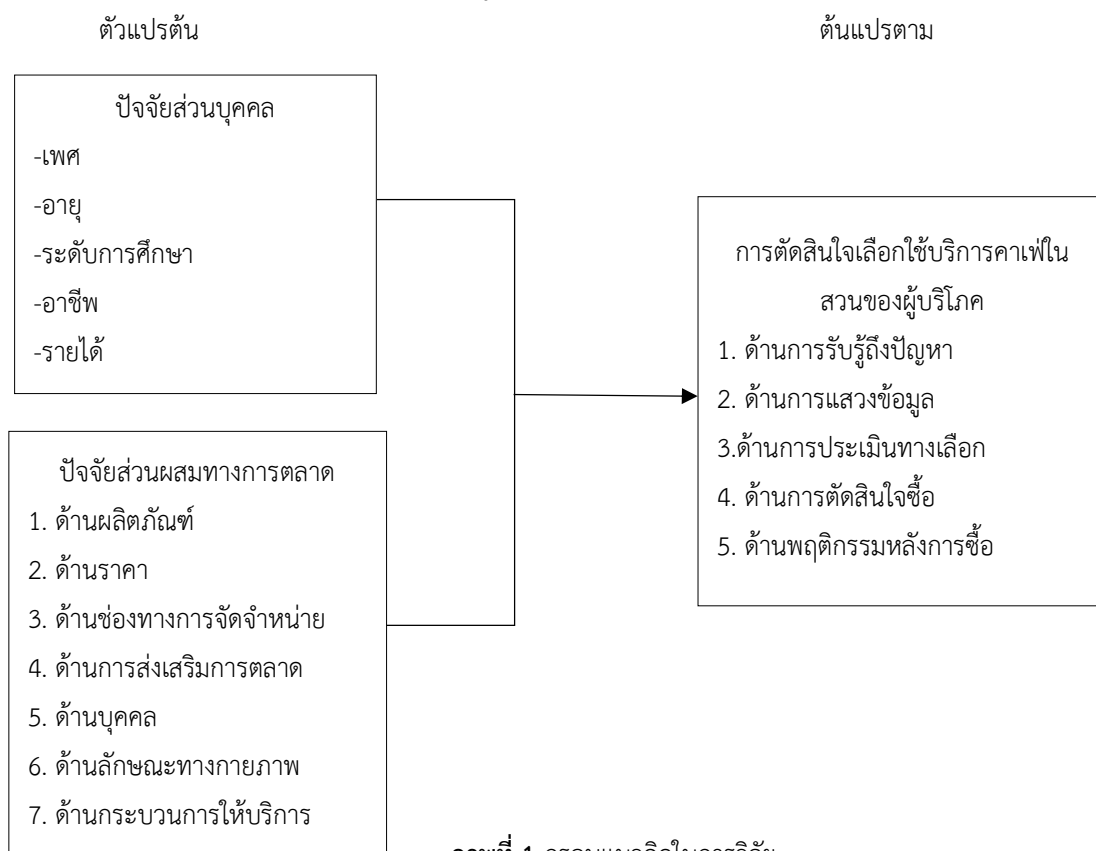
1. เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสสามพราน จังหวัด

นครปฐม

3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการที่ได้ทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการร้านกาแฟในสวนในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้สูตร $n = \frac{z^2}{4e^2}$

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีลักษณะคำถามปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว มีทั้งหมด 6 ข้อ 2) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน การประเมินมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกาแฟในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มี 5 ด้าน การประเมินมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ 4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยการนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) จากการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามพบว่าค่า IOC ของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม จากนั้นทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับประชากรในกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน ซึ่งการทดสอบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.978

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยและนำมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม
2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2567
3. นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทั้งหมดมาวิเคราะห์ประมวลผลโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for The Social Sciences)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 5 คะแนน, มาก 4 คะแนน, ปานกลาง 3 คะแนน, น้อย 2 คะแนน และน้อยที่สุด 1 คะแนน และใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม, 2560) โดยค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00, 3.51 - 4.50, 2.51 - 3.50, 1.51 - 2.50 และ 1.01 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการกาแฟในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการกาแฟในสวนในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 58% เพศชาย 38% และเพศอื่น ๆ 4% โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 21-30 ปี (59%) รองลงมาคือ 18-20 ปี (17.75%) และ 31-40 ปี (15.75%) ด้านการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี (63.75%) รองลงมาคือมัธยมปลายหรือเทียบเท่า (17.25%) อาชีพหลักเป็นนักเรียน/

นักศึกษา (50.75%) รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน (13.75%) และอาชีพอิสระ (11.75%) รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน (24.25%) และ 15,001-20,000 บาท (18.75%) ที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดนครปฐม (47.75%) รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร (23.5%) และจังหวัดอื่น ๆ (12.75%)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.40) รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.39) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.36) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.34) และ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.27) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.37	0.56
2.ด้านราคา	4.30	0.63
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.35	0.58
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.28	0.70
5.ด้านบุคลากร	4.40	0.55
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	4.40	0.54
7.ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.40	0.55
รวม	4.36	0.59

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.35) รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือก (ค่าเฉลี่ย = 4.34) ด้านการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.29) ด้านการรับรู้ถึงปัญหา (ค่าเฉลี่ย = 4.28) และด้านแสวงหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.19) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ของผู้บริโภค โดยรวมและรายด้าน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนของผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.ด้านรับรู้ถึงปัญหา	4.28	0.67
2.ด้านการแสวงหาความรู้	4.19	0.73
3.ด้านการประเมินผลทางเลือก	4.34	0.55
4.ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.29	0.59
5.ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.35	0.61
รวม	4.29	0.63

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลจากการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่าในจำนวนผู้ใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน บางส่วนได้ให้ข้อเสนอแนะว่า อยากให้ที่นั่งมีระยะห่างเพิ่มขึ้น ไม่แออัดกันเกินไป เพื่อให้อากาศถ่ายเทสะดวกสอดคล้องกับคาเฟ่ในสวนเพราะต้องการบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ต้องการให้แนะนำเมนูซิกเนเจอร์ของทางร้านพร้อมบอกราคาให้สมเหตุสมผล อยากให้เพิ่มกังหันตึ้นน้ำบำบัดน้ำเสียเพื่อให้น้ำใสและไม่มกลิ่นเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี อยากให้พนักงานบริการใช้น้ำเสียงที่เต็มใจที่จะบริการและยิ้มแย้มแจ่มใส

3.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนาและรายได้ถึงจะแตกต่างกัน แต่การเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการที่คล้ายคลึงกัน โดยเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ดื่มด่ำกับรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคโปรดปราน สัมผัสบรรยากาศ การถ่ายรูปลงโซเชียลและประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบปะเพื่อน ครอบครัวหรือคนรัก ซึ่งสถานที่ แบบคาเฟ่ในสวนตอบโจทย์อย่างยิ่ง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางแจ้งของทศพร (2564) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนาและรายได้ที่แตกต่างกัน แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความต้องการที่เหมือน ๆ กัน และจากผลวิจัยของการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้บริการคาเฟ่ในสวนคือ ผู้หญิงวัยรุ่นตอนปลายถึงวัยทำงานต้น ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาศัยอยู่ในนครปฐม และมีรายได้ระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคาเฟ่ในสวนสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนกลุ่มนี้ที่ต้องการสถานที่พักผ่อน ถ่ายรูปหรือทำงานในบรรยากาศธรรมชาติได้เป็นอย่างดี โดยมีการสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ของโชติธนา (2563) ผลการศึกษาวิจัยเล่มนี้ มีการค้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับปริญญาตรีจะนิยมการใช้บริการเกี่ยวกับความทันสมัยและความสะดวกสบาย

2. ด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย รสชาติของอาหารเครื่องดื่ม ภาชนะและบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม สวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ของอาหาร เครื่องดื่ม ราคาสินค้าที่เหมาะสมและมีการติดป้ายที่ชัดเจน สินค้ามีความหลากหลาย สถานที่น่าดึงดูด มีที่จอดรถที่กว้างและเพียงพอ มีการเข้าถึงร้านที่ง่ายตาย ที่นั่งเพียงพอพร้อมความสะดวก มีการจัดกิจกรรมที่พิเศษที่ร้าน มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และส่วนลด พนักงานมีความเต็มใจให้บริการ และส่งมอบสินค้าด้วยความรวดเร็ว ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนกลางแจ้งของทศพร (2564) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อข้อข้อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางแจ้งของผู้บริโภค

3. ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความต้องการพักผ่อนคลายและบรรยากาศธรรมชาติ เมื่อต้องการพบปะครอบครัว เพื่อน คนรู้จักก็จะนัดหมายมาใช้บริการคาเฟ่เพราะบรรยากาศที่ดี พออยากจะมีที่พบปะสังสรรค์ก็จะนึกถึงคาเฟ่ในสวนเสมอ โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มาใช้บริการคาเฟ่ในสวนจะหาข้อมูลจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ หรือสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้วว่ามีประสบการณ์อย่างไรเพื่อมาเป็นการตัดสินใจเดินทางมาที่คาเฟ่ในสวน โดยประเมินรวมกับระยะทางที่ใกล้ไกลของสถานที่ที่อยู่ในขณะนั้น แล้วความตั้งใจมาใช้บริการที่ร้านโดยตรงพอมาใช้บริการจะมีความพึงพอใจจากการได้รับบริการจะกลับมาใช้บริการคาเฟ่ในสวนแห่งนี้ ถ้าความคาดหวังที่มีกับประสบการณ์ที่ได้รับจากคาเฟ่ในสวนได้มีความพึงพอใจตามความคาดหวังหรือได้รับเกินความคาดหวังก็จะกลับมาใช้บริการแห่งนี้ต่อไป และจะแนะนำคาเฟ่ในสวนแห่งนี้ให้กับเพื่อนหรือคนใกล้ชิด พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจ (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2562) ที่ศึกษาการกระทำของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อผู้บริโภครู้สึกถึงความต้องการที่เกิดขึ้น 2) การค้นหาข้อมูล โดยเมื่อเกิดการตระหนักถึงความต้องการแล้ว วิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็วคือการหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคจะทำการ ประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยมีการกำหนดเกณฑ์ประเมินผล ซึ่งเกณฑ์ จะเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา คุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น ผู้บริโภคจะพิจารณา

ทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด 4) การตัดสินใจซื้อ หลังจากประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจแล้วก็จะมีการซื้อที่จะเกิดขึ้น และ 5) การประเมินผลหลังการซื้อ เมื่อผู้บริโภคซื้อและใช้สินค้า แล้วที่ได้ตัดสินใจแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการจะมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนของผู้ใช้ด้วย

4. บทสรุป

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่สวน ซึ่งภาพรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก (MEAN = 4.36, S.D. = 0.59) ซึ่งเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านบุคลากร (MEAN = 4.40, S.D. = 0.55) ด้านลักษณะทางกายภาพ (MEAN = 4.40, S.D. = 0.55) ด้านกระบวนการให้บริการ (MEAN = 4.40, S.D. = 0.54) ด้านผลิตภัณฑ์ (MEAN = 4.37, S.D. = 0.56) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (MEAN = 4.35, S.D. = 0.58) ด้านราคา (MEAN = 4.30, S.D. = 0.63) และด้านการส่งเสริมการตลาด (MEAN = 4.28, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาารายข้อประเด็นที่สูงสุด มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ลูกค้าน่าพอใจในคุณภาพ รสชาติ และความหลากหลายของเมนูอาหาร รวมถึงบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์ ด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและมีตัวเลือกที่หลากหลาย ด้านสถานที่และช่องทางการจำหน่าย คือ คาเฟ่มีทำเลที่เดินทางสะดวก ระยะเวลาเปิดให้บริการเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถและพื้นที่นั่งพักเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโปรโมตผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และการจัดโปรโมชั่นเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดลูกค้า ด้านบริการและพนักงาน คือ การบริการของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะความเป็นมิตรและความใส่ใจในการให้บริการ อย่างไรก็ตาม คาเฟ่ควรปรับปรุงเรื่องการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น การพัฒนาการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น การจัดการที่จอดรถให้เหมาะสม และการตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก (MEAN = 4.29, S.D. = 0.63) ซึ่งเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (MEAN = 4.35, S.D. = 0.61) ด้านการประเมินผลทางเลือก (MEAN = 4.34, S.D. = 0.55) ด้านการตัดสินใจซื้อ (MEAN = 4.29, S.D. = 0.59) ด้านการรับรู้ถึงปัญหา (MEAN = 4.28, S.D. = 0.67) และด้านการแสวงหาความรู้ (MEAN = 4.19, S.D. = 0.73) ซึ่งด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการ อีกทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้ร้านปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้น ด้านการประเมินผลทางเลือก พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่ คุณภาพอาหารและเครื่องดื่ม ระยะเวลาความสะดวกในการเดินทาง และกระแสนิยมของร้าน โดยหากร้านมีจุดเด่นด้านบรรยากาศหรือเมนูพิเศษ จะดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น ด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่าผู้บริโภคพิจารณาจากโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ความประทับใจจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และเสียงแนะนำจากเพื่อนหรือรีวิวออนไลน์ ด้านการรับรู้ปัญหา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรยากาศธรรมชาติและความสะดวกสบาย หากต้องการสถานที่พักผ่อนหรือทำงานมักนึกถึงคาเฟ่ในสวนก่อน ด้านการแสวงหาข้อมูล ผู้บริโภคมักใช้แหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ตรง การสอบถามจากคนรู้จัก และค้นหาจากโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์รีวิวเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยสรุป ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่ในสวน คือ บรรยากาศของร้าน คุณภาพอาหาร และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งหากร้านสามารถรักษามาตรฐานและพัฒนาโปรโมชั่นที่เหมาะสม ก็จะสามารถดึงดูดลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

1. การวิจัยในครั้งถัดไปควรการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ

2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบร้านกาแฟในสวนที่แตกต่างออกไป เพื่อรับรู้ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟในรูปแบบอื่น ๆ และนำไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจ และปรับปรุงรูปแบบกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

3. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจสำหรับการลงทุนทางธุรกิจ หรือนำไปพัฒนากลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ. (2567). *แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการด้านอาหารของไทย*.
<https://uploads.tpsgo.go.th/แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการด้านอาหารของไทย.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *Wellness Tourism การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*.
<https://tatacademy.com/th/articles/article/1f96f700-896a-4f19-845f-f39e00cccf650>
- โชคธิชา แสงสือ. (2020). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อใช้บริการสั่งอาหาร การประยุกต์ของผู้บริโภครุ่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
<http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1413/1/gs591110095.pdf>
- ทศพร ลีลอย. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4852/4/tossaporn.leel.pdf>
- ไทยรัฐ มั่นนี้. (2567). *อานุภาพการตลาด กาแฟ “พันธุ์ไทย” โตเกือบ 100% สูงสุดในรอบ 12 ปี รับมูลค่าตลาดพุ่ง 60,000 ล้านบาท*.
https://www.thairath.co.th/money/business_marketing/marketing_trends/2837574?utm_source=chatgpt.com
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562*.
https://registrar.kku.ac.th/policy/download/Factor_research_kkuquota62.pdf
- ศุภดี ศุภเมธีศิริ. (2560). *โครงการธุรกิจร้านกาแฟและอาหาร* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2514/3/supadee_supa.pdf
- สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร. (2566). *5 สไตล์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังโควิด*.
https://happy8workplace.thaihealth.or.th/articles/90?utm_source=chatgpt.com
- Hotelsup. (2024). *แนวโน้มเทรนด์ท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปในปีมะเส็ง 2568*. <https://www.hotelsup.co/blog/>
- Medpark Hospital. (2567). *รพ.เมดพาร์ค ปลอดภัยจาก PM 2.5 ด้วยอาคาร Positive Pressure*.
<https://www.medparkhospital.com/lifestyles/positive-pressure-building>
- SCB EIC Industry insight. (2568). *ธุรกิจบริการอาหาร*. https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9290/gqd16hs78q/Industry_Insight_Restaurant_20231107.pdf

บทความวิจัย (Research Article)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

Factors Affecting the Motives of Gen Z Group in Making Decisions
about Ecotourism Travel in the Koh Lan Area, Chonburi Province

กิตติญาพร มาตร์วังแสง¹, ธัญชนก อ่ำลอย^{1*}, ปรีศนา แสนทอง¹, รชต จรดล¹, บัณฑิต แสนคำ¹

¹ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ ภาควิชาธุรกิจโรงแรมและไมซ์ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

Kittiyaporn Martwangseang¹, Thanchanok Amloi^{1*}, Pritsana Santong¹,
Rachata Joradol¹, Borisuth Saenkam¹

¹ Hospitality Industry Management, Department of Hotel and MICE Business, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University
Kamphaeng Saen Campus, Nakhon Pathom, 73140, Thailand

* Corresponding author

E-mail address: thanchanok.am@ku.th

Received: 28/02/2025; Revised: 06/03/2025; Accepted: 25/03/2025

คำสำคัญ	บทคัดย่อ
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว กลุ่มเยาวชนGenZ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาแรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชน Gen Z จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของกลุ่มเยาวชนGen Z โดยค่าเฉลี่ยหลังการเก็บข้อมูล แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) เท่ากับ 4.43 อยู่ในระดับมากที่สุด และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) เท่ากับ 4.38 อยู่ในระดับมากที่สุด 2) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของกลุ่มเยาวชนGen Z มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.65 และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ด้านชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.50

KEYWORDS

Tourism Motivation
Generation Z Group
Ecotourism

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the behavior of Generation Z youth in their decision-making process when traveling for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province, and 2) investigate the motivations of Generation Z youth in making decisions to travel for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province. The population used in this research was of 400 Generation Z youths. The research instrument was a questionnaire. Statistics for data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The research findings were as follows: 1) The decision to travel for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province, among Generation Z youth showed an average score of 4.43 for push factors, indicating the highest level of motivation, and 4.38 for pull factors, also indicating a very high level. 2) The decision to travel for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province, among Generation Z youth, showed the highest push factor motivation related to relaxation and relief from daily life, with an average score of 4.65, and the highest pull factor motivation related to the reputation of the tourist destination, with an average score of 4.50.

1. บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (บริษัทแดชเอ็มวีจำกัด, 2566) กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Z (Gen Z) เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการเดินทางของคนกลุ่มนี้แตกต่างจากรุ่นก่อน ๆ พวกเขาเน้นการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ สนใจการท่องเที่ยวที่มีความหมาย และให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมมากกว่าความบันเทิงในรูปแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ แรงจูงใจดึงดูดในการออกเดินทางท่องเที่ยวคือ โซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ Gen Z อย่างมาก โดยเฉพาะแพลตฟอร์มอย่าง TikTok และ Instagram ที่ทำให้พวกเขาค้นพบจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ และต้องการสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากอินฟลูเอนเซอร์ด้านการท่องเที่ยว และแรงจูงใจหลักดันในการออกเดินทางท่องเที่ยวของคน Gen Z ก็คล้ายกับคนรุ่นอื่น ๆ คือ ไปเพื่อพักผ่อน หลีกหนีความวุ่นวาย ใช้เวลากับเพื่อนและครอบครัว แต่พวกเขามีแนวโน้มที่จะออกเดินทางด้วยเหตุผลอย่างการผจญภัย และการพบกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ เพราะพวกเขาแสวงหาสิ่งใหม่ที่น่าสนใจอยู่เสมอ อีกเหตุผลคือท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจิตที่ดี เพราะคนในเจนเนอเรชันนี้ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีอย่างมาก ทั้งนี้ ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวคนเจนเนอเรชันนี้ไปเที่ยวชม สัมผัสวัฒนธรรมใหม่ ทานอาหาร ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบผู้คนใหม่ ๆ แต่คนเจนเนอเรชันนี้สนใจการเที่ยวคลับหรือสถานบันเทิงน้อยที่สุด เพราะพวกเขาสนใจการท่องเที่ยวสัมผัสธรรมชาติและสัมผัสวัฒนธรรมในท้องถิ่นมากกว่าและคน Gen Z ไม่เพียงเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน พวกเขาต้องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้ การจ้างงาน และการอนุรักษ์ระบบนิเวศในท้องถิ่นที่ไปเยือน และส่วนใหญ่ชอบการเดินทางและที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการท่องเที่ยว และสนับสนุนแบรนด์ที่มีแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน (สินน้ำ, 2566) เกาะล้านเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลที่ได้รับความนิยม

ของเมืองพัทยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย เกาะล้านมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ หาดทรายขาวสะอาด น้ำทะเลใส และแนวปะการังที่ยังคงความสมบูรณ์ จึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ชุมชนท้องถิ่นบนเกาะล้านยังมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมถึงโครงการฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน (ธนวิญญู, 2566)

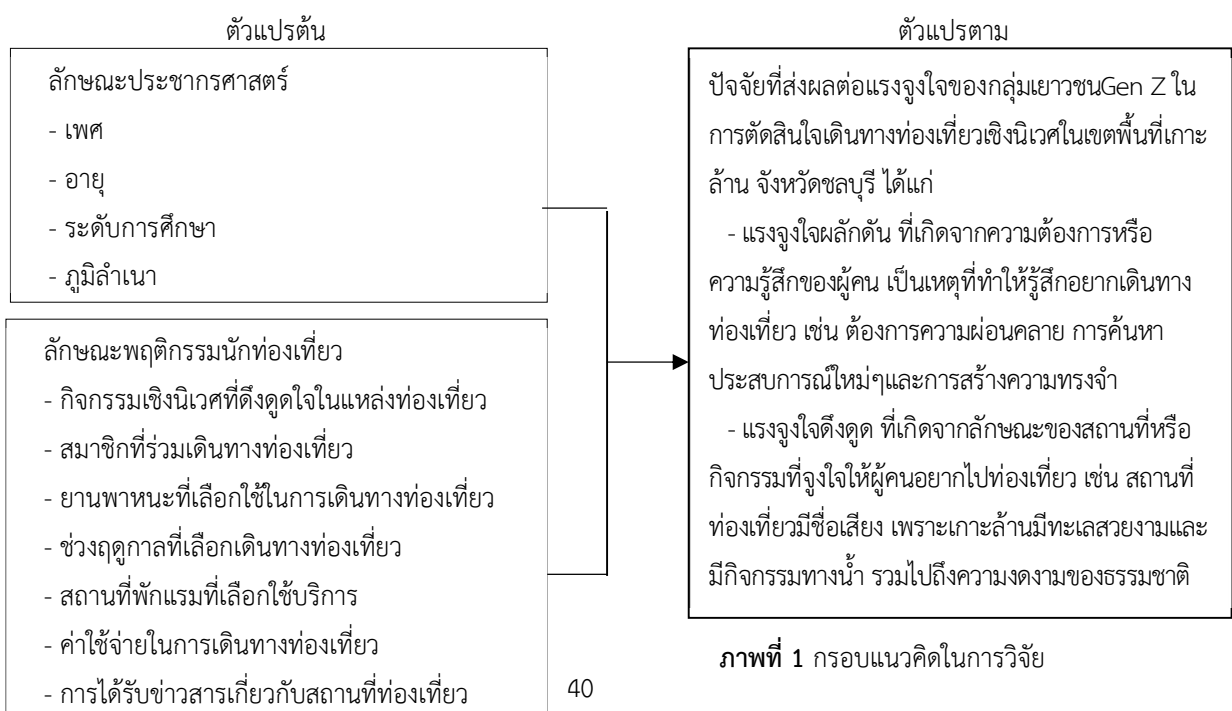
จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดย กขพรรณ (2563) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีปัจจัยผลักดันในระดับมากที่สุด คือ ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ งานวิจัยของกัญจน์ และคณะ (2564) ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบแคมป์ ปังจังหวัดนครนายก พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือแรงจูงใจด้านกายภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้รับการนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน งานวิจัยของนภาพร และคณะ (2566) ได้สำรวจกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย พบว่ากลยุทธ์การตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด งานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ รวมถึงการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และงานวิจัยของพงศ์เสวก และ ธัญญลักษณ์ (2564) ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากร Gen Z พบว่า Gen Z มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างสูงและ Gen Z ที่มีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงต้องการต่อยอดงานวิจัยในอดีตโดยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ แรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าใจถึงแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
- 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชน Gen Z จำนวน 400 คน มาจากสูตร $n = \frac{Z^2}{4e^2}$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 ดังนั้น เพื่อความสะดวกคณะผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 14 ข้อ และส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยการนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) จากการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามพบว่าค่า IOC ของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม โดยเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.934

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) ศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยและนำมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

2) ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2567

3) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทั้งหมดมาวิเคราะห์ประมวลผลโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for The Social Sciences)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาเพื่อวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาค โดยใช่วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) คือ ค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ทำแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) คือ ค่าร้อยละ (Percentage)

3) การวิเคราะห์แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง (Central Tendency) คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดการกระจาย (Measure of Variation) คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert scale) และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย มีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{"คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด"}}{\text{"จำนวนชั้นของคะแนน"}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

โดยเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้ (บุรินทร์, 2556) ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00, 4.20 - 3.41, 2.61 - 3.40, 1.81 - 2.60 และ 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

4) การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิดในแบบสอบถาม จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z เป็นเพศชาย จำนวน 141 คน (ร้อยละ 35.25) และเพศหญิง จำนวน 259 คน (ร้อยละ 64.75)

จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ช่วงอายุระหว่าง 21 - 23 ปี จำนวน 208 คน (ร้อยละ 52.00) มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงอายุ 24 - 27 ปี จำนวน 83 คน (ร้อยละ 20.75) ช่วงอายุ 18 - 20 ปี จำนวน 80 คน (ร้อยละ 20.00) และช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.25) ตามลำดับ

จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 301 คน (ร้อยละ 75.25) มากที่สุด รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 25 คน (ร้อยละ 6.25) ภาคตะวันตก จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.00) ภาคเหนือ จำนวน 20 คน (ร้อยละ 5.00) ภาคใต้ จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.25) และ ภาคตะวันออก จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.25) ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน (ร้อยละ 67.50) มากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษา จำนวน 66 คน (ร้อยละ 16.50) และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 64 คน (ร้อยละ 16.00) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยดังนี้

เยาวชน Gen Z ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกิจกรรมที่สนใจมากที่สุด ได้แก่ การถ่ายรูปและวิดีโอกับธรรมชาติ จำนวน 263 คน (ร้อยละ 65.75) ดำน้ำตื้นและดำน้ำลึก เพื่อเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพ จำนวน 230 คน (ร้อยละ 57.50) ล่องเรือชมวิวยรอบเกาะ จำนวน 228 คน (ร้อยละ 57) พายเรือคายัคสำรวจแนวชายฝั่ง จำนวน 181 คน (ร้อยละ 42.25%) ปั่นจักรยานชมวิวยรอบเกาะ จำนวน 172 คน (ร้อยละ 43) และปลูกปะการัง จำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.25) สำหรับลักษณะของบุคคลที่ร่วมเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อน จำนวน 173 คน (ร้อยละ 43.25) รองลงมาคือครอบครัว จำนวน 151 คน (ร้อยละ 37.75) เดินทางคนเดียว จำนวน 34 คน (ร้อยละ 8.50) ญาติ/พี่น้อง จำนวน 33 คน (ร้อยละ 8.25) และบริษัทนำเที่ยว จำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.25) ในด้านยานพาหนะ พบว่ากลุ่มนี้ นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 258 คน (ร้อยละ 64.50) รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง จำนวน 44 คน (ร้อยละ 11)

รถจักรยานยนต์ส่วนตัว จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) รถไฟ จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7) และรถเช่า จำนวน 27 คน (ร้อยละ 6.75) โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางในช่วงฤดูร้อน (มีนาคม-เมษายน) มากที่สุด จำนวน 251 คน (ร้อยละ 62.75) รองลงมาคือฤดูหนาว (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) จำนวน 128 คน (ร้อยละ 32) และฤดูฝน (พฤษภาคม-ตุลาคม) จำนวน 21 คน (ร้อยละ 5.25) ด้านสถานที่พักแรมส่วนใหญ่เลือกโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 185 คน (ร้อยละ 46.25) รองลงมาคือโฮมสเตย์ จำนวน 160 คน (ร้อยละ 40) และบังกะโล จำนวน 55 คน (ร้อยละ 13.75)

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 123 คน (ร้อยละ 30.75) รองลงมาคือ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 85 คน (ร้อยละ 21.25) มากกว่า 5,000 บาท จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15) น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 47 คน (ร้อยละ 11.75) 4,001 – 5,000 บาท จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) และ 3,001 – 4,000 บาท จำนวน 42 คน (ร้อยละ 10.50) ตามลำดับ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนท่องเที่ยวพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลัก จำนวน 375 คน (ร้อยละ 93.75%) รองลงมาคือการแนะนำจากบุคคล จำนวน 144 คน (ร้อยละ 36) สารคดีท่องเที่ยว จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) เอกสารการท่องเที่ยว จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) และโทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 9.50)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์แบบสอบถามแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจผลักดันต่อการท่องเที่ยวของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจผลักดันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบแบบสอบถามแรงจูงใจผลักดันของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน	4.65	0.36	มากที่สุด
ต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว	4.48	0.56	มากที่สุด
ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆ	4.63	0.50	มากที่สุด
ต้องการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านกิจกรรมต่างๆ เช่น ดำน้ำตื้นและดำน้ำลึก เพื่อเรียนรู้ ความหลากหลายทางชีวภาพในทะเล เป็นต้น	4.45	0.56	มากที่สุด
ต้องการเข้าร่วมงานที่จัดขึ้นบริเวณเกาะล้าน เช่น งานวิ่งรอบเกาะ เพื่อชมธรรมชาติ งานเลี้ยงสังสรรค์เพื่อหารายได้มาช่วยฟื้นฟูเกาะล้าน	4.04	0.98	มาก
ต้องการเดินทางท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น	4.27	0.67	มากที่สุด
ต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินใต้ทะเลหรือกิจกรรมดำน้ำตื้น ล่องเรือชมวิวทัศน์ เป็นต้น	4.50	0.50	มากที่สุด
รวม	4.43	0.59	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจดึงดูดต่อการท่องเที่ยวของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจดึงดูดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (S.D. 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถามแรงจูงใจดึงดูดของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว	4.50	0.50	มากที่สุด
แหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร	4.48	0.44	มากที่สุด
การส่งเสริมโครงการการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น โครงการ "NEO เกาะล้าน" เกาะล้านโฉมใหม่ สู่การฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่าง ยั่งยืน	4.10	0.70	มากที่สุด
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยว ได้ร่วมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมอาสาเก็บขยะบริเวณชายหาด กิจกรรม ดำน้ำเก็บขยะในแนวปะการัง เป็นต้น	4.33	0.59	มาก
ความหลากหลายของกิจกรรมเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมพายเรือคายัคสำรวจแนวชายฝั่ง เป็นต้น	4.49	0.44	มากที่สุด
ความหลากหลายทางชีวภาพภายในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น สัตว์ น้ำ นกที่อาศัยอยู่บนเกาะ รวมถึงสัตว์ต่างๆที่อาศัยอยู่บนเกาะ เป็นต้น	4.41	0.48	มากที่สุด
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ หลากหลายช่องทาง เช่น เพจ Facebook Instagram TikTok เป็นต้น	4.37	0.54	มากที่สุด
รวม	4.38	0.53	มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ของแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่าในจำนวนของเยาวชน Gen Z จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
บางส่วนได้ให้ข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้มีเวลาในการทำกิจกรรมเชิงนิเวศที่เพิ่มขึ้นและเข้าถึงได้
หลากหลายกิจกรรม และควรอัปเดตกิจกรรมเชิงนิเวศใหม่ๆอยู่เสมอเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทาง
มาท่องเที่ยวเกาะล้าน

3.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน
จังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัด
ชลบุรี โดยรวม พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 23 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง
และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณษา (2561) ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18 – 25 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2. จากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน
จังหวัดชลบุรี โดยรวม พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมถ่ายรูปและวิถีโอ้กับธรรมชาติที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
ร่วมเดินทาง กับกลุ่มเพื่อน โดยเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว นิยมเดินทางในช่วงฤดูร้อน (เดือนมีนาคม-เมษายน) ต้องการพักแรมที่โรงแรม
ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (EcoHotel) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 2,001 – 3,000 บาท และทราบข้อมูลแหล่ง
ท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของปารณปริยา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps)

ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำนํ้าชาวต่างชาติผลการวิจัยพบว่า อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำนํ้า และประสบการณ์ดำนํ้ามีผลต่อการตัดสินใจ ขณะที่เพศ ไม่มีผล ปัจจัยทางการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมรศรี (2566) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการค้นหาข้อมูลการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้าเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้ เทคโนโลยีในการวางแผนการเดินทาง นอกจากนี้ นวัตกรรม การสื่อสารและ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Instagram ของกลุ่ม Generation Z ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการตลาด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอริยา (2559) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเกาะล้าน เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะล้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.90 เมื่อแยกตามด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านที่พักมีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านการคมนาคม มีค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.26 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยรวมแล้วแสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดเหล่านี้มี บทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังเกาะล้าน

3. จากการศึกษาแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor)

แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) จากการศึกษาแรงจูงใจผลักดันของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยรวม พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน ต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆ ต้องการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดำน้ำตื้น และดำน้ำลึก ต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินไต่ทะเล และล่องเรือชมทิวทัศน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์เสวก และธัญญลักษณ์ (2564) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากร Gen Z ผลการวิจัยพบว่า Gen Z มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างสูงและ Gen Z ที่มีอาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอภิปรายเป็นรายข้อได้ดังนี้

กลุ่มเยาวชน Gen Z ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางนํ้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

ความต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว มีค่าในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (ชวลนุช, ม.ป.ป.) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family – orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว

ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิระดาห์ (2565) ได้วิจัยเรื่องการประเมินลักษณะทางภูมิทัศน์ของชายหาดสำคัญบนเกาะล้าน ผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญเช่น ภูเขา ต้นไม้ และอาคาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ชายหาดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางนํ้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงนิยมเกาะล้าน เนื่องจากมีกิจกรรมทางทะเลหลากหลาย และมาตรการด้านความปลอดภัยทางทะเล อีกทั้งยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของปราณปรียา (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำนํ้าชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า อายุ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำนํ้า และประสบการณ์ดำนํ้ามีผลต่อการตัดสินใจ

ความต้องการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดำน้ำตื้น และดำน้ำลึก เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปราณปรียา (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำนํ้าชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำนํ้า และประสบการณ์ดำนํ้ามีผลต่อการตัดสินใจ ขณะที่เพศไม่มีผล อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ

(2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และมีกิจกรรมที่นิยม เช่น ดำน้ำดูปะการัง

ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Western ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ ซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นดีขึ้น เป็นความหมายที่ปรับปรุงมาจากนิยามของ The Ecotourism Society (วีระพล, 2552) จะสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึงการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบต่อ การควบคุมผลกระทบและสร้างบรรยากาศของการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติแวดล้อม

ความต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินใต้ทะเล และล่องเรือชมทิวทัศน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาพร และคณะ (2566) ได้สำรวจพฤติกรรมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย ผลการสำรวจพบว่า พฤติกรรมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดกลุ่ม Gen Z แสดงความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมักเปรียบเทียบข้อมูลก่อนตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการตลาดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและราคามีผลที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ รวมถึงการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยกิจกรรมทางน้ำที่ได้รับการประเมินสูงสุดคือ Sea walking

แรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) จากการศึกษาแรงจูงใจดึงดูดของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่มีแนวโน้มเดินทางไปเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยรวม พบว่ากลุ่มเยาวชน Gen Z ให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางนิเวศภายในพื้นที่เกาะล้าน ทั้งในด้านความสวยงามของทิวทัศน์ และการพักผ่อน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายช่องทาง และการเดินทางเพื่อเที่ยวชมสภาพภูมิศาสตร์ที่แตกต่างจากภูมิลำเนาของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอริยา (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเกาะล้าน เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะล้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.90 เมื่อแยกตามด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านที่พักมีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านการคมนาคมมีค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.26 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยรวมแล้วแสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังเกาะล้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของชุดิกานต์ (2559) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่าความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ในด้านข้อมูลส่วนบุคคล พบว่ารายได้และระดับการศึกษา ส่งผลต่อความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ขณะที่อายุ อาชีพ สถานภาพ การสมรส รายได้ และระดับการศึกษาก็มีผลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01-0.001 นอกจากนี้ อาชีพยังส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 โดยรวมแล้ว การศึกษาแสดงให้เห็นว่าความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างชัดเจน

ความหลากหลายทางกิจกรรมภายในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ทั้งในกิจกรรมเชิงนิเวศ และการพักผ่อน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ปัจจัยส่วน

บุคคลไม่ได้ มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ แต่เป้าหมายการท่องเที่ยวและภูมิภาคที่ต้องการเยือน มีความแตกต่างกันจากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงนิยมเกาะล้านเนื่องจากมีกิจกรรมทางทะเลหลากหลาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิระดาห์ (2565) ที่ได้วิจัยเรื่องการประเมินลักษณะทางภูมิทัศน์ของชายหาดสำคัญบนเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีองค์ประกอบที่สำคัญประกอบด้วย ทราย โขด หิน ภูเขา ต้นไม้ สะพาน และอาคาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร่มชายหาดและเก้าอี้ชายหาด ส่วนกิจกรรมชายหาด ได้แก่ การถ่ายรูป การเล่นน้ำ และการดำน้ำ องค์ประกอบเหล่านี้ทำให้แต่ละชายหาดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

สำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายช่องทางนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร และคณะ (2566) ได้สำรวจกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เจริญรัชของ กลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย พบว่ากลยุทธ์การตลาดมี ผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดกลุ่ม Gen Z การทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเจริญรัช โดยกลยุทธ์ด้านกระบวนการและผลิตภัณฑ์มีผลที่ระดับ 0.01 ขณะที่กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและราคามีผลที่ระดับ 0.05

การเดินทางเพื่อเที่ยวชมสภาพภูมิศาสตร์ที่แตกต่างจากภูมิลำเนาของตน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณษา (2561) ได้ศึกษาวิจัยทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เจริญรัชของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18–25 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบเคยไปท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ เช่น ชายหาดและน้ำตก โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวและเดินทางกับครอบครัว ผลการทดสอบ สมมติฐานชี้ให้เห็นว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์เสวก และ ธัญญลักษณ์ (2564) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากร Gen Z ผลการวิจัยพบว่า Gen Z มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ภายในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างสูงและ Gen Z ที่มีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. บทสรุป

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มเยาวชน Gen Z จำนวน 400 คนที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 มีอายุ 21 - 23 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรม การถ่ายรูปและวิถีโอกัับธรรมชาติ จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 โดยร่วมเดินทางกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 เดินทางในฤดูร้อน (เดือนมีนาคม-เมษายน) จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ต้องการเข้าพักแรมที่โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco Hotel) จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 2001 – 3000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 375 คน 93.75

การวิเคราะห์แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี กลุ่มเยาวชน Gen Z จำนวน 400 คนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจผลักดันอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจผลักดันที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการชีวิตประจำวัน รองลงมาคือ ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ ๆ ต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินใต้ทะเลหรือกิจกรรมดำน้ำตื้น ล่องเรือชมวิวดำน้ำตื้น เป็นต้น ต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว ต้องการเพิ่มประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดำน้ำตื้นและดำน้ำลึกเพื่อเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพในทะเล เป็นต้น ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการ

รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจผลักดันที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือต้องการเข้าร่วมงานที่จัดขึ้นบริเวณเกาะล้าน เช่น งานวิ่งรอบเกาะเพื่อชมธรรมชาติ งานเลี้ยงสังสรรค์เพื่อหารายได้มาช่วยฟื้นฟูเกาะล้าน กลุ่มเยาวชน Gen Z จำนวน 400 คนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจสูงสุดที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรมเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมพายเรือคายัคสำรวจแนวชายฝั่ง เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ความหลากหลายทางชีวภาพภายในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น สัตว์น้ำ นกที่อาศัยอยู่บนเกาะ รวมถึงสัตว์ต่างๆที่อาศัยอยู่บนเกาะ เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายช่องทาง เช่น เพจ Facebook Instagram TikTok เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมอาสาเก็บขยะบริเวณชายหาด กิจกรรมพายเรือคายัคสำรวจแนวปะการัง เป็นต้น และปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจสูงสุดที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ การส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น โครงการ “NEO เกาะล้าน” เกาะล้านโฉมใหม่สู่การฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ได้ดังนี้

1. ด้านแรงจูงใจผลักดัน จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า สองอันดับแรกของแรงจูงใจผลักดันที่ทำให้กลุ่มเยาวชน Gen Z ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน และต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศใหม่ ๆ ตามลำดับ หน่วยงานควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือเพิ่มกิจกรรมเชิงนิเวศให้มากขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การปรับปรุงและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และควรมีการส่งเสริมนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น รวมไปถึงการส่งเสริมงานหัตถกรรมและธุรกิจต่าง ๆ ของคนในพื้นที่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดียิ่งขึ้น

2. ด้านแรงจูงใจดึงดูด หน่วยงานที่รับหน้าที่ในการดูแลพื้นที่ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมการท่องเที่ยวของเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชน Gen Z ได้มากขึ้น และควรมีการอัปเดตข้อมูลการท่องเที่ยวและกิจกรรมใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อใช้ในการประกอบการวางแผนและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว, ควรส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของภาครัฐที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความน่าสนใจที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้เกิดความรู้สึกอยากอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, ควรเพิ่มนโยบายในการพัฒนาพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ มีโครงการณรงค์ปลูกจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติสภาพแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ และจากการวิจัยพบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z มีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงนิเวศอยู่ในระดับมากที่สุด ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ภายในเขตพื้นที่เกาะล้าน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกในการเลือกเข้าร่วมกิจกรรมได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กขพรรณ คัดชาชัย. (2563). *การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน*

ชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].

<https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Kodchapan.Kud.pdf>

กัญจน์ มั่นจิระ, ฐิตินันต์ พรนิกุลพงศ์, มนรดา ถาวร, ศิริวีร์ เลิศรัตติพงศ์, กฤตเมธ รอดผล, ณัฐทริกา ป้องกัน, และภริตา บุญนา.

(2564). *การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบแคมป์ปิ้งจังหวัดนครนายก.*

<https://ir.swu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/27742/1/Ece-Kan-M-2564.pdf>

จิระดา มาพงษ์. (2565). *การประเมินลักษณะทางภูมิทัศน์ของชายหาดสำคัญบนเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญา*

มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Chula Digital Collections.

<https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=7429&context=chulaetd>

- ฉัตรกานต์ ทองประดา, สุขชนนี เมธิโยธิน, กชพร นรมาตย์, และอำนาจ สาสินกุล. (2560). การประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน. *วารสารการพัฒนาและการท่องเที่ยว*, 9(2), 123-138
<https://ojs.lib.buu.ac.th/index.php/parituch/article/view/5957>
- ชวัลนุช. (ม.ป.ป.). *แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ชุติกานต์ ยินดีสุข. (2559). *ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/12153/1/57920679.pdf>
- ธนวิญญู ใจดี. (2566). *เกาะล้าน*. <https://wikicomunity.sac.or.th/community/905>
- นภาพร วงษ์วิจิตร, มุกดา นาคี, กวิน ปานทอง, รวิฐา ทวีพร้อม, ฉันทนา สังข์ชาติ, ประภาภรณ์ ขุมทอง, นิรมาลย์ งามเหมาะ, แก้วดา บุญร่วม, และพงศ์ภัทร เกียรติประเสริฐ. (2566). กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย. *Journal of Management and Tourism*, 10(2), 45-62.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/article/view/265154>
- บริษัท แดช เอ็มวี จำกัด. (2566). *รูปแบบการท่องเที่ยวยอดนิยม แล้วการท่องเที่ยวเดินทางแบบไหนที่คุณชอบ*.
<https://www.dashmv.com/travel-formats/>
- บุรินทร์ รุจจนพันธุ์. (2556). *เกณฑ์การแปลความหมายของลิเคิร์ต (Likert scale)*. <https://www.thaiall.com/blog/burin/4967/>
- ปราณปริยา นพคุณ. (2562). *ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4191>
- พงศ์เสวก อเนกงานทรัพย์, และธัญญลักษณ์ อเนกงานทรัพย์. (2564). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากรรุ่นแซด. *วารสารวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2), 45-62.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hssj/article/view/253097/175646>
- วีระพล ทองมา. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเด็นที่ควรจับตามองเพื่ออนาคตของโลก*.
<http://mdc.library.mju.ac.th/article/90984/337907/248210.pdf>
- สมรศรี คำตรง. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(1), 93-107. <https://doi.org/10.14456/sb-journal.2023.7>
- สีน้ำ แผ้วฉิมพลี. (2566). *Gen Z Travel Trends: การท่องเที่ยวแบบไหนโดนใจ Gen Z?*.
<https://www.thebusinessplus.com/gen-z-travel-trends/>
- สุพรรณษา บุปผาพันธ์. (2561). *การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3733>
- อริยา พงษ์พานิช. (2559). *ปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเกาะล้าน เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*.
<https://research.ku.ac.th/forest/Present.aspx?PresentID=30661>

บทความวิจัย (Research Article)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน
จังหวัดสุพรรณบุรี

Factors Affecting to Breast Cancer Self-examination Screening Behaviors among
Women Workers, Suphan Buri Province

ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม¹

¹ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Tipsukhon Srilatham¹

¹Graduate School, Western University, Pathum Thani Province

*Corresponding author

E-mail address: tipsukhon2025@gmail.com

Received: 11/03/2025; Revised: 12/03/2025; Accepted: 26/03/2025

คำสำคัญ

พฤติกรรมการตรวจคัดกรอง
โรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง
สตรีวัยทำงาน

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ความรอบรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน กลุ่มตัวอย่างคือสตรีวัยทำงานในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 394 คน การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงบรรยาย ค่าโคสแควร์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงานภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 67.25$) 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสและอายุ ความรอบรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน และ 3) ความรอบรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ได้ร้อยละ 57 (Adjusted $R^2 = 0.57$, $p\text{-value} < 0.05$) แนวทางพัฒนาคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนการส่งเสริมความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและสร้างแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมเพื่อให้สตรีวัยทำงานมีพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองซึ่งจะส่งผลให้ความครอบคลุมในการโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงานเพิ่มขึ้น

KEYWORDS

Breast Cancer Self-
examination Screening
Behaviors, Women Workers

ABSTRACT

The objectives of this research study were to 1) the level of breast cancer self-examination screening behaviors among women workers 2) the correlation between personal factors, breast cancer literacy and motivation protection in disease with breast cancer self-screening behavior of working women and 3) the factor affecting to breast cancer self-examination screening behaviors among women workers. The sample group consisted of 394 women workers in Suphan Buri Province, who were selected using simple random sampling. Data were collected by questionnaires and analyzed by descriptive statistics, Chi-square, Pearson's correlation coefficient, and stepwise multiple regression. The objectives test results showed that 1) the breast cancer self-examination screening behaviors among women workers was at the moderate level ($\bar{X} = 67.25$) 2) the personal factors include marital status and age, breast cancer literacy and motivation protection in disease were correlated with breast cancer self-screening behavior of working women and 3) the breast cancer literacy factor and motivation protection in disease factor can explain variations in breast cancer self-examination screening behaviors among women workers 57%. (Adjusted $R^2 = 0.57$, p-value <0.05). Additionally, the development approach is that relevant agencies can use the research results to plan to promote breast cancer awareness and create incentives for breast cancer prevention so that working women have the behavior of self-screening for breast cancer, which will result in an increase in the coverage of breast cancer self-screening among working women.

1. บทนำ

โรคมะเร็งเต้านม (Breast cancer) ปัญหาสาธารณสุขของโลกที่ทำให้สูญเสียชีวิตของประชากรและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเป็นจำนวนมาก และโรคมะเร็งเต้านมยังเป็นภัยเงียบใกล้ตัว เนื่องจากในระยะแรกของการเป็นโรคมะเร็งเต้านมจะไม่แสดงอาการ จะปรากฏอาการผิดปกติเมื่ออยู่ในระยะที่ก้อนมะเร็งมีการอักเสบและลุกลามไปทั่วแล้วซึ่งเสี่ยงต่อการเสียชีวิตสูงมาก สถาบันมะเร็งโลกได้มีรายงานสถานการณ์โรคมะเร็งเต้านมทั่วโลก ในปี ค.ศ. 2024 พบว่า มีผู้ป่วยโรคมะเร็งเต้านมรายใหม่มากกว่า 2.3 ล้านคนทั่วโลกและเสียชีวิตเกือบ 7 แสนคน โดยในต่างประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในทวีปยุโรปพบอุบัติการณ์สูงคือในผู้หญิงต่างชาติ 8 คนจะมีคนเป็นมะเร็งเต้านมอยู่ 1 คน จากสถิติในปี ค.ศ. 2022 มีผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่เพิ่มขึ้นประมาณ 20 ล้านราย และมีผู้เสียชีวิตจากโรคนี้นี้ทั่วโลก 9.7 ล้านรายและคาดว่าในปี ค.ศ. 2050 จำนวนผู้ป่วยมะเร็งจะเพิ่มขึ้นเป็น 35 ล้านราย (American Cancer Society, 2024) สถานการณ์โรคมะเร็งของประเทศไทย จากข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุข ปี พ.ศ. 2567 พบว่าหญิงไทยเป็นมะเร็งเต้านมมากที่สุด ผู้ป่วยรายใหม่ประมาณ 50 คนต่อวัน หรือเฉลี่ยชั่วโมงละ 2 คนและเสียชีวิตถึง 13 คนต่อวัน จึงถือเป็นสาเหตุการป่วยและเสียชีวิตอันดับ 1 ของสตรีไทย พบได้ในกลุ่มอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป อุตบัติการณ์ของโรคมะเร็งเต้านมในหญิงไทยเฉลี่ยอยู่ที่ 18 รายต่อประชากร 100,000 คน พบในหญิงอายุ 15-39 ปี ร้อยละ 0.02 อายุ 40-49 ปี ร้อยละ 0.16 อายุ 50-59 ปี ร้อยละ 0.33 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.38 (กระทรวงสาธารณสุข, 2567)

สาเหตุของการเกิดมะเร็งเต้านมนั้น ในปัจจุบันยังไม่ทราบแน่ชัด ทราบเพียงว่ามีปัจจัยเสี่ยงใดบ้างที่เพิ่มโอกาสการเกิดโรคมะเร็งเต้านม ยกตัวอย่าง เช่น เพศหญิงมีฮอร์โมนเพศ เอสโตรเจนและโปรเจสเตอโรน ซึ่งสามารถกระตุ้นการเจริญของเซลล์มะเร็งเต้านมได้ จึงมีโอกาสป่วยเป็นโรคได้มากกว่าเพศชาย เมื่ออายุมากขึ้น โอกาสเป็นมะเร็งเต้านมก็เพิ่มมากขึ้น โดยพบว่าประมาณ 2 ใน 3 ของผู้ป่วยมะเร็งเต้านม ผู้ป่วยจะมีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป การมีประจำเดือนครั้งแรกก่อนอายุ 12 ปี หรือ หมดประจำเดือนช้ากว่าอายุ 55 ร่างกายของผู้หญิงจะมีช่วงเวลาสัมผัสกับฮอร์โมนเพศ เอสโตรเจนและโปรเจสเตอโรนมากขึ้น ทำให้มีความเสี่ยงเป็นมะเร็งเพิ่มขึ้นเล็กน้อย การตั้งครรภ์และการให้นมบุตรผู้ป่วยที่ไม่เคยตั้งครรภ์หรือมีบุตรคนแรกตอนอายุมากกว่า 30 ปี จะมีความเสี่ยงเป็นมะเร็งเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ขณะเดียวกันการตั้งครรภ์หลายครั้งและมีบุตรตั้งแต่อายุน้อยสามารถลดความเสี่ยงเป็นมะเร็งเต้านมได้ และการให้นมบุตรเป็นเวลามากกว่า 1 ปีขึ้นไปก็อาจจะช่วยลดความเสี่ยงเป็นมะเร็งได้เช่นกัน ยาคุมกำเนิดและการใช้ฮอร์โมนผู้หญิงที่ใช้อย่างคุมกำเนิดจะเพิ่มความเสี่ยงการเกิดมะเร็งเต้านมเล็กน้อยเมื่อเทียบกับคนที่ไม่ได้ใช้ ส่วนการใช้ฮอร์โมนทดแทนเพื่อรักษาอาการของภาวะหมดประจำเดือนจะเพิ่มทั้งความเสี่ยงและอัตราการเสียชีวิตจากมะเร็งเต้านม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ เช่น กรรมพันธุ์ ประวัติโรคมะเร็งในอดีต ประวัติโรคทางเต้านมในอดีต ประวัติการรับรังสีบริเวณเต้านม หรือการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำทุกวัน เป็นต้น แต่ก็มีผู้ป่วยจำนวนมากที่ไม่พบว่ามีปัจจัยเสี่ยงเลยแต่กลับป่วยเป็นโรคมะเร็งเต้านมได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นถึงแม้จะมีหรือไม่มีปัจจัยเสี่ยงก็ควรเอาใจใส่ในสุขภาพเต้านมของตนเอง (สถาบันมะเร็งแห่งชาติ, 2560) การตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองเป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมที่ดีที่สุด ถ้าผู้ป่วยมาพบแพทย์ตั้งแต่วัยเริ่มแรกของโรคที่มักจะไม่มีแสดงอาการทางร่างกายใด ๆ จะมีโอกาสรักษาให้หายขาดจากโรคได้สูงและสามารถมีอายุยืนยาวเหมือนคนปกติที่ไม่ได้เป็นมะเร็งได้สามารถลดอัตราการเสียชีวิตจากมะเร็งเต้านมได้ การตรวจเต้านมด้วยตนเองจะเกิดประโยชน์ก็ต่อเมื่อผู้ตรวจต้องทราบวิธีการตรวจ ที่ถูกต้องแนวทางการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมสำหรับสตรีไทยโดยสถาบันมะเร็ง แห่งชาติ ยังแนะนำให้สตรีไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป ตรวจเต้านมด้วยตนเองทุก 1 เดือน (สถาบันมะเร็งแห่งชาติ, 2560) สถานการณ์โรคมะเร็งเต้านมของจังหวัดสุพรรณบุรี ปี พ.ศ. 2567 พบว่า อุบัติการณ์ของโรคมะเร็งเต้านม เฉลี่ยอยู่ที่ 22 รายต่อแสนประชากร พบในหญิงอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 0.09 อายุ 50-59 ปี ร้อยละ 0.29 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.54 ซึ่งกลุ่มอายุดังกล่าวเป็นวัยทำงานและเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราป่วยโรคมะเร็งเต้านมต่อประชากรแต่ละจังหวัดในเขตสุขภาพที่ 5 พบว่า อัตราป่วยโรคมะเร็งเต้านมต่อประชากร ปีงบประมาณ 2567 จังหวัดสุพรรณบุรี มีอัตราป่วยโรคมะเร็งเต้านมสูง 1 ใน 5 จังหวัดที่มีอัตราป่วยด้วยโรคมะเร็งเต้านมสูงของอัตราป่วยลำดับต้น ๆ (กระทรวงสาธารณสุข, 2567) สถานการณ์ปัญหาโรคมะเร็งเต้านมดังกล่าวข้างต้นและจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีหลายปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงานได้ เช่น รายงานการวิจัยของทิพวรรณ (2565) พบว่า ความรอบรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมมีความสัมพันธ์กับการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยเจริญพันธุ์ในจังหวัดลำปาง ลักษณะ และคณะ (2562) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมมีผลต่อความสม่ำเสมอของการตรวจเต้านมตนเองของสตรีไทยอายุ 30-70 ปี ในเขตบริการสุขภาพที่ 10 และ Saeed et al. (2019) พบว่า แรงจูงใจในการป้องกันโรคเป็นตัวทำนายพฤติกรรมตรวจเต้านมด้วยตนเองบุคลากรทางการแพทย์หญิงในประเทศอิหร่าน เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำผลการวิจัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปวางแผนนโยบายและสร้างกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงานให้มีการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองอย่างถูกต้องและต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้สตรีวัยทำงานมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงหรือหากเป็นโรคมะเร็งเต้านมก็มีโอกาสรักษาให้หายขาดจากโรคได้สูงและสามารถมีอายุยืนยาวเหมือนคนปกติอย่างมีความสุขเป็นกำลังหลักทั้งด้านครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติได้

1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยความรอบรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม

มะเร็งเต้านมเกิดจากความผิดปกติของเซลล์ที่อยู่ภายในท่อน้ำนมหรือต่อมน้ำนม เซลล์เหล่านี้มีการแบ่งตัวผิดปกติ ไม่สามารถควบคุมได้ มักแพร่กระจายไปตามทางเดินน้ำเหลือง ไปสู่อวัยวะที่ใกล้เคียงเช่น ต่อมน้ำเหลืองที่รักแร้ หรือแพร่กระจายไปสู่อวัยวะที่อยู่ห่างไกล เช่น กระดูก ปอด ตับ และสมอง เช่นเดียวกับมะเร็งชนิดอื่น ๆ เมื่อเซลล์มะเร็งมีจำนวนมากขึ้นก็จะแย่งสารอาหารและปล่อยสารบางอย่างที่เป็นอันตรายและทำลายอวัยวะต่าง ๆ จนทำให้ผู้ป่วยเสียชีวิตในที่สุด มะเร็งเต้านมพบในผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย การตรวจเต้านมด้วยตนเอง (Self-breast examination) เป็นการตรวจเต้านมด้วยตนเอง ซึ่งสามารถทำได้สม่ำเสมอทุกเดือน เพื่อค้นหาความผิดปกติของเต้านมของคุณ โดยเมื่อทำร่วมกับการตรวจเต้านมด้วยแพทย์ และการตรวจคัดกรองด้วยรังสีวิทยา เช่น เอกซเรย์และอัลตราซาวด์เต้านม (Mammogram and ultrasound breast) จะเป็นแนวทางในการคัดกรองและการวินิจฉัยมะเร็งเต้านมได้ตั้งแต่ในระยะเริ่มต้น (คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล, 2555)

1.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ

พฤติกรรม หมายถึง ปฏิบัติหรือกิจกรรมทุกอย่างของสิ่งมีชีวิต ดังนั้น พฤติกรรมของคนจึงหมายถึงปฏิบัติต่าง ๆ ที่บุคคลแสดงออกทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล มีทั้งที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ ทั้งสิ่งที่สมัครใจจะกระทำหรือละเว้นการกระทำ ทั้งนี้ พฤติกรรมของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามสภาพสังคม วัฒนธรรม ซึ่งมักได้รับอิทธิพลจากความคาดหวังของบุคคลรอบข้าง สถานการณ์ขณะนั้น และประสบการณ์ในอดีต (Allen and Santrock, 1993) องค์การอนามัยโลกให้ความหมายว่า สุขภาพ คือ สภาวะที่มี ความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจและสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข มิใช่เพียงแต่ปราศจากโรคและความพิการเท่านั้น (WHO, 2009) สุขภาพเป็นผลมาจากพฤติกรรมสุขภาพซึ่งมีผู้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมสุขภาพ หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำขึ้นเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ซึ่งการกระทำนี้อาจเป็นการป้องกันโรค หรือการค้นหาโรคในระยะที่ยังไม่เกิดอาการเด่นชัดด้วย (Kals and Cobbs, 1966) หรือ พฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior) หมายถึง การกระทำใด ๆ ก็ตามที่มีอิทธิพลหรือเชื่อว่าจะมีอิทธิพลต่อภาวะสุขภาพ หรือเกิดผลลัพธ์ทางสุขภาพ ไม่ว่าจะทำให้ภาวะสุขภาพดีขึ้นหรือเลวลง (อุบล, 2534) เป็นต้น

1.2.3 แนวคิดความรู้ด้านสุขภาพ

องค์การอนามัยโลก (2552) นิยามความหมายของความรู้ด้านสุขภาพว่า "Health literacy represents the cognitive and social skills which determine the motivation and ability of individuals to gain access to, understand and use information in ways which promote and maintain good health" ซึ่งสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข แปลความว่า "ทักษะต่าง ๆ ทาง การรับรู้และทางสังคม ซึ่งเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจและความสามารถของปัจเจกบุคคลในการที่จะเข้าถึง เข้าใจ และใช้ข้อมูลในวิธีการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและบำรุงรักษาสุขภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น" (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2541) กองสุศึกษา กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดองค์ประกอบการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพและคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นต้องพัฒนาเพื่อเพิ่มความรู้ด้านสุขภาพสำหรับประชาชนทั่วไป คือ การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ (Access skill) ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive skill) ทักษะการสื่อสาร (Communication skill) ทักษะการจัดการตนเอง (Self-management skill) ทักษะการตัดสินใจ (Decision skill) และการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy skill) (กองสุศึกษา, 2556)

1.2.4 แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค

แรงจูงใจ หมายถึง พลังหรือสภาวะภายในที่กระตุ้นให้ทำพฤติกรรมที่มีทิศทางด้วยความกระตือรือร้น มุ่งมั่นพยายามให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดภายในร่างกาย (พาสนา, 2548) แรงจูงใจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากภายในบุคคลที่อยากจะทำ เกิดจากความต้องการของตนเองและเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรม ตัวอย่างแรงจูงใจภายใน ได้แก่ ลักษณะอุปนิสัยเฉพาะของบุคคล บุคลิกภาพ ความสนใจ ความชอบ เป็นต้น

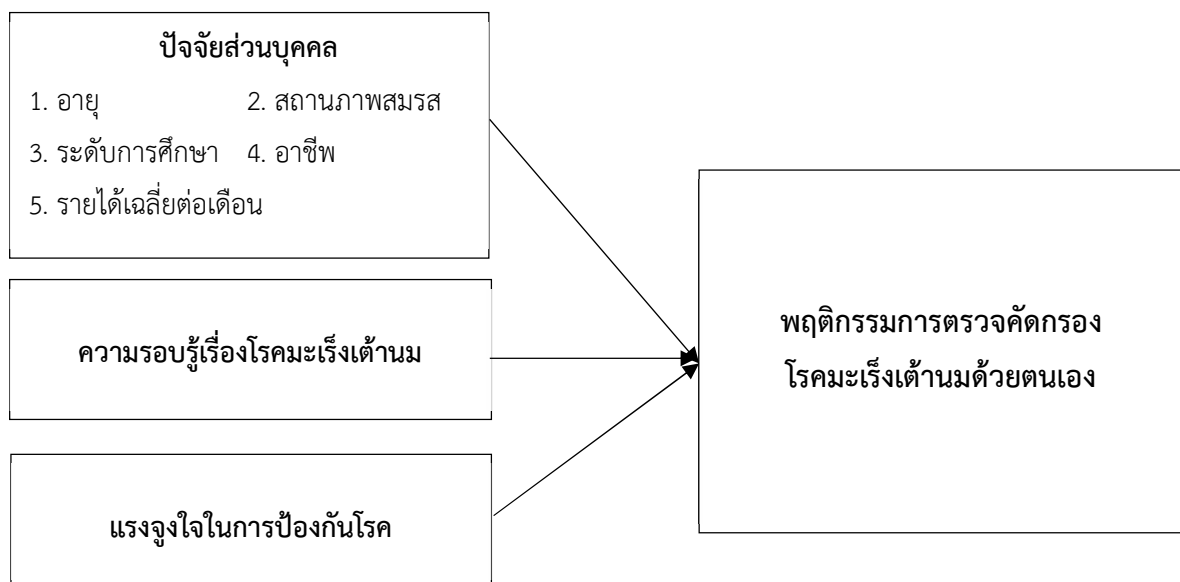
และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) เป็นความปรารถนาที่ส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากสิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ การให้รางวัล คำชมเชย ความหวังของผู้อื่น เป็นต้น พฤติกรรมการป้องกันโรคนั้นมีแรงจูงใจในการปฏิบัติของบุคคล โดยมีทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรค (Protection motivation theory) ได้รับการพิสูจน์ยืนยันครั้งแรกใน พ.ศ. 2518 โดย Roger และได้รับการปรับปรุงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2526 (Prentic-Dunn and Rogers 1986) มีส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความกลัวคือความรุนแรงของโรค การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรค ความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนอง มีสื่อกลางของกระบวนการรับรู้กระบวนการรับรู้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การประเมินอันตรายต่อสุขภาพ ประกอบด้วย ตัวแปรการรับรู้ความรุนแรงของโรค และการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรค การประเมินการเผชิญปัญหา ประกอบด้วย ตัวแปรความคาดหวังในประสิทธิผลของการตอบสนองและความคาดหวังในความสามารถของตนเอง กระบวนการรับรู้ดังกล่าวจึงนำไปสู่ความตั้งใจในการปฏิบัติตามคำแนะนำ ซึ่งเป็นแรงจูงใจในการป้องกันโรคเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติ

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้ วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

2.1 สมมติฐานทางการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน
2. ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สตรีวัยทำงานที่มีอายุ 30-59 ปีบริบูรณ์ ที่มีชื่ออยู่ในฐานทะเบียนราษฎร จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 185,607 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2567) กลุ่มตัวอย่าง คือ สตรีวัยทำงานที่มีอายุ 30-59 ปีบริบูรณ์ ที่มีชื่ออยู่ในฐานทะเบียนราษฎร และอาศัยอยู่จริงในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 394 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan, 1970) และเพื่อป้องกันการสูญเสียผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 10 คน เก็บแบบสอบถามโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้องและเว็บไซต์อื่น ๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม ส่วนที่ 3 ปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรค และส่วนที่ 4 พฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน เกณฑ์ในการแปลความหมายระดับคะแนนส่วนที่ 2- 4 ของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย โดยประยุกต์ใช้เกณฑ์ตาม Benjamin Bloom (Bloom, 1979) ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 80 ขึ้นไป, ร้อยละ 60-79.99 และ ต่ำกว่า ร้อยละ 60 หมายถึง ระดับมาก, ปานกลาง และน้อย ตามลำดับ

2.4 การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

1. นำแบบสอบถามปรีक्षाผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม พบว่า ได้ค่าระหว่าง 0.67 - 1.00

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์ครอน บราก-อัลฟา (Cronbach's Alpha) เพื่อทดสอบข้อคำถามให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสอดคล้องกัน หากค่าที่ได้จากการวิเคราะห์มีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปทดสอบสมมติฐาน นำไปใช้ในกระบวนการวิจัยต่อไป (บุญธรรม และ พิศมัย, 2560) ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถวิเคราะห์แบบสอบถามได้ ดังนี้

1.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ รายงานความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ส่วนอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายงานความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด (Minimum and Maximum) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเห็นของความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม แรงจูงใจแรงจูงใจในการป้องกันโรค และพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน แสดงผลเป็นความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ใช้ไคสแควร์ (Chi-Square) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้เฉลี่ย ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม ปัจจัยแรงจูงใจแรงจูงใจในการป้องกันโรคกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 วิเคราะห์ความผันแปรอิทธิพล ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม และปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุเฉลี่ย 43 ปี ช่วงอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 39.85 สถานภาพสมรส ร้อยละ 46.95 การศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 32.23 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปหรืองานอิสระ ร้อยละ 41.88 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,928.93 บาท โดยมีช่วงรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 50.51

2. ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 71.12$) โดยจำแนกระดับความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 42.89 ระดับมาก ร้อยละ 34.77 และ ระดับน้อย 22.34 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม (n = 394)

ระดับความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม	จำนวน	ร้อยละ	$\bar{X}$	S.D.
มาก	137	34.77		
ปานกลาง	169	42.89		
น้อย	88	22.34		
ภาพรวม	394	100.00	71.12	13.21

3. ปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการป้องกันโรคในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 74.51$) โดยจำแนกระดับแรงจูงใจในการป้องกันโรค อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 46.19 ระดับมาก ร้อยละ 36.55 และ ระดับน้อย ร้อยละ 17.26 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจในการป้องกันโรค (n = 394)

ระดับแรงจูงใจในการป้องกันโรค	จำนวน	ร้อยละ	$\bar{X}$	S.D.
มาก	144	36.55		
ปานกลาง	182	46.19		
น้อย	68	17.26		
ภาพรวม	394	100.00	74.51	11.34

4. พฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 67.25$) โดยจำแนกระดับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.51 ระดับน้อย ร้อยละ 33.25 และ ระดับมาก ร้อยละ 16.24 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง (n = 394)

ระดับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	จำนวน	ร้อยละ	$\bar{X}$	S.D.
มาก	64	16.24		
ปานกลาง	199	50.51		
น้อย	131	33.25		
ภาพรวม	394	100.00	67.25	12.57

3.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสและอายุ ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม และปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง ด้วยสถิติ Chi-Square (n = 394)

สมมติฐานที่	สมมติฐาน	ค่า Sig.	ผลการทดสอบ
1.1	สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	0.005*	ยอมรับ
1.2	ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	0.150	ปฏิเสธ
1.3	อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	0.147	ปฏิเสธ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง ด้วยสถิติ Pearson's product moment correlation coefficient (n = 394)

สมมติฐานที่	สมมติฐาน	ค่า Sig.	ผลการทดสอบ
1.1	อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	0.001*	ยอมรับ
1.2	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	0.189	ปฏิเสธ
1.3	ความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	0.001*	ยอมรับ
1.4	แรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง	0.001*	ยอมรับ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน พบว่า ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ได้ร้อยละ 57 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis (n = 394)

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	4.335	2.879		1.506	0.133
ความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านม	0.461	0.039	0.484	11.936	.000*
แรงจูงใจในการป้องกันโรค	0.404	0.045	0.365	8.985	.000*

R = 0.76^a, R Square = 0.572, Adjusted R Square = 0.570, Sta. Error of the Estimate = 8.245

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.3. อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุเฉลี่ย 43 ปี ช่วงอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 39.85 สถานภาพสมรส ร้อยละ 46.95 การศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 32.23 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปหรืองานอิสระ ร้อยละ 41.88 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,928.93 บาท โดยมีช่วงรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 50.51 2) พฤติกรรม การตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.51 สอดคล้องกับ ถนอมศรี และ รุจิรา (2567) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรี อายุ 30 – 70 ปี ในเขตบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านปรีอใหญ่ อำเภอยะรัง จังหวัดศรีสะเกษ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 70.00 และสอดคล้องกับ ขนิษฐา และคณะ (2567) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยตนเองในผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 63.50

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสและอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ อภิญา และคณะ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรีอายุ 30-70 ปี ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรีอายุ 30-70 ปี ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ขณะที่วารัตน์ (2567) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรี อายุ 30-70 ปี ในเขตพื้นที่ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านแสงวิมาน ตำบลคลองน้อย อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรี อายุ 30-70 ปี

2. ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเห็นว่าสตรีที่วัยทำงานที่มีความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมมีพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ว่าพฤติกรรมของบุคคลมีสาเหตุมาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติ ได้แก่ ความรู้ เจตคติ ความเชื่อ ค่านิยม แรงจูงใจ (กองสุขศึกษา, 2556) สอดคล้องกับ ขนิษฐา และคณะ (2567) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยตนเองในผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ด้านสุขภาพทั้ง 6 มิติ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง ที่ระดับ $p < 0.01$ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริกาญจน์ และคณะ (2566) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความรู้ด้านสุขภาพ การสนับสนุนทางสังคมและพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมของสตรีวัยทำงาน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความรู้ด้านสุขภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมของสตรีวัยทำงาน

3. ปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ สุขาดา และ รุ่งระวี (2560) ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการป้องกันโรคกับพฤติกรรมการป้องกันมะเร็งเต้านมของครูในโรงเรียนประจำจังหวัด เขตภาคกลาง พบว่า แรงจูงใจในการป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันมะเร็งเต้านม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน

ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ได้ร้อยละ 57 สอดคล้องกับ Saeed et al. (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองในหมู่บุคลากรทางการแพทย์หญิงในอิหร่าน: บทบาทของทฤษฎีการสนับสนุนทางสังคม พบว่า แรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองในหมู่บุคลากรทางการแพทย์หญิงในอิหร่าน แรงจูงใจในด้านสุขภาพเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการตรวจมะเร็งเต้านม และ Azita and Rahim (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมในผู้หญิงอิหร่านที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป พบว่า แรงจูงใจในด้านสุขภาพเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการตรวจมะเร็งเต้านม

4. บทสรุป

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคกับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ซึ่งผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงานอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสและอายุ ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ปัจจัยความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและปัจจัยแรงจูงใจในการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงาน ได้ร้อยละ 57 ทั้งนี้ ผลที่ได้จากการวิจัยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับดำเนินงานด้านการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการส่งเสริมและสร้างความรอบรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมและแรงจูงใจในการป้องกันโรคเพื่อเพิ่มพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมด้วยตนเองของสตรีวัยทำงานให้สูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้สตรีวัยทำงานปลอดภัยจากโรคมะเร็งเต้านมหรือหากพบความผิดปกติก็สามารถรักษาได้ทันเวลาที่และลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลรวมถึงการส่งเสริมให้ประชากรวัยทำงานสามารถใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าเต็มศักยภาพส่งผลให้ประเทศชาติมีทรัพยากรมนุษย์ในการพัฒนาประเทศต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2567). รายงานมาตรฐานข้อมูลสุขภาพ. <http://hdcservice.moph.go.th>
- กองสุศึกษา. (2556). คู่มือการประเมินความรู้ด้านสุขภาพของคนไทย. ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- ชนิษฐา แสงคำ, สุมัทนา กลางคาร, ศิริภัทร์ โคตรสีวงษ์, และรุจิรา โนนสะอาด. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพต่อพฤติกรรมการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยตนเองในผู้หญิงวัยผู้ใหญ่บ้านเขียบ ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน*, 10(3), 152-163.
- คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. (2555). มะเร็งเต้านมเรื่องที่น่ารู้และข้อควรปฏิบัติสำหรับผู้ป่วยมะเร็งเต้านม. ภาควิชาศัลยศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.
- ณอมศรี อินทนนท์, และรุจิรา อ่ำพัน. (2567). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรี อายุ 30 – 70 ปีในเขตบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านบรีอใหญ่ อำเภอนันท์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารวิจัยและพัฒนาสุขภาพ ศรีสะเกษ*, 2(1), 113-124.
- ทิพวรรณ สมควร. (2565). ความรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมของสตรีวัยเจริญพันธุ์ในจังหวัดลำปาง. *วารสารสาธารณสุข ล้านนา*, 18(1), 45-56.

- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, และพิศมัย เสรีขจรกิจเจริญ. (2560). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการสาธารณสุข: กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร*. จามจุรีโปรดักส์ จำกัด.
- พาสนา จุลรัตน์. (2548). *จิตวิทยาการศึกษา*. ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ลักขณา ประมูลพงศ์ และคณะ. (2562). *ความรู้และพฤติกรรมการตรวจเต้านมตนเองของสตรีไทยอายุ 30-70 ปี ในเขตบริการสุขภาพที่ 10*. https://hpc10.anamai.moph.go.th/th/dbresearch-hpc10/download?id=106329&mid=37940&mkey=m_document&lang=th&did=37864
- วิภารัตน์ ชุมหล่อ. (2567). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรี อายุ 30-70 ปี ในเขตพื้นที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านแสงวิมาน ตำบลคลองน้อย อำเภอบางแพ จังหวัดนครราชสีมา*. https://hpc11.anamai.moph.go.th/web-upload/36xdf1a160968c82a4ff9f703b4db4d757d/202108/m_news/34909/206091/file_download/c2cdc78ac3b6a8af0b590ac30a5aa490.pdf
- ศิริกาญจน์ ฉันทเฉลิมพงศ์, พิมพา ปัญโญใหญ่, และณญา ธนกิจธรรมกุล. (2566). *ความรู้ด้านสุขภาพ การสนับสนุนทางสังคม และพฤติกรรมการตรวจคัดกรองโรคมะเร็งเต้านมของสตรีวัยทำงาน จังหวัดเชียงใหม่*. *วารสารวิจัยสุขภาพและการพยาบาล*, 39(2), 68-80.
- สถาบันมะเร็งแห่งชาติ. (2560). *แนวทางการตรวจคัดกรองวินิจฉัยและการรักษาโรคมะเร็งเต้านม*. กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข.
- สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2541). *นิยามศัพท์ส่งเสริมสุขภาพ (ฉบับปรับปรุง)*. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข.
- สุชาติ นนทะภา, และรุ่งระวี นาวิเจริญ. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการป้องกันโรคกับพฤติกรรมการป้องกันมะเร็งเต้านมของครูในโรงเรียนประจำจังหวัด เขตภาคกลาง*. *วารสารการพยาบาลเกื้อการุณ*, 24(2), 23-35.
- อภิญา กอเต็ม, ศศิกาญจน์ นิเฮาะ, และจรัญ เจริญมรรค(2565). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรีอายุ 30-70 ปี ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส*. *วารสารศาสตร์สาธารณสุขและนวัตกรรม*, 2(3), 18-34.
- อุบล เลี้ยววาริน. (2534). *ความสัมพันธ์ของการศึกษาที่มีต่อจิตลักษณะและพฤติกรรมสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิตที่ไม่มีการตีพิมพ์]*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- Allen, L., & Santrock, J. (1993). *Psychology: The contexts of behavior*. William C. Brown.
- American Cancer Society. (2024). *Study Finds Early Palliative Care Remains Underused Among Patients With Advanced Cancer*. <https://pressroom.cancer.org/>
- Azita N., & Rahim T. (2011). Factors Influencing Breast Cancer Screening Behavior among Iranian Women. *Asian Pacific Journal of Cancer Prevention*, 12(5), 1239-1244.
- Bloom, A. (1979). The education of democratic man: Emile. *Daedalus*, 25(1), 135-153.
- Kasl, S. V., & Cobb, S. (1966). Health behavior, illness behavior and sick role behavior. *Archives of Environmental Health*, 12(4), 246-266.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Prentice-Dunn, S., & Rogers, R. W. (1986). Protection Motivation Theory and preventive health: Beyond the Health Belief Model. *Health Education Research*, 1(3), 153-161.

- Saeed Bashirian, Majid Barati, Leila Moaddab Shoar, Younes Mohammadi and Mitra Dogonchi. (2019). Factors Affecting Breast Self-examination Behavior Among Female Healthcare Workers in Iran: The Role of Social Support Theory. *Journal Prev Med Public Health*, 52(4), 224–233.
- World Health Organization. (2009). *Milestones in health promotion: Statements from global conferences*. World Health Organization.